



website. :

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIIM>

Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Yang Terdaftar Pada BEI 2016-2020

Soleha Winny Adihesti

Universitas Muhammadiyah, winny.adihesti07@gmail.com

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini dapat mengetahui adanya pengaruh atau tidak terhadap biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan manufacturing sector barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Adapun data riset ini menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih. Tetapi secara signifikan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, tetapi biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sector barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil dari penelitian ini sangat diharapkan dapat menjadi salah satu informasi untuk memaksimalkan laba bersih

Kata Kunci : Biaya Produksi; Biaya Promosi; Laba Bersih.

Abstract. This research aims to determine the effect of production cost and promotion cost on Net profit for the consumption good manufacturing companies listed on IDX for the period of 2016-2020. The research method using quantitative method, and data analysis by linear regression test. Result of the study shows that production cost partially has no significantly effects on Net Income, but promotion cost has affect with significant. Production cost and Promotion Cost simultaneously has significant effect on Net profit.

Keywords. Income; Operating Expenses; Net Profit.

A. PENDAHULUAN

Berkembangnya perusahaan dan laba yang dicapai oleh sebuah perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan tersebut dalam menjalankan kegiatan yang berkenaan dengan operasinya. Apabila tujuan perusahaan tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Berikut gambaran biaya produksi, biaya pemasaran dan laba perusahaan yang terdapat pada perusahaan manufaktur sector barang konsumsi yang terdaftar pada BEI tahun 2016-2020

Laba (profit) adalah selisih antara jumlah yang diterima dari pelanggan atas barang atau jasa yang dihasilkan dengan jumlah yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya alam dalam menghasilkan barang atau jasa tersebut. Perusahaan dalam mencapai laba salah satunya adalah dengan meminimalkan biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada saat proses produksi baik biaya produksi maupun biaya operasional merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi laba. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Bustam, 2009) berdasarkan teori tersebut, menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap laba yang dengan kata lain, laba yang diperoleh semakin besar jika biaya produksi yang dikeluarkan semakin kecil (Djamalu, 2013) sedangkan pada teori (Carter, 2009) menyatakan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh. Berarti, biaya produksi mempengaruhi laba dimana ketika biaya produksi ditingkatkan maka akan menambah volume produksi yang nantinya akan mempengaruhi laba yang diperoleh perusahaan. Oleh karena itu, untuk mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan. Biaya produksi merupakan biaya untuk mengelola bahan menjadi barang jadi. (Rustami dkk, 2014). Berdasarkan penelitian Djamalu (2013), Iswandi (2015) dan Fadillah (2015), menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati (2016) yang menyatakan bahwa biaya produksi tidak ada pengaruh terhadap laba bersih.

Biaya Promosi dapat diartikan biaya atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pelaksanaan promosi. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan serta usaha menguasai pasar. Penelitian (M. J. Widnyana, 2014) mendapatkan hasil bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba perusahaan.

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut : Untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi terhadap peningkatan laba bersih, mengetahui pengaruh Biaya Promosi terhadap peningkatan laba bersih, mengetahui pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih

B. KAJIAN LITERATUR

Laba Bersih

Laba merupakan elemen yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk menunjukkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Laba (profit) adalah selisih antara jumlah yang diterima dari pelanggan atas barang atau jasa yang dihasilkan dengan jumlah yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya alam dalam menghasilkan barang dan jasa tersebut. Laba suatu perusahaan merupakan gambaran perusahaan mengenai kinerja yang dicapai dari proses transaksi umum yang dilakukan perusahaan selama periode tertentu, dan laba dapat dijadikan suatu indikator bagi para pemangku kepentingan untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan.

Kasmir (2012) menyatakan bahwa :” Laba bersih (Net Profit) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak, menurut Kuswadi (2005), menyatakan bahwa “perhitungan laba diperoleh dari pendapatan dikurangi semua biaya” sedangkan standart akuntansi keuangan (SAK,2007) mendefinisikan: “ laba bersih adalah sebagai ukuran kinerja atau sebagai dasar bagi ukuran yang lain imbal hasil investasi (return on investment) atau laba persaham (earnings per share). Berdasarkan hasil pengertiandiatas, maka dapat disimpulkan bahwa laba merupakan seluruh total pendapatan yang dikurangi dengan total biaya-biaya.

