

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT Ultrajaya Milk Industri & Trading Company bermula dari usaha keluarga yang dirintis sejak tahun 1960 oleh Bapak Achmad Prawirawidjaja secara turun menurun terus tumbuh dan berkembang dengan pesatnya dan hingga kini unggul sebagai *leader* produsen produk susu cair segar dan juga minuman siap saji. Pada periode awal pendirian, perseroan hanya memproduksi produk susu yang pengolahannya dilakukan dengan secara sederhana. Pada pertengahan tahun 1970-an perseroan mulai memperkenalkan teknologi pengolahan secara UHT (*Ultra High Temperature*) dan teknologi pengemasan dengan kemasan karton aseptik (*Aseptic Packaging Material*). Pada tahun 1975 perseroan mulai memproduksi secara komersial produk minuman susu cair UHT dengan merk dagang “Ultra Milk” tahun 1978 memproduksi minuman sari buah UHT dengan merk dagang “Buavita” dan tahun 1981 memproduksi minuman teh UHT dengan merk “Teh Kotak” sampai saat ini perseroan telah memproduksi lebih dari 60 macam jenis produk minuman UHT dan terus berusaha senantiasa memenuhi kebutuhan dan selera konsumen.

Perseroan didirikan berdasarkan Akta No. 8 tanggal 2 Nopember 1971, juncto Akta Perubahan No. 71 tanggal 29 Desember 1971, yang dibuat oleh Komar Andasasmita SH, Notaris di Bandung. Kedua akta tersebut telah memperoleh persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Keputusan No. Y.A.5/34/21 tanggal 20 Januari 1973 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 27 April 1973, Tambahan No. 313.

Anggaran Dasar Perseroan telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan terakhir dilakukan untuk disesuaikan dengan hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa Perseroan tanggal 19 Juni 2023, yang dinyatakan dalam Akta Pernyataan Keputusan Rapat Perubahan Anggaran Dasar Perseroan No. 4, tanggal 19 Juni 2023, dibuat oleh Ari Hambawan S.H., M.Kn., Notaris di Cimahi. Akta ini telah diterima dan dicatat di dalam Sistem Administrasi Badan Hukum, Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia, Daftar Perseroan Nomor AHU-0049934.AH.01.02. Tahun 2023 Tanggal 24 Agustus 2023. Kantor pusat dan pabrik Perseroan berdiri di atas tanah milik Perseroan seluas lebih dari 23 ha yang terletak di jalan Raya Cimareme No. 131,

Kabupaten Bandung Barat. Lokasi ini sangat strategis karena terletak di daerah lintasan hasil peternakan dan pertanian sehingga memudahkan Perseroan untuk memperoleh pasokan bahan baku dan memudahkan pendistribusian hasil produksinya.

Perseroan menjual hasil produksinya ke seluruh pelosok di dalam negeri dengan cara penjualan langsung, penjualan tidak langsung, dan melalui pasar modern. Terdapat 87.500 titik penjualan di Pulau Jawa melalui jaringan distribusi PT Nikos Distribution Indonesia (NDI), yaitu entitas anak Perseroan yang 70% sahamnya dimiliki Perseroan. Di Luar Pulau Jawa, Perseroan menjual produk-produknya melalui kurang lebih 65 distributor. Perseroan juga melakukan penjualan ekspor melalui 14 distributor ke beberapa negara seperti Australia, Kamboja, Arab Saudi, Korea Selatan, Hongkong, Singapura, Timor Leste, Brunei, Maldives, Papua Nugini, Samoa, Tonga, dan Amerika Serikat.

PT Ultrajaya terus berkembang dengan pesatnya, hal ini dicapai dengan menganut sebuah filosofi sederhana: “Sebuah komitmen untuk memproduksi produk dan brand berkualitas tinggi yang mengiringi perkembangan kebutuhan masyarakat”, dan ini tercermin dalam beberapa prinsip yang dilakukan oleh perusahaan:

1. Untuk selalu memastikan hanya bahan-bahan dengan kualitas terbaik, yang akan digunakan untuk produksi.
2. Memproduksi secara maksimal dengan kapasitas produksi yang besar mengimbangi besarnya konsumen kami.
3. Memastikan teknologi yang kami miliki adalah terbaik yang selalu mendukung kami untuk mengembangkan dan merancang kualitas seluruh produk kami.
4. Terus memperluas jaringan distribusi kami ke seluruh pelosok Indonesia, untuk konsumen kami yang setia menikmati produk segar alami kami.

Filosofi dan komitmen kami ini akan selalu diterapkan dan implementasikan seterusnya ke depan. Selain komitmen tinggi kepada konsumen, tak luput untuk selalu meningkatkan nilai kepada stakeholder. Hal ini juga menjadi kebanggaan untuk bisa mempertahankan dan memelihara posisi sebagai leader di industri ini. Secara aktif membuat terobosan baru untuk meningkatkan efisiensi produksi dan untuk mengintegrasikan proses produksi dengan tujuan memaksimalkan sumber daya.

1. Logo Perusahaan Ultrajaya Milk Industry



PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADING CO. Tbk.

