

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI DAN VOLUME
PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BEI**

**Angelia Alfatwa Rusandi Siregar¹, Bildanur Mauli Ginting²,
Windy Salsa Febrianti³, Heny Triastuti Kurnia Ningsih⁴**

^{1,2,3,4}Akuntansi, Universitas Islam Sumatera Utara

Email: angeliasiregar2002@gmail.com¹, lutfhierendyn@gmail.com²,
adilfebrizallbs@gmail.com³, henytriastuti@fe.uisu.ac.id⁴

Corresponding Email: angeliasiregar2002@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to process data on the company's financial statements and then interpret the processed financial data to see if there is a significant influence between each variable (production costs, promotion costs and sales volume, and company net profit) and provide a broader explanation, why the linkage occurs and what influences it. The object of this research is financial data for 2019-2021 companies in the consumer goods industry sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The data collection method used is a documentation study. The results showed that production costs had a positive effect on the company's net profit, promotion costs had a negative effect on the company's net profit, and sales volume had a positive effect on the company's net profit. This is because the consumer goods sector always prioritizes the advantages of raw materials (production costs) to increase the sales volume itself and automatically promotion costs are not really needed because customers will remain loyal because the product will always be of high quality, so that with this the company's net profit will increase significant.

Keywords: *Production Cost, Promotion Cost, Company Net Profit and Volume Sale*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi, banyak perusahaan menghadapi persaingan global. Hal ini menjadi indikasi bahwa pertumbuhan bisnis yang pesat memaksa setiap perusahaan untuk selalu menggunakan yang terbaik dalam produksinya. Semakin lama perusahaan berada di depan, semakin besar dan kompleks jadinya. Kasus-kasus tersebut muncul dari dilema ekonomi yang mendasar, yaitu modal awal yang terbatas, sementara di sisi lain perusahaan terus tumbuh dan berkembang (Rachman & Basyirudin, 2020). Setiap perusahaan memiliki tujuan utama, yaitu memaksimalkan laba bersih. Laba atau rugi biasanya digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Bagian dari keuntungan adalah pendapatan dan biaya. Sementara itu evaluasi kinerja keuangan dapat digunakan untuk mengetahui berapa laba perusahaan, membandingkan laba yang dihasilkan pada tahun tertentu dengan laba tahun-tahun sebelumnya dan tahun-tahun berikutnya. Untuk mendeteksi kesulitan keuangan sendiri mungkin, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga dapat meningkatkan keuntungannya di masa yang akan datang (Pasaribu, 2017).

Beberapa perusahaan di sektor barang konsumsi yang tercatat di Bursa

Efek Indonesia adalah PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, PT. Unilever Indonesia Tbk dan PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk tahun 2019-2021 menunjukkan bahwa dengan menekan biaya produksi dan biaya iklan, namun dengan peningkatan volume penjualan maka laba bersih perusahaan juga meningkat. Biaya produksi dan biaya promosi berkurang karena permintaan pasar yang lebih rendah, sehingga lebih sedikit produk yang diproduksi dan dipasarkan.

Oleh karena itu, perusahaan membawa biaya produksi dan promosi penjualan yang lebih rendah dari tahun-tahun sebelumnya, dengan biaya yang rendah diharapkan volume penjualan dan laba bersih perusahaan akan terus tumbuh setiap tahunnya. Kenaikan biaya produksi dan biaya promosi penjualan dapat disebabkan oleh peningkatan volume penjualan (permintaan) atau dapat juga karena indikator biaya produksi dan biaya promosi penjualan, seperti pada indikator biaya produksi yaitu. satu mentah bahan baku, harga bahan baku bisa naik di pasaran karena ditentukan dan ditentukan oleh pasar. Demikian pula, indikator juga menunjukkan biaya iklan, yaitu. biaya iklan dan biaya pemasaran Ketika sebuah perusahaan merilis produk baru untuk disajikan kepada konsumen, perusahaan mengeluarkan biaya iklan

yang lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan uraian di atas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume

Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Konsumen Yang Terdaftar Di Indonesia (BEI)”.