Biaya Produksi

Biaya produksi adalah akumulasi dari semua biaya – biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi. Produksi dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produk atau barang. Biaya –biaya ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional barang/pabrik, dan lain sebagainya.

Menurut Carter William (2008:129) menyatakan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi laba yang diperoleh.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya – biaya yang digunakan dalam produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang jumlahnya lebih besar dibandingkan dengan jenis biaya lainnya.

Biaya Promosi

Menut Mulyadi (2005:8) biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya. Biaya promosi merupakan sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan (Henry Simamora dalam Tryusnita,2009)

Besarnya biaya promosi akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan. Biaya promosi merupakan pengorbanan perusahaan dalam rangka mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadnya tidak mengenal menjadi pembeli dan tetap mengingat produk perusahaan.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka – angka. Hal ini sesuai dengan pendapat (Arikunto 2006:12) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Dalam menentukan jenis sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik purposive sampling yaitu suatu metode penarikan sampel probabilitas yang dilakukan dengan kriteria tertentu. Sampel penelitian ini diambil secara purposive sampling, dimana sampel digunakan apabila memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan yang telah go public dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada kurun waktu penelitian (2016-2020)
2. Tersedia laporan keuangan yang dapat di lihat dan dipublikasi selama tahun 2016-2020

Tabel 1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Pengukuran	Skala Pengukuran
Laba Bersih (Y)	Laba operasi ditambah pendapatan dikurangi biaya dan pajak penghasilan	Laba Bersih = Laba Operasi + Pendapatan Nonoperasi - Biaya Nonoperasi - Pajak Penghasilan	Rasio
Biaya Produksi(X1)	Biaya yang dikeluarkan selama proses produksi yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik	Biaya Produksi = Rasio Biaya Bahan Baku Langsung + Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Overhead Pabrik	Rasio
Biaya Promosi(X2)	Nilai yang dikeluarkan perusahaan untuk kepentingan promosi dalam kaitannya dengan pemasaran produk yang dihasilkan oleh perusahaan	Biaya Promosi = Rasio Biaya Iklan + Biaya Promosi Penjualan + Biaya Personal Selling + Biaya Publisitas	Rasio

Estimasi Regresi Data Panel : Common Effects Model (CEM), Fixed Effects Model (FEM) dan Random Effects Model (REM)

Teknik Pemilihan Model Regresi Data Panel : Uji Chow, Uji Hausman, Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji Hipotesis : Uji F (Simultan) dan Uji t
Analisis Regresi Data Panel

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Data Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar pada BEI tahun 2016-2020

Nama PT	Tahun	Y	X1	X2
	2016	6,390,672	17,940,490	1,501,836
	2017	7,004,230	18,247,949	1,498,024

UNVR	2018	3,514,262	9,435,881	767,346.000
	2019	3,697,232	9,733,745	846,052.000
	2020	7,095,552	13,946,886	1,499,811
MYOR	2016	1,345,716,806,578	13,964,504,683,494	1,680,155,238,077
	2017	1,570,140,432,323	15,435,073,964,459	1,419,754,875,248
	2018	1,804,748,133,197	18,485,524,466,220	2,431,032,910,641
	2019	2,020,050,505,649	16,956,873,534,395	3,394,230,779,946
	2020	2,044,604,013,957	16,797,542,756,905	3,201,566,408,131
KAEF	2016	246,893,143,247	18,785,440,653	163,369,835,952
	2017	323,866,692,681	11,307,619,124	296,053,211,392
	2018	775,702,104,127	9,318,369,998	316,048,238,429
	2019	15,890,439	1,697,635,068	487,511,861
	2020	20,425,756	1,467,353,397	413,150,494
INDF	2016	4,984,305	43,223,421	1,549,368
	2017	5,039,068	45,586,774	1,448,701
	2018	6,350,788	50,930,147	1,552,179
	2019	6,588,662	52,470,847	1,697,366
	2020	9,241,113	53,666,049	1,998,784
MRAT	2016	7,936,819,834	143,285,028,356	72,913,817,463
	2017	2,357,785,971	161,853,337,690	71,613,408,532
	2018	1,242,582,777	134,740,460,478	39,217,900,119
	2019	667,528,270	126,805,351,025	51,662,190,290
	2020	7,263,926,826	133,580,868,813	62,321,812,130

