

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP
LABA PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG
TERDAFTAR DI BUSRA EFEK INDONESIA (BEI)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

OLEH:

NAMA : SOFIE PRIMADANY PUTRI

NPM 1605170174

PROGRAM STUDI : AKUNTANSI

KONSENTRASI : AKUNTANSI MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari , tanggal 13 April 2022, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : **SOFIE PRIMADANY PUTRI**
NPM : **1605170174**
Program Studi : **AKUNTANSI**
Kosentrasi : **AKUNTANSI MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)**

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I



soc. Prof. Dr. ZULIA HANUM, SE., M.Si)

Penguji II



(M. SHAREZA HAFIZ, SE., M.Acc)

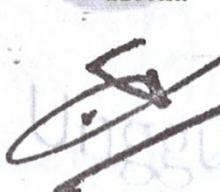
Pembimbing



(ISNA ARDILA, SE., M.Si)

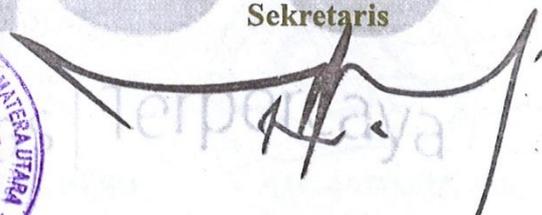
Panitia Ujian

Ketua



(H. JANURI, S.E., M.M.)

Sekretaris



(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : SOFIE PRIMADANY PUTRI

N.P.M : 1605170174

Program Studi : AKUNTANSI

Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN

**Judul Skripsi : PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI)**

**Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian
mempertahankan skripsi.**

Medan, Maret 2022

Pembimbing Skripsi



(ISNA ARDILA, SE, M.Si)

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



(Assoc. Prof. Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Sofie Primadany Putri**
NPM : 1605170174
Dosen Pembimbing : Isna Ardila, SE, M.Si
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1			
Bab 2			
Bab 3			
Bab 4	Abstrak	28 Maret	
Bab 5			
Daftar Pustaka	Daftar Pustaka masih blm lengkap		
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Selesai bimbingan skripsi. AOC untuk di sidangkan		

Medan, Maret 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, S.E., M.Si)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(Isna Ardila, SE, M.Si)



UMSU

Insight | Cerdas | Terpercaya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-5624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Sofie Primadany Putri**
NPM : 1605170174
Dosen Pembimbing : Isna Ardila, SE, M.Si
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1			
Bab 2			
Bab 3			
Bab 4	Deskripsi hasil penelitian .. - referensi di pembahasan	24 Maret	
Bab 5	- Grran		
Daftar Pustaka	Daftar Pustaka Mengikuti		
Persetujuan Sidang Meja Hijau			

Medan, Maret 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, S.E., M.Si)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(Isna Ardila, SE, M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Sofie Primadany Putri**
NPM : 1605170174
Dosen Pembimbing : Isna Ardila, SE, M.Si
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1			
Bab 2			
Bab 3			
Bab 4	- Hasil Penelitian - Referensi Pembahasan - Hasil yg. Akumulatif Klatik	19 Maret	
Bab 5	- Kesimpulan - Saran		
Daftar Pustaka	- Singgih Dosen Min 5		
Persetujuan Sidang Meja Hijau			

Medan, Maret 2022

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, S.E., M.Si)

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(Isna Ardila, SE, M.Si)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : **SOFIE PRIMADANY PUTRI**
NPM : 1605170174
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul Penelitian : **PENGARUH BIAYA PRODUK DAN BIAYA PROMOSI
TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN MAKANAN
DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI)**

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis, secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari data-data dari skripsi ini merupakan hasil **Plagiat** atau merupakan hasil karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Saya yang menyatakan



SOFIE PRIMADANY PUTRI

ABSTRAK

SOFIE PRIMADANY PUTRI, NPM 1605170174 : “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh : Biaya Produksi terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, Biaya Promosi, Biaya Produksi, terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang sudah go public yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), terdapat 33 perusahaan makanan dan minuman yang sudah terdaftar dalam BEI. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode purposive sampling karena teknik pengambilan sampel perusahaan dilakukan berdasarkan kriteria maka di dapatkan 10 sampel perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode pengumpulan data menggunakan Dokumentasi, Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Terdapat pengaruh Signifikan Biaya Produksi terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, terdapat pengaruh Signifikan Biaya Promosi terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, dan terdapat Pengaruh Signifikan Biaya Promosi Dan Biaya Produksi, terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci : *Biaya Produksi, Biaya Promosi, Laba.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan KaruniaNya yang tiada henti kepada kita semua terutama kepada penulis, dan shalawat beriring salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan Pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. Proposal ini diajukan dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)”**.

Penulisan Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan dan penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya waktu, kemampuan, pengetahuan dan masih minimnya pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus dan ikhlas penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak-pihak yang berkepentingan dengan Skripsi ini baik dosen pembimbing maupun pihak yang berpengalaman di bidang penulisan skripsi ini untuk menyempurnakan Skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Penulis sangat merasa terbantu atas masukan, bimbingan dan motivasi yang tak henti-hentinya, dari pihak-pihak yang selalu memberikan dukungannya kepada saya. Untuk itu dengan rasa bangga dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua yang teramat saya cintai **Ayahanda Muhammad Surapto, S.E., dan Ibunda Ismanova Syafitri, S.E.** yang telah membesarkan dan mendidik penulis serta terus memberikan dukungan moril maupun materil sehingga membentuk penulis menjadi individu yang tangguh dan bertanggung jawab.
2. Bapak Prof . Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Januri, SE,MM.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, SE.,M.Si selaku WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudi Tanjung, SE, M.Si selaku WD III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Zulia Hanum SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Riva Ubar, SE., M.Si., Ak., CA., CPA selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Bapak Sukma Lesmana, S.E., M.Si selaku Dosen PA yang telah membantu dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
9. Ibu Isna Ardilla, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membantu penulis dalam penyusunan proposal skripsi, membimbing serta memberikan pengarahan kepada penulis demi menyelesaikan laporan penelitian ini.
10. Terima kasih kepada seluruh dosen staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
11. Terima kasih juga saya ucapkan seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
12. Kepada adik penulis Daffa Dwi Syaputra yang selalu menemani dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada seluruh sahabat terbaik sekelas, sebangsa dan setanah air Sapni , Mutekk, Ranee, Mbee, Suci, Irpan, Icha, Widya, Septia, dan Yulia.
14. Kakak, Abang dan Mas tersayang yang selalu mendorong penulis untuk cepat – cepat mengerjakan skripsi Siska Annisa, Khalid Walid dan Nugraha Dian Maysandi.
15. Teman-teman Kelas D Akuntansi-Pagi, Kelas B Akuntansi-Malam dan Kelas Konsentrasi Manajemen yang sama-sama berjuang dari awal perkuliah saling membantu dan saling mendukung satu sama lainnya.
16. Dan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam hal apapun yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dalam skripsi ini, masih banyak kekurangan baik dari segi isi, penyajian materi maupun susunan bahasa penyampaian. Hal ini disebabkan karena kemampuan, pengalaman ilmu yang dimiliki penulis masih terbatas. Diharapkan kritik dan saran yang membangun, sehingga skripsi ini dapat lebih baik lagi.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, 19 Maret 2022

Penulis

SOEIE PRIMADANY PUTRI
1605170174

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Masalah	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Uraian Teori	10
2.1.1. Laba	10
2.1.2. Jenis-Jenis Laba	10
2.1.3. Unsur-Unsur Laba.....	11
2.1.4. Fungsi Laba.....	11
2.1.5. Biaya Produksi	12
2.1.6. Tujuan Biaya Produksi.....	15
2.1.7. Jenis-Jenis Biaya Produksi.....	15
2.1.8. Biaya Promosi	17
2.2. Penelitian Terdahulu	18
2.3. Kerangka Konseptual	21
2.3.1. Biaya Produksi Berpengaruh Terhadap Laba	22
2.3.2. Biaya Promosi Berpengaruh Terhadap Laba	22
2.3.3. Biaya Produksi dan Biaya Promosi Berpengaruh Terhadap Laba.....	22
2.4. Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Pendekatan Penelitian	25
3.2. Definisi Operasional Variabel	25
3.2.1. Variabel Dependen Laba (Y)	26
3.2.2. Variabel Dependen Biaya Produksi (X1)	26
3.2.3. Variabel Dependen Biaya Promosi (X2)	26
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.3.1. Tempat penelitian.....	26
3.3.2. Waktu Penelitian.....	26
3.4. Populasi dan Sampel	27
3.4.1. Populasi.....	27
3.4.2. Sampel.....	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data	29

