

## PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR LOGAM & SEJENISNYA

Amalia Gustin Tafarini<sup>1</sup>, Rina Fariana<sup>2</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya<sup>1,2</sup>.  
[amaliagustin6@gmail.com](mailto:amaliagustin6@gmail.com)<sup>1</sup>, [fareeyna@gmail.com](mailto:fareeyna@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Pendapatan merupakan suatu penerimaan berupa uang ataupun barang yang berasal dari pihak lain / hasil industri yang dinilai atas sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Penelitian ini guna melihat adakah pengaruh yang di timbulkan biaya produksi dan biaya pemasaran pada pendapatan. Populasi pada pengkajian ini adalah laporan keuangan perusahaan sub sektor logam & sejenisnya sedangkan sampelnya berjumlah 11 dengan teknik pengambilan sampel memakai teknik purposive sampling. Analisa data mengenakan asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis (Uji-t serta Uji-F). Hasil biaya produksi signifikansi sebanyak  $0,550 > 0,05$  maka biaya produksi tidak mempengaruhi pada pendapatan sedangkan hasil biaya pemasaran signifikansi sebanyak  $0,000 < 0,05$  maka biaya pemasaran mempengaruhi pada pendapatan. Hasil Uji-F dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka biaya produksi serta biaya pemasaran mempengaruhi secara bersamaan pada pendapatan.

**Kata kunci : Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Pendapatan**

### ABSTRACT

*Income is an income in the form of money or goods originating from other parties / industrial products which are valued on an amount of money from assets that are valid at that time. This research is to see whether there is an effect of production costs and marketing costs on income. The population in this study was the financial statements of companies in the metal sub sector and the like, while the sample was 11 with the sampling technique using purposive sampling technique. Data analysis used classical assumptions, multiple linear regression and hypothesis testing (t-test and F-test). The results of the production costs have a significance of  $0.550 > 0.05$ , the production costs do not affect income, while the results of marketing costs have a significance of  $0.000 < 0.05$ , so marketing costs affect income. The results of the F-test with a significant value of  $0.000 < 0.05$ , the production costs and marketing costs simultaneously affect revenue.*

**Keyword : Production Costs, Marketing Costs, Income**

### PENDAHULUAN

Persaingan pada dunia usaha masa ini menjadi semakin ketat. Di karenakan banyaknya usaha yang sama membuat semua perusahaan berusaha untuk memproduksi barang yang berkualitas tetapi dengan harga yang miring dengan kualitas yang sama, dengan cara itu bisa menarik minat konsumen lebih tertarik dengan produk yang kita tawarkan.

Semua perusahaan pasti ingin tingkat penjualan produk mereka naik terus, karena perusahaan pasti ingin mendapat keuntungan/laba yang sebesar-besarnya seperti halnya pada

perusahaan lainnya. Tingkat penjualan pada perusahaan bisa digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan dalam menjalankan suatu aktivitas operasinya, Jika tujuan perusahaan bisa terpenuhi lalu perusahaan dapat mempertahankan serta bisa bersaing dengan perusahaan lainnya.

Penjualan merupakan sumber pendapatan perusahaan guna menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Keberhasilan suatu perusahaan bisa dilihat pada pencapaian pendapatan yang diperoleh, bisa dikatakan apakah tingkat penjualan mengalami kenaikan dan menghasilkan keuntungan atau malah sebaliknya tergantung dari keberhasilan pada penjualan tersebut. Laba adalah pendapatan yang dihasilkan selama satu periode setelah dikurangi biaya produksi, biaya lain.

Dalam proses produksi, perusahaan membutuhkan biaya untuk memproduksi suatu barang tersebut dari bahan baku sampai barang jadi. Dimana sedikit banyaknya biaya produksi yang dikeluarkan akan berpengaruh terhadap penjualan. Salah satu cara mengurangi biaya produksi ialah dengan meminimalkan biaya produksi yang di keluarkan untuk memproduksi suatu produk tanpa mengurangi kualitas.

Perusahaan yang memiliki sistem pemasaran yang baik, akan mampu bersaing dalam bisnis yang ketat. Pemasaran suatu produk bertujuan untuk mengenalkan produk tersebut dan menarik minat masyarakat untuk membeli barang atau memakai jasa tersebut. Melakukan pemasaran juga membutuhkan biaya, biaya disini disebut juga dengan biaya pemasaran.

Industri logam ialah industri yang menopang industri lain dan memiliki peran pada pengembangan industri nasional. Karena 85 % bahan baku utama pembuatan alat atau mesin yang digunakan saat perindustrian disuplai oleh industri logam. Posisi industri ini sebagai pendukung industri lainnya juga di perkuat dengan pertumbuhan industri material dasar logam sebesar 5,89 % sejauh tahun 2014 (<https://www.kemenperin.go.id>).

Masalah pendapatan sangat penting, karena dengan adanya pendapatan kita bisa mengetahui tingkat penjualan suatu produk apakah menurun ataupun meningkat, jika mengalami penurunan bisa jadi perusahaan mengalami kerugian.

Dari penjelasan diatas terdapat persoalan masalah sebagai berikut, pertama adakah pengaruh biaya produksi pada pendapatan, kedua adakah pengaruh biaya pemasaran terhadap pendapatan, dan ketiga adakah pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan.

Selanjutnya sasaran yang akan dicapai yakni sebagai berikut, pertama mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap pendapatan, kedua mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap pendapatan, dan ketiga mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan.

## **Tinjauan Pustaka Dan Hipotesis**

### **Landasan Teori**

Penjualan yakni pendapatan utama suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, selain aktivitas penjualan perusahaan pasti menginginkan tingkat pendapatan tiap taunnya maksimal. Penjualan menurut Mulyadi (2016:202) ialah berawal dari melakukan transaksi penjualan barang, baik secara kredit maupun secara tunai. Sedangkan menurut Menurut Kieso, Warfield dan Weygantd (2011:955) pendapatan merupakan arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Menurut Mulyadi (2016:14) menyatakan biaya produksi yaitu biaya untuk mengolah bahan baku sampai menjadi produk jadi yang siap dipasarkan.