

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan adalah organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomi manusia. Kegiatan produksi dan distribusi umumnya dilakukan untuk memperoleh keuntungan atau laba dari usaha yang dijalankannya.

Laba merupakan salah satu pengukur aktivitas operasi dan dihitung berdasarkan akuntansi aktual. Laba usaha adalah laba yang diperoleh semata-mata dari kegiatan utama perusahaan. Penilaian kinerja keuangan dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan perusahaan dengan membandingkan hasil laba pada tahun tertentu dengan laba tahun-tahun berjalan sebelum dan sesudahnya. Dengan diketahuinya kesulitan keuangan sedini mungkin, maka pihak perusahaan dapat mengambil langkah-langkah bagaimana untuk memperbaiki kinerja perusahaan agar dapat meningkatkan laba di masa yang akan datang. Untuk menghasilkan laba atau pendapatan tentunya perusahaan harus rela mengeluarkan biaya yang berhubungan dengan kegiatan operasi perusahaan tersebut.

Laba seringkali dipergunakan sebagai tolak ukur dalam menilai sehat tidaknya suatu perusahaan. Laba juga digunakan untuk melihat efektivitas modal yang ditanam dalam suatu badan usaha sehingga segala sesuatu yang

menyebabkan terjadinya fluktuasi laba akan menarik perhatian para pemegang saham untuk melakukan evaluasi dan analisa (Retno, 2018).

Setiap perusahaan akan melakukan pengukuran terhadap laba yang diperolehnya. Pengukuran terhadap laba akan memungkinkan bagi perusahaan, dalam hal ini pihak manajemen untuk mengevaluasi tingkat *earning* dalam hubungannya dengan volume penjualan, jumlah aktiva dan investasi tertentu dari pemilik perusahaan. Laba dinilai sangat penting, karena untuk melangsungkan hidupnya suatu perusahaan haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan. Tanpa keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.

Jika sebuah laba perusahaan turun maka terdapat masalah di perusahaan tersebut, contohnya masalah pada sumber pendanaan perusahaan tersebut. Sumber pendanaan juga berpengaruh terhadap sebuah laba perusahaan. Apabila sebuah perusahaan kurang menggunakan sumber pendanaan dengan baik maka laba perusahaan pun akan menghasilkan laba yang kurang baik juga (Herdianti, 2018).

Laba adalah selisih lebih antara pendapatan dengan beban (Jusup, 2011). Beban atau biaya operasional yang tinggi akan mengakibatkan peningkatan laba turun, sedangkan nilai biaya operasional rendah akan menyebabkan kenaikan laba meningkat (Juki, 2008). Laba adalah perbedaan pendapatan dengan beban, jika pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih. Laba bersih merupakan suatu ukuran keseluruhan profitabilitas perusahaan yang dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah manajemen telah mendapatkan imbalan yang memadai dari penggunaan aset yang dikuasainya. Bagi perusahaan pada umumnya, usahanya lebih diarahkan untuk mencapai laba bersih yang maksimal

sehingga ukuran tersebut menjadi jaminan bagi seluruh perusahaan untuk dapat beroperasi secara stabil, namun pada kenyataannya banyak perusahaan yang mengalami penurunan laba bahkan mengalami kebangkrutan (Andrian, 2017). Untuk menjaga keseimbangan operasionalnya perusahaan akan menyusun strategi perusahaan untuk menekan *expense*, sehingga berdampak pada laba kotor dan laba operasional yang tinggi dan kemudian menaikkan *income* (Sobana, 2020).

Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode waktu tertentu. Faktor yang mempengaruhi besarnya laba yang diperoleh salah satunya adalah biaya. Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan (Halim, 2009). Laba bersih sebelum pajak penghasilan (*profit before income tax*) adalah laba bersih yang belum dikurangi dengan beban/biaya pajak (Kieso, 2013). Semua perusahaan dalam kegiatan usahanya pasti memerlukan sejumlah dana atau biaya untuk membayar semua pengeluaran demi mendapatkan laba. Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang berpengaruh antara beban dalam meningkatkan laba perusahaan.

(Stice, 2004) menjelaskan bahwa beban (*expenses*) merupakan arus kas atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau pelaksanaan aktivitas lain yang merupakan usaha utama yang sedang dilakukan entitas tersebut. Pengaruh beban terhadap laba dalam perhitungan laba rugi, besarnya biaya ini akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan. Di

dalam laporan laba rugi, beban digunakan sebagai pengurangan pendapatan (Supriono, 1987).