Tabel 1
Data Laba Bersih Perusahaan

Nama Perusahaan	2019	2020	2021
Nippon Indosari Corporindo Tbk	347.098.820.613	160.357.537.779	376.045.893.335
Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	435.766.359.480	339.984.897.163	632.654.506.311
Unilever Indonesia Tbk	7,392,837,000,00	7,163,536,000,000	5,758,148,000,000

Sumber : www.idx.co.id, 2021

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dengan tujuan yang diharapkan peneliti maka diperlukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah biaya produksi secara parsial berpengaruh positif atau negatif terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah biaya promosi secara parsial berpengaruh positif atau negatif terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah volume penjualan secara parsial berpengaruh positif atau

negatif terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

4. Apakah biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan secara simultan berpengaruh positif atau negatif terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

Laba bersih perusahaan adalah perbedaan antara mengukur pendapatan dan beban. Tingkat keuntungan sebagai ukuran pertumbuhan sangat bergantung pada ketepatan pengukuran pendapatan dan biaya (Maryanto, 2020). Menurut Hery dalam (Juwariyah & Rosyati,

2021) laba bersih dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut : $\text{Laba Bersih} = \text{Laba sebelum pajak} - \text{Pajak penghasilan}$.

Biaya produksi mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai proses produk akhir agar siap digunakan oleh konsumen. Biaya produk terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya produksi. Saat membayar produksi barang, perusahaan harus bijak mengelola anggaran yang dialokasikan (Lisna & Hambali, 2017). Menurut Wiratna dan Sujawerni dalam (Juwariyah & Rosyati, 2021) biaya produksi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut : $\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya bahan baku} + \text{Biaya tenaga kerja langsung} + \text{Biaya overhead pabrik}$.

Biaya promosi merupakan salah satu biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk mendukung produk dan jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha yang diterima konsumen sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha. Dengan adanya kampanye, masyarakat mengetahui manfaat dari produk yang dipublikasikan perusahaan dan tujuannya untuk mencapai tujuan penjualan dan meningkatkan keuntungan (Mulyana, 2017). Menurut Benyamin Molan dalam (Juwariyah & Rosyati, 2021) biaya promosi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut : Biaya

$\text{Promosi} = \text{Biaya periklanan} + \text{Biaya promosi penjualan}$.

Volume penjualan adalah jumlah total penjualan yang berhasil dilakukan perusahaan dalam periode waktu tertentu. Jika terdapat hubungan yang erat antara volume penjualan dengan pertumbuhan laba bersih perusahaan, maka ternyata semakin tinggi pula volume penjualan produk di perusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan (Hidayanti et al., 2019). Menurut (Juwariyah & Rosyati, 2021) volume penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut : $\text{Volume Penjualan} = \text{Total penjualan selama satu periode}$.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), terutama perusahaan manufaktur di sektor industri barang konsumsi. sehubungan dengan data yang tercatat di situs resmi www.idx.co.id dan www.bei.co.id yang berlokasi di Jl. Jenderal Sudirman Kav 52-53 Jakarta Selatan. Adapun waktu yang digunakan dalam penelitian mulai dari pembuatan sampai dengan penyusunan penelitian ini direncanakan selama 3 bulan dimulai dari bulan September 2022 sampai November 2022.

o Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sumber data yang diperoleh adalah data *time series* tahun 2019-2021, dimana data didapatkan dari situs remis Bursa Efek Indonesia website www.idx.co.id.

o Populasi Penelitian

Menurut Ferdinan dalam (Zulkarnain, 2020) populasi adalah kombinasi item, peristiwa, atau wilayah yang terdiri atas objek dan subjek yang dapat menarik minat seorang peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah 56 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021.

Tabel 2
Populasi Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
3	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.
4	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk.
5	BUDI	Budi Strach Sweetener Tbk.
6	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
7	CBMF	Cahaya Bintang Medan Tbk.
8	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
9	CINT	Chitose International Tbk.
10	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
11	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk.
12	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
13	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.
14	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.
15	FOOD	Sentra Food Indonesia Tbk.
16	GGRM	Gudang Garam Tbk.
17	GOOD	Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk.
18	HMSP	H. M. Sampoerna Tbk.
19	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
20	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
21	IIKP	Inti Agri Resources Tbk.
22	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk.
23	INAF	Indofarma Persero Tbk.
24	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
25	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk.
26	KAEF	Kimia Farma Tbk.
27	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.
28	KICI	Kedaung Indah Can Tbk.
29	KINO	Kino Indonesia Tbk.
30	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
31	KPAS	Cottonindo Ariesta Tbk.