Gambar 4.1 Logo Perusahaan PT. Ultrajaya Milk Industry

Sumber: Sumber: Ultrajaya.co.id

2. Produk PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk



Gambar 4.2 Produk PT Ultrajaya Milk Industry

Sumber: ultrajaya.co.id

3. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan Ultrajaya Milk Industri & Trading Company

a. Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan industry makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia dengan senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen, serta mejunjung tinggi kepercayaan para pemegang saham dan mitra kerja perusahaan.

b. Misi Perusahaan

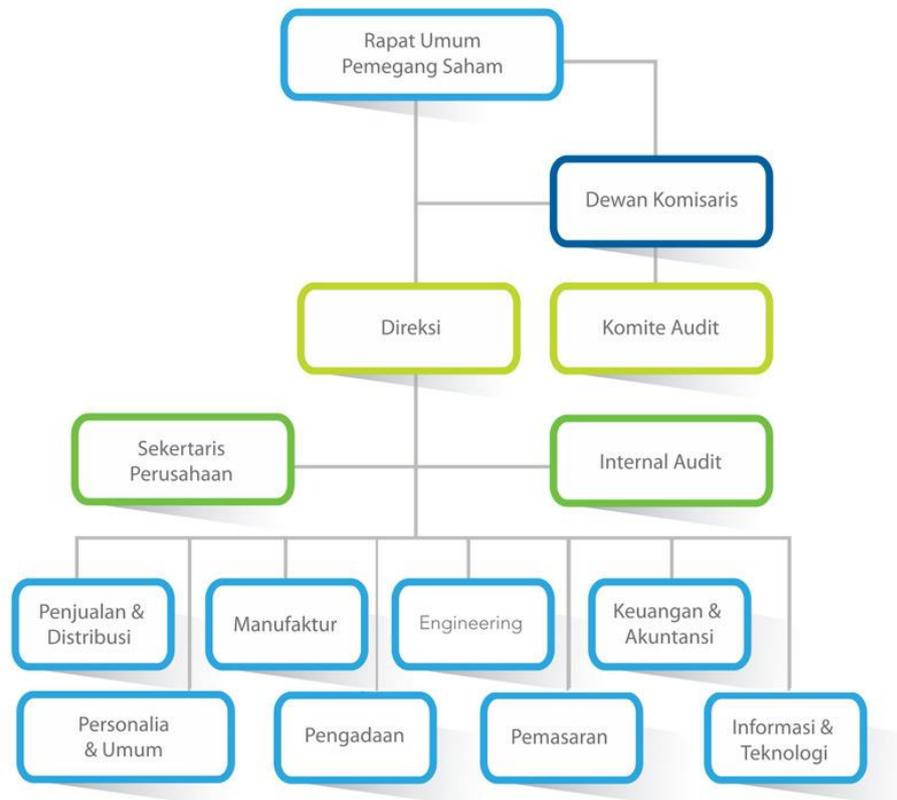
Menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepa pasar/konsumen, dan kepekaan serta kepedulian untuk senantiasa memperhatikan lingkungan yang dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah sebagai wujud pertanggung jawaban kepada pemegang saham.

c. Nilai Perusahaan

Perusahaan memiliki standar tata nilai yang berlaku sebagai aspirasi bagi seluruh kegiatan aktifitas yang dilakukan oleh seluruh organ perusahaan. Nilai-nilai seperti kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan etika dalam berusaha, membentuk satu pedoman dasar dan filosofi gotong royong di perusahaan.

4. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan kerangka dan susunan posisi maupun orang yang menunjukkan tugas, wewenang dan tanggung jawab dalam sebuah organisasi perusahaan. Struktur organisasi yang digunakan perusahaan ultrajaya milk industry adalah bentuk lini dan fungsional dalam struktur organisasi lini dan fungsional adalah organisasi yang masing-masing anggota mempunyai wewenang yang sama dan pimpinannya kolektif. Berikut struktur oraganisasi pada perusahaan ultrajaya milk industry:



Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT Ultrajaya Milk Industry
Sumber: Ultrajaya.co.id

5. Uraian Tugas dan Wewenang

1. Rapat umum pemegang saham

- Sebagai organ tertinggi dalam struktur perusahaan Ultrajaya Milk Industry.
- Berperan sebagai mekanisme utama untuk melindungi dan melaksanakan hak-hak pemegang saham.
- Sebagai wadah untuk mengambil keputusan penting yang berkaitan dengan modal dalam perusahaan dengan memperhatikan ketentuan anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan.
- Mengangkat dan memberhentikan anggota komisaris dan direksi.
- Mengevaluasi kinerja dewan komisaris dan direksi.
- Menyetujui perubahan anggaran dasar.
- Membuat keputusan terkait aksi korporasi atau strategi lainnya yang diusulkan oleh direksi.

2. Dewan komisaris

Merupakan dewan yang mengawasi kegiatan dan operasional perusahaan termasuk mengawasi para direktur.

3. Direksi
 - a. Memimpin dan mengurus perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan.
 - b. Mengatur pola pembagian tugas masing-masing.
4. Komite Audit
 - a. Bertugas sebagai penelaah dan melakukan laporan keuangan yang dikeluarkan perusahaan public ataupun pihak otoritas lainnya.
 - b. Memberi rekomendasi kepada komisaris tentang penunjukan akuntan yang mampu mengembangkan tugas secara professional berdasarkan independensi, imbalan jasa serta ruang lingkup penugasan kerja.
 - c. Memberi pendapat yang independent pada perbedaan pendapat antara akuntan dan manajemen.
 - d. Memberi saran kepada dewan komisaris jika adanya potensi konflik dan benturan kepentingan antara emiten atau perusahaan public
 - e. Merahasiakan dokumen dan segala informasi data perusahaan beserta emiten.
5. Sekertaris perusahaan
 - a. Mengatur dan mencatat hasil rapat.
 - b. Komunikasi ke berbagai pihak
 - c. Memastikan persyaratan hukum
 - d. Memastikan persediaan perelengkapan kantor atau perusahaan.
 - e. Menyambut tamu bisnis dan klien
 - f. Melakukan *supervise* terhadap staf dan karyawan baru.
6. Internal audit
 - a. Melakukan identifikasi dan evaluasi paparan yang signifikan terhadap resiko
 - b. Berkontribusi memperkuat manajemen resiko dan sistem control
 - c. Membantu perseroan dalam melaksanakan kontrol secara efektif dengan mengevaluasi efektivitas dan efisiensi mereka serta dengan mendorong penyempurnaan terus- menerus untuk mencapai kondisi sebagai berikut:
 - 1) Tersedianya informasi finansial dan perasional yang terpercaya dan berintegritas.
 - 2) Terlaksananya kegiatan operasional secara efisien dengan hasil yang efektif.
 - 3) Dijaganya aset perseroan dan seluruh tindakan dan keputusan perseroan sesuai dengan ketentuan undang-undang dan peraturan yang berlaku.
7. Penjualan dan distribusi