Beban penjualan dan pemasaran merupakan salah satu akun yang berkaitan dengan operasional perusahaan yaitu *output* perusahaan. Seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam hal penjualan dan pemasaran akan dikategorikan sebagai beban penjualan dan pemasaran. Dengan adanya penjualan dan pemasaran, maka secara langsung akan mendapatkan penghasilan. Seberapa besar tingkat penghasilan suatu perusahaan akan dikenakan pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Beberapa komponen dari beban penjualan dan pemasaran mungkin berfluktuasi mengikuti volume penjualan atau produksi. Misalnya, beban logistik dan pengiriman meningkat ketika perusahaan menjual lebih banyak produk. Oleh karena itu, beban penjualan biasanya masuk ke dalam kategori beban semi-variabel, atau dengan kata lain semakin besar pengurang maka akan semakin kecil laba yang didapatkan (Firmansyah, 2019).

Sama halnya dengan beban penjualan dan pemasaran, beban umum dan administrasi adalah salah satu dalam klasifikasi atau penggolongan biaya yang tidak berkaitan langsung dengan produksi dalam suatu perusahaan. Adapun pengertian beban umum dan administrasi merupakan biaya-biaya yang mengoordinasikan berbagai kegiatan produksi. Biaya ini juga disebut sebagai biaya non produksi utama yang dilaporkan atau ditampilkan dalam laporan laba rugi.

Beban umum dan administrasi adalah beban tidak langsung dan tidak terkait dengan penjualan maupun produksi. Perusahaan mengeluarkannya untuk

mendukung operasi harian bisnis. Maka semakin tinggi beban yang dikeluarkan perusahaan maka laba yang didapat akan semakin rendah. Begitupun sebaliknya, semakin rendah beban yang dikeluarkan perusahaan maka laba yang didapat akan semakin tinggi. Untuk perusahaan manufaktur, beban administrasi biasanya bersifat tetap karena tidak tergantung pada volume penjualan ataupun volume produksi.

Perusahaan perlu memperhatikan pendapatan yang diterima dan pengeluaran yang dilakukan selama kegiatan operasional berlangsung, agar perusahaan dapat menghasilkan laba yang diinginkan demi keberlangsungan usahanya. Jika pendapatan lebih besar dari beban maka perusahaan akan memperoleh laba dan sebaliknya jika pendapatan lebih kecil dari biaya yang dikeluarkan maka perusahaan akan mengalami kerugian (Nasdiania, 2007).

Berdasarkan pemaparan diatas dapat dirumuskan bahwa perusahaan yang besar memiliki beban operasional yang besar, sehingga perusahaan harus mampu mengelola dan memanfaatkan dana sebaik mungkin sehingga menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan setiap tahunnya.

Pada tanggal 12 Mei 2011 PT. Bursa Efek Indonesia meluncurkan Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) yang merupakan gabungan dari saham syariah dan indikator dari kinerja pasar saham syariah Indonesia, yang terdiri dari seluruh saham syariah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta masuk ke dalam Daftar Efek Syariah (DES) yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dalam hal ini peneliti mengutamakan perusahaan sektor *poultry* yang terdaftar di

Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) yaitu PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, PT. Charoen Pokphan Indonesia Tbk, dan PT. Malindo Feedmill Tbk.

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dalam pembuatan pakan ternak, pembibitan ayam, pengolahan unggas serta pembudidayaan pertanian.

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk. (JPFA) didirikan pada 18 Januari 1971 dengan nama PT Java Pelletizing Factory, Ltd. Ketika awal berdiri, perusahaan memproduksi pelet kopra secara komersial. Tahun 1975, perusahaan mulai merambah bisnis pakan ternak. Ekspansi bisnis dilakukan ke sektor pembibitan ayam pada 1982.

Puncaknya yakni perubahan status perusahaan menjadi perusahaan terbuka seiring dengan pencatatan saham perusahaan di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya sejak Oktober 1989. Dengan dilakukannya penawaran saham sejak tahun 1990, perusahaan kemudian menjelma menjadi perusahaan yang memiliki kekuatan finansial dalam sektor pakan ternak.

