

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. Kino Indonesia Tbk

PT Dutalestari Sentratama merupakan sebuah perusahaan distribusi kecil yang didirikan pada tahun 1991, perusahaan inilah yang menjadi awal mula PT Kino Indonesia Tbk (Kino). PT Dutalestari Sentratama memanfaatkan peluang saat itu untuk berkembang dengan mendirikan PT Kino Sentra Industrindo (KSI) pada tahun 1997. PT Kino Sentra Industrindo memproduksi makanan ringan seperti permen, cokelat, dan snack, serta minuman berperisa dalam bentuk serbuk. Produk pertama yang diluncurkan oleh PT Kino Sentra Industrindo adalah "Kino Candy".

Melihat prestasi sebelumnya, Perseroan mendirikan PT Kinocare Era Kosmetindo pada tahun 1999 untuk menjual berbagai produk perawatan tubuh untuk semua usia dan gender. Pada tahun 2014, PT Kinocare Era Kosmetindo berganti nama menjadi PT Kino Indonesia. Produk pertama yang dirilis adalah pembersih muka "Ovale", yang diikuti oleh produk vitamin rambut "Ellips", sabun "Resik-V" khusus untuk daerah kewanitaan, dan parfum gel "Eskulin".

Pada tahun 2003, perusahaan memperluas bisnisnya dengan menyediakan berbagai produk untuk pasar perawatan bayi dan rumah tangga, dengan merek dagang "Sleek Baby". Sekarang, "Sleek Baby" menjadi pemimpin pasar produk pembersih peralatan bayi di Indonesia.

Selama lebih dari 16 tahun, produk "Sleek Baby" terus berkembang dan dibuat dalam berbagai produk perawatan bayi dan rumah tangga. Produk-produk ini termasuk "Sleek Baby Laundry Detergent", "Sleek Baby Antibacterial Diaper Cream", dan "Sleek Baby Bottle, Nipple, and Accessories Cleanser".

Pada 2011, Perseroan mendapatkan lisensi dari Wen Ken Drug Co Pte Ltd, Singapura untuk memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk larutan penyegar "Cap Kaki Tiga". Lisensi ini melengkapi portofolio Kino di bidang minuman. Sebelumnya, Kino memproduksi minuman energi "Panther" dan asian healthy drinks "Cap Panda".

Inovasi atas produk minuman terus dilakukan dengan meluncurkan produk larutan penyegar "Cap Kaki Tiga" dalam beberapa varian rasa pada 2016. Kerja sama Perseroan dengan Wen Ken Drug Co Pte Ltd pun semakin erat yang ditandai dengan adanya perjanjian lisensi untuk memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk "Larutan Sejuk Segar" pada 2017.

Selain itu, perusahaan bekerja sama dengan Grup Malee, salah satu perusahaan minuman terbesar di Thailand, dan mendirikan PT Kino Malee Indonesia dan Malee Kino (Thailand) Co Ltd. pada 2019. Dalam industri farmasi, perusahaan mengembangkan produk jamu dengan merek "Dua Putri Dewi" setelah mengakuisisi merek tersebut dari PT Surya Herbal pada 2016. Merek ini juga akan digunakan untuk berbagai produk jamu lainnya di masa mendatang.

Kemudian, perusahaan telah meluncurkan produk "Lola Remedios", yang saat ini didistribusikan dan dijual di Filipina. Selain itu, perusahaan menggunakan merek "Cap Kaki Tiga" untuk membuat obat batuk herbal, balsam, obat sakit kepala, dan obat kurap.

Kini kino telah berkembang menjadi perusahaan yang mapan dan terkenal selama hampir tiga puluh tahun. Kino terus bersaing di dalam negeri selain itu kino juga melakukan pengembangan bisnis untuk merambah ke kawasan Asia dengan membuka kantor cabang di Filipina, Malaysia, Vietnam, Kamboja, India, China, dan Jepang.

Dengan meningkatnya permintaan pasar global, kualitas produk Kino telah memenuhi standar internasional. Meskipun berkembang sangat pesat, perusahaan tidak berpuas diri dan sadar bahwa perusahaan harus tetap sukses dan berprestasi. Kino saat ini memiliki lebih dari 30 merek, dengan beberapa di antaranya menjadi merek pilihan utama pelanggan.

Produk Kino kini dapat dibeli di banyak distributor besar seperti, hypermarket, supermarket, minimarket, toko kecantikan, dan pasar tradisional. Kino terus berinovasi untuk menjadi pemimpin dalam industri kebutuhan konsumen dengan slogan "Innovate Today, Creating Tomorrow."⁷⁹

2. Lokasi Perusahaan

Alam Sutera, Jl. Jalur Sutera Boulevard No.1, RT.002/RW.006, Panunggan Tim., Kec. Pinang, Kota Tangerang, Banten 15143.