Nama PT	Tahun	Y	X1	X2
DLTA	2016	516,167	51,548,865	19,972,512
	2017	12,837,812.00	113,831,234	26,240,045
	2018	21,603,100	91,685,689	32,698,467
	2019	7,619,315	43,057,950	41,195,111
	2020	1,088,653	1,763,571	33,152,628
GGRM	2016	167,302,658,521	2,397,083,324,619	58,750,175,600
	2017	24,823,789,672	3,422,470,904,644	54,381,048,759
	2018	51,669,856,459	4,242,651,264,568	62,792,991,852
	2019	22,437,621	156,597.436	3,851,924
	2020	18,917,908	61,222,150	950,246
ULTJ	2016	5,571,166,686	47,995,859,377	7,986,062,567
	2017	11,105,502,256	51,810,375,391	7,718,920,824
	2018	28,516,296,605	70,488,473,620	8,279,378,019
	2019	1,078,867,413	72,129,534,237	10,140,895,004
	2020	4,472,332,718	68,723,685,974	10,165,930,253
LMPI	2016	31,704,557,018	644,682,930,806	63,744,147,163
	2017	10,284,557,018	1,121,624,354,565	53,133,475,634
	2018	86,838,297,236	1,556,085,871,459	67,273,232,893
	2019	21,414,219,012	1,772,859,172,392	78z,007,021,025
	2020	76,780,185,267	1,249,199,154,803	62,361,347,069
	2016	35,552,975,244	1,107,135,026,108	90,422,915,350

SKLT	2017	38,651,704,520	795,476,989,375	97,704,008,650
	2018	45,487,260,497	940,787,636,958	90,094,045,153
	2019	34,392,474,366	1,019,611,940,560	95,863,561,076
	2020	28,018,475,040	936,019,359,110	90,638,830,740
MERK	2016	12,863,879,935	624,880,059,121	18,249,675,384
	2017	16,682,760,989	651,620,501,323	25,085,617,272
	2018	17,649,041,581	684,560,525,191	24,505,982,233
	2019	4,888,687,772	677,418,618,613	21,449,271,985
	2020	65,132,695,917	295,656,379,109	21,773,738,750
DNET	2016	42,345,417,055	224,172,295,542	105,204,261,055
	2017	9,282,943,009	226,264,507,840	138,319,165,154
	2018	30,665,874,058	258,072,602,104	141,485,987,870
	2019	1,269,332,345	249,779,491,298	129,485,349,102
	2020	21,451,253,664	182,389,034,698	111,620,279,971

Sumber data diolah

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas

	LABABERSIH	PRODUKSI	PROMOSI
LABABERSIH	1.000000	0.754523	0.767866
PRODUKSI	0.754523	1.000000	0.742407
PROMOSI	0.767866	0.742407	1.000000

Berdasarkan hasil tabel 3 diatas maka dapat diketahui bahwa nilai biaya produksi, biaya promosi, laba bersih menunjukkan hasil nilai kurang dari 0,8 yang berarti tidak didapatkan gejala pengganggu dari masing-masing variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heterokkedastisitas

Test	Statistic	d.f.	Prob.
Breusch-Pagan LM	82.10413	66	0.0871
Pesaran scaled LM	0.357219		0.7209
Pesaran CD	1.728309		0.0839

Dari hasil tabel 4 output diatas dapat dilihat nilai Prob Breusch-Pagan LM sebesar 0,0871 > α 0.05, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi data panel tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Hipotesis t

Tabel 5 Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.19E+10	3.29E+10	2.187255	0.0338
PRODUKSI	0.015610	0.018759	0.832101	0.4097
PROMOSI	0.339718	0.055203	6.153983	0.0000

Sumber data diolah

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai t-statistic untuk biaya produksi sebesar 0.832101, sementara t Tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$ didapat nilai t Tabel sebesar 2.262157 dengan demikian t-statistic biaya produksi $< t$ Tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya produksi dalam penelitian ini memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap laba bersih.
2. Nilai t-statistic untuk biaya promosi sebesar 6.153983, sementara t Tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$ didapat nilai t Tabel sebesar 2.262157 dengan demikian t-statistic biaya promosi $> t$ Tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel biaya promosi dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap laba bersih.

