

Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 – 2022

Rizki Ramadhan¹, Rismadi², Syalmida Nurahma³

Program Studi Akuntansi Politeknik Aceh,

Jl. Politeknik Aceh, Desa Pango Raya, Ulee-Kareng, Banda Aceh, 23119

Email: rizkiramadhan@politeknikaceh.ac.id¹, rismadi@politeknikaceh.ac.id²,
syalmidanurahma@gmail.com³

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 84 perusahaan. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan jumlah sampel pengamatan sebanyak 16 perusahaan. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif dengan pengujian asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis yang digunakan dengan alat bantu software SPSS 25. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

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

I. PENDAHULUAN

Bisnis yang sukses hanya akan bertahan di era globalisasi saat ini karena bisnis lain semakin bersaing. Penanganan dan pengelolaan yang baik dan konsisten diperlukan untuk memastikan bahwa bisnis tetap hidup dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pada umumnya perusahaan didirikan untuk menghasilkan pendapatan atau untuk memaksimalkan keuntungan agar bisnis bisa bertahan, sehingga pengembangan selanjutnya selalu dapat diupayakan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasi dapat diukur melalui pertumbuhan perusahaan dan keuntungan yang dihasilkan. Perusahaan harus memiliki barang yang dapat dibeli orang agar mendapatkan keuntungan.

Salah satu bidang usaha yang tumbuh pesat selama ini adalah bidang

food and beverage. Perusahaan yang beroperasi di bidang ini memiliki kontribusi yang cenderung signifikan dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Fenomena ini disebabkan karena di Indonesia terjadi pertumbuhan penduduk setiap tahunnya, yang kemudian menyebabkan peningkatan volume permintaan pangan dan minuman. Kondisi ini juga berdampak pada peningkatan keuntungan industri di Indonesia pada bidang *food and beverage*.

Menteri Perindustrian yaitu Airlangga Hartanto mengatakan bahwa, hingga triwulan I 2019 pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) industri *food and beverage* mencapai 6,77%, angka itu diatas pertumbuhan PDB industri nasional sebesar 5,07%. Hal tersebut menjadikan sektor *food and beverage* sebagai salah satu penyumbang

kontribusi PDB terbesar. Industri *food and beverage* mengalami anomali pertumbuhan pada triwulan IV 2019. Data Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa hingga Kuartal III/2019 industri *food and beverage* tumbuh 8,33% *year on year*(yoy) (www.ekonomi.bisnis.com, 2023).

Alasan memilih perusahaan sektor *food and beverage* karena perusahaan tersebut salah satu sektor yang diharapkan memiliki prospek cukup cerah di masa mendatang, karena seperti yang bisa kita lihat bahwa sektor tersebut masih mampu bertahan ditengah pandemi Covid-19, kondisi ini terlihat dari kinerjanya beberapa tahun terakhir ini yang masih tumbuh positif. Penelitian yang dilakukan oleh (Ristanty & Ningrum, 2021), penelitian tersebut meliputi tentang pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan, sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Antono et al., 2021), penelitian tersebut meliputi tentang pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih.

Berdasarkan latar belakang diatas, masih ditemukan hasil yang berbeda-beda dari setiap perusahaan, sehingga menarik dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan. Sehingga tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sub**

Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2022”

Tujuan Proyek Akhir

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi secara simultan terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022.

Manfaat Proyek Akhir

1. Manfaat Teoritis
Proyek Akhir ini diharapkan dapat memberikan penambahan ilmu dan wawasan bagi penulis terkait tentang pengaruh antar variabel. Dan juga diharapkan dapat memotivasi peneliti lain serta menambah pengetahuan para peneliti selanjutnya sebagai salah satu bahan referensi.
2. Manfaat Praktis
Proyek Akhir ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan oleh pihak manajemen perusahaan dalam menentukan langkah-langkah untuk meningkatkan biaya produksi dan pengoptimalan pengeluaran biaya promosi.

Rumusan Masalah

1. Apakah biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan pada

perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022

2. Apakah biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022
3. Apakah biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022

Batasan Masalah

Proyek akhir ini hanya meneliti apakah biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2019-2022.

II. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Biaya

Biaya merupakan komponen penting dalam pengambilan keputusan ekonomi dan bisnis. Perusahaan dan individu harus mempertimbangkan biaya dalam proses pengambilan keputusan untuk menilai keuntungan, efisiensi, dan dampak keuangan dari suatu tindakan atau investasi. Menurut Widilestariningtyas et al (2012, p. 10) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam akuntansi keuangan, istilah biaya (*cost*) diartikan sebagai pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh beberapa barang atau jasa. Secara terminologi, istilah biaya terbagi menjadi dua, yaitu *cost* dan *expenses*. Menurut William et al (2017, p. 58) biaya (*cost*) adalah pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan sumber daya. Ketika kita membeli suatu barang, kita menyerahkan (mengorbankan)

kemampuan untuk menggunakan sumber daya yang dimiliki (umumnya secara tunai atau kredit) untuk membeli sumber daya lainnya.

