

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP
LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN
2018 – 2022**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Universitas Mahaputra Muhammad Yamin*



Disusun Oleh :

DESRIAL ORI PUTRA

191000462201018

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN

2023

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP
LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN
2018 – 2022**

DESRIAL ORI PUTRA

191000462201018

Pembimbing :

1. Dr. SISKI YULIA DEFITRI, SE,M.SI

2. WITRA MAISON, SE,M.SI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Biaya produksi dan Biaya promosi terhadap Laba bersih dengan Volume penjualan sebagai variabel moderasi pada Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Pemilihan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Analisis Regresi Sederhana dan Berganda, dimana pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t dan uji variabel moderating. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Biaya produksi tidak berpengaruh terhadap Laba bersih, Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap Laba bersih, Volume penjualan mampu memperkuat hubungan antara Biaya produksi terhadap Laba bersih, Volume penjualan mampu memperkuat hubungan antara Biaya promosi terhadap Laba bersih pada Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci : Biaya produksi, Biaya promosi, Laba bersih, Volume penjualan.

**THE INFLUENCE OF PRODUCTION COST AND PROMOTIONAL
COST ON NET PROFIT WITH SALES VOLUME AS A MODERATING
VARIABLE IN FOOD AND BEVERAGE SUB SECTOR COMPANIES
LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE IN 2018-2022**

DESRIAL ORI PUTRA

191000462201018

Supervisor :

1. Dr. SISKI YULIA DEFITRI, SE,M.SI

2. WITRA MAISON, SE,M.SI

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the effect of production costs and promotional costs on net profit with sales volume as a moderating variable in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesian stock exchange in 2018-2022. Sample selection used the purposive sampling method. The data analysis technique used is simple and multiple regression analysis, where hypothesis testing is carried out using the t test and moderating variable test. The results of this research show that production costs have no effect on net profit, promotion costs have no effect on net profit, sales volume is able to strengthen the relationship between production costs and net profit, sales volume is able to strengthen the relationship between promotion costs and net profit in food and sub-sector companies. drinks listed on the Indonesian stock exchange.

Exchange keywords: production costs, promotional costs, net profit, sales volume.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi mendorong adanya peningkatan dan pertumbuhan dunia usaha. Berkembangnya dunia usaha berdampak pada persaingan antar perusahaan sejenis yang semakin ketat. Dalam menjaga kelangsungan dan menghadapi persaingan antar perusahaan tersebut, maka diperlukan suatu penanganan dan pengelolaan sumber daya yang baik oleh pihak manajemen. Pihak manajemen dituntut untuk mengkoordinasikan penggunaan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan secara efektif dan efisien. Selain itu perusahaan juga dituntut agar dapat menghasilkan keputusan-keputusan yang menunjang pencapaian tujuan perusahaan di masa yang akan datang. Pada umumnya suatu perusahaan memiliki target atau tujuan yang ingin dicapai, tujuan didirikan perusahaan adalah untuk tujuan ekonomis yakni berkenaan dengan upaya perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya.

Kemajuan perekonomian suatu negara salah satunya ditunjukkan melalui perkembangan bisnis. Perkembangan bisnis manufaktur di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang cukup baik setiap tahunnya. Meningkatnya jumlah penduduk Indonesia, menyebabkan tingkat konsumsi juga ikut meningkat. Hal ini membuat Indonesia dianggap sebagai target potensial oleh para pelaku bisnis Investor. Dalam 5 tahun terakhir Industri Makanan dan Minuman mengalami pertumbuhan yang baik di tahun 2017 mampu tumbuh 9,23% meskipun tahun 2018 tumbuh 7,91% dan pada TW II

2019 mampu tumbuh sebesar 7,99% meskipun masih dalam ancaman perang dagang antara Amerika dan China. Sejalan dengan pertumbuhannya, nilai kontribusi industri makanan dan minuman tetap menjadi motor utama pada pertumbuhan industri pengolahan non migas. Selama 2015-2018 kontribusi selalu tumbuh diatas 30% dan sampai dengan TW I 2019 sebesar 36,23% (Kementrian Perindustrian ,2019). Berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik), Fenomena yang terjadi pada sektor industri pengolahan non migas selama tahun 2018 adalah Industri Makanan dan Minuman tumbuh melambat dibanding periode yang sama tahun sebelumnya. Penurunan ini disebabkan oleh perlambatan produksi CPO (Perindustrian, 2018).