- a. Menangani dokumen umum yang berhubungan dengan penjualan.
 - b. Memeriksa dan mencatat surat dokumen yang masuk
 - c. Membuat surat atau dokumen penawaran
 - d. Mengarsip dan mendistribusikan surat atau dokumen masuk ke bagian terkait.
 - e. Melakukan data *entry* ke sistem.
 - f. Menerbitkan faktur penjualan.
 - g. Melakukan pemeriksaan setiap dokumen penjualan.
 - h. Melakukan pemeriksaan dokumen retur barang, nota kredit dan lain sebagainya.
 - i. Menangani promosi penjualan.
 - j. Menangani biaya operasional.
 - k. Membuat laporan penjualan dan promosi penjualan.
 - l. Menerima dan membukukan hasil penjualan tunai dan hasil tagihan.
8. Manufaktur
- a. Sebagai pendukung fungsi proses produksi yang meliputi seluruh kegiatan terkait perencanaan dan pengendalian proses produksi produk.
 - b. Memudahkan dokumentasi dan penyimpanan catatan di sektor *food & beverage*.
9. Engineering
- a. Melakukan pengawasan teknis.
 - b. Memastikan proses produksi berjalan dengan lancar.
 - c. Bekerja dengan efektif dan efisien.
 - d. Melakukan pemeriksaan secara rutin dan berkala.
10. Keuangan dan akuntansi
- a. Pencarian, pengelolaan, pengaplikasian dana serta melakukan dan menerima pembayaran perusahaan.
 - b. Mencatat dan melakukan ikhtisar serta mengelompokkan semua transaksi yang terjadi dalam sebuah perusahaan.
11. Personalia & Umum
- a. Melakukan pengadaan tenaga kerja.
 - b. Mengembangkan sumber daya manusia.
 - c. Pemberian kompensasi.
 - d. Memberikan pengarahan.
 - e. Melakukan pengawasan.

12. Pengadaan
 - a. Merancang dan mengelola hubungan yang tepat dengan menyuplai barang dan jasa (*supplier*).
 - b. Menentukan supplier yang memenuhi syarat.
 - c. Menentukan dan mengimplementasikan teknologi pengadaan barang yang tepat.
 - d. Melaksanakan pemeliharaan data inventasi dan data supplier.
13. Pemasaran
 - a. Melakukan riset pasar.
 - b. Melakukan analisis kompetitif.
 - c. Mempresentasikan perusahaan dan produknya kepada konsumen, membangun kesadaran merek, dan memperkuat produk dan citra perusahaan.
 - d. Melakukan penjualan produk atau menyediakan layanan.
 - e. Manajemen produk dengan mengevaluasi dan memetakan produk untuk menentukan strategi yang tepat.
 - f. Manajemen informasi pemasaran untuk mengelola dan mengintegrasikan informasi pemasaran seperti target penjualan, realisasi penjualan, pesaing industri, profil pelanggan, dan tren pasar.
 - g. Bertanggungjawab mengelola anggaran pemasaran yang dialokasikan.
14. Informasi dan teknologi
 - a. Menilai inovasi teknologi baru dengan melakukan perbandingan, uji coba dan analisis untuk mendapatkan teknologi yang sesuai dengan proses bisnis perusahaan.
 - b. Menganalisis sistem dan teknologi yang ada di perusahaan dengan cara outsourcing agar dapat mengetahui sistem dan teknologi yang aplikatif.
 - c. Membuat usulan dan saran-saran penyesuaian program dan strategi di bidang sistem dan teknologi informasi yang dipandang perlu dengan cara menyampaikan evaluasi dalam rangka pencapaian tujuan jangka panjang.
 - d. Merencanakan manajemen sistem informasi dengan membuat strategi, metodologi sistem informasi agar dapat diaplikasikan.
 - e. Menyelenggarakan layanan kerja kolaboratif berupa forum diskusi bermoderator sebagai sarana knowledge sharing secara virtual dengan bantuan IT.