32	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.
33	MBTO	Martina Berto Tbk.
34	MERK	Merck Tbk.
35	MGNA	Magna Infestama Mandiri Tbk.
36	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
37	MRAT	Mustika Ratu Tbk.
38	MYOR	Mayora Indah Tbk.
39	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.
40	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.
41	PEHA	Phapros Tbk.
42	PSDN	Parasidha Aneka Niaga Tbk.
43	PYFA	Pyridam Farma Tbk.
44	RMBA	Bentoel Internasional Investama Tbk.
45	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk.
46	SCPI	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk.
47	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sidomuncul Tbk.
48	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
49	SKLT	Sekar Laut Tbk.
50	STTP	Siantar Top Tbk.
51	TCID	Mandom Indoseia Tbk.
52	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
53	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industri & Trading Company Tbk.
54	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
55	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.
56	WOOD	Integra Indocabinet Tbk.

Sumber : www.idx.co.id, 2021

o Sampel Penelitian

Menurut (Alwi, 2018) bahwa sampel menjadi salah satu bagian penting dalam pelaksanaan penelitian, baik dalam melakukan uji hipotesis maupun dalam melakukan analisis. Dimana sampel diperoleh dari sekumpulan data yang diambil dari hipotesis. Dengan demikian, kriteria dalam pengambilan sampe yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia secara berturut -

turut untuk periode tahun 2019-2021.

2. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang belum menerbitkan atau mempublikasikan laporan tahunan *annual report* secara berturut-turut untuk periode 2019-2021.
3. Perusahaan sektor industri barang konsusmi menyajikan data yang lengkap mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian untuk periode 2019-2021.

4. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang rupiah. barang konsumsi yang memenuhi kriteria untuk dilakukan penelitian. Jumlah sampel berdasarkan karakteristiknya adalah sebagai berikut :

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat 25 perusahaan sektor industri

Tabel 3
Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
2	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
3	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk.
4	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
5	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.
6	GGRM	Gudang Garam Tbk.
7	GOOD	Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk.
8	HMSP	H. M. Sampoerna Tbk.
9	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
10	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
11	ITIC	Indonesian Tobacco Tbk.
12	KAEF	Kimia Farma Tbk.
13	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.
14	KLBF	Kalbe Farma Tbk.
15	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
16	MYOR	Mayora Indah Tbk.
17	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk.
18	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sidomuncul Tbk.
19	SKLT	Sekar Laut Tbk.
20	STTP	Siantar Top Tbk.
21	TCID	Mandom Indoseia Tbk.
22	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.
23	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industri & Trading Company Tbk.
24	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.
25	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.

Sumber : www.idx.co.id, 2021

o Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik atau metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data atau informasi dan kasus pendukung untuk tujuan penelitian ini menggunakan teknik studi dokumentasi yang mengumpulkan data laporan keuangan tahun 2019-2021 para perusahaan sektor industri barang

konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

o Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan merangkum variabel data keuangan perusahaan sesuai dengan

variabel judul yang diteliti kedalam excel dan kemudian data dipindahkan dan diuji kedalam software SPSS v 21 yang bertujuan untuk menginterpretasikan atau menjelaskan

data berdasarkan tanggapan responden terhadap setiap aspek pengukuran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tabel 5.1
Hasil Uji Kolmogorov_Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000138
	Std. Deviation	1,3564E+12
Most Extreme Differences	Absolute	,192
	Positive	,192
	Negative	-,148
Kolmogorov-Smirnov Z		1,666
Asymp. Sig. (2-tailed)		,008

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Data penelitian diolah SPSS tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui data yang diuji berdistribusi secara normal. bahwa nilai signifikan pada Asymp.Sig. (2-tailed) yaitu (Sig)0,08>0,05, artinya

b) Uji Multikolinearitas

Tabel 5.2
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,174E+11	2,038E+11		,576	,566		

Biaya Produksi (X1)	,070	,019	,269	3,613	,001	,406	2,464
Biaya Promosi (X2)	,342	,253	,100	1,356	,179	,413	2,421
Volume Penjualan (X3)	,064	,009	,616	7,443	,000	,328	3,044

a. Dependent Variable: Laba Bersih Perusahaan (Y)