⁷⁹ Dalam <https://kino.co.id/company/profile-of-kino>, diakses 15 Januari 2024

3. Visi, Misi, dan Budaya

a. Visi

Menjadi perusahaan ternama di Indonesia yang berlandaskan ide dan inovasi dan terus bergerak untuk menjadi perusahaan yang mendunia tanpa meninggalkan nilai-nilai lokal.

b. Misi

Memperluas pasar melalui pengembangan produk yang didorong oleh semangat untuk berinovasi.

c. Budaya

Budaya perusahaan merupakan manifestasi dari nilai-nilai perusahaan yang menjadi landasan pelaksanaan kegiatan usaha dan menjadi panduan bagi setiap anggota Perseroan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Budaya perusahaan yang dimiliki Perseroan meliputi:

1) *We Lead Through Innovation*

Dengan menjadi berbeda, kreatif dan secara konsisten memperbaiki diri.

2) *We Succeed as A Team*

Dengan kolaborasi, tekun dalam bekerja, fokus pada data yang tepat serta menjadi pemimpin yang baik.

3) *We Are Agile*

Berani membuat keputusan yang cepat dan tepat, selalu berpikiran terbuka, selalu mau belajar dan beradaptasi, serta berani mengambil resiko.

4) *We Are Passionate About Our Customer*

Dengan memahami dan mendampingi mereka dengan sepenuh hati.

5) *We Are Committed to Our Work*

Dengan prioritas pada bisnis, bertanggung jawab, tulus, dan terbuka, serta menerima setiap keberagaman dalam perusahaan.

4. Produk-Produk PT. Kino Indonesia Tbk

PT. Kino Indonesia memiliki berbagai macam produk yang terbagi dalam beberapa kategori yaitu sebagai berikut:

a. Perawatan Rambut

Vitamin rambut ellips, masker rambut, shampo, samantha, *milkshake conditioner*, vitamin rambut sasha, sasha vitamin rambut dengan habbatussauda, pewarna dan pemutihan rambut, *hair creambath*.

b. Perawatan Rongga Mulut

Pasta gigi halal sasha, pasta gigi pemutih alami click.

c. Perawatan Kulit & Kosmetik

Cleanser, masker wajah, *face paper & essential vitamin*, lulur bali & *olive oil*, obat jerawat ristra, riasan mata.

d. Perawatan Bayi

Pemberish botol, minyak telon, *laundry detergent & travel wash*,
antibacterial diaper cream.

e. Perawatan Anak

Pembersih rambut & tubuh, sabun mandi anak, shampo dan kondisioner, *hair lotion*, pasta gigi, *styling gel*, parfum anak, bedak, *hand sanitizer*.

f. Parfum

Parfum wanita, *eau de parfume*, *men cologne*, *teens personal care*.

g. Camilan & Permen

Kino nastar, snack it homemade, kino candy chewey, chew chew ball, kino candy oplozz, permen frenta.

h. Minuman

Minuman obat, minuman obat anak, minuman sehat, *energy drink*, *powder drink*, jus, air kelapa, buah-buahan kaleng.

i. Kesehatan

Obat-obatan, *heat pad*.

j. Kebersihan

Sabun cuci tangan, *hand sanitizer*.

k. Pengharum Ruangan

Evergreen Aroma Sensation

l. Pembersih Kewanitaan

Resik V, absolute.

B. Analisis Deskripsi Data

1. Analisis Biaya Promosi

Tabel 4.1
Biaya Promosi Triwulan Tahun 2016-2023
PT. Kino Indonesia Tbk.

| Tahun | Biaya Promosi | |
|-------|---------------|-----------------|
| | Kuartal | Jumlah |
| 2016 | 1 | 121.318.885.431 |
| | 2 | 278.883.044.987 |
| | 3 | 417.799.939.502 |
| | 4 | 587.367.111.024 |
| 2017 | 1 | 126.844.520.364 |
| | 2 | 269.964.766.382 |
| | 3 | 456.381.848.217 |
| | 4 | 617.739.047.245 |
| 2018 | 1 | 184.998.757.847 |
| | 2 | 366.059.469.667 |
| | 3 | 551.649.080.453 |
| | 4 | 751.120.415.167 |
| 2019 | 1 | 193.189.440.310 |
| | 2 | 430.361.697.961 |
| | 3 | 703.157.643.376 |
| | 4 | 902.940.923.418 |
| 2020 | 1 | 224.725.374.390 |
| | 2 | 410.400.545.132 |
| | 3 | 555.130.718.825 |
| | 4 | 673.273.063.935 |
| 2021 | 1 | 200.496.766.369 |
| | 2 | 392.679.159.807 |
| | 3 | 617.218.141.082 |
| | 4 | 751.823.807.241 |
| 2022 | 1 | 178.983.721.396 |
| | 2 | 251.812.629.043 |
| | 3 | 537.172.804.920 |
| | 4 | 851.782.211.180 |
| 2023 | 1 | 175.479.972.094 |
| | 2 | 310.166.061.873 |
| | 3 | 483.181.709.657 |
| | 4 | 747.306.501.066 |

Berdasarkan tabel 4.1 didapati bahwa PT. Kino Indonesia Tbk memiliki pengeluaran terbesar untuk biaya promosi sebesar Rp.902.940.923.418 pada triwulan ke 4 tahun 2019. Sedangkan pengeluaran perusahaan terendah berada pada triwulan pertama tahun 2016 dengan jumlah pengeluaran sebesar Rp.121.318.885.431.