Berdasarkan pengertian biaya tersebut maka dapat disimpulkan bahwa, biaya merupakan jumlah uang atau sumber daya lainnya yang dikeluarkan atau dikorbankan untuk memperoleh suatu barang, jasa atau mencapai suatu tujuan tertentu. Biaya mencakup pengeluaran baik yang bersifat moneter (uang) maupun non-moneter (seperti waktu, tenaga kerja).

Klasifikasi Biaya

Menurut Iryanie dan Monika, (2019, p. 5) ada beberapa klasifikasi biaya, yaitu terdiri dari :

“Pengklasifikasian biaya berdasarkan unsur produk ini dibedakan atas:

1. Bahan-bahan: bahan utama yang dipakai di dalam produksi yang kemudian diproses menjadi produk jadi melalui penambahan upah langsung dan FOH
 - a. Bahan Langsung: semua bahan yang dapat dikenal sampai menjadi produk jadi, dapat dengan mudah ditelusuri dan merupakan bahan utama produk jadi.
 - b. Bahan tidak langsung: semua bahan yang dimasukkan ke dalam proses produksi yang tidak dapat dengan mudah ditelusuri seperti bahan langsung.
2. Tenaga Kerja: usaha fisik atau usaha mental yang dikeluarkan di dalam produksi suatu produk.
 - a. Tenaga kerja langsung: semua tenaga kerja yang secara langsung terlibat dengan produksi produk jadi dan dapat juga ditelusuri dengan mudah, merupakan biaya tenaga kerja langsung utama dalam menghasilkan suatu produk.
 - b. Tenaga kerja tidak langsung: semua tenaga kerja yang secara terlibat selama proses produksi

produk jadi, tetapi bukan tenaga kerja langsung.

3. *Overhead* Pabrik (FOH): semua biaya yang terjadi di pabrik selain bahan langsung (BB0 dan upah tenaga kerja langsung, merupakan kumpulan dari berbagai rekening yang terjadi di dalam eksploitasi pabrik.”

Konsep Biaya

Menurut Salman (2016, p. 24) biaya (*cost*) didefinisikan sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat. Definisi tersebut adalah definisi biaya secara konseptual. Adapun definisi biaya secara operasional adalah beraneka ragam dan penggunaannya sesuai dengan tujuan yang kita inginkan, seperti biaya langsung (*direct cost*), biaya tidak langsung (*indirect cost*), biaya utama (*prime cost*), biaya konversi (*conversion cost*), biaya tetap (*fixed cost*), biaya variabel (*variabel cost*). Secara makna, biaya (*cost*) didefinisikan sebagai suatu sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu. Sumber daya yang dikorbankan dapat berupa bahan baku, tenaga kerja langsung, bahan penolong, tenaga kerja tidak langsung dan biaya produksi lainnya di luar bahan dan tenaga kerja.

Objek Biaya

Menurut Salman (2016, p. 28) objek biaya juga dikenal sebagai tujuan biaya, contoh dari objek biaya adalah produk, departemen, pesanan, aktivitas, kontrak, lini produk, divisi, proyek, dan masih banyak lagi contoh lainnya. Untuk dapat mengukur kinerja dengan tepat, pihak manajemen harus mampu memilih objek biaya yang sesuai, misalnya untuk mengukur efisiensi kerja dari suatu departemen, maka manajemen akan memilih objek biaya departemen. Oleh karena objek biaya sebagai tempat akhir berkumpulnya biaya maka objek biaya berguna untuk menentukan biaya produk

(*product cost*), pengambilan keputusan (*decision making*), dan evaluasi kinerja (*performance evaluation*).

Biaya Produksi

Menurut Syaifullah (2014, p. 1) biaya produksi adalah biaya yang digunakan suatu perusahaan dalam proses produksi dan terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik kemudian biaya produksi merupakan bagian dari persediaan. Menurut Putu Darya (2019, p. 26) biaya produksi yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produk atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan kedalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

Menurut Soleha Winny Adihesti, (2022) biaya produksi merupakan penjumlahan dari seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Produksi dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produksi produk. Biaya tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional barang/pabrik, dan lain sebagainya. Biaya produksi adalah dapat dipahami sebagai akumulasi atau perhitungan biaya produksi.