Uji Hipotesis F

Tabel 6 Hasil Uji F

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.19E+10	3.29E+10	2.187255	0.0338
PRODUKSI	0.015610	0.018759	0.832101	0.4097
PROMOSI	0.339718	0.055203	6.153983	0.0000

Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.974416	Mean dependent var	1.85E+11	
Adjusted R-squared	0.967186	S.D. dependent var	4.97E+11	
S.E. of regression	9.00E+10	Akaike info criterion	53.48604	
Sum squared resid	3.73E+23	Schwarz criterion	53.97473	
Log likelihood	-1590.581	Hannan-Quinn criter.	53.67719	
F-statistic	134.7714	Durbin-Watson stat	2.696704	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Pada output tabel 6 di atas menunjukkan bahwa nilai F-statistic sebesar 134.7714, sementara F tabel dengan tingkat 5% didapat nilai F tabel sebesar 4,256494. Dengan demikian F-statistic $> f$ tabel dan nilai prob(statistic) $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima

Uji Koefisien Determinasi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.19E+10	3.29E+10	2.187255	0.0338
PRODUKSI	0.015610	0.018759	0.832101	0.4097
PROMOSI	0.339718	0.055203	6.153983	0.0000

Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.974416	Mean dependent var	1.85E+11	
Adjusted R-squared	0.967186	S.D. dependent var	4.97E+11	
S.E. of regression	9.00E+10	Akaike info criterion	53.48604	
Sum squared resid	3.73E+23	Schwarz criterion	53.97473	
Log likelihood	-1590.581	Hannan-Quinn criter.	53.67719	
F-statistic	134.7714	Durbin-Watson stat	2.696704	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Dari table diatas menunjukkan bahwa nilai adjusted R sebesar 0,967186 sedangkan untuk nilai R sebesar 0,974416. Hal ini berarti kontribusi yang diberikan biaya produksi dan biaya promosi bersama-sama terhadap laba pada perusahaan manufaktur sector bahan konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020 adalah sebesar 0,974 atau sebesar 97, 4% yang artinya dalam hasil penelitian ini laba sangat berpengaruh sedangkan sisanya hanya senilai 3,6% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data , maka dapat disimpulkan hasil dari penelitian mengenai pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba pada Perusahaan Manufakturing sector barang konsumsi yang terdaftar pada BEI periode 2016-2020. Dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap negative terhadap laba bersih perusahaan, semakin banyak biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan akan dapat berpengaruh terhadap laba bersih yang akan di dapat oleh perusahaan. Sedangkan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, artinya semakin banyak biaya promosi yang dikeluarkan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dapat menaikkan laba bersih yang akan di dapatkan oleh perusahaan. Secara simultan biaya produksi dan biaya promosi memiliki pengaruh yang simultan terhadap laba bersih bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Endang Susilawati 2019. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Studi Kasus Perusahaan Rokok PT. Gudang Garam Tbk 2011-2017
- Felicia Felicia, Robinhot Gultom, 2018. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia
- Hakim, L., Sunardi, N. (2017). Determinant of leverage and it's implication on company value of real estate and property sector listing in IDX period of 2011-2015. *Man in India*, 97(24), pp. 131-148.
- Husain, T., & Sunardi, N. (2020). Firm's Value Prediction Based on Profitability Ratios and Dividend Policy. *Finance & Economics Review*, 2(2), 13-26.
- I Made Ari Yuda Dan I Ketut Puja Wirya 2020. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2015-2017
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2022). Financial Management System (QRIS) based on UTAUT Model Approach in Jabodetabek. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1).
- Kadim, A., Sunardi, N & Husain, T. (2020). The modeling firm's value based on financial ratios, intellectual capital and dividend policy. *Accounting*, 6(5), 859-870.
- Mulyana Asep 2017. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015
- Nardi Sunardi Et Al (2020). Determinants of Debt Policy and Company's Performance, *International Journal of Economics and Business Administration* Volume VIII Issue 4, 204-213

Sunardi, N., & Lesmana, R. (2020). Konsep Icepower (Wiramadu) sebagai Solusi Wirausaha menuju Desa Sejahtera Mandiri (DMS) pada Masa Pandemi Covid-19. JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma), 4(1).

Yulianus, Hendrik S & Sri Andika 2021. Penagruh Biaya Promosi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Studi Kasus PT. Nippon Inosari Corpindo Tbk Tahun 2014-2019