Tabel 4.1 memberikan informasi mengenai pengeluaran perusahaan untuk biaya promosi. Dapat dilihat biaya promosi dari tahun 2016 ke tahun 2017 terdapat kenaikan biaya sebesar Rp.5.525.634.933 pada triwulan pertamanya. Namun, pada triwulan kedua untuk pengeluaran biaya ini mengalami penurunan senilai Rp.8.918.278.605. pada triwulan ketiga terdapat kenaikan pengeluaran sejumlah Rp.38.581.908.715. hal yang sama terjadi pada triwulan ke empat dengan jumlah Rp.30.371.936.221.

Dari tahun 2017 ke tahun 2018 menunjukkan adanya kenaikan yang signifikan untuk pengeluaran biaya promosi. Di triwulan pertama pengeluaran untuk biaya ini mengalami peningkatan sebesar Rp.58.154.237.483. pada triwulan kedua sebesar Rp.96.094.703.285. pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan namun dengan jumlah dibawah triwulan kedua Rp.95.267.232.236. Serta kenaikan pada triwulan ke empat dengan jumlah Rp.133.381.367.922.

Dari tahun 2018 ke tahun 2019 menunjukkan terdapat kenaikan yang signifikan dari bulan ke bulan. Pada triwulan pertama ini mengalami peningkatan sebesar Rp.8.190.682.463. Rp.64.302.228.294 untuk kenaikan pada triwulan kedua. Pada triwulan ketiga ini pengeluaran untuk

biaya promosi meningkat tajam dengan jumlah Rp.151.508.562.923. peningkatan di triwulan ke empat sejumlah Rp.151.820.508.251.

Dari tahun 2019 ke tahun 2020 dapat dilihat adanya kenaikan pada triwulan pertama sejumlah Rp.31.535.934.080. Namun pada triwulan kedua hingga triwulan ke empat mengalami penurunan. Penurunan pada triwulan kedua sebesar Rp.19.961.152.829. Pengurangan pengeluaran di triwulan ketiga sebesar Rp.148.026.924.551. Penurunan terbanyak tahun ini berada di triwulan ke empat dengan jumlah penurunan sebesar Rp.229.667.859.483.

Dari tahun 2020 ke tahun 2021 menunjukkan adanya penurunan untuk biaya promosi. Pada triwulan pertama menurun sebesar Rp.24.228.608.021. Diikuti dengan penurunan pengeluaran perusahaan untuk biaya promosi sejumlah Rp.17.721.385.325. Peningkatan terlihat pada triwulan ketiga sebesar Rp.62.087.422.257. Hal yang sama juga terjadi pada triwulan ke empat dengan peningkatan sejumlah Rp.78.550.743.306.

Dari tahun 2021 ke tahun 2022 pada triwulan pertama mengalami penurunan pengeluaran sebesar Rp.21.513.044.973. Pada triwulan kedua terdapat penurunan sejumlah Rp.140.866.530.764. Hal ini terjadi juga pada triwulan ketiga dengan jumlah penurunan sebesar Rp.80.045.336.162. Berbeda dengan yang sebelumnya pada triwulan ke empat ini perusahaan mengalami peningkatan untuk biaya promosi sejumlah Rp.99.958.403.939.

Dari tahun 2022 ke tahun 2023 menunjukkan bahwa pada triwulan pertama mengalami penurunan sebesar Rp.3.503.749.302. Pada triwulan kedua perusahaan mengalami peningkatan untuk biaya promosi sejumlah Rp.58.353.432.830. Pada triwulan ketiga perusahaan kembali mengalami penurunan sejumlah Rp.53.991.095.263. Hal yang sama terjadi pada triwulan keempat dengan penurunan sejumlah Rp.104.475.710.114.

2. Analisis Biaya Produksi

Tabel 4.2
Biaya Produksi Triwulan Tahun 2016-2023
PT. Kino Indonesia Tbk

| Tahun | Biaya Produksi | |
|-------|----------------|-------------------|
| | Kuartal | Jumlah |
| 2016 | 1 | 378.809.097.941 |
| | 2 | 813.584.146.660 |
| | 3 | 1.161.288.897.344 |
| | 4 | 1.480.562.443.065 |
| 2017 | 1 | 317.931.842.468 |
| | 2 | 599.163.496.408 |
| | 3 | 968.591.713.759 |
| | 4 | 1.336.438.463.322 |
| 2018 | 1 | 383.468.318.464 |
| | 2 | 763.721.768.786 |
| | 3 | 1.242.007.619.104 |
| | 4 | 1.746.823.413.773 |
| 2019 | 1 | 552.279.183.267 |
| | 2 | 1.180.465.845.619 |
| | 3 | 1.834.396.925.027 |
| | 4 | 2.377.578.995.691 |
| 2020 | 1 | 539.068.487.247 |
| | 2 | 1.173.851.074.407 |
| | 3 | 1.696.163.053.320 |
| | 4 | 406.691.329.595 |
| 2021 | 1 | 491.995.493.784 |
| | 2 | 956.652.509.933 |
| | 3 | 1.484.275.705.413 |
| | 4 | 426.951.008.627 |
| 2022 | 1 | 655.916.022.656 |
| | 2 | 1.194.366.603.049 |
| | 3 | 1.750.688.129.005 |
| | 4 | 491.788.733.647 |
| 2023 | 1 | 589.923.414.182 |
| | 2 | 1.059.695.213.612 |
| | 3 | 1.609.759.616.586 |
| | 4 | 470.970.076.389 |