Japfa terus melakukan pengembangan perusahaan dengan melakukan kerjasama kemitraan dengan beberapa perusahaan lainnya. Pada era tahun 1990-an, Japfa melakukan akuisisi strategis dengan empat perusahaan yang bergerak dalam bidang pakan ternak. Perusahaan tersebut antara lain PT Comfeed Indonesia, PT Ometraco Satwafeed, PT Indopell Raya serta PT Suri Tani Pemuka. Di samping itu, Japfa juga melakukan proses akuisisi tahap kedua pada tahun 1992 dengan mengambil alih PT Multibreeder Adirama Indonesia dengan bisnis utama pembibitan ayam. Tak hanya itu, pada tahun yang sama Japfa juga

melakukan pengambilalihan terhadap PT Ciomas Adisatwa yang bergerak dalam pengolahan unggas dan Suri Tani Pemuka dengan budidaya udang. Dengan berbagai rangkaian akuisisi ini mendukung perusahaan menjadi salah satu perusahaan produsen unggas dan udang terbesar di Indonesia.

PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk merupakan perusahaan yang menghasilkan pakan ternak, Day Old Chicks dan makanan olahan. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1972 dengan pabrik pakan ternak terbesar pertama di Jakarta untuk menghasilkan pakan ternak berkualitas. Perusahaan ini memiliki visi memberi pangan bagi dunia yang berkembang.

Di tahun 1992, perusahaan ini membangun cabang pabrik pakan ternak di kecamatan Balaraja, Tangerang dengan kapasitas produksi sebesar 250.000 ton per tahun. Sejak mulai beroperasi secara komersil pada Juli 1994, perusahaan yang ada di Balaraja menjadi salah satu perusahaan terkemuka di bidang agrobisnis di Indonesia.

Produk utama perusahaan adalah pakan ternak, yang mana diproduksi oleh 7 fasilitas produksi Perseroan dan anak perusahaan yang berada di Medan, Bandar Lampung, Tangerang, Semarang, Sidoarjo (dua unit) dan Makassar. Perusahaan ini mempunyai produk berupa pakan ternak untuk ayam pedaging, ayam petelur dan pakan ternak lainnya.

Sementara untuk makanan olahan terdiri dari empat produk. Yakni golden fiesta, fiesta, champ dan okey. Di tahun 2013, Charoen Pokphand Indonesia menyediakan dana investasi sebesar Rp 2 triliun untuk 2013. Sekitar 50% untuk belanja ekspansi ternak, 25% untuk pakan ternak, dan sisanya 25% untuk food

processing (pengolahan daging). Dana tersebut berasal dari kas internal dan fasilitas kredit perseroan.

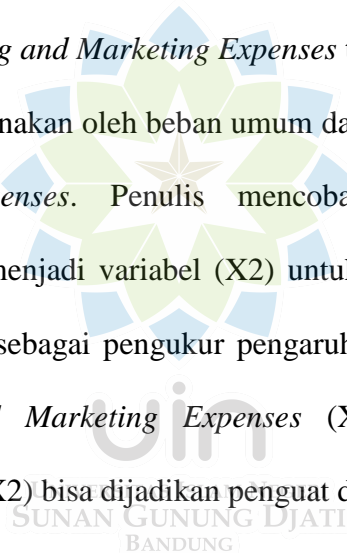
PT Malindo Feedmill Tbk didirikan untuk pertama kalinya pada tahun 1997 sebagai anak cabang dari dua perusahaan asal Malaysia yakni Leong Hup Holding Berhad dan Emivest Berhad. Perusahaan ini memproduksi dan mendistribusikan pakan ternak, khususnya pakan ternak broiler dan *Commercial Day Chicks* (DOC). Disamping itu, perusahaan ini juga berinvestasi pada anak perusahaan yang memproduksi dan memasarkan induk produksi DOC, *Commercial* DOC dan ayam broiler.

Pada awal berdirinya tahun 1997, perusahaan ini bernama PT Gymtech Feedmill Indonesia yang kemudian berganti nama pada tahun 2000 menjadi PT malindo Feedmill sejak Lau Family mengambil alih usaha pakan ternak ini. Pada tahun 2003 perusahaan telah membukukan produksinya yang mencapai lebih dari 300.000 juta ton per tahunnya. Dengan ini perkembangan bisnis yang dicapai Malindo menempatkan perusahaan ini mencatatkan sahamnya untuk pertama kali di Bursa Efek Jakarta pada tahun 2006.