Sebagai upaya menekan dampak pandemi Covid-19, pemerintah telah meluncurkan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang bertujuan untuk melindungi, mempertahankan, dan meningkatkan kemampuan ekonomi para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya selama pandemi Covid-19. Dengan pelaksanaan kebijakan tersebut, diharapkan kinerja industri makanan & minuman yang sebelum pandemic mampu tumbuh sekitar 7% hingga 9% dapat kembali gemilang. Dirjen Industri Agro menyebutkan, beberapa kebijakan PEN yang telah dikeluarkan oleh pemerintah, antara lain pemberian Bea Masuk Ditanggung Pemerintah untuk beberapa komoditas bahan baku industri makanan dan minuman pada tahun 2021. Tujuannya untuk mendorong peningkatan utilitas dan daya saing industri terutama pada masa pandemi Covid-19 (Kememperin, 2022)

Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54 persen menjadi Rp775,1 triliun, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai tersebut persentasenya sebesar 38,05 persen terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61 persen terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun. Pengolahan makanan dan minuman adalah salah satu industri yang paling matang di Indonesia, dengan sejumlah besar bisnis bersaing untuk penjualan. Sebagian besar adalah usaha kecil atau mikro, meskipun sejumlah kecil perusahaan besar mendominasi pasar, termasuk PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mencatat penjualan bersih perusahaan per kuartal I 2022 atau selama tiga bulan pertama tahun ini tembus Rp17,18 triliun, Wings Group, dan Garuda Food, anak perusahaan Tudung Group. Perusahaan-perusahaan tersebut telah memulai strategi untuk tidak hanya menarik pelanggan melalui harga, tetapi juga berinovasi untuk menghasilkan produk yang disesuaikan dan bernilai tambah yang menarik preferensi konsumen Indonesia untuk makanan tradisional dalam bentuk instan seperti bubur instan Mayora.

Tantangan yang muncul kedepannya dapat diprediksi dengan adanya ketergantungan pada pasar domestic, berarti bahwa bisnis makanan dan minuman kurang terekspos ke pasar global yang berubah-ubah dibandingkan banyak industri lainnya. Namun, produsen lokal masih rentan terhadap fluktuasi harga global untuk bahan-bahan produksi yang diimpor

dari luar negeri. Impor bahan makanan olahan akan terus menjadi bagian penting dari total penjualan, karena beberapa di antaranya tidak dapat diproduksi secara layak di Indonesia. Pengolah makanan berbasis lokal perlu menemukan cara lain untuk menjaga biaya mereka tetap terkendali dan meningkatkan daya saing mereka di tengah intensifikasi perdagangan regional. UMKM berada di bawah tekanan terbesar dari kenaikan upah, tarif listrik, dan suku bunga pinjaman. Meningkatkan efisiensi operasional dan konsumsi energi dengan peralatan baru dan proses yang dioptimalkan adalah salah satu cara bagi bisnis ini untuk mengurangi tekanan biaya, tetapi mungkin yang lebih bijaksana adalah menemukan cara untuk memperkuat kualitas dan terutama branding produk lokal baik di Indonesia maupun di wilayah yang lebih luas. Tanpa menampikkan fakta yang ada bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang mengasosiasikan kualitas yang lebih tinggi dengan merek asing dan lebih memilihnya daripada merek lokal, terutama dalam hal makanan untuk bayi dan anak-anak. Dalam kasus produsen kecil, bahkan meningkatkan kemasan saja sering kali dapat meningkatkan daya tarik produk local (Ayutia Nurita, 2022)

