

PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PEMASARAN DAN BIAYA KUALITAS TERHADAP LABA BERSIH (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2020)

THE EFFECT OF PRODUCTION COSTS, MARKETING COSTS AND QUALITY COSTS ON NET PROFIT (STUDY OF FOOD AND BEVERAGE SUBSECTOR MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE IDX IN 2018-2020)

Oleh:

Afiansyah Makalalag¹

Ventje Ilat²

Stanley Kho Walandouw³

¹²³Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

¹afiansyahm@gmail.com

²ventje_ilat@unsrat.ac.id

³stanleykho99@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya kualitas terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 27 sampel perusahaan yang terpilih dari 84 perusahaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Pengolahan data penelitian ini menggunakan alat bantu IBM SPSS 26. Hasil dari penelitian ini secara parsial biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih, biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih dan biaya kualitas tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Biaya Kualitas, Laba Bersih

Abstract: This study aims to examine the effect of production costs, marketing costs and quality costs on net profit in food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2020 periods. This study uses a quantitative method with *purposive sampling* as method of selecting samples. There are 27 samples companies selected from 84 companies. The data analysis is multiple linear regression. Data processing in this study uses IBM SPSS 26. The results of this study partially effect production costs on net profit, marketing costs effect on net profit and quality costs do not effect on net profit.

Keywords: Production Costs, Marketing Costs, Quality Costs, Net Profit

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan merupakan suatu unit kegiatan yang mengubah suatu sumber ekonomi menjadi nilai guna berupa barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Laba merupakan alat ukur keberhasilan dari suatu perusahaan. Keuntungan ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya untuk mencapai kepuasan yang lebih tinggi dan dapat mempertahankan situasi ekonomi perusahaan secara keseluruhan. Puspita dkk (2022) menyatakan setiap perusahaan mempunyai target yang ingin dicapai, salah

satunya untuk mendapatkan laba yang tinggi, laba sering dimanfaatkan untuk mengukur atau menilai kinerja suatu perusahaan. Perusahaan memerlukan produk yang dapat dijual kepada masyarakat umum, berupa bahan mentah, produk yang sudah jadi atau produk non fisik yang bisa dikonsumsi oleh konsumen.

Untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu menghasilkan laba adalah dengan meminimalkan biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi sampai proses penjualan sehingga biaya yang dikeluarkan efektif dan efisien. Laba adalah sisa dari semua pendapatan dikurangi dengan beban yang terjadi dalam periode akuntansi. Syaputra dkk (2018) mengatakan dalam mencapai laba perusahaan tidak akan lepas dari yang namanya biaya, karena biaya merupakan suatu pengorbanan perusahaan dalam rangka memperoleh pendapatan. Peningkatan atau penurunan laba kemungkinan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut yaitu perubahan harga jual, perubahan volume penjualan dan perubahan dalam biaya. Dalam beberapa faktor tersebut, biaya adalah salah satu faktor yang mempengaruhi meningkatnya atau menurunnya laba yang di dapat. Biaya tersebut meliputi biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya kualitas. Volume penjualan dan harga jual hanya memberikan informasi tentang pendapatan bisnis, sementara biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya kualitas dapat memberikan gambaran mengenai pengeluaran perusahaan dan kinerja operasional perusahaan. Laba bersih merupakan laba sebelum pajak penghasilan dikurangi pajak penghasilan.

Biaya produksi merupakan seluruh pengeluaran untuk mengolah bahan baku menjadi sebuah produk sehingga siap untuk dijual. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi yang tinggi akan berdampak pada tingkat penjualan. Dari segi kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan biaya produksi yang harus dikeluarkan. Ketika hasil produk secara kuantitas mengalami pengurangan tentunya juga akan berdampak pada laba yang akan diperoleh. Selain itu, biaya produksi yang tinggi dapat membuat harga jual meningkat, sehingga laba dapat ditingkatkan. Perusahaan harus mampu menekan biaya produksi karena mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh (Aswad dkk, 2022).

