



PENGARUH BIAYA IKLAN DAN PENJUALAN TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2023

THE IMPACT OF ADVERTISING AND SALES COSTS ON PROFITS IN PROPERTY AND REAL ESTATE COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE IN 2019-2023

Nova Mandola^{1*}, Suryanto Sosrowidigdo²

^{1,2}Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

Email: novamandola4@gmail.com, suryanto.sys@bsi.ac.id

Article Info

Article history :

Received : 01-10-2024

Revised : 03-10-2024

Accepted : 07-10-2024

Published : 11-10-2024

Abstract

The property and real estate industry is an industry that operates in the field of service development by facilitating the development of integrated and dynamic areas. The property industry and real estate in general are two different things. Property is land rights and/or permanent buildings that are the object of ownership and development. The aim of this research is to determine the development of profits in property and real estate companies listed on the Indonesian Stock Exchange. This research data is secondary data and the sampling technique is by taking 10 names of companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2019 - 2023.

Keywords : Advertising Costs, Sales and Profit

Abstrak

Industri property dan real estate adalah industri yang bergerak di bidang pengembangan jasa dengan memfasilitasi pembangunan kawasan-kawasan yang terpadu dan dinamis. Industri properti dan real estate pada umumnya merupakan dua hal berbeda. Property adalah tanah hak dan atau bangunan permanen yang menjadi objek pemilik dan pembangunan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan laba pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Data penelitian ini adalah data sekunder dan teknik penentuan sampel dengan mengambil 10 nama perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 – 2023.

Kata Kunci : Biaya Iklan, Penjualan, Laba

PENDAHULUAN

Pada triwulan II tahun 2023, bisnis properti, yang merupakan salah satu sektor utama penggerak ekonomi Indonesia, menunjukkan komitmen terhadap PDB sebesar 2,40% untuk wilayah daratan dan 9,43% untuk wilayah pengembangan. Bisnis properti juga memberikan dampak multiplier terhadap penunjang usaha dan berdampak pada peningkatan perekonomian sekaligus mempertahankan tenaga kerja secara signifikan. Penjualan rumah besar meningkat sebesar 15,11% (yoy) pada triwulan II-2023, meskipun luas lahan masih menunjukkan penurunan



sebesar 12,30% (yoy). Dari sisi minat, Rekor Permintaan Properti Bisnis pada kelas sewa meningkat sebesar 5,87% (yoy) dan Daftar Permintaan Properti Bisnis pada kelas penawaran meningkat sebesar 0,36% (yoy). Ekspansi yang populer ini memiliki potensi untuk mengubah bisnis properti, termasuk menciptakan bisnis dan kontrak properti di seluruh Indonesia. Selain itu, pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Nomor 11 Tahun 2020 tentang Penciptaan Jabatan dengan tujuan meningkatkan iklim spekulasi di Indonesia, khususnya di bidang properti. Peraturan ini memiliki dampak multiplikator yang signifikan terhadap sekitar 174 bisnis yang berkaitan dengan properti, seperti pembangunan, pekerjaan, dan bahan bangunan (Fernando, 2021).

Menurut (Pohan, 2023), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengembangan manfaat organisasi, salah satunya adalah kesepakatan. Nilai bisnis akan meningkat sehingga menghasilkan keuntungan. Industri real estate dan properti sepertinya akan tumbuh pesat di Indonesia. Kegiatan di sektor perumahan mempunyai multiplier effect yang luas. Banyak aktivitas keuangan telah berkembang seiring dengan kemajuan sektor swasta, mulai dari menyediakan komponen mentah hingga industri baja. Oleh karena itu di banyak negara, para ahli memberikan perhatian yang luar biasa terhadap setiap kemajuan di bidang swasta. Pada tahun 2020 - 2021 akan terjadi permasalahan dengan kemajuan bidang transaksi di bidang organisasi properti dan pertanahan. Mengingat kekhasan dari penjelasan di atas, maka ilmuwan tertarik untuk memimpin eksplorasi dan pengujian kembali dengan judul “Penelaahan Dampak Biaya Promosi dan Penawaran Terhadap Keuntungan pada Organisasi Properti dan Pertanahan yang Tercatat pada Perdagangan Saham Indonesia 2019- 2023.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) mempunyai hubungan kausal. Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara faktor - faktor yang direnungkan sangatlah penting.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 1970, tujuh pakar bisnis dari Indonesia: Ir. Ismail Sofyan, Ir. Budi Brasali, Drs Budiman Kusika, H. Subagdja Prawata, Ir. Soekrisman, Ir, PT Metropolitan Pembangunan (MD). Ketujuh pencetus ini mempunyai pandangan dekat tentang apa yang ada. MD berkembang pesat selama bertahun-tahun di berbagai bidang dan menjadi bagian penting dalam pembangunan komponen ibukota Indonesia pada saat itu, sehingga melahirkan banyak afiliasi besar saat ini, salah satunya adalah PT Metropolitan Land Tbk (Metland). Nenek moyang Metland adalah contoh baik yang signifikan bagi MD dalam mengatasi hambatan.