Sumber : Data penelitian diolah SPSS tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai VIF dan Tolerance pada variabel Biaya produksi (X1) yaitu $2,464 < 10$ dan $0,406 > 0,1$ artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas. Kemudian nilai VIF dan Tolerance pada variabel Biaya promosi (X2) yaitu $2,421 < 10$ dan $0,413 > 0,1$ artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

c) Uji Heterokedasitas

Tabel 5.3
Hasil Uji Heterokedasitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,974E+11	1,065E+11		1,853	,068
Biaya Produksi (X1)	,006	,010	,076	,619	,538
Biaya Promosi (X2)	,464	,132	,426	3,513	,001
Volume Penjualan (X3)	,010	,004	,316	2,325	,023

a. Dependent Variable: RES4

Sumber : Data penelitian diolah SPSS tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji heterokedasitas menghasilkan nilai Sig pada variabel Biaya produksi (X1) sebesar $0,538 > 0,05$ artinya tidak terjadi heterokedasitas. Kemudian variabel Biaya promosi (X2) sebesar $0,001$, dan variabel Volume penjualan (X3) sebesar $0,023 < 0,05$ artinya terjadi heterokedasitas.

d) Uji Autikorelasi

Tabel 5.4
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	,917 ^a	,840	,833	1,38481E+12	1,607
---	-------------------	------	------	-------------	-------

a. Predictors: (Constant), Volume Penjualan (X3), Biaya Promosi (X2), Biaya Produksi (X1)

b. Dependent Variable: Laba Bersih Perusahaan (Y) 1,607, sesuai dengan

Sumber : Data penelitian diolah SPSS tahun 2022
 nilai durbin watson yang dihasilkan pengambilan keputusan maka nilai ini berada diantara -2 sampai + 2 artinya tidak terjadi autokorelasi.

b. Uji Hipotesis
a) Uji t (Parsial)

Tabel 5.5
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,174E+11	2,038E+11		,576	,566
1 Biaya Produksi (X1)	,070	,019	,269	3,613	,001
Biaya Promosi (X2)	,342	,253	,100	1,356	,179
Volume Penjualan (X3)	,064	,009	,616	7,443	,000

a. Dependent Variable: Laba Bersih Perusahaan (Y)
 Sumber : Data penelitian diolah SPSS tahun 2022

Dari tabel diatas dapat diperoleh nilai $df=75-1$ yaitu 74 dapat dilihat pada daftar tabel t sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,99254. Hasil uji t pada SPSS pada variabel Biaya Produksi (X1) nilai t hitung $3,613 > t$ tabel 1,99254. (H_0 ditolak dan H_a diterima) dengan probabilitas $Sig_{.001} < 0,05$ artinya biaya produksi memiliki pengaruh terhadap laba bersih

perusahaan. Hasil uji t output SPSS di atas pada variabel Biaya Promosi (X2) diketahui nilai t hitung $1,356 < t$ tabel 1,99254 dengan probabilitas $Sig_{.179} > 0,05$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak dengan kata lain Biaya promosi berpengaruh negatif terhadap Laba Bersih perusahaan. Hasil uji t output SPSS di atas pada variabel Volume Penjualan (X3) diketahui nilai t hitung $7,443 > t$ tabel 1,99254 dengan probabilitas $Sig_{.000} < 0,05$, artinya H_0

ditolak dan H_a diterima dengan kata lain terhadap Laba bersih perusahaan.
Volume penjualan berpengaruh positif

b) Uji F (Simultan)

Tabel 5.6
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,155E+26	3	2,385E+26	124,367	,000 ^b
	Residual	1,362E+26	71	1,918E+24		
	Total	8,517E+26	74			

a. Dependent Variable: Laba Bersih Perusahaan (Y)

b. Predictors: (Constant), Volume Penjualan (X3), Biaya Promosi (X2), Biaya Produksi (X1)

Sumber : Data penelitian diolah SPSS 2022

Dari tabel output diatas dapat diketahui untuk $V_1=3$, yaitu terdiri dari variabel biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan, dan $V_2=75-3-1$ (jumlah sampel-variabel independen-1) sehingga diperoleh (kolom 3, baris 71) untuk itu didapat nilai pada daftar F tabel sebesar 2,73. Sehingga diperoleh F hitung (124,367) > F tabel 2,70 dengan probabilitas $Sig. < 0,000 < 0,05$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dengan kata lain Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2), dan Volume Penjualan (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Laba Bersih Perusahaan (Y).

c) Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 5.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,917 ^a	,840	,833	1,38481E+12	1,607

- a. Predictors: (Constant), Volume Penjualan (X3), Biaya Promosi (X2), Biaya Produksi (X1)

Sumber : Data Penelitian diolah 2022

Dari tabel diatas diketahui Koefisien Determinasi = $0,840 \times 100 \% = 84\%$ artinya sebesar 84 % laba bersih sangat kuat dipengaruhi oleh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan, sehingga sisa dari 100 % setelah dikurangi 84% yaitu 16% dipengaruhi oleh vanabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