3.6. Teknik Analisis Data.....	29
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif	29
3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.4. Pengujian Hipotesis	33
3.6.5. Koefisien Determinasi	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Hasil Penelitian.....	37
4.1.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
4.1.1.1. Variabel Dependen Laba (Y).....	37
4.1.1.2. Variabel Dependen Biaya Produksi (X1)	38
4.1.1.3. Variabel Dependen Biaya Promosi (X2)	40
4.1.2. Hasil Analisis Data	41
4.1.2.1. Analisis Statistik Deskriptif	41
4.1.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	42
4.1.2.2.1. Uji Normalitas.....	42
4.1.2.2.2. Uji Multikolinieritas.....	43
4.1.2.2.3. Uji Heteroskedastisitas	43
4.1.2.2.4. Uji Autokorelasi.....	44
4.1.3. Regresi Linear Berganda.....	45
4.1.4. Uji Hipotesis	47
4.1.4.1. Uji Secara Parsial (Uji T).....	47
4.1.4.2. Uji Simultan (Uji F)	49
4.1.4.3. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	51
4.2. Pembahasan.....	52
4.2.1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba.....	52
4.2.2. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba.....	53
4.2.3. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Laba Yang Terdaftar di BEI	5
Tabel 2.2.	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1.	Waktu Penelitian	27
Tabel 3.2.	Jumlah Populasi	28
Tabel 4.1.	Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman	36
Tabel 4.2.	Biaya Produksi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman.....	38
Tabel 4.3.	Biaya Promosi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman.....	39
Tabel 4.4.	Statistik Deskriptif	40
Tabel 4.5.	Uji Smirnov Kolgomorov	41
Tabel 4.6.	Hasil Uji Multikolonieritas	42
Tabel 4.7.	Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.8.	Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 4.9.	Uji Secara Persial.....	47
Tabel 4.10.	Uji Secara Simultan (Uji F)	49
Tabel 4.11.	Uji Koefisien Determinasi (R).....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 3.1. Kriteria Pengujian Hipotesis T.....	34
Gambar 3.2. Kriteria Pengujian Hipotesis F.....	35
Gambar 4.1. Uji Heteroskedastisitas.....	43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya perusahaan didirikan untuk mendapatkan pendapatan atau laba yang semaksimal mungkin agar kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin, sehingga dapat selalu mengusahakan perkembangan lebih lanjut. Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Untuk dapat menghasilkan laba, suatu perusahaan harus memiliki produk yang dapat dijual kepada masyarakat.

Menurut (Kasmir, 2015, hal 303) laba bersih atau net profit merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak. Laba akuntansi merupakan salah satu informasi yang sering dijadikan para investor untuk pengambilan keputusan. Salah satu unsur yang mempengaruhi laba adalah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada saat proses produksi baik biaya produksi maupun biaya operasional. Keberhasilan suatu perusahaan berkaitan erat dengan perolehan laba di setiap periodenya. Laba seringkali menjadi indeks keberhasilan sebuah perusahaan. Tujuan utama bagi perusahaan yang berorientasi profit pastilah selalu berusaha untuk mendapatkan laba. Menurut (Hery, 2017 hal 43) Laba adalah sebelum pajak penghasilan dikurang dengan pajak penghasilan akan diperoleh laba atau rugi bersih.

Laba dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal perusahaan, contoh dari faktor eksternal adalah banyaknya persaingan bisnis yang semakin

mendunia. Pada umumnya ukuran yang sering kali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan. Menurut (Mulyadi, 2019, hal 153), bahwa faktor yang mempengaruhi laba yang didapatkan suatu perusahaan adalah biaya, dimana biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan

Menurut (Mulyadi, 2019, hal 14) bahwa biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual. Dimana biaya produksi ini dibagi menjadi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Sedangkan menurut (Harnanto, 2017, hal 28), biaya produksi adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi biaya baik langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi merupakan sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran, nilai keluaran diharapkan lebih besar dari pada masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba.

Menghemat biaya produksi adalah salah satu cara seorang produsen untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir kerugian. Tentunya ketika dalam sebuah usaha yang baik kita dapat mengeluarkan biaya produksi dengan efisien namun dengan pendapatan yang maksimal. Menurut (Rustami et al., 2014) bahwa kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh dan jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan, maka diharapkan laba meningkat, sedangkan jika

biaya produksi meningkat tetapi volume penjualan menurun dan kurangnya promosi, maka laba akan menurun.

Menurut (Harnanto, 2017) bahwa Biaya promosi merupakan penjumlahan dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya.

Suatu perusahaan memproduksi barang dengan kualitas yang baik, harga relatif murah dibandingkan pesaing, dan tersebar ke berbagai tempat tetapi apabila calon pembeli tidak diberi tahu adanya produk tersebut, diingatkan atau dibujuk untuk membelinya, maka produk tersebut tidak akan bisa laku dan segala sesuatu yang dilakukan akan sia-sia. Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli. Keputusan yang selalu diharapkan oleh produsen, apakah pesan yang disampaikan lewat promosinya telah dapat menjangkau pasar yang telah diharapkan atau belum. Apabila telah menjangkaunya berarti mencerminkan keberhasilan promosinya dan sudah tentu akan meningkatkan permintaan. Kegiatan promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai pastinya membutuhkan biaya. Biaya-biaya ini disebut dengan biaya promosi.

Menurut (Rangkuti, 2013, hal 56) bahwa Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen. Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli. Keputusan yang selalu diharapkan oleh produsen, apakah pesan yang disampaikan lewat promosinya telah dapat menjangkau pasar yang telah diharapkan atau belum. Apabila telah menjangkaunya

berarti mencerminkan keberhasilan promosinya dan sudah tentu akan meningkatkan permintaan serta penjualan. Besarnya biaya promosi yang ditetapkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk, berpengaruh terhadap laba. Besarnya Biaya Promosi yang dikeluarkan diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan meningkatnya penjualan, maka laba yang akan diperoleh meningkat juga. (Rustami, 2014)

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia. Sektor industri makanan dan minuman karena merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami pertumbuhan. Seiring meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, volume kebutuhan terhadap makanan dan minuman pun terus meningkat. Kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan cepat saji menyebabkan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan baru di bidang makanan dan minuman. Dan walaupun di tengah kasus covid 19 yang menimpa dunia, perusahaan makanan dan minuman tetap jalan tanpa terpengaruh sama sekali karena makanan dan minuman sudah menjadi kebutuhan pokok sama sekalai bagi manusia.

Oleh karena itu persaingan antar perusahaan pun semakin kuat. Dengan persaingan yang semakin kuat ini menuntut perusahaan untuk memperkuat fundamental agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang sejenis. Pertumbuhan sektor industri ini lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim atau terjadinya perubahan kondisi perekonomian secara inflasi atau dengan kata lain, kelancaran produk perusahaan makanan dan minuman akan tetap terjamin karena sektor ini bergerak pada bidang industri pokok manusia. Hal itu disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan dan

minuman yang tidak akan berhenti meskipun dalam kondisi apapun. Melihat kondisi ini lah maka banyak perusahaan-perusahaan yang tertarik untuk masuk ke dalam sektor makanan dan minuman dan menjadi target yang banyak diminati oleh para investor.

Alasan memilih perusahaan makanan dan minuman dalam penelitian ini sektor makanan dan minuman adalah salah satu sektor yang diharapkan memiliki prospek cukup cerah di masa mendatang, karena sampai kapan pun kita sebagai makhluk hidup pasti membutuhkan makanan dan minuman.

Berikut ini adalah Biaya Produksi dan Biaya Promosi Perusahaan yang Terdaftar DI Bursa Efek Indonesia Periode 2018 hingga 2020 :

Tabel 1.1
Daftar Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Laba
Pada Perusahaan Makanan dan Minuman
Yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2020
Dalam Miliaran Rupiah

NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	BIAYA PRODUKSI	BIAYA PROMOSI	LABA
ADES	2018	409	45	52
	2019	404	66	83
	2020	317	63	135
BUDI	2018	2.588	3	50
	2019	2.447	2	64
	2020	2.338	1	67
DLTA	2018	244	48	338
	2019	226	45	317
	2020	176	57	123
ICBF	2018	26.163	1.359	4.658
	2019	27.841	1.543	5.360
	2020	29.566	1.884	7.418
MLBI	2018	1.203	261	1.224
	2019	1.415	237	1.206
	2020	1.057	123	285

MYOR	2018	18.485	2.431	1.760
	2019	16.956	3.393	2.039
	2020	16.797	3.201	2.098
ROTI	2018	1.276	207	127
	2019	1.488	273	236
	2020	1.413	246	168
SKLT	2018	417	35	31
	2019	502	39	44
	2020	506	43	42
STTP	2018	2.226	73	255
	2019	2.574	108	482
	2020	2.781	59	628
ULTJ	2018	3.456	446	701
	2019	3.961	455	1.035
	2020	3.709	335	1.109

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa beberapa perusahaan menunjukkan adanya peningkatan biaya produksi dari tahun 2018 – 2020 akan tetapi laba bersih yang didapatkan perusahaan justru mengalami peningkatan. Hal ini terbukti pada PT. STTP dimana biaya produksi mengalami peningkatan setiap tahunnya akan tetapi laba bersih yang didapatkan justru juga mengalami peningkatan. Menurut (Mulyadi, 2019, hal 11), bahwa biaya produksi yaitu sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran, nilai keluaran diharapkan lebih besar daripada masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut sehingga organisasi dapat menghasilkan laba atau sisa hasil usaha. Hal ini tidak sesuai dengan teori dimana seharusnya jika biaya produksi mengalami peningkatan maka laba bersih seharusnya akan mengalami penurunan. Dimana laba bersih yang didapatkan akan lebih besar jika biaya produksi yang dikeluarkan semakin kecil. Hasil penelitian (Sembiring & Siregar, 2018), menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih, dimana semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka semakin

tinggi laba yang akan didapatkan. Sedangkan hasil penelitian Yuliati (2017) menjelaskan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, dikarenakan biaya produksi bukan sebagai indikator suatu perusahaan menghasilkan laba.