Perusahaan yang di dirikan pasti mempunyai suatu tujuan baik perusahaan besar maupun kecil, di mana tujuan mereka yaitu mendapatkan sebuah laba. Laba merupakan suatu pengukur dalam keberhasilan perusahaan serta dapat dilihat dari banyaknya laba yang diperoleh pada waktu tertentu, pengusaha-pengusaha akan selalu mempertahankan kesuksesan produk serta berkompetensi secara baik dengan tujuan mencapai target sebuah perusahaan, sehingga perusahaan mereka akan menjaga agar

laba yang mereka hasilkan akan jauh lebih besar dari pada pengeluaran biaya operasionalnya (Simanjuntak et al,2019).

Suatu perusahaan dilihat keberhasilannya apabila laba yang dihasilkan itu meningkat setiap tahunnya. Perusahaan akan mengalami kerugian ketika perusahaan lebih banyak mengeluarkan biaya ketimbang mendapatkan penghasilan. Perusahaan yang memiliki kualitas adalah perusahaan yang mampu menghasilkan suatu produk yang bermutu bagi konsumennya dan perusahaan yang mampu bersaing dengan baik terhadap perusahaan lain. Laba merupakan indikator keberhasilan bagi suatu perusahaan. Sebab, keberhasilan suatu perusahaan berasal dari jumlah laba yang diperoleh pada periode tertentu. Laba dapat diartikan sebagai selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan aktivitas usaha. Supaya diperoleh laba sesuai dengan yang dikehendaki, perusahaan perlu menyusun perencanaan laba yang baik.

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk digunakan dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dipasarkan nantinya. Biaya produksi merupakan biaya yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karna sebuah perusahaan harus mampu mengelola biaya dengan tepat pada saat proses produksi. Produk yang dihasilkan harus dapat bersaing dengan perusahaan – perusahaan lain baik dalam segi kualitas maupun dalam segi harga yang diberikan. Oleh karna itu perusahaan harus bijak dalam menentukan anggaran yang dikeluarkan untuk proses produksi, dengan kata lain perusahaan harus mampu menekankan biaya produksi semaksimal mungkin yang nantinya akan berpengaruh

terhadap penentuan harga pokok produksinya. Apabila biaya produksi yang dikeluarkan sudah dimaksimalkan sebaik mungkin, maka harga pokok produksi yang ditetapkan akan maksimal juga nantinya. Sehingga perusahaan mampu bersaing dengan memberikan harga pasar yang baik dibandingkan perusahaan lain, dengan harga pasar yang diberikan oleh suatu perusahaan tersebut maka para konsumen atau pembeli akan lebih cenderung untuk memiliki produk yang dihasilkan suatu perusahaan.

Biaya produksi biasanya mencakup biaya bahan baku dan sebagainya. Seperti yang dikemukakan oleh Pasaribu & Hasanuh (2021) biaya produksi industri terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku merupakan suatu nilai uang yang diperoleh dari bahan baku yang dipergunakan dalam proses produksi. Biaya tenaga kerja merupakan upah tenaga kerja serta pendapatan karyawan. Biaya overhead pabrik merupakan tiap biaya yang secara tidak langsung menempel pada suatu produk (Sembiringh & Aisyah 2018).

Penelitian yang dilakukan Marlyana (2022) menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Zakaria (2021) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif terhadap laba bersih, Artinya tingginya biaya produksi tidak mengakibatkan naiknya laba perusahaan. Biaya produksi yang naik akan menghasilkan barang jadi, akan tetapi laba yang dihasilkan menurun yang diakibatkan oleh pengambilan biaya dalam memproduksi barang. Jika barang jadi tidak menghasilkan penjualan sesuai

dengan yang telah ditargetkan maka ini akan mengakibatkan penurunan laba bersih.