PT. Metropolitan Land Tbk, juga dikenal sebagai Metland, didirikan pada tanggal 16 Februari 1994 dan didirikan kembali pada tanggal 28 Oktober 1994. Sejak awal, Metland telah berkonsentrasi pada pembentukan struktur bisnis dan swasta. Kemakmuran Metland saat ini disebabkan oleh kepuasan pembeli, barang-barang berkualitas, administrasi yang kompeten dan



kolaborasi yang baik dalam anak perusahaan dan rekan-rekannya Organisasi ventura Singapura, khususnya Reco Newtown Pte. Ltd., bergabung dengan organisasi tersebut, ini adalah kenyataan yang telah memperluas kepercayaan mitra. Pada waktu yang hampir bersamaan, Metland mendapatkan Pengesahan ISO 9001:2000, sebuah pengakuan otoritas atas kerangka administrasi mutu. yang mengikuti pedoman di seluruh dunia.

Hasil Pengumpulan Data

Hasil penelitian didasarkan pada data sekunder yang dikumpulkan dari tahun 2019–2023, Bursa Efek Indonesia (BEI) menilai sepuluh perusahaan properti dan real estate yang memenuhi kriteria penyampaian laporan keuangan tahunan secara teratur dari tahun 2019 hingga 2023.

Tabel 1. Hasil Pengumpulan Data

No.	Nama Perusahaan	Tahun	Biaya Iklan	Penjualan	Laba
1	PT Puradelta Lestari Tbk. (DMAS)	2019	4.641.314.606	2.650.255.153.377	1.335.420.919.293
		2020	43.226.470.957	2.629.300.300.189	1.348.575.384.650
		2021	6.650.356.860	1.440.736.819.516	714.858.418.799
		2022	8.445.624.644	1.932.425.763.139	1.218.496.386.998
		2023	13.506.735.369	1.921.421.675.246	1.210.892.246.433
2	PT Perdana Gapuraprima Tbk. (GPRA)	2019	10.514.872.654	397.699.225.488	55.222.657.634
		2020	3.516.978.635	323.797.082.016	34.752.426.451
		2021	3.478.215.783	446.749.184.612	49.537.431.683
		2022	3.517.611.557	370.376.407.242	76.356.236.772
		2023	5.655.059.421	459.530.105.155	96.478.579.108
3	PT Roda Vivatex Tbk. (RDTX)	2019	213.331.307	399.418.917.052	232.773.280.699
		2020	103.171.513	400.749.812.577	236.087.887.526
		2021	3.329.608	413.584.008.445	195.806.481.653
		2022	79.696.274	509.518.139.997	270.816.725.275
		2023	217.427.488	533.305.976.033	302.802.252.723
4	PT Jaya Real Property Tbk. (JRPT)	2019	27.158.111	2.423.269.696	1.035.496.675
		2020	21.364.610	2.184.941.986	1.011.394.071
		2021	25.892.353	2.174.343.050	787.747.994
		2022	27.732.686	2.258.974.450	178.743.096
		2023	26.926.145	2.503.645.371	191.967.909
5	PT Summarecon Agung Tbk. (SMRA)	2019	247.047.784	5.941.625.762	613.020.426
		2020	170.929.052	5.029.984.099	245.909.143
		2021	137.683.336	5.567.912.577	549.696.051
		2022	189.024.475	5.719.396.239	771.743.500
		2023	269.824.495	6.658.782.663	1.057.692.007