Pada tahun 2010, perusahaan ini menambah pabrik-pabrik pakan ternak yang tersebar di Cikande-Banten, Lampung, Banjarmasin, dan Majalengka. Beberapa anak cabang dari perusahaan ini antara lain PT Bibit Indonesia, PT Prima Fajar, PT Leong Ayamsatu Primadona, PT Quality Indonesia. Dengan komitmennya dalam menjaga kualitas produk yang ditawarkan membuat Malindo menjadi salah satu produsen pakan ternak terkemuka di Indonesia.

Berdasarkan pernyataan diatas penulis tertarik untuk meneliti perubahan beban penjualan dan pemasaran (*Selling and Marketing Expenses*) dan beban umum dan administrasi (*General and Administrative Expenses*), terhadap laba sebelum pajak penghasilan (*Profit Before Income Tax*) pada perusahaan sektor *poultry* tersebut.

Variabel yang mempengaruhi *Profit Before Income Tax* diantaranya adalah *Selling and Marketing Expenses* atau dengan kata lain beban penjualan dan pemasaran. *Selling and Marketing Expenses* dijadikan variabel (X1) karena untuk melihat fluktuatif laba sebelum pajak penghasilan dari suatu perusahaan *poultry*. Terjadinya fluktuatif *Selling and Marketing Expenses* terhadap perusahaan *poultry* tersebut, bisa terjadi dikarenakan oleh beban umum dan administrasi atau *General and Administrative Expenses*. Penulis mencoba meneliti *General and Administrative Expenses* menjadi variabel (X2) untuk mengetahui *Profit Before Income Tax* (Y). Dimana sebagai pengukur pengaruh *Profit Before Income Tax* tidak hanya *Selling and Marketing Expenses* (X1), namun *General and Administrative Expenses* (X2) bisa dijadikan penguat dari penelitian ini.



Untuk itu melihat tingkat fluktuasi laba, di bawah ini terdapat beberapa data perubahan *Selling and Marketing Expenses*, *General and Administrative Expenses*, dan *Profit Before Income Tax* pada perusahaan sektor *Poultry* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2012-2021 :

Tabel 1.1.
Selling and Marketing Expenses dan General and Administrative Expenses terhadap Profit Before Income Tax pada perusahaan Poultry yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2012-2021

Tahun	Kode Perusahaan	Selling And Marketing Expenses	General And Administrative Expenses	Profit Before Income tax
		(%)	(%)	(%)
2012	JPFA	4,05	5,39	7,52
	CPIN	3,60	5,89	8,80
	MAIN	4,52	4,81	19,91
2013	JPFA	5,05	6,38	4,94
	CPIN	4,06	6,76	9,00
	MAIN	5,60	6,30	16,16
2014	JPFA	6,29	7,44	2,99
	CPIN	5,84	7,50	5,49
	MAIN	7,46	8,15	5,63
2015	JPFA	7,10	7,66	3,85
	CPIN	6,71	8,35	5,95
	MAIN	9,17	8,23	3,75
2016	JPFA	7,37	8,89	15,25
	CPIN	8,79	9,62	10,39
	MAIN	9,85	11,84	15,68
2017	JPFA	8,87	9,71	9,59
	CPIN	12,56	10,86	8,49
	MAIN	12,19	9,92	0,23
2018	JPFA	10,07	12,10	17,03
	CPIN	12,66	12,15	15,40

	MAIN	12,16	14,57	20,70
2019	JPFA	12,62	13,24	14,18
	CPIN	13,25	12,56	11,98
	MAIN	12,96	13,76	12,93
2020	JPFA	18,65	14,83	9,25
	CPIN	13,69	12,51	12,43
	MAIN	12,66	11,08	1,04
2021	JPFA	19,95	14,36	15,40
	CPIN	18,84	13,79	12,08
	MAIN	13,44	11,33	3,96