Berdasarkan tabel 4.2 didapati bahwa PT. Kino Indonesia Tbk memiliki pengeluaran terbesar untuk biaya produksi sejumlah Rp.2.377.578.995.691 pada triwulan ke empat tahun 2019. Sedangkan pengeluaran perusahaan terendah berada pada triwulan pertama tahun 2017 dengan jumlah Rp. 317.931.842.468.

Tabel 4.2 memberikan informasi mengenai pengeluaran perusahaan untuk biaya produksi. Didapati biaya produksi dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami penurunan sebesar Rp.60.877.255.473 pada triwulan pertama. Triwulan kedua pengeluaran perusahaan untuk biaya produksi menurun sejumlah Rp.214.420.650.252. Pada triwulan ketiga menurun sebesar Rp.192.697.183.585. Sama dengan triwulan-triwulan yang sebelumnya pada triwulan ke empat juga mengalami penurunan dengan jumlah Rp.144.123.979.743.

Dari tahun 2017 ke tahun 2018 menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan. Pada triwulan pertama dapat dilihat biaya produksi meningkat sebesar Rp.65.536.475.996. Biaya produksi meningkat pada triwulan kedua dengan jumlah Rp.164.558.272.378. Meningkat lagi pada triwulan ketiga sebesar Rp.273.415.905.345. Peningkatan terbanyak berada pada triwulan ke empat dengan jumlah Rp.410.384.950.451.

Dari tahun 2018 ke tahun 2019 dapat dilihat adanya kenaikan untuk biaya produksi pada triwulan pertama dengan jumlah Rp.168.810.864.803. Pada triwulan kedua meningkat sebesar Rp.416.744.076.833. Terdapat

peningkatan pengeluaran di triwulan ketiga sejumlah Rp.592.389.305.923. Hal yang sama juga terjadi di triwulan ke empat sebesar Rp.630.755.581.918.

Dari tahun 2019 ke tahun 2020 didapati biaya produksi mengalami penurunan sebesar Rp.13.210.696.020 pada triwulan pertama. Triwulan kedua pengeluaran perusahaan menurun sejumlah Rp.6.614.771.212. Pada triwulan ketiga menurun sebesar Rp.138.233.871.707. Sama dengan triwulan-triwulan yang sebelumnya pada triwulan ke empat juga mengalami penurunan dengan jumlah Rp.1.970.887.666.096.

Dari tahun 2020 ke tahun 2021 menunjukkan bahwa terdapat penurunan pengeluaran sejumlah Rp.47.072.993.463 pada triwulan pertama. Hal serupa terjadi pada triwulan kedua dengan jumlah penurunan sebanyak Rp.217.198.564.474. Sedangkan penurunan untuk triwulan ketiga sebesar Rp.211.887.347.907. Lain halnya dari triwulan yang sebelumnya pada triwulan terakhir ini perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp.20.259.679.032.

Dari tahun 2021 ke tahun 2022 dapat dilihat adanya kenaikan untuk biaya produksi pada triwulan pertama dengan jumlah Rp.163.920.528.872. Pada triwulan kedua meningkat sebesar Rp.237.714.093.116. Terdapat peningkatan pengeluaran di triwulan ketiga sejumlah Rp.266.412.423.592. Hal yang sama juga terjadi di triwulan ke empat dengan jumlah peningkatan sebesar Rp.64.837.725.020.

Dari tahun 2022 ke tahun 2023 menunjukkan bahwa terdapat penurunan pada triwulan pertama sebesar Rp.65.992.608.474. Hal yang sama terjadi di triwulan kedua yang mana perusahaan mengalami penurunan pengeluaran untuk biaya produksi sejumlah Rp.134.671.389.437. Penurunan terjadi di triwulan ketiga dengan jumlah Rp.140.928.512.419. Pada triwulan keempat biaya produksi menurun sebesar Rp.20.818.657.258.