4.1.2 Deskriptif Data Penelitian

1. Biaya Produksi PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company*

Berikut data biaya produksi PT Ultrajaya Milk Industry untuk periode 2013-2023:

Tabel 4.1 Data Biaya Produksi PT Ultrajaya Tahun 2013-2023

| Tahun | Biaya Produksi |
|-------|----------------|
| 2013 | 2,444,478 |
| 2014 | 2,971,800 |
| 2015 | 3,089,524 |
| 2016 | 3,081,688 |
| 2017 | 3,073,686 |
| 2018 | 3,456,813 |
| 2019 | 3,972,002 |
| 2020 | 3,709,688 |
| 2021 | 4,260,448 |
| 2022 | 5,421,705 |
| 2023 | 5,567,449 |

Sumber: Ultrajaya.co.id

2. Biaya Pemasaran PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company*

Berikut data biaya pemasaran PT Ultrajaya Milk Industry untuk periode 2013-2023:

Tabel 4.2 Data Biaya Pemasaran PT Ultrajaya Tahun 2013-2023

| Tahun | Biaya Pemasaran |
|-------|-----------------|
| 2013 | 433,577 |
| 2014 | 488,879 |
| 2015 | 593,015 |
| 2016 | 634,650 |
| 2017 | 689,769 |
| 2018 | 855,358 |
| 2019 | 908,877 |
| 2020 | 773,759 |
| 2021 | 748,823 |
| 2022 | 961,407 |
| 2023 | 982,835 |

Sumber: Ultrajaya.co.id

3. Biaya Administrasi Umum PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company*

Berikut biaya administrasi umum PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company* periode 2013-2023:

Tabel 4.3 Data Biaya Administrasi Umum PT Ultrajaya Tahun 2013-2023

| Tahun | Biaya Administrasi Umum |
|-------|-------------------------|
| 2013 | 117,578 |
| 2014 | 120,798 |
| 2015 | 136,835 |
| 2016 | 136,487 |
| 2017 | 172,082 |

| | |
|------|---------|
| 2018 | 196,900 |
| 2019 | 202,883 |
| 2020 | 231,175 |
| 2021 | 209,888 |
| 2022 | 224,184 |
| 2023 | 252,663 |

Sumber: Ultrajaya.co.id

4. Laba Bersih PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company

Berikut laba bersih PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company periode 2013-2023:

Tabel 4.4 Data Laba Bersih PT Ultrajaya Tahun 2013-2023

| Tahun | Laba Bersih |
|-------|-------------|
| 2013 | 325,127 |
| 2014 | 283,360 |
| 2015 | 523,100 |
| 2016 | 709,825 |
| 2017 | 718,402 |
| 2018 | 701,607 |
| 2019 | 1,035,865 |
| 2020 | 1,109,666 |
| 2021 | 1,276,793 |
| 2022 | 965,486 |
| 2023 | 1,186,161 |

Sumber: Ultrajaya.co.id

4.1.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data Sampel atau populasi sebagai adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat simpulan yang berlaku untuk umum. Fokus utama dalam statistik deskriptif adalah penyajian data dan mendeskripsikan data. Statistik deskriptif dilihat dari nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Pada penelitian ini menggunakan 3 yang bertujuan untuk menguji apakah biaya produksi, biaya operasional dan penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Variabel tersebut telah diuji secara statistik deskriptif menggunakan *software* SPSS pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

| Descriptive Statistics | | | | | |
|-------------------------|----|------------|------------|--------------|----------------|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Biaya Produksi | 11 | 2444478.00 | 5567449.00 | 3731752.8182 | 1007061.79932 |
| Biaya Pemasaran | 11 | 433577.00 | 982835.00 | 733722.6364 | 185144.27914 |
| Biaya Administrasi Umum | 11 | 117578.00 | 252663.00 | 181952.0909 | 47678.41340 |
| Laba bersih | 11 | 283360.00 | 1276793.00 | 803217.4545 | 338941.70133 |

| | | | | | |
|--------------------|----|--|--|--|--|
| Valid N (listwise) | 11 | | | | |
|--------------------|----|--|--|--|--|

Sumber: Output data diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Biaya Produksi memiliki nilai minimum 2444478, nilai maksimum 5567449, nilai rata-rata 3731752.8182 dan standar deviasi 1007061.79932. Hal ini menunjukkan bahwa biaya produksi terendah dari PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company* pada tahun 2013 dan biaya produksi tertinggi pada tahun 2023.
2. Variabel Biaya Pemasaran memiliki nilai minimum 433577, nilai maksimum 982835, nilai rata-rata 733722.6364 dan standar deviasi 185144.27914. Hal ini menunjukkan bahwa biaya pemasaran terendah dari PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company* pada tahun 2013 dan biaya pemasaran tertinggi pada tahun 2023.
3. Variabel Biaya Administrasi memiliki nilai minimum 117578, nilai maksimum 252663, nilai rata-rata 181952.0909 dan standar deviasi 47678.41340. Hal ini menunjukkan bahwa biaya administrasi terendah dari PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company* pada tahun 2013 dan biaya administrasi tertinggi pada tahun 2023.
4. Variabel laba bersih memiliki nilai minimum 283360, nilai maksimum 1276793, nilai rata-rata 803217.4545 dan standar deviasi 338941.70133. Hal ini menunjukkan bahwa laba bersih terendah dari PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company* pada tahun 2014 dan laba bersih tertinggi pada tahun 2021.

4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengajuan regresi berganda terhadap hipotesis penelitian, perlu dilakukan pengkajian terlebih dahulu untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran terhadap asumsi klasik. Hasil pengujian yang baik adalah pengujian yang tidak melanggar asumsi-asumsi klasik yang mendasari model regresi linear berganda. Asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi.