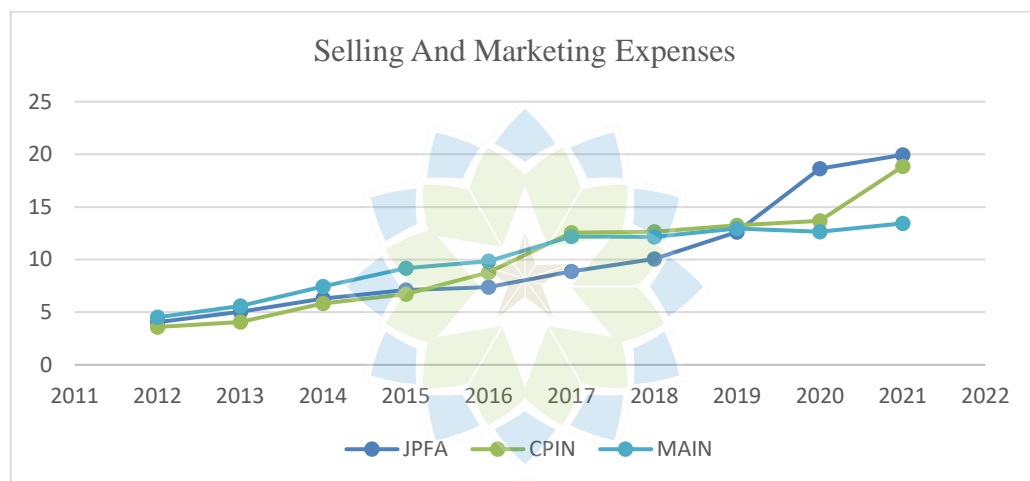
Sumber: Laporan Tahunan Periode 2012-2021

Pada tabel diatas, menggambarkan data variabel *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* dan *Profit Before Income Tax* pada ketiga perusahaan yaitu JPFA, CPIN, dan MAIN yang berfluktuasi pada setiap tahunnya. Pada tahun 2013 *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* dan *Profit Before Income Tax* pada perusahaan CPIN mengalami kenaikan. Kemudian pada tahun 2015 sampai tahun 2021 ketiga perusahaan yaitu JPFA, CPIN, dan MAIN mengalami permasalahan baik dari variabel *Selling and Marketing Expenses*, *General and Administrative Expenses* dan *Profit Before Income Tax*.

Pada tahun 2016 dan 2018 seluruh variabel mengalami kenaikan pada ketiga perusahaan tersebut. Kemudian pada tahun 2020 *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* dan *Profit Before Income Tax* pada perusahaan MAIN mengalami penurunan. Hal ini tentunya bertolak belakang dengan teori yang dipaparkan sebelumnya yaitu apabila beban naik maka laba akan mengalami penurunan.

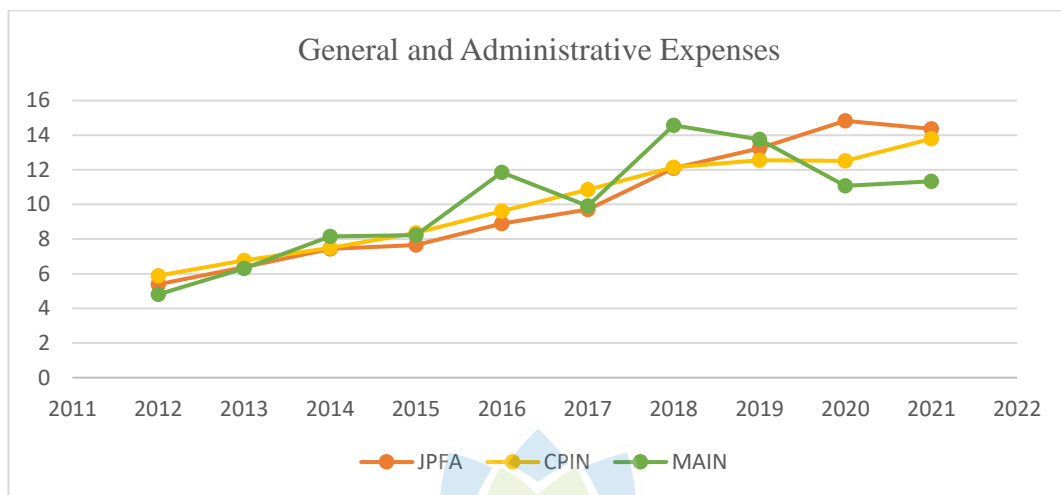
Mengacu pada uraian di atas tampak bahwa terjadi fluktuasi antara *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses*, yang turut mempengaruhi perkembangan *Profit Before Income Tax* pada perusahaan *Poultry* periode 2012-2021, sebagai mana tampak pada grafik berikut ini.