3. Beban Administrasi Umum

Tabel 4.3

Beban Administrasi Umum Triwulan Tahun 2016-2023

PT. Kino Indonesia Tbk

| Tahun | Beban Administrasi Umum | |
|-------|-------------------------|-----------------|
| | Kuartal | Jumlah |
| 2016 | 1 | 61.351.254.953 |
| | 2 | 128.387.201.920 |
| | 3 | 190.463.737.388 |
| | 4 | 262.688.410.318 |
| 2017 | 1 | 68.539.211.388 |
| | 2 | 128.047.474.011 |
| | 3 | 197.377.528.271 |
| | 4 | 248.588.074.076 |
| 2018 | 1 | 64.400.261.340 |
| | 2 | 126.422.919.192 |
| | 3 | 195.924.571.569 |
| | 4 | 274.289.506.550 |
| 2019 | 1 | 76.813.342.069 |
| | 2 | 168.071.595.421 |
| | 3 | 247.369.062.170 |
| | 4 | 302.639.425.519 |
| 2020 | 1 | 90.923.292.541 |
| | 2 | 191.820.814.902 |
| | 3 | 288.385.100.205 |
| | 4 | 496.780.119.957 |
| 2021 | 1 | 108.912.530.575 |
| | 2 | 210.700.671.089 |
| | 3 | 302.918.484.481 |
| | 4 | 417.773.585.118 |
| 2022 | 1 | 79.125.458.786 |
| | 2 | 162.962.859.478 |
| | 3 | 291.695.399.773 |
| | 4 | 696.597.347.630 |
| 2023 | 1 | 77.953.223.030 |
| | 2 | 147.121.923.054 |
| | 3 | 241.332.822.048 |
| | 4 | 339.156.431.504 |

Berdasarkan tabel 4.3 didapati bahwa PT. Kino Indonesia Tbk memiliki pengeluaran terbesar untuk beban administrasi umum sebesar Rp.696.597.347.630 pada triwulan ke empat tahun 2022. Sedangkan pengeluaran terendah perusahaan berada di triwulan pertama tahun 2016 dengan jumlah Rp.61.351.254.953.

Tabel 4.3 memberikan informasi mengenai pengeluaran perusahaan untuk beban administrasi umum. Dapat dilihat beban administrasi umum dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar Rp. 7.187.956.435 pada triwulan pertama. Namun pada triwulan kedua mengalami penurunan sejumlah Rp.339.727.909. Pada triwulan ketiga terlihat ada peningkatan kembali sebesar Rp. 6.913.790.883. Penurunan kembali terjadi di triwulan ke empat sejumlah Rp.14.100.336.242.

Dari tahun 2017 ke tahun 2018 didapati bahwa pada triwulan pertama terdapat penurunan sejumlah Rp.4.138.950.048. Hal yang sama terjadi di triwulan kedua dengan jumlah penurunan Rp.1.624.554.819. Sedangkan penurunan untuk triwulan ketiga sebesar Rp.1.452.956.702. Berbeda dengan triwulan sebelumnya triwulan ke empat mengalami peningkatan sejumlah Rp. 25.701.432.474.

Dari tahun 2018 ke tahun 2019 menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan. Pada triwulan pertama dapat dilihat beban administrasi umum meningkat sebesar Rp. 12.413.080.729. Beban administrasi umum mengalami peningkatan pada triwulan kedua dengan

jumlah Rp. 41.648.676.229. Meningkat lagi pada triwulan ketiga sebesar Rp. 51.444.490.601. Peningkatan pada triwulan ke empat dengan jumlah Rp. 28.349.918.969.

Dari tahun 2019 ke tahun 2020 dapat dilihat adanya kenaikan untuk beban administrasi umum pada triwulan pertama dengan jumlah Rp. 14.109.950.472. Pada triwulan kedua meningkat sebesar Rp. 23.749.219.481. Terdapat peningkatan pengeluaran di triwulan ketiga sejumlah Rp. 41.016.038.035. Hal yang sama juga terjadi di triwulan ke empat dengan jumlah peningkatan sebesar Rp. 194.140.694.438.

Dari tahun 2020 ke tahun 2021 didapati bahwa terdapat peningkatan pada triwulan pertama sebesar Rp. 17.989.238.034. Beban administrasi umum kembali meningkat di triwulan kedua dengan jumlah Rp. 18.879.856.187. Mengikuti dari triwulan sebelumnya pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar Rp. 14.533.384.276. Namun pada triwulan terakhir ini perusahaan justru mendapati penurunan sejumlah Rp.79.006.534.839.

Dari tahun 2021 ke tahun 2022 menunjukkan adanya penurunan pada triwulan pertama sejumlah Rp.29.787.071.789. Hal serupa terjadi pada triwulan kedua dengan jumlah penurunan sebanyak Rp.47.737.811.611. Sedangkan penurunan untuk triwulan ketiga sebesar Rp.11.223.084.708. Lain halnya dari triwulan yang sebelumnya pada triwulan terakhir ini perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp. 278.823.762.512.

Dari tahun 2022 ke tahun 2023 menunjukkan bahwa terdapat penurunan pada triwulan pertama sebesar Rp.1.172.235.756. Hal yang sama terjadi di triwulan kedua yang mana perusahaan mengalami penurunan pengeluaran untuk beban administrasi umum sejumlah Rp.15.840.936.424. Penurunan pada triwulan ketiga sebesar Rp.50.362.577.725. Pada triwulan keempat kembali menurun sebesar Rp.357.440.916.126.