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk fungsi pemasaran dalam tujuan untuk memasarkan suatu produk, mulai dari persiapan penjualan sampai ke tangan pembeli. Pemasaran yang diharapkan perusahaan mampu memikat pelanggan lebih banyak, serta perusahaan harus benar-benar mampu bersaing dan melakukan promosi secara terus menerus untuk meningkatkan laba yang diperoleh (Suharya dkk, 2021). Biaya pemasaran yang meningkat akan menyebabkan jumlah penjualan meningkat, sehingga laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat. Menurut Mulyadi (2018:488) biaya pemasaran dibagi menjadi beberapa golongan yaitu biaya untuk mendapatkan pesanan dan biaya untuk memenuhi pesanan. Biaya untuk mendapatkan pesanan terdiri dari biaya promosi, biaya iklan, advertensi, sedangkan biaya untuk memenuhi pesanan terdiri dari biaya pergudangan, biaya pengiriman, biaya angkut ataupun biaya perbungkusan.

Selain biaya produksi dan biaya pemasaran, faktor lain yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh yaitu biaya kualitas. Biaya kualitas adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin terdapat produk yang kualitasnya buruk atau bahkan memang telah terdapat produk yang kualitasnya buruk (Adnyana, 2019). Memperbaiki kualitas secara terus menerus merupakan sesuatu yang penting untuk membangun masa depan bisnis yang berkelanjutan (Aswad dkk, 2022). Kegagalan produksi yang di alami perusahaan saat proses produksi akan memberikan dampak buruk pada kualitas dari produk tersebut, sehingga membuat konsumen akan beralih ke produk yang dinilai berkualitas baik, dengan demikian pendapatan perusahaan akan berpengaruh.

Sesuai dengan teori sinyal, dimana jika laba yang dilaporkan oleh sebuah perusahaan meningkat maka informasi tersebut dapat dikatakan sebagai sinyal positif yang mengindikasikan kondisi perusahaan yang baik. Namun jika laba yang dilaporkan perusahaan menurun maka informasi tersebut dapat dikatakan sebagai sinyal negatif yang mengindikasikan kondisi perusahaan yang tidak baik. Dengan meningkat atau menurunnya laba bersih dapat dikatakan bahwa ada faktor yang mempengaruhi laba bersih seperti volume penjualan maupun biaya-biaya yang dikeluarkan. Ketika laba bersih yang dihasilkan besar, bagi hasil kepada investor akan lebih besar sehingga menarik investor lainnya dan meningkatkan investasi dalam perusahaan.

Perusahaan subsektor makanan dan minuman merupakan perusahaan manufaktur dimana harus terlebih dahulu mengubah bahan baku menjadi barang siap dijual melalui proses produksi. Perusahaan subsektor makanan dan minuman untuk menghasilkan suatu produk yang berkualitas, tentunya harus melakukan pembiayaan supaya mencegah terjadinya produk yang berkualitas buruk dan memproduksi produk yang sesuai dengan standar kualitas. Di Indonesia, perusahaan subsektor makanan dan minuman semakin lama semakin meningkat jumlahnya karena barang konsumsi makanan dan minuman dibutuhkan manusia selain pakaian dan tempat tinggal. Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat, permintaan makanan dan minuman juga akan meningkat. Selain itu, perubahan gaya hidup yang semakin sibuk membuat orang lebih cenderung untuk membeli makanan dan

minuman siap saji. Dengan demikian, memberikan peluang untuk perusahaan subsektor makanan dan minuman untuk terus tumbuh dan berkembang. Pada tahun 2018 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI sebanyak 51 perusahaan, kemudian pada tahun 2019 terdaftar sebanyak 57 perusahaan dan pada tahun 2022 terdapat 84 perusahaan yang terdaftar di BEI.

Bedasarkan penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil penelitian, pada penelitian Puspita dkk (2022) menyatakan biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih, sedangkan penelitian Syaputra dkk (2018) menyatakan bahwa biaya produksi secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap laba bersih. Selanjutnya penelitian dari Nurawaliah dkk (2020) menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Namun, hasil penelitian dari Januarsah dkk (2019) menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap laba perusahaan. Untuk penelitian pengaruh biaya kualitas terhadap laba bersih juga terdapat perbedaan hasil penelitian. Pada penelitian Felicia dan Gultom (2018) menemukan bahwa biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, sedangkan penelitian Sudjana dan Fatimah (2022) menyatakan bahwa biaya kualitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Berdasarkan uraian dan adanya research gap dari penelitian terdahulu di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai biaya-biaya yang mempengaruhi laba bersih di suatu industri perusahaan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, misalnya Nurawaliah dkk (2020) penelitian ini menambah biaya kualitas sebagai variabel bebas.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.
2. Untuk menguji apakah biaya pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.
3. Untuk menguji apakah biaya kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Teori Sinyal

Teori Sinyal (*signalling theory*) pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal yang berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak penerima (investor). Teori sinyal menjelaskan tentang persepsi manajemen terhadap pertumbuhan perusahaan di masa depan, dimana akan mempengaruhi respon calon investor terhadap perusahaan.

Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi yang siap untuk dijual (Hariyani, 2018:11). Menurut Mulyadi (2018:14) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi dapat dikatakan efisien jika pengeluaran biaya tersebut tidak terjadi suatu pemborosan serta mampu menghasilkan output produk dengan kuantitas dan kualitas yang baik, untuk itu diperlukan suatu upaya yang sistematis pada perusahaan dengan cara membandingkan kinerja dengan rencana dan membuat tindakan tepat atas perbedaannya. Menurut Hariyani (2018:11) biaya produksi terdiri dari tiga unsur biaya yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya pabrik tidak langsung (biaya overhead pabrik).

Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2018:14) biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Menurut Mulyadi (2018:488) biaya pemasaran dapat dibagi menjadi beberapa golongan diantaranya:

1. Biaya untuk mendapatkan pesanan (*order-getting costs*) merupakan biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan, misalnya biaya gaji wiraniaga (*salesperson*), komisi penjualan, advertensi, dan biaya promosi.
2. Biaya untuk memenuhi pesanan (*order-filling costs*) merupakan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan supaya produk sampai ketangan pembeli dan biaya-biaya untuk mengumpulkan uang dari

pembeli, misalnya biaya pergudangan, biaya perbungkusan dan pengiriman, biaya angkutan dan biaya penagihan.

Biaya Kualitas

Adnyana (2019:106) mendefinisikan biaya kualitas adalah biaya-biaya yang timbul karena mungkin terdapat produk yang kualitasnya buruk atau bahkan memang telah terdapat produk yang kualitasnya buruk. Kegiatan yang berhubungan dengan kualitas adalah kegiatan yang dilakukan karena kualitas yang buruk mungkin akan terjadi atau bahkan telah terjadi. Definisi ini mengimplementasikan bahwa biaya kualitas berhubungan dengan dua subkategori dari kegiatan-kegiatan yang terkait dengan kualitas misalnya kegiatan pengendalian dan kegiatan karena kegagalan. Menurut Adnyana (2019:106) biaya kualitas terbagi menjadi empat kategori yaitu biaya pencegahan, biaya penilaian, biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal.

Laba Bersih

Laba merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya-biaya dalam proses bisnis. Salah satu tujuan dari perusahaan yaitu menghasilkan laba sebanyak-banyaknya untuk mengembangkan perusahaannya dan menarik investor untuk melakukan investasi. Menurut Zamzami (2016) dalam Suharya (2021:152) laba bersih merupakan selisih positif atas penjualan yang dikurangi biaya-biaya dan pajak. Laba merupakan salah satu indikator dari keberhasilan suatu kinerja perusahaan. Jika suatu perusahaan sudah mampu meningkatkan laba setiap tahun maka perusahaan tersebut bisa dikatakan memiliki kinerja yang baik. Menurut Mulyadi (2016) dalam Suharya (2021:152) beberapa faktor yang mempengaruhi laba diantaranya:

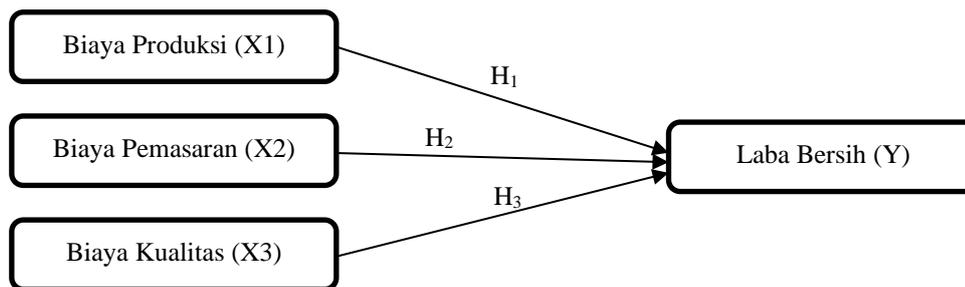
1. Biaya, biaya dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
2. Harga jual, harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
3. Volume penjualan dan produksi, besarnya volume penjualan berpengaruh pada volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar atau kecilnya biaya produksi.