Tujuan Biaya Produksi

Adapun beberapa tujuan biaya produksi menurut Mulyadi (2012, p. 20) sebagai berikut:

1. Untuk menetapkan jumlah biaya produksi secara tepat.
2. Untuk membantu manajemen mengadakan pengendalian biaya yang tepat.
Untuk membantu manajemen dalam pengambilan

Penggolongan Biaya Produksi

Menurut Harahap & Tukino (2020, p. 1-2) biaya-biaya produksi digolongkan sebagai berikut :

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah bahan baku yang dipakai ke dalam proses produksi untuk menghasilkan produk jadi. Contoh: benang dalam perusahaan pertenunan, yaitu mengubah benang menjadi kain tenun, kertas dalam perusahaan yang memproduksi buku, kayu dalam perusahaan mebel.

2. Biaya tenaga kerja langsung (*Direct Labor Cost*)

Biaya tenaga kerja langsung adalah gaji atau upah serta balas jasa dan dengan nama apapun yang dibayarkan kepada karyawan yang turut secara langsung dalam memproses produksi, sedangkan gaji atau upah yang dibayarkan kepada mandor pabrik, supervisor produksi dan manajer produksi tidak boleh dimasukkan ke dalam biaya tenaga kerja langsung tetapi digolongkan sebagai biaya tenaga kerja tidak langsung (*Indirect Labor Cost*).

3. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *Overhead* Pabrik disebut juga biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan selain biaya bahan baku dan biaya pekerja langsung. Contoh biaya *overhead* pabrik adalah biaya bahan pembantu/penolong, biaya pekerja langsung, biaya penyusutan ativa pabrik, biaya sewa gedung pabrik, dan biaya *overhead* lainnya.

Jenis-Jenis Biaya Produksi

Menurut Putri (2022) jenis-jenis biaya produksi adalah sebagai berikut:

1. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

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

2. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

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*)

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

Komponen Biaya Produksi

Menurut Mulyono (2021, p. 120) komponen biaya produksi tersebut terdiri atas biaya bahan dan biaya tenaga kerja langsung, yang diklasifikasikan sebagai biaya langsung, dan dapat dikelompokkan sebagai biaya variabel, serta biaya penggunaan mesin dan peralatan yang diklasifikasikan sebagai biaya tidak langsung yang diperhitungkan melalui penyusutan mesin dan peralatan dalam bentuk biaya *overhead* pabrik, dan dapat dikelompokkan pula sebagai biaya tetap.

Biaya Promosi

Menurut Felicia Robinhot (2018) biaya promosi dapat diartikan sebagai biaya atau serangkaian pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya pelaksanaan promosi. Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk dapat bertahan dan berkembang, tujuan ini dapat dicapai melalui upaya memelihara dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Menurut Mulyana, (2017) promosi merupakan salah satu strategi perusahaan yang harus dilakukan untuk mencapai hal tersebut, produk dan jasa yang dikeluarkan diterima oleh konsumen sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan ketika perusahaan menjalankan promosi masyarakat akan diberitahu tentang informasi manfaat produk perusahaan dan tujuannya adalah untuk mencapai target penjualan dan laba lebih besar lagi.

Laba Bersih

Laba bersih merupakan angka terakhir dari perhitungan laba rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain. Di dalam laporan keuangan angka laba yang diperoleh diharapkan dapat mempresentasikan dan untuk menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dengan kata lain laba dijadikan sebagai acuan penilaian berhasil atau tidaknya perekonomian suatu perusahaan menjalankan kinerjanya. Unsur-unsur yang menjadi pembentuk laba adalah pendapatan dan biaya. Biaya merupakan salah satu sumber informasi dalam analisis strategik perusahaan. Pada dasarnya masalah yang timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (Rohani, 2021).

Menurut Ardhiyanto (2019, p. 100) laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya, disebut juga pendapatan bersih atau *net earning*. Laba bersih adalah laba operasi dikurangi pajak, biaya bunga, biaya riset, dan pengembangan. Laba bersih disajikan dalam laporan laba rugi dengan menyandingkan antara pendapatan dengan biaya.

Elemen Utama Laba

Menurut Ristanty and Ningrum, (2021) terdapat empat elemen utama laba, yaitu sebagai berikut:

a. Pendapatan (*Revenue*)

Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Pendapatan adalah "kenaikan atau bertambahnya asset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen.

b. Beban (*Expense*)

Beban berhubungan dengan berkurangnya arus kas, akan tetapi tidak bersangkutan dengan penanaman modal perusahaan. Beban adalah aliran keluar terukur dari barang atau jasa, yang

kemudian ditandingkan dengan pendapatan untuk menentukan laba atau sebagai penurunan dalam aktiva bersih sebagai akibat dari penggunaan jasa ekonomis dalam menciptakan pendapatan atau pengenaan pajak oleh badan pemerintah.

c. Keuntungan (*Gain*)

Keuntungan adalah kenaikan ekuitas atau aktiva bersih berasal dari transaksi insidental yang terjadi pada suatu perusahaan. Laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya, disebut juga pendapatan bersih atau *net earning*.

d. Kerugian (*Loss*)

Kerugian merupakan biaya yang terjadi tiba-tiba, tidak terduga dan tidak sengaja, dan tidak memberi manfaat pada masa kini ataupun di masa depan.