No.	Nama Perusahaan	Tahun	Biaya Iklan	Penjualan	Laba
6	PT Bumi Serpong Damai Tbk. (BSDE)	2019	265.516.767.943	7.084.864.038.574	3.130.076.103.452
		2020	234.615.027.356	6.180.589.086.059	486.257.814.158
		2021	455.487.733.462	7.654.802.250.986	1.538.840.956.173
		2022	784.248.502.418	10.235.479.955.727	2.656.885.590.302
		2023	861.527.278.193	11.539.141.250.155	2.259.456.837.723
7	PT Ciputra Development Tbk. (CTRA)	2019	194.792.000	7.608.237.000.000	1.283.281.000.000
		2020	147.365.000	8.070.737.000.000	1.370.686.000.000
		2021	137.629.000	9.729.651.000.000	2.087.716.000.000
		2022	169.348.000	9.126.799.000.000	2.002.076.000.000
		2023	205.974.000	9.245.032.000.000	1.909.025.000.000
8	PT Kawasan Industri Jababeka Tbk. (KIJA)	2019	35.377.341.824	2.253.944.326.651	141.140.307.068
		2020	22.587.924.988	2.396.086.017.034	45.249.873.535
		2021	23.517.096.360	2.490.256.211.002	87.635.897.475
		2022	31.101.395.606	2.720.261.372.934	40.980.837.130
		2023	44.334.720.692	3.291.891.181.655	528.623.322.076
9	PT Pakuwon Jati Tbk. (PWON)	2019	46.831.154	7.202.001.193	3.239.796.227
		2020	23.970.833	3.977.211.311	1.119.113.010
		2021	27.992.659	5.713.272.952	1.550.434.339
		2022	37.042.447	5.987.432.707	1.831.130.001
		2023	48.767.032	6.200.438.405	2.381.869.254
10	PT Metropolitan Land Tbk. (MTLA)	2019	63.129.000.000	1.403.758.000.000	487.622.000.000
		2020	38.934.000.000	1.110.650.000.000	286.307.000.000
		2021	19.881.000.000	1.199.074.000.000	380.666.000.000
		2022	34.682.000.000	1.384.828.000.000	417.934.000.000
		2023	65.276.000.000	1.704.996.000.000	492.910.000.000

KESIMPULAN

Untuk mengarahkan eksplorasi tersebut, digunakan metodologi kuantitatif untuk meneliti organisasi properti dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari 2019 hingga 2023. Beberapa penemuan penting diperoleh melalui pemeriksaan informasi dan hasil uji eksplorasi untuk memahami Investigasi Dampak Biaya Promosi dan Transaksi Manfaat dari Organisasi Tanah dan properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari 2019 hingga 2023, termasuk:

1. Berdasarkan data penelitian, ada pengaruh variabel biaya iklan dan penjualan terhadap laba.
2. Hasil uji kewajaran menunjukkan bahwa informasi yang digunakan dalam eksplorasi umumnya tersebar.
3. Biaya iklan dan penjualan secara parsial mempengaruhi laba secara signifikan.
4. Laba dipengaruhi oleh biaya iklan dan penjualan secara bersamaan.



SARAN

Adapun saran dari penulis dari hasil penelitian yang telah dilakukan:

1. Sebaiknya dalam mengoptimalkan biaya iklan perusahaan disarankan mencari informasi *platform* iklan yang paling efektif untuk target pasar Anda dan evaluasi efektivitas biaya iklan dengan fokus pada strategi yang menghasilkan tingkat pengembalian investasi (ROI) yang tinggi.
2. Sebaiknya jika ini memperluas strategi penjualan: perusahaan disarankan fokus kepada peningkatan diversifikasi produk, masuk ke pasar baru, atau meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui strategi pemasaran yang lebih agresif.
3. Sebaiknya jika perusahaan ingin mengembangkan kemitraan strategis: perusahaan mungkin ingin mempertimbangkan untuk bekerja sama atau bekerja sama dengan pihak lain untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi biaya iklan dan penjualan.
4. Sebaiknya perusahaan melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala: secara teratur dalam mengawasi dan mengevaluasi kinerja strategi penjualan dan kampanye iklan; jika diperlukan, lakukan perubahan untuk memaksimalkan hasil.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, M. (2020). Pengaruh Media Online dan iklan Media Cetak Terhadap Penjualan Pada PT.Brighton Real Estate Agent Citraland Surabaya.
- Fernando, L. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Growth, Opportunity, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019) Skripsi.
- Gunawan, A. (2023). Jurnal Pengembangan Bisnis. XXIII(43).
- Pohan, Y. H. (2023). Pengaruh Penjualan Dan Biaya Promosi Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020.
- Pratiwi, A. (2020). Analisis penentuan harga pokok penjualan rumah real estate palm spring milik ptsrimas raya international.
- Puspitasari, I. (2022). Analisis pengaruh promosi, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian properti pt bukit semarang jayametro.
- Rachma, A. E., & Takarini, N. (2019). Analisis Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI. 64– 73.
- Sari, J. (2021). Pengaruh Biaya Iklan Dan Harga Jual Terhadap Laba Pada Perusahaan Mustika Ratu Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Simamora, M. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Batang Kuis.



Valenta, P. A. D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Properti Dari Segi Marketing Mix 7P'S (Studi Kasus Di PT Daya Cipta Perdana Mataram) Analys.

Yulistina, Silvia, D., Miftahul, E., Fadella, F. F., Cahyani, D., Hartanto, D., & Septiana, I. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham Dampaknya Terhadap FinancialDestress. 11(2).

Mahdi, A., & Hotang, K. B. (2023). Pertumbuhan Laba Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property & Real Estate. 02(02), 208–218.