Promosi menjadi sebuah kegiatan yang dilaksanakan perusahaan agar dapat memberikan sebuah informasi, memberitahukan dan dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk yang telah diproduksi oleh perusahaan (Hastuti, 2015). Promosi menjadi lahan bagi perusahaan untuk memperkenalkan usaha mereka kepada masyarakat agar masyarakat bisa mengenal produk yang mereka buat. Promosi menjadi suatu hal yang penting dibagian strategi perusahaan, semakin bagus strategi pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan maka semakin banyak atau semakin meluasnya informasi mengenai produk perusahaan mereka. Oleh karna itu, perusahaan harus mampu membangun komunikasi sebaik mungkin kepada konsumennya melalui media promosi. Promosi yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan penjualan, dengan meningkatnya penjualan maka laba yang diperoleh suatu perusahaan akan meningkat juga (Putra, 2016). Untuk tercapainya tujuan dari kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan harus mampu melakukan strategi pemasaran yang tepat sehingga para konsumen tertarik dengan produk yang dihasilkan.

Fungsi pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan manajemen dalam usahanya untuk mempertahankan kontinuitas perusahaan dan untuk mendapatkan laba yang dapat menjadi pendorong tercapainya tujuan perusahaan. Fungsi pemasaran juga berguna untuk meningkatkan target sesuatu penjualan, semakin banyak yang mengetahui produk tersebut maka peluang untuk mendapatkan konsumen akan semakin

besar pula, kemudian dapat menambah keuntungan suatu perusahaan dan memperluas jaringan usaha di mana suatu bisnis akan berkembang dengan baik. Jaringan usaha akan turut serta membantu dalam meningkatkan penjualan, yang tentunya memiliki pengaruh yang baik bagi perusahaan (Zakaria, 2021).

Dari hasil penelitian Zakaria (2021) menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini dikarenakan bahwa kegiatan pemasaran dalam sebuah perusahaan akan terlaksana dengan baik apabila perusahaan senantiasa mengeluarkan biaya promosi dengan efisien, karena dengan adanya biaya promosi maka produk mereka akan lebih dikenal oleh konsumen sehingga laba yang dihasilkan ikut meningkat akibat promosi yang mereka lakukan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Firmansyah & Darsawati (2016) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya promosi terhadap laba bersih. Perusahaan perlu memperhatikan pendapatan yang diterima dan pengeluaran yang dilakukan selama kegiatan operasi berlangsung agar perusahaan dapat menghasilkan laba yang diinginkan demi keberlangsungan usahanya.

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dalam melakukan penjualan produk. Pengertian volume penjualan yang dikemukakan oleh Rangkuti (2015:107) bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah

penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan.

Penelitian Abdullah & Syukriadi (2016) menyatakan bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba perusahaan. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan dapat meningkatkan laba dengan pengelolaan biaya produksi dan biaya promosi yang secara efektif dan efisien. Sedangkan volume penjualan memoderasi antara biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih. Penelitian yang dilakukan oleh Ammy (2021) menyatakan bahwa variabel biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih, Kemudian volume penjualan tidak dapat memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas, sehingga produk-produk yang dihasilkan tersebut akan mampu menjadi daya tarik bagi pelanggan untuk memperolehnya. Namun berbeda dengan penelitian Noviana & Tipa (2019) yang menyatakan bahwa biaya produksi dan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini dikarenakan bahwa peningkatan biaya produksi dan biaya promosi tidak akan meningkatkan laba melainkan akan menurunkan laba, artinya semakin besar biaya produksi dan biaya promosi yang dikeluarkan maka laba perusahaan akan menurun. Sedangkan variabel volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba, artinya bahwa suatu perusahaan dengan volume

penjualan yang tinggi maka perusahaan akan mampu mendapatkan laba yang baik nantinya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis akan melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Biaya Produksi berpengaruh terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022.
2. Apakah Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2022.
3. Apakah Volume Penjualan dapat memoderasi hubungan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2022.
4. Apakah Volume Penjualan dapat memoderasi hubungan Biaya Promosi terhadap Laba Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2022.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022.
3. Untuk mengetahui Volume Penjualan dapat memoderasi pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022.
4. Untuk mengetahui Volume Penjualan dapat memoderasi pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang diuraikan di atas, maka manfaat penelitian yang dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis diharapkan dapat menambah wawasan mengenai Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih yang dimoderasi variabel Volume Penjualan.

