

## **Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**

**Fani Wahyu Ramadhani<sup>1</sup>, Yuli Kurnia Firdausia<sup>2</sup>, Bayu Adi<sup>3</sup>**

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2,3</sup>

Email : virdajulie9@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi konsekuensi finansial dari produksi, pemasaran, dan penjualan dalam menghasilkan keuntungan. Sampel penelitian terdiri dari perusahaan rokok yang terdaftar di BEI selama 2019-2022. Data dikumpulkan melalui analisis dokumentasi. Hasil penelitian menegaskan bahwa biaya produksi memiliki dampak yang signifikan terhadap profitabilitas, sementara biaya promosi tidak menunjukkan dampak yang signifikan. Di sisi lain, volume penjualan ternyata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.

**Kata kunci : Biaya Produksi, Biaya Promosi , Volume Penjualan**

### **ABSTRACT**

*This research seeks to ascertain and examine the impact of production expenses, promotional expenditures, and sales volume on profitability. The study population comprises the financial records of cigarette firms listed on the IDX spanning from 2019 to 2022, while the sample consists of quarterly financial statements from the same period. Data collection employed documentation as the technique. Through t-test data analysis, it is deduced that production costs notably influence profitability among cigarette companies listed on the IDX, with a significance value  $<0.05$ . Conversely, promotional costs demonstrate no significant impact on profitability within cigarette companies listed on the IDX, as indicated by a value of  $0.280 > 0.05$ . Moreover, sales volume significantly influences the profitability of cigarette companies listed on the IDX, with a value of  $<0.05$ .*

**Keywords : Production Cost, Promotion Cost, Sales Volume**

### **PENDAHULUAN**

Alokasi laba tidak hanya digunakan operasional, akan tetapi juga untuk pengembangan perusahaan. Selain itu, perusahaan dapat mengalokasikan laba tersebut untuk investasi guna mendapatkan pengembalian yang menguntungkan dan memastikan kelangsungan bisnis. Biaya produksi merujuk pada biaya terkait proses input menjadi output. Pemilihan bahan produksi tidak optimal dapat mengakibatkan penurunan pendapatan. Sehingga perlu berhati-hati dalam pemilihan bahan baku (Silvia, 2020).

Promosi diperlukan oleh konsumen untuk memilih produk, namun keberhasilan promosi tidak menjamin kesuksesan pemasaran produk secara keseluruhan. (Dalfa, Tresnati, & Srisusilawati, 2018). Promosi adalah kegiatan penting dalam operasional perusahaan untuk menarik minat pasar. Evaluasi efektivitas promosi dapat dilihat dari profitabilitas perusahaan. Volume penjualan, hasil dari upaya penjualan, juga krusial dalam mencapai keuntungan. Peningkatan volume penjualan diperlukan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan (ROSMETA, 2021). Salah satu komponen utama profitabilitas adalah volume penjualan. Perolehan laba perusahaan sangat bergantung pada jumlah penjualan. Bisnis ingin meningkatkan penjualan mereka.

Penelitian ini akan meneliti apakah variabel yang dipakai berdampak pada profitabilitas. Meskipun industri rokok memberikan kontribusi besar pada perekonomian Indonesia melalui pajak, ada juga dampak negatifnya terkait kesehatan. Studi ini akan membantu memahami bagaimana kebijakan pemerintah mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan rokok.

Riset terhadulu mendapatkan hasil yang berbeda. Studi yang dilakukan oleh Riana, Paramita, dan Santoso pada tahun 2018 menunjukkan biaya produksi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Di sisi lain, (Ramadita & Suzan, 2019) menemukan sebaliknya. Penelitian (Maulida, 2019) menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan pada profitabilitas. Penelitian (A. T. Hidayat & Wulandari, 2019) menemukan bahwa variabel Volume Penjualan berpengaruh signifikan pada profitabilitas.

Komposisi biaya produksi, promosi dan volume penjualan yang tinggi menghasilkan laba yang rendah, sebaliknya, rendahnya ketiga komposisi diatas akan menghasilkan laba yang tinggi.

## METODE PENELITIAN

Riset memakai data kuantitatif. Populasi riset adalah perusahaan rokok yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. dengan *purposive sampling*.

**Tabel 1 Daftar Perusahaan Masuk Kriteria Sampel**

No	Kode	Nama Perusahaan
1	GGRM	PT Gudang Garam Tbk
2	HMSP	PT H.M. Sampoerna Tbk

Sumber : Data diolah [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Memakai data sekunder, atau data yang berasal dari literatur jurnal atau buku (Sugiyono, 2019). Sementara data yang digunakan diperoleh dari PT. Gudang Garam Tbk. dan PT. Handjaya Mandala Sampoerna Tbk. Data dikumpulkan secara Dokumentasi.

Biaya Produksi	Biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung + biaya overhead pabrik
Biaya Promosi	Biaya Periklanan + Biaya Promosi Penjualan
Volume penjualan	Jumlah barang atau jasa yang terjual
Profitabilitas	$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$

Sumber : Rangkuti (2015); Irawan (2015).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

**Tabel 2 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
<b>N</b>		32
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,27783457
<b>Most Extreme Differences</b>	Absolute	,151
	Positive	,084
	Negative	-,151
<b>Test Statistic</b>		,151
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		,063 <sup>c</sup>

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 22.