Penelitian Terdahulu

Abul Aswad et al (2022) dalam penelitian mengenai Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 11 perusahaan dengan jumlah pengamatan 3 tahun (2017-2019). Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya kualitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

Yaya Suharya et al (2021) dalam penelitian mengenai Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder. Sampel yang digunakan sebanyak 36 sampel. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih, sedangkan biaya pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih.

Krisna Sudjana dan Nur Fatimah (2022) dalam penelitian mengenai Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). Pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diperoleh sebanyak 16 perusahaan. Alat analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi secara parsial berpengaruh terhadap laba bersih, biaya kualitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba bersih, dan biaya promosi secara parsial berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih.

Model Penelitian**Gambar 1. Model Penelitian**

Sumber: *Kajian Teori*, (2023)

Hipotesis Penelitian

H1: Biaya Produksi berpengaruh terhadap Laba Bersih

H2: Biaya Pemasaran berpengaruh terhadap Laba Bersih

H3: Biaya Kualitas berpengaruh terhadap Laba Bersih

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan sifatnya, penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini yaitu antara biaya produksi terhadap laba bersih, biaya pemasaran terhadap laba bersih dan biaya kualitas terhadap laba bersih.

Populasi, Sampel dan Metode Sampling

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 84 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2018-2020. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 81 sampel yang terdiri dari 27 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2020. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data atau informasi yang berbentuk angka. Selain itu, data kuantitatif juga merupakan data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian yaitu data sekunder. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2018-2020 yang dapat dalam situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang diperlukan dan diperoleh dari pihak lain. Pada penelitian ini data-data yang diperlukan diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang telah diterbitkan di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2018-2020 dan dapat diakses melalui situs resmi website BEI.

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah data dari variabel independen dan dependen yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi Kolmogrov-Smirnov $> 0,05$. Data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansi Kolmogrov-Smirnov $< 0,05$.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berhubungan secara linier atau saling berkorelasi. Model regresi dinyatakan baik apabila tidak terjadi multikolinearitas. Multikolinearitas dapat diketahui dengan menghitung nilai VIF dan tolerance dari masing-masing variabel bebas. Data dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,1$. Data dikatakan terjadi multikolinearitas apabila nilai VIF > 10 dan nilai tolerance $< 0,1$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lain maka terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji heteroskedastisitas dengan metode *scatterplot*. Jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur maka terjadi heteroskedastisitas. Apabila tidak ada pola yang jelas, seperti titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terjadi korelasi di antara suatu periode dengan periode-periode sebelumnya. Uji autokorelasi merupakan analisis dari regresi yang terdiri dari pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana tidak boleh terjadi korelasi di antara pengamatan dengan data pengamatan sebelumnya. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Jika nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan (4-du) maka tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Laba Bersih
a	= Konstanta
b1	= Koefisien regresi variabel biaya produksi
X1	= Biaya Produksi
b2	= Koefisien regresi variabel biaya pemasaran
X2	= Biaya Pemasaran
b3	= Koefisien regresi variabel biaya kualitas
X3	= Biaya Kualitas
e	= <i>error of term</i>

Uji Hipotesis**Uji t (Parsial)**

Uji t adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh signifikan atau tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi adalah pengujian untuk mengetahui kemampuan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi diukur melalui *Adjusted R-square* (R^2), jika nilai *Adjusted R^2* mendekati satu maka semakin besar variabel bebas mampu untuk mempengaruhi dan

menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai *Adjusted R²* semakin menjauh dan mendekati 0 maka semakin kecil variabel independen mampu untuk mempengaruhi dan menjelaskan variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas (Uji Awal)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000060
	Std. Deviation	771033328207.12100000
Most Extreme Differences	Absolute	.168
	Positive	.168
	Negative	-.120
Test Statistic		.168
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data hasil olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa angka signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh sebesar 0,000 yang mana nilai ini lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal. Untuk mendapatkan bahwa data berdistribusi normal, maka perlu dilakukan metode data *outlier* yaitu dengan mengeluarkan sampel-sampel yang bernilai ekstrim. Sampel yang dikeluarkan sebanyak 7 sampel yang terdiri dari 3 perusahaan sampel. Berikut hasil uji normalitas setelah dilakukan *outlier*:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas (Setelah *Outlier*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0001155
	Std. Deviation	352306824423.92580000
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.048
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.169 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data hasil olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa angka nilai signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh sebesar 0,169 yang mana nilai ini lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