Grafik 1.1
Grafik perkembangan *Selling and Marketing Expenses* pada perusahaan *Poultry* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2012-2021



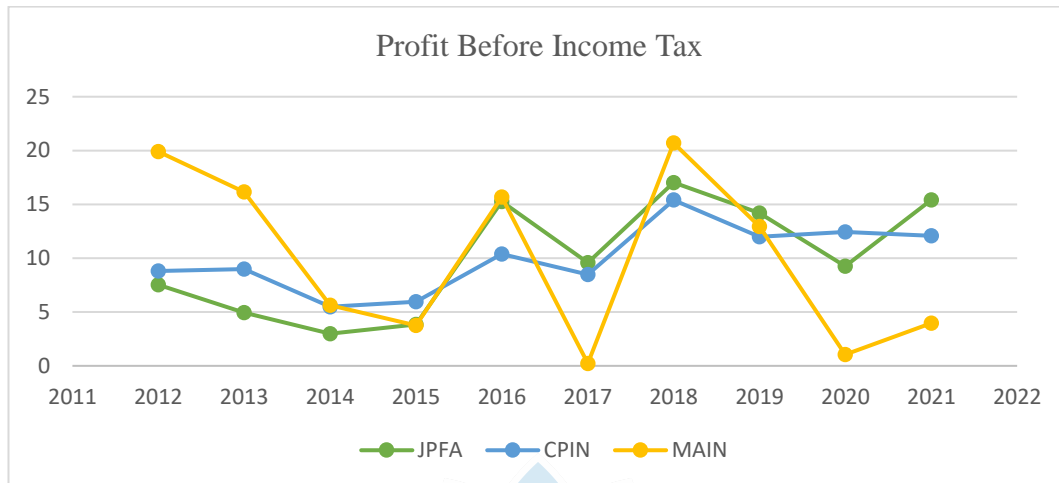
Berdasarkan grafik diatas PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) memiliki tingkat *Selling and Marketing Expenses* tertinggi pada tahun 2021 dengan nilai sebesar 19,95 %, lalu PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN) memiliki tingkat *Selling and Marketing Expenses* tertinggi pada tahun 2021 dengan nilai sebesar 18,84 %. Kemudian PT Malindo Feedmill Tbk (MAIN) memiliki tingkat *Selling and Marketing Expenses* tertinggi pada tahun 2021 dengan nilai sebesar 13,44 %.

Grafik 1.2
Grafik perkembangan *General and Administrative Expenses* pada perusahaan *Poultry* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2012-2021



Berdasarkan grafik diatas PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) memiliki tingkat *General and Administrative Expenses* tertinggi pada tahun 2020 dengan nilai sebesar 14,83 %, lalu PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN) memiliki tingkat *General and Administrative Expenses* tertinggi pada tahun 2021 dengan nilai sebesar 13,79 %. Kemudian PT Malindo Feedmill Tbk (MAIN) memiliki tingkat *General and Administrative Expenses* tertinggi pada tahun 2018 dengan nilai sebesar 14,57 %

Grafik 1.3
Grafik perkembangan *Profit Before Income Tax* pada perusahaan *Poultry* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2012-2021



Berdasarkan grafik diatas PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) memiliki tingkat *Profit Before Income Tax* tertinggi pada tahun 2018 dengan nilai sebesar 17,03 %, lalu PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN) memiliki tingkat tingkat *Profit Before Income Tax* tertinggi pada tahun 2018 dengan nilai sebesar 15,40 %. Kemudian PT Malindo Feedmill Tbk (MAIN) memiliki tingkat *Profit Before Income Tax* tertinggi pada tahun 2018 dengan nilai sebesar 20,70 %.

Berdasarkan grafik diatas, tampaknya terdapat siklus naik turun antara *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* walaupun tidak mengalami siklus yang sangat signifikan, berbeda dengan *Profit Before Income Tax* yang mengalami kenaikan dan penurunan yang signifikan. *Selling and Marketing Expenses* mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup stabil setiap tahunnya. Sama halnya seperti *Selling and Marketing Expenses*, *General and Administrative Expenses* mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup stabil.