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menentukan apakah data residual dari regresi berdistribusi normal. Hal ini penting karena banyak teknik

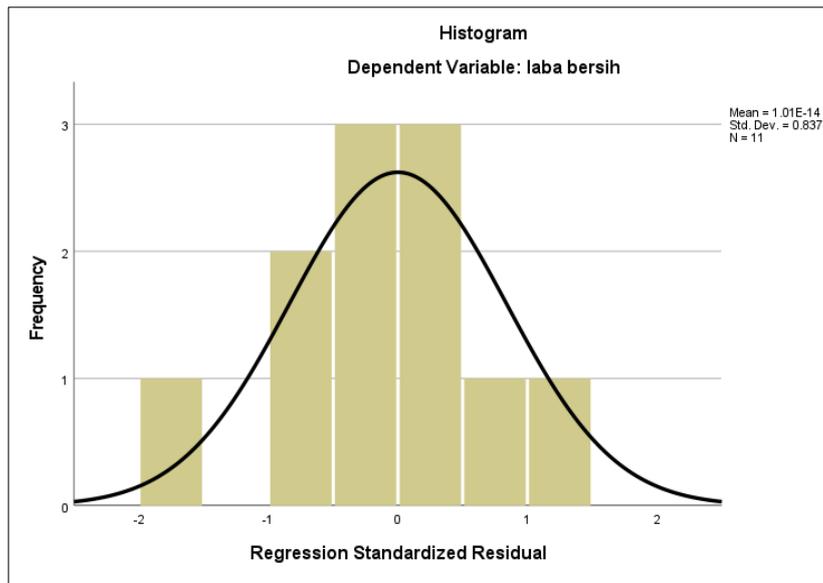
statistik termasuk regresi linear mengasumsikan bahwa residual berdistribusi normal untuk menghasilkan estimasi yang valid dan kesimpulan dapat di percaya. Uji ini dapat dilakukan dengan beberapa pendekatan seperti, pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan menggunakan *kolmogrov-smirnov*. Distribusi data berdistribusi normal yaitu jika nilai signifikan (*Asymp-sig (2-tailed)*) lebih besar dari 0,05 sedangkan distribusi data dikatakan berdistribusi tidak normal jika nilai signifikan (*Asymp-sig (2-tailed)*) lebih kecil dari 0,05 (Qomusuddin dan Siti 2022:37). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *kolmogrov-smirnov*, *P-P plot of regression standardized residual* beserta histogram. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Menggunakan *Kolmogrov-Smirnov*

| One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test | | | |
|--|-------------------------|-------------|-------------------------|
| | | | Unstandardized Residual |
| N | | | 11 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | | .0000000 |
| | Std. Deviation | | .13376757 |
| Most Extreme Differences | Absolute | | .140 |
| | Positive | | .140 |
| | Negative | | -.121 |
| Test Statistic | | | .140 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | | .200 ^d |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e | Sig. | | .790 |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .780 |
| | | Upper Bound | .801 |
| a. Test distribution is Normal. | | | |
| b. Calculated from data. | | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | | |

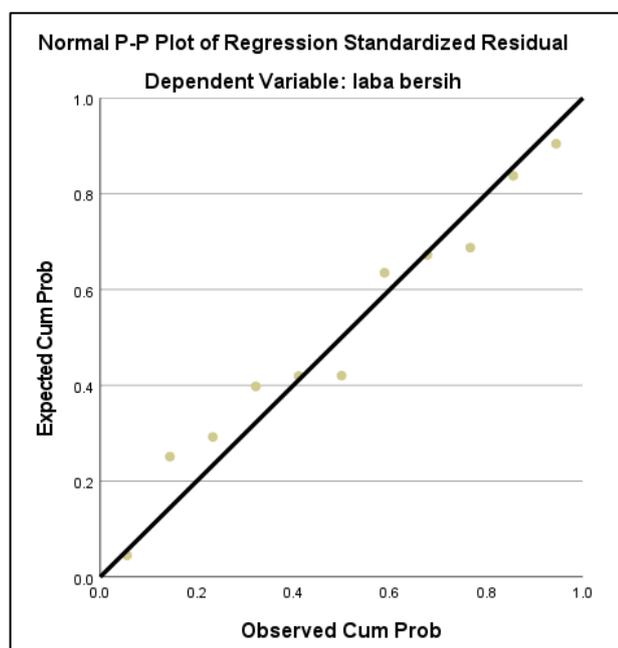
Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *kolmogrov-smirnov* pada tabel diatas terlihat bahwa nilai yang di peroleh *asym. Sig (2-tailed)* > 0.05 yaitu 0,200 yang berarti dapat di katakan data residual berdistribusi normal. Selanjutnya uji normalitas menggunakan pendekatan histogram hasilnya sebagai berikut:



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram
 Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa variabel berdistribusi normal hal ini menunjukkan histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi laba bersih. Selanjutnya dalam penelitian ini hasil uji normalitas menggunakan pendekatan grafik *P-P Plot of regression standardized residual* sebagai berikut:



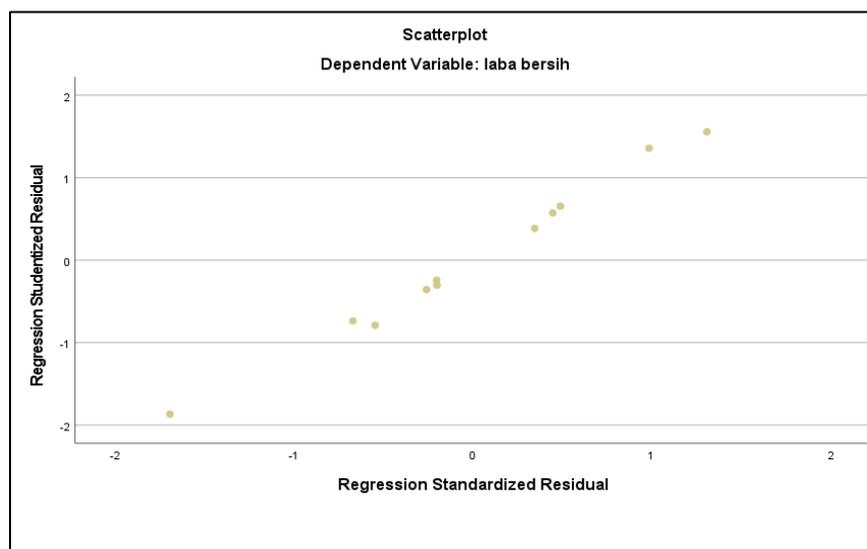
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram *P-P Plot of regression standardized residual*
 Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Jika menggunakan grafik P-P *Plot of regression standardized residual* dapat dilihat penyebaran data residual terhadap garis diagonal pada plot maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, namun ketika titik-titik data residual menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pada gambar diatas menunjukkan hasil bahwa titik-titik data residual tersebar di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis tersebut maka dapat dikatakan bahwa residual menyebar normal atau regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varian residual dari model regresi konstan atau tidak. Adanya problem heteroskedastisitas mengakibatkan estimor tidak efisien dan nilai koefisien akan melambung tinggi. Pendeteksian heteroskedastisitas merupakan pendeteksian hubungan dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplots*. Apabila *scatterplots* titik-titiknya mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang maka terjadi heteroskedastisitas namun apabila pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data ZPRED dan SRESID menyebar di bawah maupun diatas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali 2018:131). Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Pada gambar diatas menunjukkan *scatterplots* memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar

baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan memperdiksi Laba Bersih.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan linear yang kuat antara variabel independent dalam sebuah model regresi. Menurut Ghozali (2018:107) Uji multikolinieritas ini di diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau variabel independen, dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antara variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi. Multikolinieritas dapat diketahui dengan menggunakan uji VIF (*variance inflantion factor*) dan tolerance model regresi. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas yaitu:

1. Batas tolerance adalah 0,10 dan batas VIF adalah 10. Apabila tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 maka menunjukkan terjadinya multikolinieritas.
2. Namun apabila tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 maka menunjukkan tidak terjadinya multikolinieritas.

Berikut hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|--------------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | Biaya Produksi | .278 | 3.597 |
| | Biaya Pemasaran | .472 | 2.118 |
| | Biaya Administrasi | .474 | 2.109 |

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF dan *Tolerance* menunjukan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas dikarenakan Hasil nilai VIF dari biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya administrasi < 10 dan nilai tolerance $> 0,1$. Maka dengan ini menggambarkan bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mendeteksi adanya kolerasi antara residual dalam sebuah model regresi. Autokorelasi menunjukkan adanya ketergantungan antara residual pada berbagai titik waktu yang berdekatan. Hal ini sering kali muncul data *time series* (deret waktu) dapat menyebabkan estimasi yang bias dan tidak efisien. Model regresi yang bebas dari autokorelasi dapat dilakukan sebagai regresi yang bail. Hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini dengan menggunakan uji *run test* sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi

| Runs Test | |
|-------------------------|-------------------------|
| | Unstandardized Residual |
| Test Value ^a | -03212 |
| Cases < Test Value | 5 |
| Cases >= Test Value | 6 |
| Total Cases | 11 |
| Number of Runs | 4 |
| Z | -1254 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .210 |

Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari uji autokorelasi dalam penelitian ini *Asymp. Sig (2-tailed) > 0.05* yaitu 0,210. Data terjadi secara acak maka, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari masalah autokorelasi.

4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk memahami hubungan antara satu variabel independent terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan SPSS (*Statistical Productand Service Solution*). Hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4. Berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -3.667 | 2.853 | | -1.285 | .240 |
| | Biaya Produksi | -.971 | .308 | -.535 | -3.153 | .016 |
| | Biaya Pemasaran | .856 | .528 | .455 | 1.622 | .149 |
| | Biaya Adm Umum | 1.680 | .512 | .911 | 3.279 | .014 |

a. Dependent Variable: laba bersih

Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.9 Dapat diketahui bahwa persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = -3.667 - 971 (X1) + 0.856 (X2) + 1680 (X3) + e$$

Keterangan:

α = Nilai konstanta sebesar -3.667 artinya apabila biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya administrasi umum nilainya 0 maka variabel laba bersih sebesar -3.667

β_1 = Koefisien regresi variabel biaya produksi diperoleh nilai sebesar -0.971 yang berarti variabel biaya produksi berpengaruh negative terhadap laba bersih. Jika variabel biaya produksi mengalami peningkatan satu-satuan maka diasumsikan nilai laba bersih akan menurun sebesar -0.971

β_2 = Koefisien regresi variabel biaya pemasaran diperoleh nilai sebesar 0.856 yang berarti variabel biaya pemasaran berpengaruh negatif terhadap laba bersih. Jika variabel biaya pemasaran mengalami peningkatan satu-satuan maka diasumsikan nilai laba bersih akan meningkat sebesar 0.856

β_3 = Koefisien regresi variabel biaya administrasi umum diperoleh nilai sebesar 1.680 yang berarti variabel biaya administrasi umum berpengaruh positif terhadap laba bersih. Jika variabel biaya pemasaran mengalami peningkatan satu-satuan maka diasumsikan nilai laba bersih akan meningkat sebesar 1.680

4.1.6 Hasil Uji Hipotesis

Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dugaan sementara atas jawaban rumusan masalah yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis dalam penelitian ini antara lain yaitu: Uji T (uji parsial), Uji F (uji simultan) dan Koefisien determinasi (R^2)