Nilai sig > 0,05, data terdistribusi normal.

**Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

<b>Model</b>	<b>Collinearity Statistics</b>	
	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
1 (Constant)		
<u>Biaya Produksi</u>	0,998	1,002
<u>Biaya Promosi</u>	0,998	1,002
<u>Volume Penjualan</u>	0,998	1,002

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 22.

Nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10,0 data bebas dari gejala multikolinieritas.

**Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

<b>Model</b>		<b>t</b>	<b>Sig.</b>
1	<u>Biaya Produksi</u>	0,282	0,780
	<u>Biaya Promosi</u>	0,002	0,998
	<u>Volume penjualan</u>	0,274	0,786

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 22.

Nilai sig > 0,05, data bebas dari gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,978 <sup>a</sup>	0,956	0,951	1,34455	2,104

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 22.

Nilai DW diperoleh 2,104, nilai ini berada di antara 1,6505 dan 2,3495, maka data terbebas dari gejala autokorelasi.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Tabel 6 Hasil Regrensi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-15,911	2,414
<u>Biaya Produksi</u>	-11,002	1,071
<u>Biaya Promosi</u>	-0,078	0,071
<u>Volume Penjualan</u>	11,925	1,122

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 22.

Persamaan regresi :

$$Y = -15,911 + (-11,002) + (-0,078) + 11,925 + e$$

Interpretasi :

1. Nilai konstanta (Y) sebesar -15,911 artinya jika variabel bebas adalah konstan maka nilai dari variabel Profitabilitas (Y) sebesar -15,911.
2. Variabel biaya produksi memiliki nilai koefisien regresi sebesar -11,002. Nilai koefisien negatif menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel biaya produksi sebesar 1 persen maka akan menurunkan profitabilitas sebesar -11,002 rupiah.
3. Variabel biaya promosi memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,078. Nilai negatif menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel biaya promosi sebesar 1 persen maka akan menurunkan profitabilitas sebesar -0,078 rupiah.

4. Variabel volume penjualan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 11,925. Nilai positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel volume penjualan sebesar 1 persen maka akan menaikkan profitabilitas sebesar 11,925 rupiah.

**Tabel 7 Hasil Uji t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
<b>Model</b>	<b>t<sub>hitung</sub></b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
(Constant)	-6,592	,000	
<u>Biaya Produksi</u>	-10,272	0,000	<u>Berpengaruh</u>
<u>Biaya Promosi</u>	-1,102	0,280	<u>Tidak Berpengaruh</u>
<u>Volume Penjualan</u>	10,627	0,000	<u>Berpengaruh</u>

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 22.

Interpretasi :

1. Diperoleh nilai t -10,272, lebih dari t tabel senilai 2,048, nilai sig 0,000 < 0,05. maka, H1 diterima, Sehingga biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.
2. Diperoleh nilai t -1,102, yang melebihi t tabel 2,048, nilai sig 0,280 > 0,05. Maka, H2 ditolak, artinya biaya promosi berpengaruh tidak signifikan pada profitabilitas
3. Didapat nilai t hitung 10,627, melebihi t tabel 2,048, nilai sig 0,000 < 0,05. Maka, H3 diterima, bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan pada profitabilitas.

**Tabel 8 Hasil Uji F**

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>			
<b>Model</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
Regression	74,150	.000 <sup>b</sup>	<u>Berpengaruh</u>
Residual			
Total			

Sumber : Data Diolah SPSS Versi 22.

Nilai sig < 0,05. H4 diterima, secara simultan biaya produksi, promosi dan volume penjualan berpengaruh signifikan dan positif terhadap profitabilitas.

### **Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas**

Biaya produksi adalah pengeluaran untuk memproduksi barang atau jasa, dengan harapan dapat menjualnya dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan. (Faizal & Nurohman, 2022). Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa biaya produksi memiliki signifikansi dan arah yang negatif terhadap profitabilitas. Ini berarti adanya hubungan terbalik antara biaya produksi dan profitabilitas, di mana semakin tinggi biaya produksi, profitabilitasnya akan semakin rendah, dan sebaliknya. Temuan ini konsisten dengan penelitian Ika Novianti dan Hendra Tipa (2019), yang menyatakan bahwa peningkatan biaya produksi tidak akan meningkatkan profitabilitas, melainkan akan menurunkannya. Misalnya, pembelian bahan baku dengan harga tinggi dapat mengurangi profitabilitas karena meningkatkan biaya produksi. Di sisi lain, pembelian bahan baku dengan harga murah, meskipun menguntungkan secara langsung, dapat menyebabkan masalah di masa depan karena sulit menetapkan standar pembelian dan penjualan.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan temuan oleh (Jannah et al., 2021). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji t untuk variabel Biaya Produksi adalah 0,823, > 0,05. Artinya, kenaikan biaya produksi sebesar 1 rupiah (Rp) dengan variabel lain tetap konstan tidak memengaruhi nilai profitabilitas. Nilai thitung sebesar 0,226 < ttabel 2,007, menunjukkan bahwa biaya produksi yang tinggi atau tambahan biaya tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Kesimpulannya, secara parsial, variabel Biaya Produksi tidak memberikan pengaruh terhadap variabel Profitabilitas. Biaya produksi, meskipun merupakan pengeluaran yang tidak dapat dihindari, dapat diestimasi dalam proses produksi. Kenaikan biaya produksi seringkali disebabkan oleh fluktuasi harga komoditas bahan baku. Temuan ini berbeda dengan penelitian Elvira Rosa (2019) yang menyatakan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh positif dan signifikan pada profitabilitas perusahaan.