4. Laba Perusahaan

Tabel 4.4
Laba Perusahaan Triwulan Tahun 2016-2023
PT. Kino Indonesia Tbk

| Tahun | Laba | |
|-------|---------|-------------------|
| | Kuartal | Jumlah |
| 2016 | 1 | 71.709.291.220 |
| | 2 | 183.718.308.382 |
| | 3 | 184.654.791.045 |
| | 4 | 181.110.153.810 |
| 2017 | 1 | 3.607.321.217 |
| | 2 | 22.731.712.856 |
| | 3 | 69.294.347.154 |
| | 4 | 109.696.001.798 |
| 2018 | 1 | 31.693.890.983 |
| | 2 | 71.317.638.235 |
| | 3 | 105.297.041.668 |
| | 4 | 150.116.045.042 |
| 2019 | 1 | 303.978.018.496 |
| | 2 | 360.969.656.580 |
| | 3 | 441.745.465.434 |
| | 4 | 515.603.339.649 |
| 2020 | 1 | 57.951.403.249 |
| | 2 | 117.712.611.350 |
| | 3 | 160.764.630.573 |
| | 4 | 113.665.219.638 |
| 2021 | 1 | 17.018.742.717 |
| | 2 | 38.626.234.573 |
| | 3 | 81.835.612.689 |
| | 4 | 100.649.538.230 |
| 2022 | 1 | 45.372.098.149 |
| | 2 | 45.899.361.388 |
| | 3 | (243.306.830.963) |
| | 4 | (950.288.973.938) |
| 2023 | 1 | 17.242.517.642 |
| | 2 | 32.538.622.370 |
| | 3 | 65.260.945.998 |
| | 4 | 77.243.694.579 |

Berdasarkan tabel 4.4 didapati bahwa PT. Kino Indonesia Tbk memiliki laba terbesar sejumlah Rp.515.603.339.649 pada triwulan ke empat tahun 2019. Sedangkan perolehan laba terendah perusahaan berada di triwulan pertama tahun 2017 dengan jumlah Rp.3.607.321.217.

Tabel 4.4 memberikan informasi mengenai perolehan laba perusahaan. didapati dari tahun 2016 ke tahun 2017 perolehan laba perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp.68.101.970.003 pada triwulan pertama. Triwulan kedua laba perusahaan menurun sejumlah Rp.160.986.595.526. Pada triwulan ketiga menurun sebesar Rp.115.360.443.891. Sama dengan triwulan-triwulan yang sebelumnya pada triwulan ke empat juga mengalami penurunan dengan jumlah Rp.71.414.152.012.

Dari tahun 2017 ke tahun 2018 dapat dilihat adanya kenaikan laba perusahaan pada triwulan pertama dengan jumlah Rp.28.086.569.766. Pada triwulan kedua meningkat sebesar Rp.48.585.925.379. Terdapat peningkatan kembali di triwulan ketiga sejumlah Rp.36.002.694.514. Hal yang sama juga terjadi di triwulan ke empat dengan jumlah peningkatan sebesar Rp.40.420.043.244.

Dari tahun 2018 ke tahun 2019 menunjukkan terdapat peningkatan perolehan laba sebesar Rp.272.284.127.513 pada triwulan pertama. Pada triwulan kedua meningkat sebesar Rp.289.652.018.345. Terdapat peningkatan kembali di triwulan ketiga sejumlah Rp.336.448.423.766. Hal yang sama juga terjadi di triwulan ke empat dengan jumlah peningkatan sebesar Rp. 365.487.294.607.

Dari tahun 2019 ke tahun 2020 menunjukkan adanya penurunan laba pada triwulan pertama sejumlah Rp.246.026.615.247. Hal serupa terjadi pada triwulan kedua dengan jumlah penurunan sebanyak Rp.243.257.045.230. Sedangkan penurunan untuk triwulan ketiga sebesar Rp.280.980.834.861. Penurunan perolehan laba perusahaan pada triwulan keempat sejumlah Rp.401.938.120.011.

Dari tahun 2020 ke tahun 2021 perolehan perusahaan mengenai laba mengalami penurunan dengan jumlah Rp.40.932.660.532 pada triwulan pertama. Perolehan kembali menurun di triwulan kedua sejumlah Rp.79.086.376.777. Sejalan dengan kuartal sebelumnya di triwulan ketiga perolehan menurun sebesar Rp.78.929.017.884. Pada triwulan keempat penurunan laba sejumlah Rp.13.015.681.408.

Dari tahun 2021 ke tahun 2022 didapati bahwa terdapat peningkatan laba pada triwulan pertama sebesar Rp 28.353.355.432. Perolehan laba kembali meningkat di triwulan kedua dengan jumlah Rp.7.273.126.815. Namun pada triwulan ketiga perusahaan mengalami penurunan laba sejumlah Rp.325.142.443.652. Pada triwulan selanjutnya perolehan laba kembali menurun sebesar Rp.1.050.938.512.168.

Dari tahun 2022 ke tahun 2023 menunjukkan bahwa terdapat penurunan pada triwulan pertama sebesar Rp.28.129.580.507. Hal yang sama terjadi di triwulan kedua yang mana perusahaan mengalami penurunan perolehan laba sejumlah Rp.13.360.739.018. Namun pada triwulan ketiga ini perusahaan mengalami peningkatan laba sebesar Rp.65.260.945.998. Hal

yang sama terjadi pada kuartal keempat dengan jumlah peningkatan sebesar Rp.1.027.532.668.517.