2. Bagi Perusahaan diharapkan dapat menjadi masukan mengenai pentingnya meminimalkan Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih yang dimoderasi variabel Volume Penjualan.
3. Bagi Peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan dapat memberikan manfaat yang baik dalam upaya memaksimalkan Laba sebagai tujuan utama perusahaan.

1.5. Sistematika Penelitian

Pembahasan dari penelitian ini terdiri dari tiga bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan duraikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar yang mendukung penelitian ini, kerangka berfikir, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh Biaya produksi dan Biaya promosi terhadap Laba bersih yang dimoderasi variabel Volume penjualan pada perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Jumlah total sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 17 perusahaan. Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai pengaruh Biaya produksi dan Biaya promosi terhadap Laba bersih yang dimoderasi variabel Volume penjualan pada perusahaan Sub Sektor Makanan & Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022, dapat diambil kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa Biaya Produksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Laba bersih. Biaya produksi tidak signifikan terhadap laba karena peningkatan biaya produksi tidak akan meningkatkan laba, melainkan akan menurunkan laba, artinya semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka laba perusahaan akan menurun. Pembelian bahan baku dengan harga terlalu mahal mengakibatkan peningkatan biaya produksi yang kemudian dapat mengurangi laba bersih perusahaan.
2. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa Biaya Promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Laba bersih. Hal ini karena biaya promosi yang meningkat dapat menurunkan laba, karena

tidak semua biaya promosi yang dikeluarkan dapat meningkatkan penjualan. Ini disebabkan karena biaya promosi dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kemasan yang menarik, selera konsumen dan kualitas produk yang ditawarkan. Jika biaya promosi tinggi tetapi tidak diiringi dengan penjualan yang meningkat, maka laba suatu perusahaan akan menurun.

3. Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi, dapat disimpulkan bahwa variabel Volume penjualan mampu memperkuat hubungan antara Biaya produksi dengan Laba bersih. Untuk memperoleh laba yang maksimal, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas dan menghasilkan jumlah produksi yang banyak. Dengan demikian berarti makin banyak jumlah produksi yang dihasilkan maka makin banyak pula jumlah produk yang tersedia untuk dijual. Hal ini berarti bahwa jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan, maka laba juga akan meningkat.
4. Berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi, dapat disimpulkan bahwa Volume penjualan mampu memperkuat hubungan antara Biaya promosi dengan Laba bersih. Biaya promosi sangatlah berperan penting dalam peningkatan volume penjualan, hal ini membuktikan bahwa ketika volume penjualan meningkat dengan adanya biaya promosi maka laba juga akan meningkat. Dengan demikian berarti biaya promosi yang dikeluarkan jika ditopang dengan volume penjualan yang meningkat akan meningkatkan laba perusahaan.

5.2 Saran

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini dimana biaya produksi dan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diharapkan memperhatikan jumlah penjualan yang dihasilkan agar tercapainya laba yang maksimal, dengan menekan biaya produksi dan memperhatikan penggunaannya secara efektif dan efisien serta meningkatkan kegiatan biaya promosi guna menaikkan penjualan sehingga laba bersih meningkat. Selain itu perusahaan diharapkan untuk membuat kebijakan strategis seperti, melakukan diversifikasi produk-produk baru yang menjadi unggulan, meningkatkan kuantitas ekspor produk, memperluas jaringan distribusi dan pemasaran, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang kompeten, meningkatkan kapasitas untuk memproduksi produk guna mendapatkan laba yang diharapkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

a Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk bisa menggunakan variabel yang lain yang mempengaruhi laba bersih karena variabel yang digunakan saat ini hanya memberikan kontribusi sebesar 35,7% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain.