1. Hasil Uji T (Uji Parsial)

Uji T Parsial merupakan uji koefisien yang digunakan untuk menguji signifikansi masing masing koefisien regresi secara individual serta untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependen. Hasil Uji T dalam penelitian ini pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji T (Parsial)

| Coefficients ^a | | | |
|------------------------------------|-----------------|--------|------|
| Model | | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | -1.285 | .240 |
| | Biaya Produksi | -3.153 | .016 |
| | Biaya Pemasaran | 1.622 | .149 |
| | Biaya Adm Umum | 3.279 | .014 |
| a. Dependent Variable: laba bersih | | | |

Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas untuk menentukan variabel bebas yang berpengaruh maupun tidak berpengaruh terhadap variabel terikat dapat dilihat dari nilai signifikan 5% ($\alpha = 0.05$) maka dapat di interpretasikan secara parsial hubungan antara variabel biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya administrasi umum dibawah ini:

a. Biaya Produksi

Hasil uji hipotesis biaya produksi, dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0.016 dimana nilai tersebut kurang dari nilai signifikan 0.05 maka dapat disimpulkan secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

b. Biaya Pemasaran

Hasil uji hipotesis biaya Pemasaran, dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0.149 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikan 0.05 maka dapat disimpulkan secara parsial biaya pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

c. Biaya Administrasi umum

Hasil uji hipotesis biaya administrasi umum, dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0.014 dimana nilai tersebut Kurangka dari nilai signifikan 0.05 maka dapat disimpulkan secara parsial biaya administrasi umum berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

2. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F merupakan pengujian hiopotesis untuk mengetahui seluruh variabel independent yang digunakan dalam penelitian memiliki pengaruh secara bersama-

sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F Simultan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 2.408 | 3 | .803 | 31.402 | .000 ^b |
| | Residual | .179 | 7 | .026 | | |
| | Total | 2.587 | 10 | | | |
| a. Dependent Variable: laba bersih | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), adm, x4, pemasaran | | | | | | |

Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil dari nilai signifikansi uji f adalah sebesar 0,000 nilai secara statistika menunjukkan hasil dari signifikan sig = 0.05 artinya nilai signifikan dalam penelitian ini sig = < 0.05 hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independent yang terdiri dari Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi umum bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Laba Bersih pada PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company* Periode 2013-2023.

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ukuran statistika yang menunjukkan seberapa tingkat presntase pengaruh variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Table 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .965 ^a | .931 | .901 | .15988 |
| a. Predictors: (Constant), adm, x4, pemasaran | | | | |
| b. Dependent Variable: laba bersih | | | | |

Sumber: Output SPSS data diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari *model summary* hasil dari angka R *Square* atau koefisien determinasi sebesar 0.931 angka ini mengidentifikasi bahwa variabel independen yaitu Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu Laba Bersih pada PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company* Periode 2013-2023 sebesar 93,1%

sedangkan sisanya sebesar 6,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Biaya Produksi (X1) terhadap Laba Bersih

Hasil pada penelitian ini berdasarkan hasil Uji T biaya produksi mempunyai nilai signifikan sebesar 0,016 yang berarti nilai ini < 0.05 dapat disimpulkan bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh negatif signifikan terhadap laba bersih pada PT *Ultrajaya Milk Industry & Trading Company* Tahun 2013-2023. Berdasarkan analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan, nilai biaya produksi signifikan dan memiliki nilai negatif, yang berarti memiliki arah yang berbanding dengan laba bersih. Apabila biaya produksi mengalami penurunan maka laba bersih meningkat.

Penelitian ini juga sejalan dengan Nuzul (2018) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan negatif terhadap laba bersih. Biaya produksi sebenarnya pengeluaran yang sangat penting dan tidak dapat dihindarkan, akan tetapi dapat diperkirakan dalam menghasilkan barang. Kenaikan biaya produksi sering kali disebabkan oleh fluktuasi harga komoditas bahan baku. Fluktuasi ini bisa disebabkan dengan beberapa faktor seperti perubahan permintaan dan penawaran dipasar, kondisi cuaca yang mempengaruhi hasil pertanian, kebijakan perdagangan, serta faktor-faktor lain yang mempengaruhi ketersediaan dan harga bahan baku. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Noviani dan Hendra (2019) mengemukakan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif signifikan terhadap laba.

Menurut peneliti biaya produksi memiliki pengaruh negatif signifikan biaya terhadap laba bersih karena peningkatan biaya produksi tidak akan meningkatkan laba, melainkan akan menurunkan laba, artinya semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka laba bersih yang dihasilkan akan menurun. Apabila pembelian bahan baku mengalami kenaikan mengakibatkan peningkatan biaya produksi yang kemudian akan mengurangi laba bersih perusahaan, Begitupun sebaliknya pembelian bahan baku yang terlalu murah selain akan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan akan tetapi dapat menimbulkan masalah yang akan mendatang yaitu perusahaan akan kesulitan menetapkan standar pembelian dan penjualannya.

4.2.2 Pengaruh Biaya Pemasaran (X2) terhadap Laba Bersih

Hasil pada penelitian ini berdasarkan hasil Uji T biaya pemasaran mempunyai nilai signifikan sebesar 0,149 yang berarti nilai ini > 0.05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT Ultrajaya Milk Industri Periode Tahun 2013-2023.