Sedangkan dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa beberapa perusahaan menunjukkan adanya peningkatan Biaya Promosi dari tahun 2018 – 2020 akan tetapi laba bersih yang didapatkan perusahaan justru mengalami peningkatan. Hal ini terbukti pada PT. DLTA dimana biaya promosi mengalami peningkatan setiap tahunnya akan tetapi laba bersih yang didapatkan perusahaan justru juga mengalami peningkatan. Menurut (Kuswadi, 2015), besarnya biaya operasional akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan, maka semakin besar nilai biaya operasionalnya maka laba yang didapatkan akan semakin kecil begitu pula sebaliknya jika biaya promosi dapat diminimalkan maka laba yang dihasilkan akan lebih maksimal. Hasil penelitian (Rustami, 2014), menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan pada penelitian (Felicia & Gultom, 2018) menunjukkan bahwa biaya operasional tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diperoleh informasi tentang permasalahan

- 1) Perusahaan sub sektor makanan dan minuman menunjukkan adanya peningkatan biaya produksi dari tahun 2018 – 2020 akan tetapi laba yang didapatkan perusahaan juga mengalami peningkatan.
- 2) Perusahaan sub sektor makanan dan minuman menunjukkan adanya peningkatan biaya promosi dari tahun 2018 – 2020 akan tetapi laba yang didapatkan perusahaan mengalami penurunan.

1.3 Rumusan Masalah

- 1) Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020?
- 2) Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020?
- 3) Apakah biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020?

1.4 Tujuan Masalah

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.

- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, yaitu :

- 1) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pengaplikasian ilmu yang telah diperoleh diperguruan tinggi serta meningkatkan dan memperdalam pengetahuan serta pemahaman mahasiswa mengenai biaya produksi dan biaya promosi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

- 2) Bagi Akademik

Adanya penelitian ini diharapkan menjadi wahana pengetahuan serta sumber informasi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti pengetahuan minat mahasiswa dalam mengetahui biaya produksi dan biaya promosi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdapat di Bursa Efek Indonesia.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Uraian Teori

2.1.1. Laba

Laba adalah keuntungan bersih yang didapat oleh perusahaan atau orang yang menjalankan aktivitas ekonomi. Keuntungan ini didapat dari sejumlah faktor hadir dari mulai awal kegiatan itu berlangsung sampai perhitungan akhirnya. Laba juga bisa berupa peningkatan kekayaan dari seorang pelaku bisnis atas uang yang sudah dikeluarkannya. Namun, ada juga yang beranggapan laba adalah selisih positif dari sebuah pengeluaran modal dengan hasil yang didapatkan pada periode tertentu. Menurut Suwardjono (2008:464) “Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (biaya total yang melekat dalam kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa)”. Laba sering menjadi target rekayasa yang dilakukan pihak manajemen untuk meminimalkan atau memaksimalkan laba, dengan kata lain manajemen melakukan praktek manajemen laba (Earning Management) (M. Fahmi 2018).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah kelebihan pendapatan di atas biaya sebagai imbalan menghasilkan barang dan jasa selama satu periode akuntansi.

2.1.2. Jenis – Jenis Laba

Laba juga bisa digolongkan menjadi beberapa jenis. Berikut beberapa golongannya :

- 1) Laba kotor, laba yang satu ini merupakan selisih positif dari nilai penjualan yang dikurangi retur dan potongan dari penjualan

- 2) Laba usaha operasi adalah keuntungan dari hasil pengurangan laba kotor dengan harga pokok dan biaya usaha.
- 3) Laba bersih sebelum pajak adalah nilai dari laba bersih sebelum pajak bisa muncul dari keuntungan usaha dikurangi biaya bunga.
- 4) Laba bersih yaitu, setiap kegiatan ekonomi akan dikenakan pajak dan hasilnya baru dinamakan laba bersih.

2.1.3. Unsur – Unsur Laba

Unsur-unsur laba antara lain:

- 1) Pendapatan (Revenue) adalah meningkatnya aktiva atau arus masuk perusahaan yang berasal dari kegiatan operasional.
- 2) Beban (Expenses) adalah penggunaan aktiva atau arus keluar atau kemunculan liabilitas (kewajiban) dalam sebuah periode karena produksi barang atau pengiriman.
- 3) Keuntungan (Profit) adalah meningkatnya ekuitas akibat transaksi atau investasi pemilik atau pendapatan.
- 4) Kerugian (Loss) adalah menurunnya ekuitas akibat transaksi atau beban serta pendistribusian kepada pemilik.

2.1.4. Fungsi Laba

Laba yang tinggi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan output yang lebih dari industry/perusahaan. Sebaliknya, laba yang rendah atau rugi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan kurang dari produk/komoditi yang ditangani dan metode produksinya tidak efisien. Laba memberikan pertanda krusial

untuk realokasi sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat sebagai refleksi perubahan selera konsumen dan permintaan sepanjang waktu. Laba bukanlah suatu system yang sempurna. Laba bukanlah satu-satunya yang dikejar oleh manajemen, melainkan aspek pelayanan.

2.1.5. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh sebuah perusahaan baik barang maupun jasa ketika sedang melakukan pengadaan produk. Biaya produksi adalah dapat dipahami pula sebagai akumulasi atau penghitungan biaya ongkos produksi. Biaya Produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output atau dengan kata lain yaitu nilai semua faktor produksi yang dipergunakan untuk menghasilkan (memproduksi) output, (Syachfuddin & Rosyidi, 2017)

Menghemat biaya produksi adalah salah satu cara seorang produsen untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalisir kerugian. Tentunya ketika dalam sebuah usaha yang baik kita dapat mengeluarkan biaya produksi dengan efisien namun dengan pendapatan yang maksimal. Biaya Produksi adalah semua biaya yang berkaitan dengan produk (barang) yang diperoleh, dimana didalamnya terdapat unsur biaya produk berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Nafarin, 2009).

Biaya produksi adalah akumulasi dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses 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. Biaya produksi ini harus

diakumulasi secara cermat untuk kemudian dihitung dan dibandingkan dengan laba kotor perusahaan. Selisih pendapatan dikurangi dengan biaya produksi akan menjadi laba bersih perusahaan atau total keuntungan yang diperoleh. Biaya produksi ini diperlukan untuk mendukung proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap dipasarkan kepada konsumen.

Untuk menentukan dan mencapai nominal biaya produksi, terdapat tiga unsur yang saling terkait yang harus diperhatikan, yaitu :

1) Biaya Material Langsung (Direct Material)

Biaya Material Langsung merupakan biaya bahan baku yang bersentuhan langsung dengan produk yang akan diproduksi dan nominal yang timbul cenderung mudah ditelusuri. Contoh kecilnya dalam suatu produk kopi di kafe- kafe, harga beli komposisi utama produk tersebut seperti biji kopi, air, gula dan bahan lainnya bisa dikategorikan sebagai Biaya Material Langsung.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung (Direct Labor)

Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah upah, tunjangan dan asuransi yang dibayarkan kepada pegawai yang terlibat langsung dalam jalannya proses produksi barang. Misalnya, pegawai di bagian perakitan produk atau yang mengoperasikan mesin untuk membuat produk.

3) Biaya Overhead Pabrik (Manufacturing Overhead)

Biaya Overhead Pabrik (BOP) adalah biaya yang secara tidak langsung berkaitan dengan aktivitas pabrik dan terjadi ketika memproduksi suatu produk. Biaya overhead pabrik meliputi:

a) Bahan Material Tidak Langsung (Indirect Material)

Bahan tidak langsung adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi namun cenderung sulit untuk dilacak nominalnya. Contoh seperti lem, minyak, cairan pembersih dan lain sebagainya diklasifikasikan sebagai bahan tidak langsung karena biaya barang-barang tersebut cenderung sulit untuk dilacak dalam suatu proses produksi.

b) Tenaga Kerja Tidak Langsung (Indirect Labor)

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pegawai yang tidak terlibat langsung dalam proses produksi. Contoh petugas keamanan, pengawas dan supervisor quality control di pabrik. Upah dan tunjangan mereka akan diklasifikasikan sebagai biaya tenaga kerja tidak langsung.

c) Biaya Overhead Lain

Biaya utilitas pabrik, sewa gedung dan tanah, depresiasi mesin dan asuransi.

Jadi, formulasi dari Biaya Produksi adalah:

$$\text{Biaya Produksi} = \text{BL} + \text{BTKL} + \text{BTKTL} + \text{BOP}$$

BL = Biaya Langsung

BTKL = Biaya Tenaga Kerja Langsung

BTKTL = Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

BOP = Biaya Overhead Pabrik

2.1.6. Tujuan Biaya Produksi

Pada dasarnya tujuan penentuan production cost adalah untuk memaksimalkan laba perusahaan yaitu menghasilkan pendapatan dan membandingkannya dengan biaya yang dikeluarkan. Adapun beberapa tujuan penentuan biaya produksi adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menetapkan biaya produksi
- 2) Untuk mengendalikan biaya
- 3) Untuk membantu pengambilan keputusan.