### **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Profitabilitas**

Hasil pengujian diperoleh bahwa biaya promosi berpengaruh tidak signifikan pada profitabilitas pada perusahaan rokok di BEI tahun 2019-2022. Ini berarti kenaikan biaya promosi, dengan asumsi variabel lain tetap konstan, tidak memengaruhi pendapatan bersih perusahaan. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 yang menyatakan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan dari biaya promosi. Dengan adanya pengaruh negatif, terdapat penurunan ROA karena biaya promosi yang rendah. Sementara hasil yang menunjukkan tidak signifikannya pengaruh biaya promosi terhadap ROA mengindikasikan bahwa kontribusi biaya promosi terhadap peningkatan ROA adalah kecil atau tidak signifikan.

Promosi yang konsisten diharapkan membuat produk dikenal luas dan diminati di pasaran. Biaya pemasaran mencakup seluruh rangkaian kegiatan bisnis untuk memperkenalkan dan mendistribusikan produk. Dengan alokasi biaya yang tepat, terutama dalam promosi menarik, seperti periklanan yang sesuai, konsumen cenderung tertarik dan membeli produk tersebut, meningkatkan volume penjualan perusahaan. Hasil ini menunjukkan perbedaan dengan penelitian (M. K. Hidayat et al., 2023) Penelitian tersebut mendapatkan hasil sebaliknya.

### **Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas**

Volume penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan rokok di BEI periode 2019-2022. Pertumbuhan penjualan membantu memprediksi profit yang akan diperoleh, dengan peningkatan penjualan bersih menghasilkan kenaikan profit dan profitabilitas. Meningkatkan volume penjualan diperlukan untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian (Anwar, 2020) Volume penjualan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan properti dan real estat di BEI pada 2012-2017. Peningkatan volume penjualan menunjukkan banyaknya transaksi yang berpotensi menghasilkan laba, namun kewajiban pembayaran juga dapat memengaruhi laba perusahaan.

### **Pengaruh Biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap Profitabilitas**

Hasil uji F mendapatkan biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan rokok di BEI pada 2019-2022 menggunakan metode Altman Z-Score modifikasi. Hasil riset sesuai dengan penelitian (M. K. Hidayat et al., 2023), Variabel biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

## **SIMPULAN**

1. Biaya produksi berpengaruh signifikan pada profitabilitas pada Perusahaan rokok yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.
2. Biaya promosi berpengaruh tidak signifikan pada profitabilitas pada Perusahaan rokok yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.
3. Volume penjualan berpengaruh signifikan pada profitabilitas pada Perusahaan rokok yang terdaftar di BEI periode 2019-2022..
4. Secara simultan biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh signifikan pada profitabilitas pada Perusahaan rokok yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, D. (2020). Effect of debt to equity ratio, total assets turnover, and sales volume on profitability in property and real estate companies registered on the Indonesia stock exchange in 2013-2017. *Akuntansi Prima Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia*, 2(2), 1–12.
- Faizal, M. D., & Nurohman, D. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Tenaga Kerja, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Profitabilitas Pengusaha Marmer Di Desa Sawo. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.31869/me.v8i2.3603>
- Hidayat, A. T., & Wulandari, C. (2019). *PENGARUH HARGA JUAL, VOLUME PENJUALAN DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN PADA PT. PRISMA DANTA ABADI (TAHUN 2014-2016)*. 2(2), 123–130.
- Hidayat, M. K., Maftukhin, M., & Rahmawati, T. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Tingkat Profitabilitas (Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Brebes). *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 1(1), 24–33. <https://doi.org/10.57235/jetish.v1i1.29>
- Jannah, A. R., Sulisty, & Yogivaria, D. W. (2021). Pengaruh biaya produksi, biaya operasional, struktur modal, dan likuiditas terhadap profitabilitas. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 8(2), 1–9. <https://doi.org/10.21067/jrma.v8i2.5234>
- Maulida, I. S. R. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Di Pt. Bank Syariah Mandiri. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 15–28. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4180>
- Ramadita, E. S., & Suzan, L. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Debt to equity ratio, dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(1), 159–168. <https://doi.org/10.17509/jaset.v11i1.17440>
- ROSMETA, V. (2021). *PENGARUH VOLUME PENJUALAN DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA* (Vol. 10). UNIVERSITAS TRIDINANTI.
- Silvia, Z. I. (2020). Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Perusahaan. *Ekonomi*, 1(4), 1–4.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. CV. Alfabeta. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)