1. Biaya Produksi (X1) memiliki pengaruh positif terhadap Laba Bersih Perusahaan (Y) hal ini dikarenakan hasil uji penelitian menghasilkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $3,613 > 1,99254$ dengan probabilitas $\text{Sig}_{.0,001} < 0,05$. Dalam industri barang konsumsi, biaya produksi yang tinggi juga baik untuk keuntungan perusahaan dan sebaliknya. Karena perusahaan *consumer goods* selalu mementingkan kualitas dan komposisi bahan baku barang yang mereka produksi. Hal ini menjaga kepercayaan yang telah dibangun perusahaan dengan konsumen.
2. Biaya Promosi (X2) berpengaruh negatif terhadap Laba Bersih Perusahaan (Y) hal ini dikarenakan hasil uji penelitian menghasilkan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $1,356 < 1,99254$ dengan probabilitas $\text{Sig}_{.0,179} > 0,05$. Artinya, biaya promosi tidak terlalu mempengaruhi keuntungan bisnis. Saat ini, masyarakat kurang memperhatikan kampanye yang dipromosikan melalui media sosial atau papan reklame yang ditampilkan. Promosi ini hanya berlaku satu kali yaitu pada saat peluncuran produk baru.
3. Volume Penjualan (X3) berpengaruh positif terhadap Laba Bersih Perusahaan (Y) hal ini dikarenakan hasil uji penelitian menghasilkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $7,443 > 1,99254$ dengan probabilitas $\text{Sig}_{.0,000} < 0,05$. Artinya semakin tinggi volume penjualan maka semakin tinggi laba bersih perusahaan. Tingginya keputusan pembelian konsumen meningkatkan volume penjualan perusahaan.
4. Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) dan Volume Penjualan (X3) bersama-sama mempengaruhi Laba Bersih Perusahaan (Y) hal ini dikarenakan hasil uji penelitian menghasilkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $124,387 > 2,73$ dengan

probabilitas $\text{Sig.}_{0,000} < 0,05$. Dalam penjualan barang konsumsi, biaya produksi selalu tinggi, karena harga bahan baku yang meningkat dari tahun ke tahun, perusahaan selalu berusaha menjaga kualitas dan komposisi biaya khusus bahan baku, agar dapat bertahan di era naiknya biaya bahan baku. bisnis sengit kompetisi.

KESIMPULAN

Bagi perusahaan di Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Biaya Produksi berdampak positif terhadap laba bersih, Biaya Promosi berdampak negatif terhadap laba bersih perusahaan untuk perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dan Volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sementara secara simultan biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan pada uji determinasi, biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan sebesar 84% berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan, selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

REFERENSI

Artikel Jurnal:

- Casmadi, Y., & Azis, I. (2019). Pengaruh Biaya Produksi & Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt . Ultrajaya Milk Industry & Trading Company , Tbk . *Jurnal Akuntansi*, 10(01), 12.
- Hidayanti, F., Yahdi, M., & Wiayanti, R. (2019). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Riset Akuntansi*, 1, 88–99.
- Juwariyah, N., & Rosyati. (2021). Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan (Studi Pada Pt . Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 4(1), 55–64.
- Lisna, T., & Hambali, D. (2017). Pengaruh Biaya Produksi , Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2017) *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indone. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 05(02), 41–49.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L .*]). *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.

- Maryanto, D. (2020). Pengaruh Persediaan Bahan Baku Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Pt . Yokogawa Indonesia. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 5(November), 2–22.
- Mulyana, A. (2017). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015. *Jurnal Manajemen Indonesia*. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 3, 185–196.
- Nasution, leni masnindar. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49–55.
- Pasaribu, A. M. (2017). Pendapatan Usaha Dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 7, 173–180.
- Puspita, dea ratna, Sumantri, F., Mu'mina, Hilmiar, M., Nganus, I., Anggraeni, M., & Shalihah, dhelvia devitha. (2022). Pengaruh Biaya Produksi Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Pt. Unilever Tbk Periode 2017-2021. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(June), 194–205.
- Rachman, D., & Basyirudin, A. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Pt Adetex Periode Tahun 2011-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(April), 65–78.
- Rohani, C. A. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada CV. Nj Food Industries. *Nusantara Hasana Journal*, 1(4), 55–64.
- Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada Cv. Berkah Jaya General Supplier Snack Food. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 145–166.