Jenis-jenis Laba

Menurut Maesaroh, (2019) jenis-jenis laba adalah sebagai berikut :

1. Laba Kotor (*gross profit*)

Laba kotor adalah perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan harga pokok penjualan.

2. Laba Operasi (*operating profit*)

Laba kotor adalah perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan harga pokok penjualan.

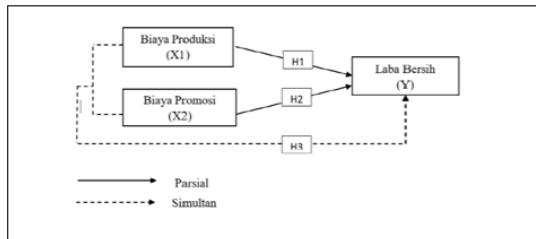
3. Laba Bersih (*net income*)

Laba bersih adalah angka terakhir dalam perhitungan laba atau rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas yaitu biaya produksi dan biaya promosi terhadap variabel terikat yaitu laba bersih perusahaan. Variabel independen penelitian adalah biaya produksi dan biaya promosi. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah laba. Kerangka penelitian digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap

permasalahan yang dibahas. Adapun kerangka pemikiran penelitian ini digambarkan pada model seperti berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Sumber: (Edit Penulis,2023)

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Berdasarkan tujuan penelitian, rumusan masalah, dan melihat hasil sebelumnya serta kerangka pemikiran teoritis, maka disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H0₁: Biaya produksi tidak berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih perusahaan.
 Ha₁: Biaya produksi berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih perusahaan.
 H0₂: Biaya promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih perusahaan.
 Ha₂: Biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih perusahaan.
 H0₃: Biaya produksi dan biaya promosi tidak berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih perusahaan.
 Ha₃: Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua menurut Tersiana (2022, p. 75) :

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui pengukuran langsung, kuesioner, kelompok panel, atau data hasil wawancara dengan narasumber.
2. Data Sekunder, yaitu data yang didapat dari catatan, buku, laporan pemerintah, buku-buku, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data tersebut diperoleh melalui berbagai macam sumber seperti dari *idx statistic*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data sekunder laporan keuangan. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang diperlukan dalam penelitian. Teknik dokumentasi ini meliputi; pengumpulan data, analisis dan pencatatan data.

2. Kepustakaan

Teknik ini mengharuskan penulis untuk mencari dan mengumpulkan informasi atau bacaan yang berhubungan dengan proyek akhir ini, oleh karena itu teknik pengumpulan data dalam proyek akhir ini menggunakan teknik literatur. Kemudian landasan teori merupakan hasil pencarian dan pengumpulan data dari beberapa literatur, seperti jurnal ilmiah, buku dan tulisan yang terkait dengan proyek akhir ini. Pencarian dan pengumpulan data dari jurnal ilmiah dilakukan dengan menggunakan fasilitas jurnal *online* yang dapat diakses melalui beberapa *website*.

Definisi Operasional

Menurut Ristanty and Ningrum, (2021) variabel adalah objek atau sesuatu

yang menjadi titik perhatian. Menurut Siregar and Hardana (2022, p. 84) variabel merupakan sesuatu yang menjadi objek pengamatan penelitian, sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti.

Variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel independen dan variabel dependen. Definisi variabel independen dan variabel dependen menurut Ismail (2018, p. 65) yaitu :

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah atribut atau karakteristik yang dapat memberikan pengaruh atau dampak terhadap variabel dependen. Di dalam penelitian, variabel ini disebut variabel X, bebas, faktor, *treatment* dan lain sebagainya.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah atribut atau karakteristik yang bebas atau yang di pengaruhi oleh variabel independen. Variabel ini menjadi objek utama dalam penelitian. Variabel dependen disebut sebagai variabel Y, terikat, *outcome* dan lain sebagainya.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage* yang sudah *go public* kemudian sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi pada penelitian ini yakni 84 perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022.

2. Sampel

Pemilihan sampel berdasarkan metode *purposive sampling* karena teknik pengambilan sampel perusahaan dilakukan berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar secara berturut-turut sebagai sub sektor

food & beverage periode 2019-2022

2. Perusahaan sub sektor *food and beverage* yang mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut periode 2019-2022
3. Perusahaan yang tidak mengalami rugi selama periode tahun 2019-2022
4. Perusahaan yang memiliki kelengkapan variabel penelitian.

