

SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI DAN VOLUME
PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
SEKTOR CONSUMER GOODS YANG TERDAFTAR DI BEI
PERIODE TAHUN 2018 - 2020**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi
Strata Satu (S1) Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi**



Disusun Oleh :

INDAH PERMATA SARI

NPM : 181000461201075

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN SOLOK**

TAHUN 2022

ABSTRAK

Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2018 - 2020

INDAH PERMATA SARI
NPM. 181000461201075

Universitas Mahaputra Muhammad Yamin

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2018 - 2020

Berdasarkan hasil analisis statistik, dapat disimpulkan bahwa Biaya Produksi (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Nilai t_{hitung} adalah $|0,705| < t_{tabel} |1,9912|$ dan nilai signifikan $0,483 > \alpha 0,05$, jadi hipotesis yang telah dirumuskan tidak sesuai dengan hasil penelitian sehingga H_1 ditolak sedangkan H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Biaya Produksi (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Berdasarkan analisis statistik penelitian ditemukan bahwa hipotesis kedua (H_2) ditolak. Nilai t_{hitung} adalah $|0,758| < t_{tabel} |1,9912|$ dan nilai signifikan $0,451 > \alpha 0,05$, jadi hipotesis yang telah dirumuskan tidak sesuai dengan hasil penelitian sehingga H_2 ditolak sedangkan H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Biaya Promosi (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan analisis statistik penelitian ditemukan bahwa hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Nilai t_{hitung} adalah $|0,479| < t_{tabel} |1,9912|$ dan nilai signifikan $0,633 > \alpha 0,05$, jadi hipotesis yang telah dirumuskan tidak sesuai dengan hasil penelitian sehingga H_3 ditolak sedangkan H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Volume Penjualan (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan f_{hitung} adalah $|0,967| < f_{tabel} |3,12|$ dan nilai signifikan sebesar $0,413 > \alpha 0,05$. Hal ini berarti bahwa Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan secara simultan atau secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV pada perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci : *Biaya Produksi, Biaya Promosi, Volume Penjualan, Nilai Perusahaan (PBV)*

ABSTRACT

The Effect of Production Costs, Promotional Costs, and Sales Volume on Company Value in Consumer Goods Sector Companies Listed on the IDX for the Period of 2018 - 2020

INDAH PERMATA SARI
NPM. 181000461201075

Mahaputra Muhammad Yamin University

This study aims to analyze the effect of production costs, promotion costs, and sales volume on firm value in the consumer goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2018 - 2020

Based on the results of statistical analysis, it can be concluded that Production Cost (X_1) has no significant effect on Firm Value (PBV). The value of tcount is $|0.705| < t_{table} |1.9912|$ and a significant value of $0.483 > 0.05$, so the hypothesis that has been formulated is not in accordance with the results of the study so that H_1 is rejected while H_0 is accepted. This shows that Production Cost (X_1) has no significant effect on Firm Value (PBV). Based on the statistical analysis of the study it was found that the second hypothesis (H_2) was rejected. The value of tcount is $|0.758| < t_{table} |1.9912|$ and a significant value of $0.451 > 0.05$, so the hypothesis that has been formulated is not in accordance with the results of the study so that H_2 is rejected while H_0 is accepted. This shows that Promotional Costs (X_2) have no significant effect on Firm Value (PBV) in consumer goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Based on the statistical analysis of the study it was found that the third hypothesis (H_3) was rejected. The value of tcount is $|0.479| < t_{table} |1.9912|$ and a significant value of $0.633 > 0.05$, so the hypothesis that has been formulated is not in accordance with the results of the study so that H_3 is rejected while H_0 is accepted. This shows that Sales Volume (X_3) has no significant effect on Firm Value (PBV). Production Costs, Promotional Costs, and Sales Volume have no significant effect on Company Value. Where fcount is $|0.967| < f_{table} |3.12|$ and a significant value of $0.413 > \text{from sig } 0.05$. This means that Production Costs, Promotional Costs, and Sales Volumes simultaneously or together have no significant effect on the PBV of the consumer goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange.