b Penelitian ini juga terbatas pada pengamatan yang relatif pendek yaitu 5 tahun dengan sampel yang terbatas. Untuk penelitian selanjutnya menambah tahun penelitian agar diperoleh hasil yang akurat dan memperluas sampel penelitian yang tidak hanya pada satu sektor perusahaan saja.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M.W., & Syukriadi, M. (2016). “Pengaruh Komponen Biaya Terhadap Laba Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6 (1): 75–88.
- Ammy, B. (2021). “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating The Effect of Production Costs on Company Net Profit with Sales Volume as a Moderating Variable.” *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)* 2 (2): 314–25.
- Anggraini, S., & Adnyana, I, S. (2017). Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada UMKM Tahu AN. Anugrah
- Ayutia, N. (2022). Kondisi Industri Pengolahan makanan dan Minuman di Indonesia. Diakses pada 17 Juli 2023 dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalut/bacaartikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-danMinuman-di-Indonesia.html>
- Bernardin, D. E. Y., & Baeti, E. N. (2018). “Laba Bersih Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Biaya Operasional Dan Volume Penjualan Terhadap Net Profit Margin (Studi Kasus Pada PT Aero Globe Indonesia Tahun 2007-2014).” *Ekspansi* 10 (1): 43–58.
- Daryanto. (2011). Manajemen Pemasaran. Seri Kuliah. Bandung: Satu Nusa.
- Dekrijanti, A.I., Suroso, B., & Santoso, J. A. (2017). “Pengaruh Harga Pasar Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Kotor Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating , Pada Usaha Peternakan Ayam Broiler Pt . Dinamika Megatama Citra Cabang Mojokerto (Studi Pada Peternak Ayam Di Wilayah Kecamatan Nganjuk).” *Jurnal Akuntans Manajemen* 5 (2): 15.
- Duli, N. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Grub Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Dunia, F. A & Abdullah, W. (2013). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: salemba Empat.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, T., & Darsawati, E. (2016). Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 5(9), 68–80
- Ginanjari, Y. (2020). “Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Laba Bersih Dengan Biaya Promosi.” *J-Aksi : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi* 1 (1): 112–23. <https://doi.org/10.31949/j-aksi.v1i1.179>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*. Deepublish.
- Harnanto, M. S. S. (2017). *Akuntansi Biaya :Konse dan Metodologi Penggolongan Biaya Elemen Biaya Produksi Perhitungan Harga Pokok Produksi*. BPFE Yogyakarta.
- Hastuti, M.A.S.W. (2015). “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Industri Marmer Indonesia Tulungagung.” *Angewandte Chemie International Edition* 04 (03): 66 dan 73.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition*. Jakarta. PT. Grasindo
- Islamiyah, N., Andini, R., & Oemar, A.(2016). “Analisis Biaya Operasional Dan Perputaran Persediaan Terhadap Laba Bersih Dengan Volumes Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-20,” 1140–46.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*.Edisi 1-8. Jakarta: Rajawali Pers.