2.1.7. Jenis – Jenis Biaya Produksi

Secara umum, biaya produksi dapat dibedakan menjadi lima jenis. Adapun beberapa jenis biaya produksi adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya Tetap (Fixed Cost/ FC),

Yaitu biaya pada periode tertentu dengan jumlah yang tetap dan tidak tergantung pada hasil produksi. Contoh, sewa gedung, pajak perusahaan, biaya administrasi, dan lain-lain.

- 2) Biaya Variabel (Variable Cost/ VC),

Yaitu biaya yang besarnya dapat berubah-ubah sesuai dengan hasil produksi. Artinya, semakin besar hasil produksi maka semakin besar biaya variabelnya. Contoh, biaya upaya pekerja, biaya bahan baku yang dikeluarkan berdasarkan jumlah produksi.

- 3) Biaya Total (Total Cost/ TC),

Yaitu total seluruh biaya tetap dan biaya variabel yang digunakan suatu perusahaan untuk menghasilkan barang jadi dalam satu periode tertentu.

4) Biaya Rata-Rata (Average Cost/ AC),

Yaitu besarnya biaya produksi per unit yang dihasilkan. Besar biaya rata-rata ini dihitung dengan cara membagikan total biaya dengan jumlah produk yang dihasilkan.

5) Biaya Marjinal (Marginal Cost/ MC),

Yaitu biaya tambahan yang dibutuhkan untuk menghasilkan satu unit barang jadi. Biaya ini muncul ketika dilakukan perluasan produksi dalam rangka menambah jumlah barang yang dihasilkannya.

Aspek umum biaya produksi dapat digolongkan sebagai berikut:

1) Yang menyangkut harta fisik

- a) Pemilihan dan penentuan letak bangunan, mesin dan peralatan lainnya
- b) Pemilihan peralatan dan fasilitas.

2) Yang menyangkut perencanaan

- a) Perencanaan dan perancangan produk yang harus dihasilkan
- b) Pengembangan dan pemilihan proses teknis
- c) Pengembangan metode dan standar
- d) Perencanaan dan pengendalian kegiatan produksi.

3) Yang menyangkut produksi

- a) Pengadaan dan pengangkatan karyawan, latihan dan pengendalian tenaga kerja
- b) Pemilihan, penanganan dan penetapan aliran bahan
- c) Pengarahan umum terhadap kegiatankegiatan produksi dan koordinasi dengan bagian-bagian lainnya.

2.1.8. Biaya Promosi

Biaya Promosi merupakan sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan. Menurut (Irpan Januarsah, JubiJubi, Ady Inrawan, 2019), 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. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya (Rini Astuti, 2021).

Biaya Promosi merupakan sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan (Simamora, 2012). Biaya promosi adalah nilai yang dikorbankan atau dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk kepentingan promosi dalam kaitannya dengan pemasaran produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Menurut Bruce J. Walker alih bahasa H. Djaslim Saladi , SE. Dalam bukunya Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran menyatakan “ Promosi Penjualan adalah merupakan kegiatan-kegiatan promosi yang ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen dan membantu pekerjaan penjual dalam pemasaran”. Untuk melaksanakan kegiatan ini pastinya membutuhkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu biaya promosi adalah biaya yang digunakan untuk membiayai kegiatan promosi penjualan.

Biaya promosi ini ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Beberapa perusahaan memakai alat promosi yang berbeda satu dengan lainnya, hal ini berkaitan dengan promosi seperti apa yang cocok bagi

perusahaan tersebut, sehingga dengan menggunakan beberapa alat promosi, maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pun akan terdiri dari beberapa macam alat

promosi, sehingga total biaya promosi merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan saat perusahaan melakukan promosi dengan berbagai macam alat promosi seperti iklan di media massa, mengadakan pameran, iklan di media elektronik dan lain-lain.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama / Tahun	Judul Penelitian	Hasil	Sumber
1	(Susilawati, 2019)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk. Yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017)	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap Laba Bersih. Secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, terdapat pengaruh, tetapi biaya Promosi berpengaruh terhadap laba bersih PT Gudang Garam Tbk periode 2011-2017. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi untuk memaksimalkan laba bersih.	Jurnal Akuntansi Vol. II No. 1
2	(Rahma, 2019)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2016.	Penelitian ini dilakukan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah adanya	Skripsi Ekonomi Syariah

			<p>fluktuasi pada laba bersih dan juga tidak sesuai antara teori dengan fakta yang ada dilapangan. Dimana teorinya menyatakan apabila biaya produksi dan biaya promosi meningkat maka laba bersih juga akan meningkat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018.</p>	
3	Faren Daslim 2019	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada PT. Sumatera Hakarindo Medan	<p>Permasalahan yang terjadi di PT. Sumatera Hakarindo Medan antara lain adanya kesulitan untuk mengetahui seberapa besar masing-masing biaya yang ada dalam proses produksi seperti biaya pembelian bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan pengeluaran biaya overhead pabrik yang akan mempengaruhi laba</p>	Jurnal Akuntansi Vol. V No. 2

			<p>yang diperoleh oleh perusahaan, sumber daya manusia yang kurang kompeten dalam pelaksanaan produksinya sehingga proses produksi menjadi lambat yang berakibat biaya produksi menjadi meningkat. Kenaikan biaya pemasaran pada PT. Sumatera Hakarindo Medan tidak disertai dengan peningkatan laba. Kenaikan biaya-biaya tersebut bisa disebabkan oleh beberapa faktor internal maupun eksternal. Semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis dan adanya ulah para pesaing yang berlaku curang dalam menjalankan usahanya menjadi salah satu penyebab kenaikan biaya yang dikeluarkan</p>	
4	Asep Maulana 2017	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015	<p>laporan keuangan dari tahun 2009-2015. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh secara simultan dari</p>	Jurnal Manajemen Vol. 17 No. 3

			biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba usaha sebesar 85,8% hasil hitung $F = 12,118$ F -tabel = 6,94 hasil dari kesalahan 5%, (2) tidak ada pengaruh secara parsial dari biaya produksi terhadap laba usaha -7.37 rendah dari hasil = 2,776 hasilnya adalah signifikan 5%, (3) ada secara parsial ada pengaruh dari terhadap laba usahadari biaya promosidari hitung $t = 2.959$ t tabel lebih = 2,776 nilai signifikan 5	
--	--	--	---	--

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah laba pada perusahaan makanan dan minuman. Variabel independen penelitian ini adalah biaya produksi dan biaya promosi. Menurut (Susilawati, 2019) biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap laba yang dengan kata lain, laba yang diperoleh semakin besar jika biaya produksi yang dikeluarkan semakin kecil. Sedangkan biaya promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk promosi yang ditujukan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna mendapatkan laba yang lebih tinggi (Rahma, 2019). Variabel dependen penelitian ini adalah laba, menurut (Faren Daslim, 2019) Setiap perusahaan bertujuan untuk mencapai tingkat laba yang memuaskan, pusat laba bertujuan

untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut dan menjadi tolak ukur kinerja pimpinan pusat laba.

Jadi, jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan, maka diharapkan laba juga meningkat. Sedangkan, jika biaya produksi tetap kemudian volume penjualan menurun dan kurangnya promosi maka laba akan menurun.

2.3.1. Biaya Produksi Berpengaruh Terhadap Laba

Biaya produksi sangat berpengaruh dalam pertumbuhan laba suatu perusahaan, sehingga semakin tinggi biaya produksi maka semakin rendah laba yang diperoleh perusahaan tersebut (Sayyida 2014).

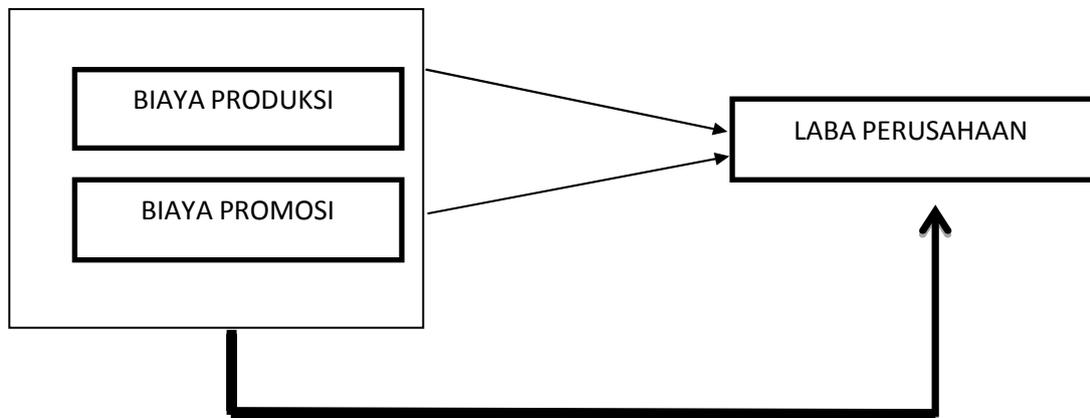
2.3.2. Biaya Promosi Berpengaruh Terhadap Laba

Biaya promosi juga berpengaruh penting terhadap laba karena sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk promosi bertujuan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan untuk mendapatkan laba yang lebih tinggi. Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan terlebih dahulu memberitahukan tentang barang dan atau jasa yang diperdagangkan melalui adanya pengenalan produk dengan cara melakukan periklanan, adanya promosi – promosi penjualan (Eva Sihotang 2021).