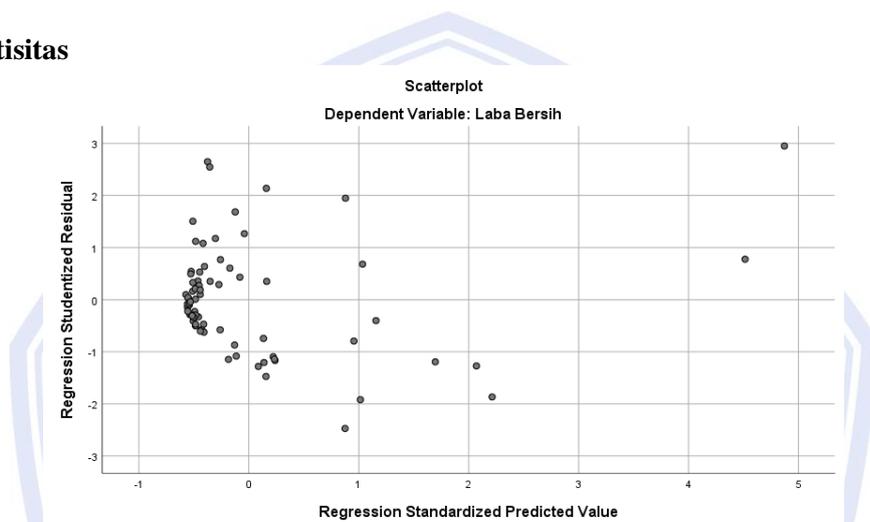
Uji Multikolinearitas**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients ^a			Collinearity Statistics
Model		Tolerance	VIF
1	Biaya Produksi	.399	2.505
	Biaya Pemasaran	.345	2.895
	Biaya Kualitas	.670	1.492

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data hasil olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat dilihat secara keseluruhan, semua nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya kualitas tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas**Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot**

Sumber: Data hasil olahan SPSS, 2023

Berdasarkan gambar 2 di atas, hasil scatterplot menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi**Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.933 ^a	.870	.864	359777057815.055	1.879

a. Predictors: (Constant), Biaya Kualitas, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data hasil olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1,879. Berdasarkan tabel Durbin-Watson dengan jumlah variabel independen (k) sebanyak 3 dan jumlah sampel (n) sebanyak 74, diperoleh nilai du sebesar 1,7079. Sehingga hasil perhitungan dengan dasar keputusan $du < DW < 4-du$ adalah $1,7079 < 1,879 < 2,2921$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	66259549580.840	51104495911.200		1.297	.199
	Biaya Produksi	.030	.006	.342	5.014	.000
	Biaya Pemasaran	.524	.061	.627	8.538	.000
	Biaya Kualitas	.125	.256	.026	.491	.625

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data hasil olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 66.259.549.580,840 + 0,030 X_1 + 0,524 X_2 + 0,125 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah 66.259.549.580,840 memiliki arti bahwa variabel dependen laba bersih akan bernilai 66.259.549.580,840 apabila variabel independen biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya kualitas bernilai konstan.
2. Nilai koefisien regresi dari biaya produksi (X_1) adalah 0,030 yang memiliki arti bahwa biaya produksi memiliki arah positif terhadap laba bersih, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel biaya produksi dengan asumsi faktor lain tetap, maka laba bersih akan mengalami kenaikan sebesar 0.030. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai biaya produksi, maka laba bersih akan semakin besar.
3. Nilai koefisien regresi dari biaya pemasaran (X_2) adalah 0,524 yang memiliki arti bahwa biaya pemasaran memiliki arah positif terhadap laba bersih, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel biaya pemasaran dengan asumsi faktor lain tetap, maka laba bersih akan mengalami kenaikan sebesar 0,524. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai biaya pemasaran, maka laba bersih akan semakin besar.
4. Nilai koefisien regresi dari biaya kualitas (X_3) adalah 0,125 yang memiliki arti bahwa biaya kualitas memiliki arah positif terhadap laba bersih, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel biaya kualitas dengan asumsi faktor lain tetap, maka laba bersih akan mengalami kenaikan sebesar 0,125. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai biaya kualitas, maka laba bersih akan semakin besar.