C. Pengujian Data

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | |
|-------------------------|-------|
| Unstandardized Residual | Sign |
| Regresi | 0,269 |

Sumber: *Output* SPSS 20, data sekunder diolah 2024

Adapun berdasarkan tabel diatas, hasil dari metode kolmogorov smirnov dalam penelitian ini diketahui nilai signifikansi 0,269 lebih besar dari 0,05 ($0,269 > 0,05$) dengan demikian membuktikan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Asumsi Klasik

b. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi tentang multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas lainnya.

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

| Variabel | Tolerance | VIF |
|-------------------------|-----------|-------|
| Biaya Promosi | 0,135 | 7,394 |
| Biaya Produksi | 0,468 | 2,136 |
| Beban Administrasi Umum | 0,180 | 5,542 |

Sumber: *Output* SPSS 20, data diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil dari uji multikolinearitas menunjukkan bahwa ditemukan variabel independent atau variabel bebas yang memiliki *tolerance* lebih 0,10. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ditemukan variabel independen yang memiliki nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah 7,394 (variabel biaya promosi), 2,136 (variabel biaya produksi), 5,542 (variabel beban administrasi umum).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan.

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

| Variabel | Sign |
|-------------------------|-------|
| Biaya Promosi | 0,155 |
| Biaya Produksi | 0,728 |
| Beban Administrasi Umum | 0,199 |

Sumber: *Output* SPSS 20, data sekunder diolah 2024.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi dari setiap variabel independen melebihi absolute 0,05. Dimana pada tabel diatas menunjukkan variabel biaya promosi (X_1) memiliki nilai signifikansi 0,155 lebih dari 0,05 ($0,155 > 0,05$), nilai signifikansi variabel biaya produksi (X_2) adalah 0,728 lebih dari 0,05 ($0,728 > 0,05$) dan nilai signifikansi variabel beban administrasi umum (X_3) adalah 0,199 lebih dari 0,05 ($0,199 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah terjadi korelasi antara periode t dengan periode sebelumnya (t-1).

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary

| Model | <i>Durbin-Watson</i> |
|---------|----------------------|
| Regresi | 0,959 |

Sumber: *Output SPSS 20*, data sekunder diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji autokorelasi dapat diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* pada *Model Summary* menunjukkan hasil 0,959 dengan demikian nilai *Durbin-Watson* tersebut berada pada interval -2 sampai dengan +2 ($-2 < 0,959 < +2$) maka dari itu penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna sebagai alat analisis peramalan nilai pengaruh antara dua variabel atau lebih (X) terhadap satu variabel

terikat (Y) untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau klausul antara dua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

Tabel 4.9
Uji Regresi Berganda
Coefficients

| Variabel | Unstandardized Coefficients |
|-------------------------|-----------------------------|
| | B |
| (Constant) | -7823462620,255 |
| Biaya Promosi | 0,546 |
| Biaya Produksi | 0,041 |
| Beban Administrasi Umum | -0,740 |

Sumber: *Output* SPSS 20, data sekunder diolah 2024

Persamaan regresi yang digunakan adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$\text{Laba} = -7823462620,255 + 0,546 (\text{Biaya Promosi}) + 0,041 (\text{Biaya Produksi}) - 0,740 (\text{Beban Administrasi Umum})$$

Keterangan:

- a. Konstanta sebesar -7823462620,255 menyatakan bahwa jika variabel biaya promosi, biaya produksi, dan beban administrasi umum dalam keadaan konstan (tetap) maka laba sebesar -7823462620,255.
- b. Koefisien regresi X1 sebesar 0,546 menyatakan bahwa setiap biaya promosi meningkat Rp.1, maka akan meningkatkan laba sebesar Rp. 0,546. Dan sebaliknya, jika biaya promosi menurun Rp.1, maka akan menurunkan laba sebesar Rp. 0,546 dengan asumsi nilai koefisien regresi variabel lain konstan atau tetap.

- c. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,041 menyatakan bahwa setiap biaya produksi meningkat Rp.1, maka akan meningkatkan laba sebesar Rp. 0,041. Dan sebaliknya, jika biaya produksi menurun Rp.1, maka akan menurunkan laba sebesar Rp. 0,041 dengan asumsi nilai koefisien regresi variabel lain konstan atau tetap.
- d. Koefisien regresi X_3 sebesar -0,740 menyatakan bahwa setiap beban administrasi umum meningkat Rp.1, maka akan menurunkan laba sebesar Rp. 0,740. Dan sebaliknya, jika beban administrasi umum menurun Rp.1, maka laba akan meningkat sebesar Rp. 0,740 dengan asumsi nilai koefisien regresi variabel lain konstan atau tetap.
- e. Tanda + menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda - menunjukkan arah yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Statistik T

Uji T digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial atau secara individu antara X_1 (Biaya Promosi), X_2 (Biaya Produksi), X_3 (Beban Administrasi Umum) terhadap Y (Laba) dengan pengambilan keputusan dengan dua cara sebagai berikut:

Cara 1: Jika $\text{sig} > 0,05$ maka hipotesis tidak teruji.