2.3.3. Biaya Produksi dan Biaya Promosi Berpengaruh Terhadap Laba

Untuk memperoleh laba bersih, perusahaan harus mampu meningkatkan penjualannya. Setiap perusahaan tujuan yang hendak dicapai adalah memaksimalkan profit, disamping perusahaan ingin tetap berkembang. Realisasi dari pada tujuan ini adalah melalui volume penjualan yang mantap karena masalah penjualan merupakan kunci dari suksesnya suatu perusahaan. Kegiatan

penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai tingkat penjualan maksimal yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba bersih maksimum bagi perusahaan (Eva Sihotang 2021). Jadi, biaya produksi dan biaya promosi sangat berpengaruh pada kenaikan dan penurunan laba



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis berkaitan erat dengan teori. Menurut (Sugiono, 2016) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

Berdasarkan masalah yang dikemukakan diatas, maka peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

H1: Ada pengaruh signifikan biaya produksi terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

H2: Ada pengaruh signifikan biaya promosi terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

H3 : Ada pengaruh signifikan biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Dalam buku Sugiono (2017), pendekatan asosiatif adalah pendekatan yang bersifat menanyakan hubungan antara dua atau lebih. Penelitian ini menggunakan data sekunder dimana data yang diperoleh dari laporan keuangan dengan cara melakukan browsing pada situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena dalam penelitian ini lebih menekankan pada pengukuran variabel-variabel penelitian dengan menggunakan angka atau bilangan yang menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistik. Data yang dipakai tersebut yaitu laporan keuangan tahunan yang telah resmi diterbitkan dalam situs resmi Bursa Efek Indonesia.

Metode kuantitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penjualan pada perusahaan makanan dan minuman tentang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode penelitian yang dimulai dari tahun 2018 hingga tahun 2020.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, untuk mengetahui baik buruknya pengukuran dari suatu penelitian yang menjadi definisi operasional adalah:

3.2.1. Variabel Dependen Laba (Y)

Variabel dependen (Variabel Y) dalam penelitian ini adalah Laba. Laba adalah perkiraan antara pendapatan dan beban-beban yang terjadi pada suatu periode tertentu dalam suatu perusahaan.

3.2.2. Variable Independen Biaya Produksi (X1)

Variabel independen pertama adalah biaya produksi (X1). Biaya produksi adalah biaya yang wajib di kelurkan perusahaan untuk memproduksi makanan dan minuman yang akan dijual sedangkan biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan atau meningkatkan penjualan tersebut.

3.2.3. Variable Independen Biaya Promosi (X2)

Variabel independen yang kedua adalah Biaya promosi (X2). Biaya Promosi adalah nilai yang dikorbankan atau dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk kepentingan promosi dalam kaitannya dengan pemasaran produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan telah memenuhi beberapa persyaratan yang ada. Dengan rentan waktu pengamatan selama 3 periode dari tahun 2018 – 2020.

3.3.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Juli 2022.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2022															
		Maret			April			Mei			Juni			Juli			
1.	Penelitian Pendahuluan																
2.	Pengajuan Judul																
3.	Penyusunan Proposal																
4.	Seminar Proposal																
5.	Riset																
6.	Pengolahan Data																
7.	Sidang Skripsi																

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi. Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sugiono, 2016). Populasi yang akan digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang sudah go public yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dari data yang penulis ambil, bahwasannya terdapat 33 perusahaan makanan dan minuman yang sudah terdaftar dalam BEI.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dipilih secara hati-hati dari populasi tersebut. Ketika peneliti melakukan penarikan sampel, peneliti tentunya merasa tertarik dalam mengestimasi satu atau lebih nilai-nilai populasi atau menguji satu atau lebih hipotesis statistik (Suryani S 2018). Pemilihan sampel berdasarkan metode purposive sampling karena teknik pengambilan sampel perusahaan dilakukan berdasarkan kriteria sebagai berikut :

- 1) Perusahaan terdaftar di BEI selama periode 2018-2020
- 2) Menerbitkan laporan keuangan yang lengkap sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dari tahun 2018-2020
- 3) Perusahaan nya mendapatkan laba selalu periode 2018-2020

Berdasarkan kriteria di atas, maka di dapatkan 10 sampel perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tabel 3.2
Jumlah Populasi

No	Nama Perusahaan	KODE
1	Akasha Wira International Tbk	ADES
2	Budi Starch & Sweetener Tbk	BUDI
3	Delta Djakarta Tbk	DLTA
4	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
5	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
6	Mayora Indah Tbk	MYOR
7	Nippon Indosari Corporindo Tbk	ROTI
8	Sekar Laut Tbk	SKLT
9	Siantar Top Tbk	STTP
10	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	ULTJ

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini antara lain adalah dengan metode dokumentasi dimana penulis mencari data langsung dari catatan-catatan atau dokumen-dokumen perusahaan yang ada pada BEI sesuai dengan data yang diperlukan. Jenis data yang dipakai adalah data sekunder. Sumber data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari laporan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan website resmi perusahaan.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan, atau penyusunan data dalam bentuk tabel numerik dan grafik. Analisis ini umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain berupa : frekuensi, tendensi sentral (rata-rata, median, modus), dispersi (deviasi standar dan varian) dan koefisien korelasi antar variabel penelitian. Ukuran yang digunakan dalam statistik deskriptif tergantung pada tipe skala pengukuran construct yang digunakan dalam penelitian

3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh hubungan variabel Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) terhadap variabel dependen Laba (Y).

Secara umum model regresi ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Laba

a = Y bila X_1 , X_2 dan $X_3 = 0$
 β = Angka arah koefisien regresi
 X_1 = Biaya Produksi
 X_2 = Biaya Promosi
 ε = Standart error

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas dan heterokedastisitas. Adapun masing-masing pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak (Azuar Juliandi, Irfan 2015 hal 174). Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Kriteria pengambilan keputusan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal regresi memenuhi asumsi normalitas.

Menurut (Azuar Juliandi, Irfan 2015 hal 169) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel independen. Apabila terdapat korelasi antara variabel bebas, maka terjadi multikolinearitas, demikian juga sebaliknya. Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflasi Factor*) antara variabel independen dan nilai *tolerance*. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$.

c) Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan

lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas. Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan melalui grafik scatterplot antar nilai prediksi variable independen dengan nilai residualnya.

Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heterokedastisitas adalah:

- 1) Jika pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya untuk menguji keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji statistic Durbin Watson. Salah satu cara mengidentifikasi adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W) :

- 1) Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Jika nilai D-W diantara -2 sampai $+2$ berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika nilai D-W diatas $+2$ berarti ada autokorelasi negative.

3.6.4. Pengujian Hipotesis

Pada prinsipnya pengujian hipotesis ini merupakan untuk membuat keputusan sementara untuk melakukan penyanggahan dan pembenaran dari masalah yang akan ditelaah. Sebagai bahan untuk menetapkan kesimpulan tersebut kemudian ditetapkan hipotesis nol dan hipotesis alternatifnya. Adapun pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel kepemimpinan dan variabel motivasi kerja terhadap variabel kinerja karyawan digunakan uji t dengan rumus:

Jika nilai t dengan probabilitas korelasi yakni Sig-2 tailed < taraf signifikan (α) sebesar 0,05 maka H_0 diterima.

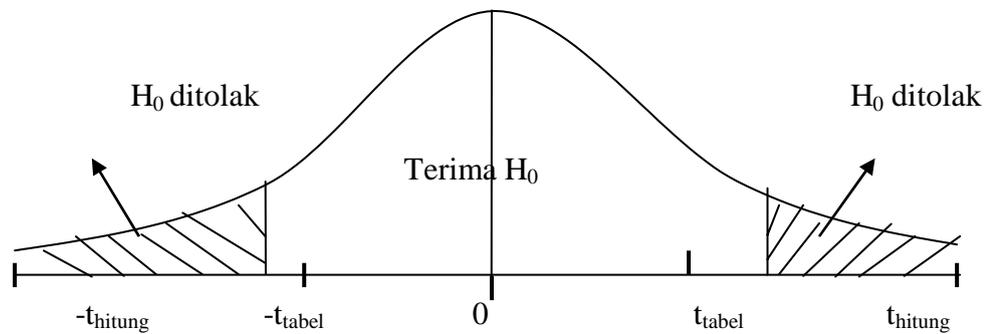
$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : (S. Sugiyono 2013 hal 184)

Dimana :

- t : nilai t hitung
- r : koefisien korelasi
- n : jumlah sampel

- 1) Jika nilai t dengan probabilitas korelasi yakni Sig-2 tailed < taraf signifikan (α) sebesar 0,05 maka H_0 diterima.
- 2) Sedangkan jika nilai t dengan probabilitas t dengan korelasi yakni Sig-2 tailed > taraf signifikan (α) sebesar 0,05 maka H_0 ditolak.