Berdasarkan pemaparan diatas, ada beberapa data empiris yang berbanding terbalik dengan teori yang ada. Apabila *Selling and Marketing Expenses* naik maka *Profit Before Income Tax* akan turun karena pengeluaran untuk beban itu tinggi. Begitu pula dengan *General Administrative Expenses* apabila naik maka *Profit Before Income Tax* akan turun. Apabila *Selling and Marketing Expenses* turun maka *Profit Before Income Tax* akan naik karena pengeluaran untuk beban itu menjadi lebih sedikit. Begitu pula dengan *General Administrative Expenses* apabila turun maka *Profit Before Income Tax* akan meningkat jumlahnya.

Terdapat pula *research gap* (gap penelitian) pada hasil penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh (Solihudin, 2022) dan (Pranajaya, 2021) yang menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh positif terhadap laba bersih. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Januarsah, 2019) dan (Widiawati, 2020) yang menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh negatif terhadap laba.

(Simanjuntak, 2022) dan (Iqbal, 2018) menyatakan bahwa biaya administrasi umum berpengaruh positif terhadap laba bersih. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Widiawati, 2020) dan (Hapsari, 2018) menyatakan bahwa beban umum dan administrasi berpengaruh negatif terhadap laba.

Dengan melihat adanya inkonsistensi hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka perlu dianalisis lebih lanjut mengenai faktor yang mempengaruhi *Profit Before Income Tax* yang dalam hal ini dilihat dari biaya atau beban yakni beban penjualan dan pemasaran (*Selling and Marketing Expenses*) dan beban

administrasi dan umum (*General and Administrative Expenses*) dengan mengambil data pada 3 perusahaan *Poultry* yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2012-2021. Penelitian pada 3 perusahaan ini bertujuan untuk dapat menghasilkan variabilitas data.

Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian lebih jauh mengenai permasalahan ini dengan judul ***Pengaruh Selling and Marketing Expenses dan General and Administrative Expenses terhadap Profit Before Income Tax pada perusahaan Poultry yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2012-2021.***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yang akan di teliti, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Selling and Marketing Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax* pada Perusahaan *Poultry* periode 2012-2021?
2. Bagaimana pengaruh *General and Administrative Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax* pada Perusahaan *Poultry* periode 2012-2021?
3. Bagaimana pengaruh *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax* pada Perusahaan *Poultry* periode 2012-2021?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian ini, oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Selling and Marketing Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax* pada Perusahaan *Poultry* periode 2012-2021;
2. Untuk mengetahui pengaruh *General and Administrative Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax* pada Perusahaan *Poultry* periode 2012-2021;
3. Untuk mengetahui pengaruh *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax* pada Perusahaan *Poultry* periode 2012-2021.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan baik secara teoritis maupun praktis :

- a. Kegunaan Teoritis
 - a. Membuat penelitian untuk dijadikan referensi penelitian selanjutnya dengan mengkaji pengaruh *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax* pada Perusahaan *Poultry* periode 2012-2021;
 - b. Mendeskripsikan pengaruh *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax* pada pada Perusahaan *Poultry* periode 2012-2021;

- c. Mengembangkan konsep dan teori pengaruh *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax* pada Perusahaan *Poultry* periode 2012-2021.
- b. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi manajer perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai acuan untuk mengambil langkah strategis maupun pertimbangan yang diperlukan untuk menentukan kebijakan meningkatkan kinerja pengelolaan keuangan perusahaan;
 - b. Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang berguna untuk investor sebagai bahan pertimbangan dan referensi dalam pengambilan keputusan investasi. Bagi investor, laporan keuangan bisa menjadikannya yakin atau tidak jika dana investasi sudah disuntikan. Selain untuk mengetahui kinerja perusahaan, laporan keuangan juga memberikan gambaran manajemen keuangan serta bagaimana sistem perusahaan. Bahkan dari angka-angka tersebut, seorang investor bisa berspekulasi apa yang akan terjadi di kemudian hari, keuntungan atau kerugian;
 - c. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan, dan sebagai bahan acuan pembelajaran bagi kalangan akademis;
 - d. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pemahaman

bagi peneliti mengenai *Selling and Marketing Expenses* dan *General and Administrative Expenses* terhadap *Profit Before Income Tax*.