Uji Hipotesis**Uji t (Parsial)**

Berdasarkan hasil tabel 5, dapat disimpulkan bahwa:

1. Biaya produksi memiliki nilai t hitung sebesar 5,014 yang lebih besar dibanding t tabel yaitu 1,99444 dan memiliki nilai sig 0,000 yang kurang dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_1 diterima, dimana biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
2. Biaya pemasaran memiliki nilai t hitung sebesar 8,538 yang lebih besar dibanding t tabel yaitu 1,99444 dan memiliki nilai sig 0,000 yang kurang dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_2 diterima dimana biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
3. Biaya kualitas memiliki nilai t hitung sebesar 0,491 yang kurang dari t tabel yaitu 1,99444 dan memiliki nilai sig 0,625 yang lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_3 ditolak dimana biaya kualitas tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Model	Model Summary ^b			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square	
1	.933 ^a	.870	.864	359777057815.055

a. Predictors: (Constant), Biaya Kualitas, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data hasil olahan SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 6 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,864. Nilai ini berarti bahwa sebesar 86,4% laba bersih dipengaruhi oleh biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya kualitas, sedangkan sisanya sebesar 13,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih disebabkan karena semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan, maka semakin besar harga pokok penjualan suatu produk. Jika harga jual produk tetap, maka margin laba yang diperoleh perusahaan akan menurun. Sebaliknya, jika perusahaan dapat menaikkan harga jual produk, maka margin laba yang diperoleh perusahaan dapat dipertahankan atau ditingkatkan. Dengan demikian, perusahaan harus bisa menggunakan biaya produksi secara efektif dan efisien karena akan mempengaruhi peningkatan atau penurunan laba bersih yang diperoleh. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa jika laba yang dilaporkan perusahaan meningkat atau menurun, maka informasi tersebut dapat dikatakan sebagai sinyal yang baik atau buruk yang mengindikasikan kondisi perusahaan. Biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan akan berpengaruh terhadap peningkatan atau penurunan laba bersih, sehingga informasi yang diberikan perusahaan kepada pengguna laporan keuangan kemungkinan sinyal yang baik atau sinyal yang buruk. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Marismati dan Ziddan (2022) dan Puspita dkk (2022), dimana biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Namun, penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Prasetya dkk (2022) dan Syaputra dkk (2018) yang menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Pengaruh Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih disebabkan karena pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk pemasaran dapat memikat lebih banyak pelanggan untuk membeli produk yang dipasarkan, dengan meningkatnya penjualan maka akan meningkatkan laba yang diperoleh oleh perusahaan. Namun, biaya pemasaran yang tinggi tidak selalu meningkatkan laba yang diperoleh. Jika biaya pemasaran terlalu tinggi dan penjualan tidak meningkat, maka dapat menyebabkan penurunan laba bersih karena biaya yang dikeluarkan tidak sebanding dengan pendapatan yang dihasilkan. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan pengukuran yang tepat untuk menentukan jumlah biaya pemasaran agar dapat meningkatkan laba bersih dari perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori sinyal karena perusahaan akan memberikan sinyal bagi pengguna laporan keuangan mengenai kondisi perusahaan tersebut. Semakin tinggi laba yang diperoleh oleh perusahaan maka akan memberikan sinyal yang baik (*good news*) yang mengindikasikan kondisi perusahaan yang baik. Biaya pemasaran yang dikeluarkan perusahaan akan berpengaruh terhadap laba bersih, dimana biaya pemasaran dapat meningkatkan laba bersih perusahaan, sehingga memberikan sinyal yang baik (*good news*) untuk pengguna laporan keuangan. Namun, biaya pemasaran juga dapat menurunkan laba bersih perusahaan, sehingga dapat memberikan sinyal yang buruk (*bad news*) untuk pengguna laporan keuangan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Nurawaliah dkk (2020) yang menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Namun, penelitian ini tidak mendukung penelitian dari Januarsah dkk (2019) yang menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh tidak signifikan terhadap laba perusahaan.

Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Biaya kualitas tidak berpengaruh terhadap laba bersih disebabkan karena biaya kualitas sulit untuk diukur secara langsung dalam peningkatan laba bersih. Misalnya, biaya pencegahan yang meliputi biaya pelatihan karyawan, pengembangan produk, penelitian dan pengembangan yang tidak selalu memberikan pengembalian yang langsung terukur dalam bentuk peningkatan laba bersih. Biaya kualitas yang dikeluarkan untuk mencegah terjadinya produk cacat, tidak langsung menghasilkan laba untuk perusahaan, namun dapat mengurangi biaya yang harus dikeluarkan di kemudian hari. Perusahaan makanan dan minuman cenderung memilih untuk menekan biaya produksi dan pemasaran untuk dapat bersaing dengan pesaing lainnya yang dapat meningkatkan laba bersih. Meskipun demikian, perusahaan tetap perlu memperhatikan biaya kualitas karena berdampak pada kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa jika laba yang dilaporkan perusahaan meningkat atau menurun, maka informasi tersebut dapat dikatakan sebagai sinyal yang baik atau buruk, sedangkan dalam penelitian ini bahwa tinggi

rendahnya biaya kualitas tidak berpengaruh terhadap peningkatan atau penurunan laba bersih. Informasi yang diberikan perusahaan kepada pengguna laporan keuangan tidak akan berdampak, akibat besarnya biaya kualitas yang dikeluarkan untuk meningkatkan laba bersih. Hasil penelitian ini mendukung penelitian dari Sudjana dan Fatimah (2022) yang menyatakan bahwa biaya kualitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Namun, penelitian ini tidak mendukung penelitian dari Aswad dkk (2022) yang menyatakan bahwa biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini berarti tinggi rendahnya biaya produksi dapat mempengaruhi laba bersih perusahaan.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini berarti tinggi rendahnya biaya pemasaran dapat mempengaruhi laba bersih perusahaan.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa biaya kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini berarti tinggi rendahnya biaya kualitas tidak mempengaruhi laba bersih perusahaan.

Saran

1. Bagi perusahaan, diharapkan dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk lebih memperhatikan penggunaan biaya agar lebih efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan laba bersih yang lebih maksimal.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas sampel penelitian dan menggunakan periode pengamatan yang lebih lama, menggunakan objek penelitian selain subsektor makanan dan minuman, serta menggunakan variabel-variabel lain yang kemungkinan dapat berpengaruh terhadap laba bersih agar hasil penelitian dapat terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta Selatan: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional. <http://repository.unas.ac.id/3553/1/BUKU%20AKMEN%202019.pdf>.
- Aswad, A., Madya, E. & Damayanti, A. (2022). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Ilmiah Bongaya (JIB)*, 6(1), 25-38. <https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/JIB/article/view/346>.
- Felicia & Gultom, R. (2018). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 1(1), 1-12. <https://methonomi.net/index.php/jm/article/view/74>.
- Hariyani, D. S. (2018). *Akuntansi Manajemen Teori dan Aplikasi*. Malang: Aditya Media Publishing. http://pics.unipma.ac.id/content/pengumuman/03102_04_03_2019_01_17_07Buku%20Akuntansi%20Manajemen.pdf.
- Januarsah, I., Jubi, Inrawan, A. & Putri, D. E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal FINANCIAL*, 5(1), 32-39. <https://financial.ac.id/index.php/financial/article/view/90>.
- Marismati & Ziddan, A. A. (2022). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2020. *Land Journal*, 3(1), 30-36. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/jurnalland/article/view/1746>.
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi Biaya. Edisi Kelima*. Yogyakarta: STIE-YKPN.

- Nurawaliah, S., S. & Nurmilah, R. (2020). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih (CV. NJ Food Industries). *Jurnal Proaksi*, 7(2), 135-150. <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/JPK/article/view/1284>.
- Prasetya, V., Suropto & Puspitasari, S. M. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Penjualan terhadap Laba Bersih (Studi pada Sub Sektor Food And Beverage di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). *Journal on Education*, 5(1), 555-563. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/650>.
- Puspita, D. R., Sumantri, F., Mu'Mina., Hilmiar, M., Nganus, I., Anggraeni, M. & Shalihah, D. D. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada PT. Unilever Tbk Periode 2017-2021. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 194-205. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/1746>.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374. <https://viterbi-web.usc.edu/~shaddin/cs590fa13/papers/jobmarketsignaling.pdf>.
- Sudjana, K. & Fatimah, N. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Journal GICI Keuangan dan Bisnis*, 14(2), 201-209. <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/jurnal-gici/article/view/62>.
- Suharya, Y., S. & Nurmilah, R. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 145-166. <https://wiyatamandala.e-journal.id/JBA/article/view/161>.
- Syaputra, D. P., Yuliandhary, W. S. & Mahardika, K. D. P. (2018). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan PT Holcim Indonesia Tbk Tuban Plant pada 2013-2016). *E-Proceeding of Management*, 5(1), 549-557. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/6260>.