Gambar III.1 :Kriteria Pengujian Hipotesis t

b. Uji F (Uji Simultan)

Untuk mengetahui signifikan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara serempak digunakan uji F dengan rumus :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2) - (n - k - 1)}$$

(S. Sugiyono 2013 hal 257)

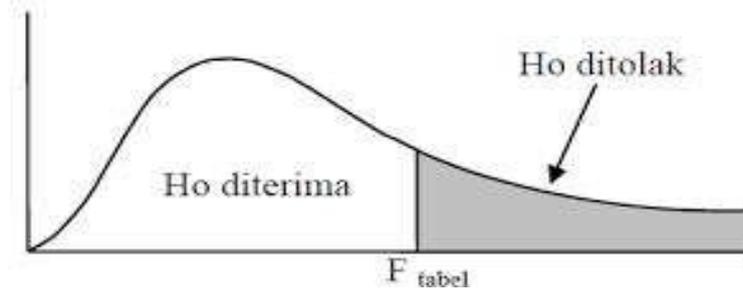
Dimana:

- R^2 = Koefisien Korelasi Ganda
- n = Jumlah Variabel
- F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

Ketentuan:

- 1) Bila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan $-f_{hitung} < -f_{tabel}$, maka H_0 ditolak karena adanya korelasi yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 dengan Y .

2) Bila $f_{hitung} \leq f_{tabel}$ dan $-f_{hitung} \geq -f_{tabel}$, maka H_0 diterima karena tidak adanya korelasi yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap Y .



Gambar III.2 :Kriteria Pengujian Hipotesis F

3.6.5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Data dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS 24.0). hipotesis dalam penelitian ini dipengaruhi oleh nilai signifikan koefisien variabel yang bersangkutan setelah dilakukan pengujian.

$$D = R^2 \times 100\%$$

(S. Sugiyono 2013 hal 277)

Dimana:

D : Koefisien determinasi
R : Nilai Korelasi Berganda
100 % : Persentase Kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. HASIL PENELITIAN

4.1.1. Deskripsi Hasil Penelitian

Didalam penelitian ini variabel-variabel penelitian di klasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu : variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Variabel bebas dalam penelitian Biaya Produksi dan Biaya Promosi , sedangkan variabel terikatnya adalah Laba. Data yang digunakan dalam perhitungan variabel penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

4.1.1.1. Variabel Dependen, Laba (Y)

Laba adalah keuntungan bersih yang didapat oleh perusahaan atau orang yang menjalankan aktivitas ekonomi. Keuntungan ini didapat dari sejumlah faktor hadir dari mulai awal kegiatan itu berlangsung sampai perhitungan akhirnya. Laba merupakan suatu ukuran berapa besar harta yang masuk (pendapatan dan keuntungan) melebihi harta yang keluar (beban dan kerugian) (Fitriani Saragih, 2017). Laba juga bisa berupa peningkatan kekayaan dari seorang pelaku bisnis atas uang yang sudah dikeluarkannya.

Tabel 4.1
Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman
Yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2020
Dalam Miliaran Rupiah

NO	KODE	2018	2019	2020	RATA RATA
1	ADES	52	83	135	90
2	BUDI	50	64	67	60
3	DLTA	338	317	123	259
4	ICBP	4.658	5.360	7.418	5.812
5	MLBI	1.224	1.206	285	905
6	MYOR	1.760	2.039	2.098	1.966

7	ROTI	127	236	168	177
8	SKLT	31	44	42	39
9	STTP	255	482	628	455
10	ULTJ	701	1.035	1.109	948
JUMLAH		9.196	10.866	12.073	10.712
RATA RATA		920	1.087	1.207	1.071

Dari tabel di atas terdapat 10 Perusahaan makanan dan minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020 dimana terdapat nilai rata-rata biaya promosi adalah Rp. 1.071. Dimana pada tahun 2018 laba sebesar Rp 920 pada tahun 2019 mengalami peningkatan laba yaitu sebesar Rp. 1.087 begitu juga pada tahun 2020 laba kembali meningkat menjadi 1.207

Pada 10 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 2 perusahaan yang biaya promosi di atas rata-rata yaitu perusahaan ICBP dan MYOR sedangkan 8 yang nilainya di bawah nilai rata-rata terdapat 8 perusahaan yaitu ADES, BUDI, DLTA,MLBI, ROTI, SKLT, STTP dan ULTJ.

4.1.1.2. Variabel Independen, Biaya Produksi (X1)

Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh sebuah perusahaan baik barang maupun jasa ketika sedang melakukan pengadaan produk. Biaya produksi adalah dapat dipahami pula sebagai akumulasi atau penghitungan biaya ongkos produksi. Biaya Produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output atau dengan kata lain yaitu nilai semua faktor produksi yang dipergunakan untuk menghasilkan (memproduksi) output.

Tabel 4.2
Biaya Produksi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman
Yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2020
Dalam Miliaran Rupiah

NO	KODE	2018	2019	2020	RATA RATA
1	ADES	409	404	317	377
2	BUDI	2.588	2.447	2.338	2.458
3	DLTA	244	226	176	215
4	ICBP	26.163	27.841	29.566	27.857
5	MLBI	1.203	1.415	1.057	1.225
6	MYOR	18.485	16.956	16.797	17.413
7	ROTI	1.276	1.488	1.413	1.392
8	SKLT	417	502	506	475
9	STTP	2.226	2.574	2.781	2.527
10	ULTJ	3.456	3.961	3.709	3.709
JUMLAH		56.467	57.814	58.660	57.647
RATA RATA		5133,36	5255,82	5332,73	5240,64

Dari tabel di atas terdapat 10 Perusahaan makanan dan minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020 dimana terdapat nilai rata-rata biaya produksi adalah Rp.5.240,64. Dimana pada tahun 2018 biaya produksi sebesar Rp.5.133,36 pada tahun 2019 mengalami peningkatan biaya produksi yaitu sebesar Rp. 5.255,82 begitu juga pada tahun 2020 biaya produksi meningkat menjadi 5.332,73

Pada 10 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 2 perusahaan yang biaya produksinya di atas rata-rata yaitu perusahaan ICBP, dan MYOR sedangkan yang nilainya di bawah nilai rata-rata terdapat 8 perusahaan yaitu ADES, BUDI, DLTA, MLBI, ROTI, SKLT, STTP dan ULTJ.

4.1.1.3. Variabel Independen, Biaya Promosi (X2)

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. Dari sekian banyak faktor yang harus diperhatikan, secara khusus dalam pengambilan keputusan pembelian itu, salah satunya yaitu merek (Surya Sanjaya, 2015)

Biaya promosi adalah nilai yang dikorbankan atau dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk kepentingan promosi dalam kaitannya dengan pemasaran produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut

Tabel 4.3
Biaya Promosi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman
Yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2020
Dalam Miliaran Rupiah

NO	KODE	2018	2019	2020	RATA-RATA
1	ADES	45	66	63	58
2	BUDI	3	2	1	2
3	DLTA	48	45	57	50
4	ICBP	1.359	1.543	1.884	1.595
5	MLBI	261	237	123	207
6	MYOR	2.431	3.393	3.201	3.008
7	ROTI	207	273	246	242
8	SKLT	35	39	43	39
9	STTP	73	108	59	80
10	ULTJ	446	455	335	412
JUMLAH		4.908	6.161	6.012	5.694
RATA RATA		491	616	601	569

Dari tabel di atas terdapat 10 Perusahaan makanan dan minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020 dimana terdapat nilai rata-rata biaya promosi adalah Rp.569 Dimana pada tahun 2018 biaya promosi

sebesar Rp491, dan biaya promosi meningkat pada tahun 2019 menjadi sebesar Rp. 616 dan di tahun 2020 turun menjadi 601.

Pada 10 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 2 perusahaan yang biaya promosi di atas rata-rata yaitu perusahaan ICBP dan MYOR sedangkan yang nilainya di bawah nilai rata-rata terdapat 8 perusahaan yaitu ADES, BUDI, DLTA,MLBI, ROTI, SKLT, STTP dan ULTJ

4.1.2. Hasil Analisis Data

4.1.2.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistika deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian data sehingga memberikan informasi yang berguna. Statistika deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan, meringkas dan membuat summary data agar lebih mudah dibaca dan digunakan.

Tabel. 4.4
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Produksi	30	176.00	29566.00	5764.7000	8980.20067
Biaya Promosi	30	1.00	3393.00	569.3667	957.70802
Laba	30	31.00	7418.00	1071.1667	1757.54162
Valid N (listwise)	30				

Hasil analisis deskripsi data statistik diatas dapat dilihat bahwa variabel Biaya Produksi memiliki nilai terendah 176 dan nilai tertinggi 29,566 dengan nilai rata-rata 5764.7000, Variabel Biaya Promosi memiliki nilai terendah 1.00 dan nilai tertinggi 3393.00 dengan nilai rata-rata 569.3667, Variabel Laba Bersih memiliki nilai terendah 31.00 dan nilai tertinggi 7418.00 dengan nilai rata-rata 1071.1667.

4.1.2.1. Uji Asumsi Klasik

4.1.2.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut (Azuar Juliandi, Irfan 2015 hal 169) Uji Asumsi yang dapat digunakan untuk menguji apakah residual berdistribusi normal adalah uji statistik non parametik Kolmogorov – Smirnov (K – S) dengan membuat kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Data adalah normal, jika nilai Kolmogorov –Smirnov adalah tidak signifikan (Asymp.Sig (2-tailed) > $\alpha = 0,05$). Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak, sebaliknya jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.