- Kementerian Perindustrian. (2019). Laporan Kinerja Kementerian Perindustrian Tahun 2015- 2019. Kementerian Perindustrian, 1–128. <https://kemenperin.go.id/download/21250/Laporan-Kinerja-Kementerian-Perindustrian2018>
- Kontribusi Industri Makanan dan Minuman. (2022). Diakses pada 17 juli 2023 pada [https://www.kememperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri makanan dan minuman Tembus 37,77 Persen](https://www.kememperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-makanan-dan-minuman-Tembus-37,77-Persen).
- Kurniawan, H., Paramita, P. D., & Oemar. A. (2018). “Pengaruh Biaya Produksi, Hutang Jangka Panjang Dan Pendapatan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Harga Jual Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Komsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012 - 2016,” 1–20.
- Kusuma, T. W. (2015). Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt Hikmah Cipta Perkasa Jakarta. *Riset Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 115.
- Laki, M. F., Nangoi, G. B., & Wokas, H. R. N. (2019). “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada Pt. Megamitra Makmur Sentosa Manado.” *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi* 14 (1): 45–53. <https://doi.org/10.32400/gc.14.1.22285.2019>.
- Marlyna, D., & Famauli, D. (2022). “Determinan Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *EKOMBIS Sains* 07: 61–68.
- Maryana, D., & Febriani, A. S. (2021). “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2013-2020.” *Jurnal Akuntansi* 51 (1): 1–15.
- Mulyana, A. (2017). “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015 Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung ISSN 1411-7835.” *Jurnal Manajemen Indonesia* 17 (3): 185–96.
- Mulyana, A. (2018). “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Kotor.” *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi* 1 (1): 15–26.

<https://doi.org/10.35138/organum.v1i1.21>.

Nanang, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*.

Noviani, I., & Tipa, H. (2019). “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia This Study Aims to i Determine the i Effect of Production Costs , Promotion i Costs and i Sales the Period 2013-201.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 1 (2).

Oktavia, E., Ernitawati, E., Indriyani, A., Rahmawati, T., & Saputra, A. Y. (2019). “Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Rocket Chicken Brebes.” *Journal of Accounting and Finance (JACFIN)* 1 (1): 1–14.

Pasaribu, E. M. W., & Hasanuh, N. (2021). “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih.” *Journal of Economic, Business and Accounting* 4: 2.

Perindustrian, K. (2018). Laporan Kementerian Perindustrian (Kinerja Manufaktur Tahun 2018). Inonu Universitas Tıp Fakultesi Dergisi, 20(4), 1689–1699.

Prayoga, A. H. W., Wulandari, H.K., Kharisma, A. S., Erniwati, Y., & Nasirudun. (2020). “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Bersih.”

Putranto, A. (2017). “Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Wonosobo Kabupatenwonosobo).” *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ* 4 (3): 280–86. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v4i3.432>.

Putra, M. (2016). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih.

Rahmanita, M. (2017). “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap

Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Interventing” 5 (December): 118–38.

Rangkuti, F. (2015). "Riset Pemasaran". Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ristanty, E. R., & Ningrum, F. K. (2021). “Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019).” *Jurnal Inovasi Masyarakat* 01 (02): 167–79.

Rosa, E. (2020). "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Tekstil Dan Garmen Tahun 2016-2019": Sumatra Utara. *Jurnal Kuntansi Manajemen*.

Rupaid, S. A., & Bernardin, D. E. Y. (2016). “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk.” *Ekspansi* 8 (2): 261–75.

Rustami, P., & Cipta, W. (2014). Pengaruh Biaya Produksi Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. *Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1), 1-9.

Sembiring, & Aisyah. (2018). “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih.” *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan* 2 (3): 135–40.

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

Simanjuntak, F.A., Daslim, F., Harahap, S., & Elidawaati. (2019). “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia Tbk.” *Jurnal Akuntansi* 5 (1): 32–39.

Sujarweni, W. R (2020). "Akuntansi Biaya Teori dan Penerapannya". Yogyakarta : Pustaka Baru press.

Supriyono. (2018). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta: BPFE.

- 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* Vol.2 (No.1): 25–39.
- Syahrudin, A. (2015). “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Rumah Pada Perumahan Grand Aroepala Di Makassar.” *Jurnal Iqtisaduna* 1 (2): 1–17.
- Syukriadi, M. (2019). *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada CV. Citra Sari Makassar) Skripsi. Ekonomi Bisnis*. Vol. 5.
- Yuda, I. M.A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020). “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017.” *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)* 19 (1): 35–42. <https://doi.org/10.22225/we.19.1.1406.35-42>.
- Zakaria, S. H. (2021). *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi*.