Keywords : Production Costs, Promotion Costs, Sales Volume, Company Value (PBV).

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, R., Rahayu, Sri Mangesti, and Husaini, A. 2014. "Analisis Break Even Point Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Manajemen Terhadap Perencanaan Volume Penjualan Dan Laba (Studi Kasus Pada PT. Cakra Guna Cipta Malang Periode 2011-2013)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 11(1):1–10.
- Dane, N., Sukaatmadja, I., and Budiasa, I. 2013. "Analisis Pengaruh Biaya Promosi terhadap Nilai Penjualan Produk pada UD. Kopi Bali Banyuwatis, Singaraja." *Jurnal Manajemen Agribisnis* 1(1):1–15.
- Endang Mahpudin, S. 2016. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)." *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi* 2(2):56–75. <https://doi.org/10.25134/jrka.v2i2.456>
- Felicia, and Gultom, R. 2018. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kuantitas 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.
- Hidayat, L., and Salim, S. 2013. "Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 1(2):159–168. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i2.263>.
- Istia'adah, U. 2015. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur." *Nominal* 4(2):57–72. <https://doi.org/10.21831/nominal.v4i2.8000>
- Jannah, M. 2018. "Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor." *Banque Syar'i* 4(1):87–112. <https://doi.org/10.32678/bs.v4i1.1073>
- Kholis, N., Dewi Sumarmwati, E., and Mutmainah, H. 2018. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan." *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* 16(1):19–25.
- Mandasari, I. A. C. Saisaria, and Wardana, Putu Ari Kusuma. 2019. "Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Dan Biaya Periklanan Terhadap Nilai Penjualan Produk Pada Optik Kalista Di Tabanan." *Warmadewa Management and Business Journal* 1(1):27–32.
- Mardiyati, U., Ahmad, Gatot Nazir, and Putri, R. 2012. "Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2005-2010." *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 3(1):1–17. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.30859>

- Novera, A. (2014). "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Honda di CV Mitra Makmur Samarinda." *EJournal Ilmu Administrasi Bisnis* 2(4):899–913.
- Rahayu, M., and Sari, B. 2018. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan." *Ikraith Humaniora* 2(2): 69–76.
- Rahmi, M., Rosalina, E., and Rosita, I. 2015. "Penerapan Biaya Kualitas Dalam Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada Catering ABC." *Akuntansi Dan Manajemen* 10(1):25–35. <https://doi.org/10.30630/jam.v10i1.109>
- Risyana, R., and Suzan, L. 2018. "Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016." *E-Proceeding of Management* 5(2):2449–2459. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/143625/jurnal_eproc/pengaruh-volume-penjualan-dan-biaya-operasional-terhadap-laba-bersih-studi-pada-perusahaan-manufaktur-makanan-dan-minuman-yang-terdaftar-di-bursa-efek-indonesia-periode-2014-2016
- Rochmah, S. 2016. "Analisis Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Pengembangan Produksi, Biaya Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Pada PT Poliplas Makmur Sentosa Ungaran." *STIE Semarang* 8(3):21–31.
- Rosdiana, Y. M., Iriyadi, and Wahyuningsih, D. 2020. "Pendampingan Peningkatan Efisiensi Biaya Produksi UMKM Heriyanto Melalui Analisis Biaya Kualita". *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan* 1(1):1–10. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i1.311>
- Rustami, P., Kirya, I. K., and Cipta, W. 2014. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis". *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha* 2(1):1–9.
- Sa'diyah, S., and Hermanto, S. B. 2017. "Pengaruh Manajemen Laba Akrual Dan Manajemen Riil Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 6(9):1–21. <https://doi.org/10.31629/jiafi.v1i1.1235>
- Siregar, M. Y., and Winita. 2017. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Sparepart Pada PT Calispo Multi Utama Medan." *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 3(1):105–120. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/jurnalakundanbisnis/article/view/429>
- Syahdatina, R. 2015. "Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 1(19):79–89.