Tabel 4.5
Uji Smirnov Kolmogorov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	522.90700520
Most Extreme Differences	Absolute	.191
	Positive	.191
	Negative	-.171
Test Statistic		.191
Asymp. Sig. (2-tailed)		.007 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dari hasil pengolahan data pada tabel 4.5 diatas, diperoleh besarnya nilai signifikan kolmogorov smirnov adalah 0,007. Sehingga disimpulkan bahwa data dalam model regresi terdistribusi secara normal, dimana nilai signifikansinya lebih dari dari 0,05 (karena Asymp. Sig . (2 - tailed) 0,007 > 0,05 dengan demikian secara keseluruhan dapat dilanjutkna dengan uji asumsi klasik lainnya.

4.1.2.1.2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varians (Variance Inflasi Factor/VIF), yang tidak melebihi 4 atau 5.

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	68.600	118.955		
	Biaya Produksi	.236	.019	.362	2.759
	Biaya Promosi	-.627	.175	.362	2.759

a. Dependent Variable: Laba

Sumber Data Diolah SPSS 24. (2022)

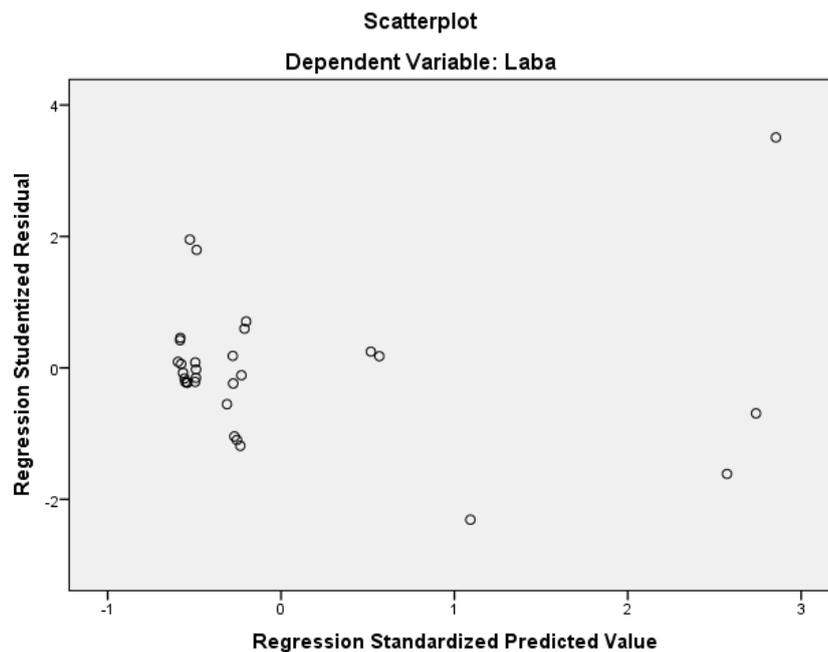
Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa variable Biaya Produksi memiliki nilai tolerancese besar $0.362 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $2,759 < 5$. Variabel Biaya Produksi memiliki nilai tolerance $0.362 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $2,759 < 5$.. Setiap variable memiliki nilai toleransi > 0.1 dan nilai VIF < 5 , sehingga dapat disimpulkan bahwa pada analisis ini tidak terdapat tanda multikolinearitas.

4.1.2.1.3. Uji Heteroskedastisitas.

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan

yang lain. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini, analisis yang dilakukan adalah dengan metode Scatterplot. Dasar analisis yaitu sebagai berikut :

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur maka telah terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar. 4.1
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang bisa diambil adalah bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.2.1.3. Uji Autokorelasi.

Uji autokorelasi ini merupakan korelasi Uji autokorelasi ini merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi sebaiknya tidak terjadi autorelasi. Metode pengujian menggunakan uji metode Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji metode Durbin-Watson sebagai berikut :

- a. $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- b. $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$, maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- c. $DL < DW < DU$ atau $4-DU < 4-DW$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Tabel 4.7
Regresi Linear Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.955 ^a	.911	.905	1.213
a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi				
b. Dependent Variable: Laba				

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai perolehan Durbin Watson (D-W) sebesar 1,213. Nilai DL dan DU dapat diperoleh dari tabel Durbin Watson dengan $n=30$ dan $k=2$ didapat nilai $DL = 1,2837$ dan $DU = 1,566$ Karena nilai DW terletak diantara $DL < DW < DU$ ($1,343 < 1,213 < 1,583$) maka dapat disimpulkan bahwa artinya tidak terdapat autokorelasi.

4.1.3. Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda yang dilakukan melalui statistik, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8
Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	68.600	118.955	
	Biaya Produksi	.236	.019	1.205
	Biaya Promosi	-.627	.175	-.342

a. Dependent Variable: Laba

Sumber Data Diolah SPSS 24. (2022)

Dari tabel 4.11 diatas diketahui nilai regresi linear bergandanya sebagai berikut :

- a) Konstanta = 68.600
- b) Biaya Produksi = 0,236
- c) Biaya Promosi = -0,627

Hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda sehingga diketahui persamaan berikut :

$$Y = 68.600 + 0,236 - 0,627$$

Dimana keterangannya adalah :

- a) Konstanta sebesar 68.600 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen dianggap konstan maka Laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia akan meningkat sebesar 68.600

- b) Biaya Produksi (X1) sebesar 0,236 dengan arah pengaruh positif menunjukkan bahwa apabila biaya produksi mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan laba sebesar 0,236 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- c) Biaya Promosi (X2) sebesar (-0,627) dengan arah pengaruh negatif menunjukkan bahwa apabila biaya promosi mengalami penurunan maka akan diikuti oleh penurunan laba sebesar -0,627 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

4.1.4. Uji Hipotesis

4.1.4.1. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t yang digunakan dalam analisis ini digunakan untuk menilai kapasitas masing-masing variable independen. Penjelasan lain dari uji t adalah untuk menguji apakah variabel independen (X) memiliki hubungan yang signifikan atau tidak signifikan, baik sebagian maupun independen, terhadap variable dependen (Y) dengan tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan alpha 5% atau 0,05.

Adapun metode dalam penentuan t table menggunakan ketentuan tingkat signifikan 5% dengan $df=n-k-1$ (pada penelitian ini $df=30-2-1=27$), sehingga didapat nilai t table sebesar 2,05183

Berdasarkan data tabel uji t dapat diketahui nilai perolehan coefficients sebagai berikut:

- a) Jika nilai $Sig < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

- b) Jika nilai $\text{Sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel

Tabel 4.9
Uji Secara Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	68.600	118.955		.577	.569
	Biaya Produksi	.236	.019	1.205	12.673	.000
	Biaya Promosi	-.627	.175	-.342	-3.594	.001

a. Dependent Variable: Laba

Sumber Data Diolah SPSS 24. (2022)

1) Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Biaya Produksi berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Laba dimana $t_{\text{hitung}} = 12,673$ dan $t_{\text{tabel}} = 2,05183$. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh antara Biaya Produksi dengan Laba, demikian juga sebaliknya jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh antara Biaya Produksi dengan laba.

Didalam hal ini $t_{\text{hitung}} 12,673 > t_{\text{tabel}} 2,05183$. Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh antara Biaya Produksi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,00 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,00 < 0,05$, sehingga H_0 di terima, ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

2) Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Biaya Promosi berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Laba dimana $t_{hitung} = -3,594$ dan $t_{tabel} = 2,05183$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara Biaya Promosi dengan Laba, demikian juga sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara Biaya Promosi dengan laba.

Didalam hal ini $t_{hitung} -3,594 < t_{tabel} 2,05183$. Ini berarti tidak terdapat pengaruh antara pengaruh antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,001 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,001 < 0,05$, sehingga H_0 di tolak, ini berarti ada tidak ada pengaruh antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

4.1.4.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau juga disebut uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu insentif dan motivasi untuk dapat atau menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat yaitu produktivitas kerja. Uji F juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 24.00, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

- a) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tab}$, maka H_0 ditolak karena adanya korelasi yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 dengan Y .

b) Bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$, maka H_0 diterima karena tidak adanya korelasi yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 dengan Y .