Metode Pembahasan Data

Metode pembahasan data terdiri dari metode pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Mencari nama-nama perusahaan sub sektor *food and beverages* yang tercatat di BEI periode 2019-2022
2. Mengunduh laporan keuangan perusahaan sub sektor *food and beverages* periode 2019-2022 yang terdapat di *Idx.co.id*
3. Menyeleksi laporan keuangan sesuai dengan kriteria yang digunakan
4. Melakukan tabulasi pemisahan data terkait biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan pada masing-masing perusahaan
5. Mengolah data menggunakan *software SPSS*
6. Menganalisis pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah perusahaan sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

periode 2019-2022. Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual beli dan beli Efek dari pihak-pihak yang ingin memperdagangkan Efek tersebut. Sub sektor *food and beverage* merupakan perusahaan manufaktur yaitu perusahaan industri pengolahan yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, di Indonesia sub sektor *food and beverage* sangat berkembang dengan pesat. Secara singkat (BEI) adalah pasar dimana terjadi jual beli efek dari suatu perusahaan. Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC.

Visi dan Misi BEI adalah Menjadi bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia dan Menciptakan infrastruktur pasar keuangan yang terpercaya dan kredibel untuk mewujudkan pasar yang teratur, wajar, dan efisien, serta dapat diakses oleh semua pemangku kepentingan melalui produk dan layanan yang inovatif. (www.idx.co.id)

Analisis Deskriptif

Penelitian ini melakukan analisis data dengan menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk memberikan pendeskripsian atas data yang diolah dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan pada perusahaan sub sektor *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia untuk dijadikan sebagai sampel. Melalui statistik deskriptif maka diperoleh informasi mengenai nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari setiap variabel penelitian. Data statistik

deskriptif dari variabel -variabel penelitian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1
Statistik Diskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Laba Bersih	64	188	430.297	67.286,33	90.925,611
Biaya Produksi	64	820	925.893	182.755,69	257.487,822
Biaya Promosi	64	59	704.418	32.990,06	89.637,069
Valid N (listwise)	64				

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengamatan dalam penelitian ini sebanyak 64 data perusahaan pada sub sektor *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

1. Variabel Laba Bersih menunjukkan nilai minimum sebesar 188 di perusahaan Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. Sedangkan nilai maksimumnya sebesar 430.297 di perusahaan Nippon Indosari Corpindo Tbk. Rata-rata sebesar 67.286,33. Standar deviasi adalah gambaran tingkat variasi data sehingga tingkat variasi harga saham saham adalah sebesar 90.935,611.
2. Variabel Biaya Produksi menunjukkan nilai minimum sebesar 820 di perusahaan Buyung Poetra Sembada Tbk. Sedangkan nilai maksimumnya 925.893 di perusahaan Sariguna Primatirta Tbk sebesar Rata-rata sebesar 182.755,69. Standar deviasi adalah gambaran tingkat variasi data sehingga tingkat variasi data variabel Biaya Produksi adalah sebesar 257.487,822.
3. Variabel Biaya Promosi menunjukkan nilai minimum sebesar 59 di perusahaan Siantar Top Tbk. Sedangkan nilai maksimumnya sebesar 704.418 di perusahaan Wahana Interfood Nusantara Tbk. Rata-rata sebesar 32.990,06. Standar deviasi adalah gambaran tingkat variasi data sehingga tingkat variasi data variabel Biaya Produksi adalah sebesar 89.637,069.

Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas dengan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dapat dilihat melalui Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang bernilai lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas. Hasil Pengujian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2
Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	84925.25212937
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.261
	Positive	.261
	Negative	-.205
Test Statistic		.261
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2023)

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS, dapat diketahui variable memiliki nilai Tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas di antara variabel independen dan model regresi memenuhi uji asumsi multikolinearitas. Hasil Pengujian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3
Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	44219.749	13470.026		3.283	.002	
	Biaya Produksi	.126	.043	.357	2.911	.005	.950 1.052
	Biaya Promosi	.001	.124	.001	.005	.996	.950 1.052

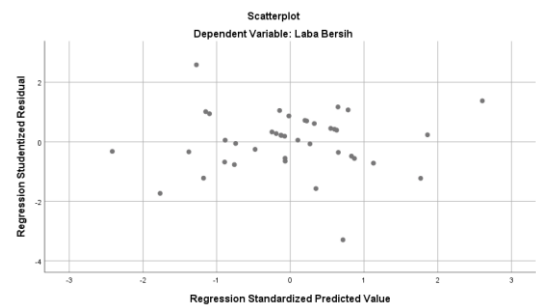
Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel biaya produksi dan biaya promosi memiliki nilai tolerance sebesar $0,950 > 0,10$ dan nilai VIF $1.052 < 10$. sehingga dapat disimpulkan bahwa pada

analisis ini tidak terdapat multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan SPSS, dapat diketahui bahwa Profitabilitas, likuiditas dan leverage memiliki hasil pengujian *Scatter Plot* tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil Pengujian dapat dilihat dalam gambar dibawah ini:



Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dengan *Run Test* diketahui nilai Asymp. Sig (2-tailed) bernilai 0,229 dimana nilainya lebih besar dari 0,05 ($0,229 > 0,05$). Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa data yang digunakan dalam model regresi bebas dari masalah autokorelasi. Hasil Pengujian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4
Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-42439.91582
Cases < Test Value	32
Cases \geq Test Value	32
Total Cases	64
Number of Runs	18
Z	-3.780
Asymp. Sig. (2-tailed)	.229
a. Median	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2023)

Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Penggunaan analisis regresi

linier berganda digunakan untuk membuktikan sejauh mana hubungan antara variabel X dan variabel Y. Tabel dibawah ini merupakan hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 5
Uji T (Uji Parsial)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	44219.749	13470.026		3.283	.002		
	Biaya Produksi	.126	.043	.357	2.911	.005	.950	1.052
	Biaya Promosi	.001	.124	.001	.005	.996	.950	1.052

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 4.4219,749 + 0,126X_1 + 0,001X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas dapat diketahui bahwa:

1. Konstanta bernilai 4.4219,749 menunjukkan bahwa jika variabel independen Laba Bersih dianggap konstan, maka rata-rata nilai perusahaan adalah sebesar 4.4219,749.
2. Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel biaya produksi (X1) adalah 0,126, yakni bernilai positif. Hal ini berarti ketika biaya produksi (X1) meningkat sebesar 1 satuan, maka laba bersih (Y) cenderung meningkat sebesar 0,126.
3. Diketahui nilai koefisien regresi dari variabel biaya promosi (X2) adalah 0,001, yakni bernilai positif. Hal ini berarti ketika biaya promosi (X2) meningkat sebesar 1 satuan, maka laba bersih (Y) cenderung meningkat sebesar 0,001.

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai R Square yaitu sebesar 0,128 yang berarti bahwa variabel Laba Bersih sebesar 12,8% mampu dijelaskan oleh Biaya Produksi dan Biaya Promosi

sedangkan sisanya 87,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil Pengujian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 6
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.357 ^a	.128	.099	86.306,241

a. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2023)

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara melihat nilai pada kolom Sig. yaitu untuk X1 Biaya Produksi sebesar 0.005, X2 Biaya Promosi sebesar 0,996 di mana suatu model dikatakan signifikan atau variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial apabila nilai signifikansi (kolom Sig.) lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% sehingga berdasarkan tabel diatas dapat diambil keputusan bahwa X1 Biaya Produksi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Laba Bersih. Sedangkan X2 Biaya Promosi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Laba Bersih. Hasil Pengujian dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 7
Uji Signifikansi Simultan (Uji T)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	44219.749	13470.026		3.283	.002
	Biaya Produksi	.126	.043	.357	2.911	.005
	Biaya Promosi	.001	.124	.001	.005	.996

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS (2023)

Diketahui t tabel dengan $\alpha=0,05$ $n=64$ dan $k=2$ serta $df(n-k-1) = 64-2-1=61$. Dapat dilihat pada lampiran nilai t tabel yaitu = 1,6702 maka hasil uji t sebagai berikut:

Nilai koefisien regresi dari variabel biaya produksi berpengaruh. Diketahui t hitung dari biaya produksi (X1) sebesar 2,911 dan t tabel sebesar 1,6702 sehingga nilai t hitung > t tabel ($2,911 > 1,6702$) dengan nilai Sig. sebesar 0,005. Nilai Sig. $0,005 <$ tingkat signifikansi $0,05$, maka

biaya produksi (X1) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Y). Sehingga disimpulkan biaya produksi (X1) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Y), atau H0 ditolak maka Ha diterima.

Nilai koefisien regresi dari variabel biaya promosi tidak berpengaruh. Diketahui t hitung dari biaya promosi (X2) sebesar 0,005 dan t tabel sebesar 1,6072 sehingga nilai t hitung < t tabel (0,005<1,6072) dengan nilai Sig. sebesar 0,996. Nilai Sig. 0,996 > tingkat signifikan 0,05, maka biaya promosi (X2) tidak berpengaruh terhadap laba bersih (Y). Sehingga disimpulkan biaya promosi (X2) tidak berpengaruh terhadap laba bersih (Y), atau H0 diterima maka Ha ditolak.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Berdasarkan uji signifikansi simultan diketahui bahwa tingkat signifikansi (0.016) < 0,05. Dengan demikian dimaksud bahwa secara simultan variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Tabel 8
Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66475606066.2	2	33237803033.1	4.462	.016 ^b
		17		.08		
	Residual	454374802301.893	61	7448767250.85		
	Total	520850408368.109	63			

a. Dependent Variable: Laba Bersih
 b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 4.8, diketahui nilai f hitung 4,462, dan nilai Sig. adalah 0,016. Diketahui f hitung 4,462 > nilai f tabel 3,15 dan nilai Sig. 0,016 < 0,05, maka biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Y), maka H0 ditolak dan Ha diterima (berpengaruh).

Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih

Nilai koefisien regresi dari variabel biaya produksi berpengaruh. Diketahui t hitung dari biaya produksi (X1) sebesar 2,911 dan t tabel sebesar 1,6702 sehingga nilai t hitung > t tabel (2,911>1,6702) dengan nilai Sig. sebesar 0,005. Nilai Sig. 0,005 < tingkat signifikansi 0,05, maka biaya produksi (X1) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Y). Sehingga disimpulkan biaya produksi (X1) berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Y), atau H0 ditolak maka Ha diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Mira & Purwanto (2021) menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian Fathony & Wulandari (2020) yang menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Biaya produksi adalah biaya yang digunakan suatu perusahaan dalam proses produksi dan terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi merupakan bagian dari persediaan (Syaifullah, 2014, p.1). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih, dikarenakan jika tingginya biaya produksi akan berdampak pada tingkat penjualan secara kuantitas. Tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh. Jadi ketika perusahaan meningkatkan volume produksinya, maka otomatis biaya produksi juga mengalami peningkatan.

Dengan adanya peningkatan biaya produksi, akan berpengaruh pada jumlah produk yang dihasilkan juga meningkat sehingga produk yang tersedia untuk dijual juga bertambah. Hasilnya volume penjualan bertambah dan laba bersih juga

mengalami peningkatan. Dengan kata lain, biaya produksi bertambah mengakibatkan bertambahnya pula laba bersih yang diperoleh perusahaan.

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih

Nilai koefisien regresi dari variabel biaya promosi tidak berpengaruh. Diketahui t hitung dari biaya promosi (X_2) sebesar 0,005 dan t tabel sebesar 1,6072 sehingga nilai t hitung $>$ t tabel ($0,005 < 1,6072$) dengan nilai Sig. sebesar 0,996. Nilai Sig. 0,996 $>$ tingkat signifikan 0,05, maka biaya promosi (X_2) tidak berpengaruh terhadap laba bersih (Y). Sehingga disimpulkan biaya promosi (X_2) tidak berpengaruh terhadap laba bersih (Y), atau H_0 diterima maka H_a ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Yuliana & Mubarakah (2021) menyatakan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian Husaeri & Aisyah (2018) yang menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih.

Menurut Mulyana (2017) promosi merupakan salah satu strategi perusahaan yang harus dilakukan untuk mencapai hal tersebut, produk dan jasa yang dikeluarkan diterima oleh konsumen sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan ketika perusahaan menjalankan promosi masyarakat akan diberitahu tentang informasi manfaat produk perusahaan dan tujuannya adalah untuk mencapai target penjualan dan laba lebih besar lagi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, hal ini diduga besarnya biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan belum berhasil mengkomunikasikan produknya kepada masyarakat dan belum dapat menjangkau pasar.

Penyebab lain biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, di karenakan penelitian ini menggunakan periode 2019-2022 pada saat pandemi

covid-19, perusahaan sub sektor *food and beverage* menjadi tidak optimal dalam menghasilkan laba karena terjadi penerapan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) oleh pemerintah memberikan dampak yang sangat besar terhadap penurunan kegiatan ekonomi dimasyarakat. Walaupun biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan sangat besar untuk menarik konsumen, tetapi karena pandemi covid 19 produk yang di promosikan tidak laku di pasaran. Hal ini dibuktikan dengan PT Diamond Food Tbk (DMND) membuka toko ritel dan membuat promosi di *E-commerce* dan *modern trade*. DMND melakukan ekspansi untuk meningkatkan produktivitas tenaga penjualan serta *customer experience* dan DMND pun getol menjalankan transformasi digital penjualan di Tokopedia, Shopee, Blibli, JD.ID, Lazada, dan Sayurbox (trenasia.com).

Selama masa pandemi covid-19 dan diberlakukan pembatasan untuk berinteraksi, jadi masyarakat kurang berminat untuk membeli produk yang dihasilkan perusahaan walaupun perusahaan mengeluarkan biaya promosi yang tinggi untuk menarik konsumen, karena masyarakat di anjurkan untuk tetap berada dirumah dan mereka cenderung menahan diri untuk melakukan interaksi yang berlebihan agar tidak terkena pandemic covid-19.

Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan tabel 4.8, diketahui nilai f hitung 4,462, dan nilai Sig. adalah 0,016. Diketahui f hitung 4,462 $>$ nilai f tabel 3,15 dan nilai Sig. 0,016 $<$ 0,05, maka biaya produksi (X_1) dan biaya promosi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Y), maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh), sehingga dapat disimpulkan biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih. Artinya, jika biaya produksi dan biaya promosi mengalami kenaikan,

maka laba bersih akan meningkat. tetapi jika biaya produksi dan biaya promosi mengalami penurunan, maka laba bersih juga akan menurun.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan proyek akhir ini sebagai berikut:

1. Variabel biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
2. Variabel biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
3. Variabel biaya produksi dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran dalam proyek akhir ini antara lain:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis diharapkan dapat menggunakan lingkup data yang lebih luas tidak hanya sub sektor *food and beverage*.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan pihak manajemen harus meminimalkan pengeluaran biaya produksi dan biaya promosi agar menjadi lebih stabil.
3. Bagi Investor, dari hasil penelitian ini diharapkan agar investor lebih bijak dalam memilih perusahaan dalam berinvestasi.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

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.

<https://doi.org/10.25273/inventory.v5i2.10656>

Ardhianto, W. N. (2019). *Buku Sakti Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Quadrant.

Ekonomi.bisnis.com/. (2023). *Kinerja Industri Mamin Tersendat di Kuartal IV/2019*. Retrieved June 9, 2023, from <http://www.read/20200114/257/1189893/kinerja-industri-mamin-tersendat-di-kuartal-iv2019>

Fathony, A. A., & Wulandari, Y. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT.Perkebunan Nusantara VIII. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(1), 43–54.

Felicia Robinhot, G. (2018). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015. *1 Nomor 1*(2622–5204).

Firmansyah, T., & Darsawati, E. (2016). Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaanpada Pd. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, Vol. 5 Edi, 68–80.

Harahap, B., & Tukino. (2020). *Akuntansi Biaya* (Edisi Pertama). Batam: Batam Publisher.

Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis* (Edisi Pertama). ANDI BPFE.

Husaeri, P., & Aisyah, E. F. N. (2018). Pengaruh Biaya Promosi Dan Penjualan Terhadap Biaya Promosi Pada Pt. Sindang Reret Tahun 2015. *Ilmiah Akuntansi*, 9(3), 48–64.

Iryanie, E., & Handayani, M. (2019). *Akuntansi Biaya*. Banjarmasin: Deepublish.

Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian dan Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Kemenkeu.go.id. (2021). *Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*. Retrieved June 9, 2023, from <http://www.kanwil-suluttenggomalu.com/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>
- Maesaroh, S. (2019). Pengaruh Perputaran Aktiva dan Pendapatan Usaha terhadap Laba Bersih. *Elibrary Unikom*, 11–25. <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2238/>
- Mertha Jaya, I. M. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Yogyakarta: Quadrant.
- Mira, T. S., & Purwanto, T. (2021). “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Penjualan Bersih (Studi Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2018).” *Journal of Sustainability Business Research*, 2(3), 125–131.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya* (Edisi lima). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- 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), 185–196.
- Mulyono, P. (2021). *Ekonomi Teknik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Putri, S. P. (2022). *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. 1(1), 38–45.
- Putu Darya, I. G. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- 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), 167–179.
- Rohani, C. A. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada CV. NJ Food Industries, 1 No. 4(2798–1428), 55–64.
- Salman, K. R. (2016). *Akuntansi Biaya Pendekatan Product Costing* (Edisi kedua). Jakarta: Indeks.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoritik dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Siregar, B. G., & Hardana, A. (2022). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Soleha Winny Adihesti. (2022). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Yang Terdaftar Pada BEI 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister*, 01(01), 12–20.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- 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). In *Manners: Vol. Vol.2* (Issue No.1, pp. 25–39).
- Syaifulallah, H. (2014). *Buku Praktis Akuntansi Biaya & Keuangan* (edisi 1). Jakarta: Laskar Aksara.
- Tersiana, A. (2022). *Metode Penelitian Dengan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Widilestariningtyas, O., Anggadini, S. D.,

- & Firdaus, D. W. (2012). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- William, N. L., Shannon, W. A., & Michael, W. M. (2017). *Dasar-dasar Akuntansi Biaya* (Edisi 4). Salemba Empat.
- Yuliana, I. N., & Mubarokah, I. 2021. (2021). Pengaruh Pendapatan Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Pt Bank Bni Syariah Tahun 2012-2019. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 129–142. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i01.12>