Jika $\text{sig} < 0,05$ maka hipotesis teruji.

Cara 2 : Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka hipotesis tidak teruji

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka hipotesis teruji

Tabel 4.10
Hasil Uji Statistik T
Coefficients

| Variabel | Unstandardized Coefficients | T | Sign |
|-------------------------|-----------------------------|--------|-------|
| Biaya Promosi | 0,546 | 2,550 | 0,017 |
| Biaya Produksi | 0,041 | 0,835 | 0,411 |
| Beban Administrasi Umum | -0,740 | -2,419 | 0,022 |

Sumber: *Output SPSS 20*, data sekunder diolah 2024

1) Variabel Biaya Promosi

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi untuk variabel biaya promosi sebesar 0,017 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) maka $0,017 < 0,05$ yang menunjukkan adanya pengaruh. Nilai *Unstandardized Coefficients* B 0,546 yang menunjukkan positif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel biaya promosi (X_1) berpengaruh terhadap perolehan laba pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2016-2023.

Jika dengan cara kedua, dalam tabel Coefficients diperoleh nilai t hitung sebesar 2,550 dan t tabel sebesar 2,048 (diperoleh dengan cara mencari t tabel = $\alpha/2$; $n-k-1 = 0,025$; 28), t hitung > t tabel. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama H_0 dan H_1 diterima yang menggambarkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2016-2023.

2) Variabel Biaya Produksi

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi untuk variabel biaya produksi sebesar 0,900 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) maka $0,411 > 0,05$ yang menunjukkan tidak ada pengaruh. Dengan nilai *Unstandardized Coefficients* B 0,041 yang menunjukkan positif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel biaya produksi (X_2) tidak memiliki pengaruh terhadap perolehan laba pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2016-2023.

Jika dengan cara kedua, dalam tabel Coefficients diperoleh nilai t hitung sebesar 0,835 dan t tabel sebesar 2,048 (diperoleh dengan cara mencari t tabel = $\alpha/2$; $n-k-1 = 0,025$; 28), t hitung < t tabel. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua H_0 diterima dan H_2 ditolak yang menggambarkan bahwa biaya produksi tidak memiliki pengaruh terhadap laba perusahaan pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2016-2023

3) Variabel Beban Administrasi Umum

Berdasarkan tabel diatas, nilai signifikansi untuk variabel beban administrasi umum sebesar 0,022 dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) maka $0,022 < 0,05$ yang menunjukkan adanya pengaruh. Dengan nilai *Unstandardized Coefficients* B -0,740 yang menunjukkan negatif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel beban administrasi umum (X_3) tidak memiliki pengaruh

terhadap perolehan laba pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2016-2023.

Jika dengan cara kedua, dalam tabel Coefficients diperoleh nilai t hitung sebesar -2,419 dan t tabel sebesar 2,048 (diperoleh dengan cara mencari t tabel = $\alpha/2$; $n-k-1 = 0,025$; 28), t hitung < t tabel. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga H_0 diterima dan H_3 ditolak yang menggambarkan bahwa beban administrasi umum tidak memiliki pengaruh terhadap laba perusahaan pada PT. Kino Indonesia Tbk tahun 2016-2023.

b. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau bisa dilihat dari angka signifikansinya, jika nilai sig lebih kecil dari 0,05 maka secara simultan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan.

Tabel 4.11
Hasil Uji Statistik F
ANOVA

| Model | F-Hitung | F-Tabel | Sign |
|---------|----------|---------|--------------------|
| Regresi | 7,136 | 2,93 | 0,001 ^b |

Sumber: *Output SPSS 20*, data sekunder diolah 2024

Dalam tabel anova diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 7.136 dengan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil jika dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 5\%$) atau 0,05. Karena nilai sig. < α maka H_0 ditolak H_4

diterima. Dengan ini berarti terdapat pengaruh dan signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ antara variabel biaya promosi (X_1), biaya produksi (X_2), dan beban administrasi umum (X_3) terhadap laba di PT. Kino Indonesia Tbk. Nilai $F_{hitung} (7,136) > F_{tabel} (2,93)$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima yang artinya kondisi biaya promosi (X_1), biaya produksi (X_2), dan beban administrasi umum (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan secara statistik pada $\alpha = 5\%$ terhadap laba PT. Kino Indonesia Tbk.

c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R Square) memiliki tujuan untuk mengetahui berapa besar kontribusi variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

| Ukuran | Nilai |
|-------------------|-------|
| R Square | 0,433 |
| Adjusted R Square | 0,373 |

Sumber: *Output SPSS 20*, data sekunder diolah 2024

Pada tabel diatas terlihat bahwa pengaruh angka *R square* sebesar 0,373 ini menunjukkan bahwa pengaruh kondisi biaya promosi (X_1), biaya produksi (X_2), beban administrasi umum (X_3) *Adjusted R Square* adalah 0,373 yang berarti kondisi biaya promosi (X_1), biaya produksi (X_2), beban administrasi umum (X_3) secara bersama-sama mempengaruhi laba perusahaan PT. Kino Indonesia Tbk sebesar 37,3%

sedangkan sisanya 62,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.