Penelitian ini sejalan dengan Noviani dan Hendra (2019) bahwa biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih, biaya promosi yang meningkat dapat menurunkan laba karena biaya pemasaran yang dikeluarkan belum tentu dapat meningkatkan penjualan. Karena biaya promosi atau biaya pemasaran dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, selera konsumen, kemasan yang unik dan menarik serta yang paling utama kualitas produk yang ditawarkan, jika biaya pemasaran yang tinggi namun tidak diiringi dengan penjualan yang meningkat maka laba bersih akan menurun. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatimah (2022) bahwa secara parsial biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Biaya pemasaran merupakan upaya perusahaan untuk memperkenalkan produk agar informasi keunggulan produk tersebut dapat dikenal oleh masyarakat atau untuk meningkatkan penjualan. Pengeluaran biaya iklan, biaya promosi penjualan, biaya hubungan dengan masyarakat serta biaya penjualan personal. Penetapan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan harus dapat mencakupi kegiatan promosi serta mampu mengusahakan terjualnya produk agar memperoleh pendapatan.

Menurut peneliti Biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih karena biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan produk belum tentu meningkatkan atau menghasilkan penjualan sesuai dengan target yang telah ditentukan. Biaya pemasaran merupakan hal penting bagi perusahaan karena dengan adanya promosi produk maka akan tersampaikan kepada masyarakat produk yang dijual, Meskipun biaya pemasaran penting bagi perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, perusahaan harus tetap selektif dalam mengeluarkan biaya pemasaran agar dampaknya benar-benar dapat meningkatkan pendapatan dan tidak menjadi beban yang mengurangi laba bersih.

4.2.3. Pengaruh Biaya Administrasi Umum (X3) terhadap Laba Bersih

Hasil pada penelitian ini berdasarkan hasil Uji T biaya administrasi umum mempunyai nilai signifikan sebesar 0,014 yang berarti nilai ini < 0.05 dapat disimpulkan bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh negative signifikan

terhadap laba bersih pada PT Ultrajaya *Milk Industry & Trading Company* Tahun 2013-2023.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Simanjutak, dkk (2022) maka bisa disimpulkan setiap kenaikan biaya administrasi umum seperti gaji karyawan administrasi, biaya kantor, utilitas dan lain sebagainya yang menyangkut dengan operasional perusahaan yang tidak langsung terkait dengan produksi atau penjualan. maka akan menurunkan laba maka dari itu, biaya administrasi harus dikelola dengan seminimal mungkin agar tidak terjadi pemborosan biaya yang akan berdampak buruk bagi laba perusahaan di masa yang akan datang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Broto, dkk (2018) biaya administrasi umum berpengaruh negatif signifikan terhadap laba.

Menurut peneliti biaya administrasi berpengaruh terhadap laba bersih karena biaya ini mencakup pengeluaran yang berkaitan dengan operasional perusahaan yang tidak langsung terkait dengan produksi atau penjualan, seperti gaji karyawan administrasi, biaya kantor, dan utilitas. Jika biaya administrasi tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat menyebabkan kurangnya efisiensi dalam operasional perusahaan. Pengeluaran yang berlebihan atau tidak terkendali dalam administrasi menandakan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan sumber daya dengan optimal, yang pada akhirnya akan mengurangi profitabilitas. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengelola biaya administrasi secara efektif agar tidak terjadi pemborosan yang dapat berdampak negatif pada profitabilitas di masa mendatang.

4.2.4 Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Administrasi Umum terhadap Laba Bersih

Hasil dari nilai signifikansi biaya produksi terhadap laba bersih adalah 0.000 nilai signifikansi biaya pemasaran terhadap laba bersih adalah 0.000 nilai signifikansi biaya administrasi umum terhadap laba bersih adalah 0.000. Berdasarkan hasil dari uji signifikan simultan atau Uji F diperoleh hasil F hitung 31.402 dan dengan nilai Signifikansi 0.000 dan arah positif. Nilai secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan pada $\alpha = 0.05$ yaitu sebesar 0.000 artinya nilai signifikan pada penelitian ini < 0.05 . Hal ini menunjukkan bahwa model tersebut layak digunakan untuk memprediksi pengaruh biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya administrasi umum terhadap laba bersih. Dengan demikian dapat disimpulkan hasil dari penelitian ini biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya administrasi umum secara bersama-sama

berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk Periode Tahun 2013-2023.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Broto dkk (2018) bahwa biaya produksi (x1) biaya pemasaran (x2) dan biaya administrasi (x3) secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih. Dalam meningkatkan laba maka perusahaan mengendalikan biaya-biaya untuk menjalankan aktivitas perusahaan baik dari biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi umum atau biaya lainnya yang menyangkut dengan operasional perusahaan.

Menurut peneliti biaya produksi, biaya pemasaran, dan administrasi umum berpengaruh secara bersama-sama terhadap laba bersih karena biaya tersebut sangat penting bagi perusahaan, karena ketidakmampuan dalam mengelola biaya-biaya ini dapat berdampak langsung pada penurunan laba. Pembelian bahan baku dengan harga yang terlalu mahal akan meningkatkan biaya produksi dan menekan laba, sedangkan pembelian dengan harga terlalu murah bisa menimbulkan masalah kualitas di masa depan. Demikian pula, pengeluaran biaya pemasaran yang cermat dan efektif dapat mendorong peningkatan penjualan, sehingga berdampak positif pada laba bersih. Oleh karena itu, pengendalian biaya produksi, pemasaran, dan administrasi umum merupakan langkah strategis yang harus dikelola dengan baik agar perusahaan dapat mencapai laba yang optimal dan menjaga keberlanjutan operasionalnya.