Tabel 4.10
Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81650103.820	2	40825051.910	139.009	.000 ^b
	Residual	7929520.345	27	293685.939		
	Total	89579624.170	29			
a. Dependent Variable: Laba						
b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi						

Dari tabel 4.9 diatas bisa dilihat bahwa nilai F adalah 139,009, kemudian nilai sig nya adalah 0,000. Taraf signifikan yang digunakan adalah 5%, uji dua pihak dan $dk = n - k - 1$

Bedasarkan tabel 4.9 diatas diperoleh F hitung untuk kesalahan 5%.

$$F_{tabel} = n - k - 1 = 30 - 2 - 1 = 27$$

$$F_{hitung} = 139,009 \text{ dan } F_{tabel} = 3,35$$

Didalam hal ini F hitung $139,009 > F_{tabel} 3,32$. Ini berarti terdapat pengaruh positif antara Biaya Produksi Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 di terima ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara Biaya Promosi dengan

Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

4.1.4.3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pengujian koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur persentase variabel independen yang teliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. Koefisien determinasi sekisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti $R^2 = 0$ menunjukkan tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, bila R² semangkin besar mendekati 1, menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila R² semangkin kecil mendekati nol maka dapat dikatakan semangkin kecilnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11
Uji Koefisien Determinasi (R)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 ^a	.911	.905	541.92798
a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi				
b. Dependent Variable: Laba				

Semakin tinggi nilai R-square maka akan semakin baik bagi model regresi, karena berarti kemampuan variabel bebas untuk menjelaskan variabel terikatnya juga semakin besar. nilai R-square 0,911 atau 91,1 % menunjukkan 91,10% variabel laba dipengaruhi oleh Biaya Produksi dan Biaya Promosi. Sisanya 8,90 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2. PEMBAHASAN

4.2.1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis pertama, bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil analisis dapat dinyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian yang menunjukkan bahwa Variabel Biaya Produksi dengan Laba hal ini $t_{hitung} 9,483 > t_{tabel} 1,69726$. Ini berarti terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh antara Biaya Produksi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,00 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,00 < 0,05$, sehingga H_0 di terima, ini berarti ada pengaruh positif yang signifikan antara Biaya Produksi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi hanya terdapat dalam perusahaan industri, karena kegiatan perusahaan industri bersifat lebih luas yaitu mencakup semua fungsi usaha produksi, pemasaran dan administrasi. Biaya produksi tersebut menjadi penentu besarnya harga jual dari suatu produk atau jasa yang nantinya akan mempengaruhi besarnya laba yang diperoleh. Untuk itu perusahaan menekan pengeluaran biaya, yang khususnya dengan kegiatan proses produksi, baik mengenai biaya pendapatan bahan baku, biaya yang dikeluarkan

untuk bahan penolong, biaya tenaga kerja, dan penyusutan peralatan (Agustin et al., 2016).

Semakin baik perusahaan menggunakan dananya untuk menghemat biaya produksi maka semakin meningkat kemampuan perusahaan mendapatkan laba bersih. oleh sebab itu untuk memperoleh laba yang tinggi perlu diperhatikan besar biaya produksi yang dikeluarkan dengan cara mengendalikannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sembiring and Siregar 2018) dan (Antono, Suhendri, and Putri 2021) menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih, dimana semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka semakin tinggi laba yang akan didapatkan. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Susilawati 2019) menunjukkan tidak ada pengaruh antara biaya produksi dengan laba yang diperoleh perusahaan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maryana and Samania 2021), (Ningsih 2021) dan (Pasaribu and Hasanuh 2021) bahwa terdapat pengaruh antara biaya produksi terhadap laba.

4.2.2. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Biaya Promosi berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Laba dimana $t_{hitung} = 0,303$ dan $t_{tabel} = 1,69726$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh antara Biaya Promosi dengan Laba, demikian juga sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh antara Biaya Promosi dengan laba.

Didalam hal ini $t_{hitung} 0,303 < t_{tabel} 1,69726$. Ini berarti tidak terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah 0,764 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,764 > 0,05$, sehingga H_0 di tolak, ini berarti ada tidak ada pengaruh positif antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Biaya promosi adalah cara perusahaan atau teknik perusahaan untuk menyampaikan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan, bisa melalui papan nama, pers, poster, radio, televisi, media sosial dan lain-lain, tentu memiliki tujuan yaitu supaya dapat menarik hati pelanggan pada produk yang telah dihasilkan perusahaan (Widnyana, 2014).

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Radella, Saebani, and Maulana 2021) bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih, Artinya, hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan manufaktur di Indonesia, biaya promosi tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih. Oleh karena itu, jika biaya promosi meningkat di tahun depan, belum tentu laba bersihnya meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Akan tetapi tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muslim 2020) yang mengatakan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap Laba.

4.2.4. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Terhadap Laba

Hasil penelitian menunjukkan F hitung $91,323 > F$ tabel $3,32$. Ini berarti terdapat pengaruh positif antara Biaya Produksi Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

Selanjutnya terlihat pula nilai sig adalah $0,000$ sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah $0,05$, maka nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 di terima ini berarti ada pengaruh positif yang signifikan antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk

men golah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Bahan baku mengalami ketidakstabilan yang diakibatkan naik turun nya harga pokok dipasaran yakni kedelai. Pada dasarnya masalah yang timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Oleh sebab itu untuk dapat mencapai produk yang efisien diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Dalam hal ini perusahaan untuk menarik konsumen memperebutkan peluang posisi mengharuskan perusahaan untuk melakukan kegiatan promosi

Hasil penelitian terdahulu (Antono, Suhendri, and Putri 2021) dalam penelitian membuktikan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih

Penelitian yang dilakukan Endang Susilawati dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studiperusahaan Rokok PT. Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017)” menunjukkan

bahwa biaya produksi (X1) dan Biaya Promosi (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Laba Bersih (Y) pada perusahaan PT. Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial berpengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.
- 2) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh antara Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.
- 3) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara Biaya Produksi Biaya Promosi dengan Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan makanan dan minuman diharapkan dapat mengendalikan atau memperhitungkan dengan teliti pemakaian biaya produksi dan biaya

promosi sehingga dengan meningkatnya penekanan volume biaya produksi dan biaya promosi maka dapat meningkatkan laba perusahaan.

2) Bagi Perusahaan Lain

Penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai referensi untuk perusahaan perusahaan sektor lain yang terdapat di Bursa Efek Indoensia sebagai tambahan dan memperkaya kajian-kajian yang akan digunakan sebagai tambahan pengetahuan dalam biaya produksi, biaya promosi dan laba.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga dapat terlihat perbandingannya dan menambah variabel penelitian yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin (2016). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Skripsi Swastha
- Antono, Y. V., Suhendri, H., & Putri, S. A. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019). *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 144–151.
- Astuti, R., Ardila, I., Lubis, R. R. (2021) Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse
- Azuar Juliandi, Irfan, S. M. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan. UMSU PRESS.
- Suryani, S. (2018). Pengaruh Perputaran Kas Dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.30596/jrab.v18i2.3309>
- Harnanto, M. S. S. (2017). *Akuntansi Biaya: Konsep dan Metodologi Penggolongan Biaya Elemen Biaya Produksi Perhitungan Harga Pokok Produksi*. BPFE Yogyakarta.
- Fahmi, M., Prayoga, D.M. (2018) Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Tax Avoidance Sebagai Variabel Mediating
- Felicia, F., & Gultom, R. (2018). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013–2015. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 1(1), 1–12.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Grasindo.
- Irawan, M. R. N. (2016). Pengaruh Modal Usaha Dan Penjualan Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Penggilingan Padi UD Sari Tani Tenggara Kedungpring Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*.
- Irpan Januarsah, Jubi J, Ady Inrawan, D. E. P. (2019). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, 5(1). <https://financial.ac.id/index.php/financial/article/view/90>
- Kasmir, K. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kuswadi. (2015). *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan Dan Akuntansi Biaya*. Elex Media Komputindo,.

- Maryana, D., & Samania, A. (2021). Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2013-2020. *Jurnal Akuntansi*, 14(02), 42–56.
- Mulyadi. (2019). *Akuntansi Biaya* (Edisi Lima). UPP STIM YKPN.
- Muslim, M. T. (2020). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2006-2013. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 1(2), 56–64.
- Nafarin, M. (2009). Jual Dengan Menggunakan Metode Full Costing Pada. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- NINGSIH, S. R. I. R. (2021). *Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Warung Sate Kambing Pak Sukiran*.
- Pasaribu, E. M. W., & Hasanuh, N. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(2), 731–740.
- Radella, L., Saebani, A., & Maulana, A. (2021). Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Perubahan Laba Bersih. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 59–70.
- Rahma (2019). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2016. *Skripsi Ekonomi Syariah*
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi Yang Efektif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rochaety. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Mitra Wacana Media.
- Rustami, P., Kirya, I. K., & Cipta, W. (2014). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(1).
- Saragih, F. (2017) PENGARUH LABA BERSIH DAN ARUS KAS OPERASI TERHADAP DIVIDEN KAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.
- Sayyida (2014). pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan. dosen fakultas ekonomi universitas wiranja
- Sanjaya, S. (2015) PENGARUH PROMOSI DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SINAR SOSRO MEDAN
- Syachfuddin, L. A., & Rosyidi, S. (2017). Pengaruh Faktor Makro Ekonomi, Dana Pihak Ketiga dan Pangsa Pembiayaan Terhadap Profitabilitas Industri Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2011-2015. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*. <https://doi.org/10.20473/vol4iss201712pp977-993>
- Sembiring, M., & Siregar, S. A. (2018). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya

Pemasaran Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, 2(3), 135–140.

Sihotang, E. Pengaruh Biaya Promosi, Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. **Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains**

Simamora, H. (2012). Akuntansi Manajemen. Edisi III. In Akuntansi Manajemen.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian manajemen*. Alfabeta. didikan Akuntansi Indonesia. <https://doi.org/10.21831/jpai.v3i1.833>

Susilawati, E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2017). *Manners*, 2(1), 25–39

Suyanti. (2016). Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. Skripsi. Swastha,

Suwardjono (2008:464). *Teori Akuntansi: Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Buku keempat. BPFE Yogyakarta.

Widnyana (2014). *Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada yamaha sudirman motor temanggung*. *Jurnal ekononimi universitas negeri yogyakarta*