

Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada UD. Seha Barokah Ngingas

Lila Nisa'ul Magfiroh¹, Sugijanto²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Email : nisamagfiroh17@gmail.com¹, sugijanto@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Angka akhir dalam akun laba rugi adalah laba bersih, dan itu mewakili ekuitas . kinerja perusahaan dalam hal operasi bisnisnya sepanjang waktu tercermin dalam laba bersihnya. Biaya Produksi dan Biaya promosi adalah variabel yang digunakan dalam skenario ini untuk menghitung laba bersih. Tujuan penelitian ini adalah untuk memastikan apakah laba bersih UD. Seha Barokah Ngingas terkena dampak biaya produksi dan promosi. Penelitian menggunakan Teknik *non purposive sampling* dengan *Quota sampling*. fakta-fakta yang diperoleh bersumber dari laporan keuangan bulanan periode 2019-2021 pada UD. Seha Barokah yaitu sebanyak 36 sampel. Metode analisis data penelitian ini meliputi analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji-t,dan uji-f. menurut temuan studi tersebut, Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada UD. Seha Barokah Ngingas.

Kata Kunci : Laba Bersih,Biaya Produksi,Biaya Promosi

ABSTRACT

The final number in the profit and loss account is net income, and it represents equity. The company's performance in terms of its business operations over time is reflected in its net income. Production costs and promotional cost are variables used in this scenario to calculate net income. The purpose of this study is to determine whether the net income of UD. Seha Barokah Ngingas is affected by production and promotion costs. The study used a non-purposive sampling technique with quota sampling. the facts obtained are sourced from the monthly financial statements for the 2019-2021 period at UD> Seha Barokah as many as 36 samples. The data analysis methods of this research include multiple linear regression analysis, classical assumption test, t-test, and f-test. According to the findings of the study, production costs have a significant effect on Net profit at UD. Seha Barokah Ngingas.

Keywords : net profit, production cost, promotion cost

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, perekonomian memegang peran penting dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif. Keadaan ini mengarah pada bentuk-bentuk usaha, terutama perusahaan yang berorientasi pada laba, dengan kebijakan yang terarah dan kemampuan menjalankan fungsinya sehingga semuanya berjalan sesuai rencana dan pada akhirnya mencapai tujuan perusahaan. Secara umum, tujuan setiap perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan, perusahaan memiliki kemampuan untuk tumbuh dan kemampuan untuk mempertahankannya di masa depan. Biaya Produksi yang tinggi berdampak pada tingkat penjualan, dan perusahaan membatasi produksi secara kuantitas dengan menyesuaikan biaya produksi. Ketika produksi suatu produk berkurang secara kuantitas, tentunya berdampak pula pada keuntungan yang diperoleh.

Pertarungan terencana dengan bantuan diperlukan bagi perusahaan untuk tumbuh dan mengatasi hambatan yang muncul dalam operasional, keuangan, dan pemasaran produk akhir. Karena bisnis secara teori mengantisipasi menghasilkan keuntungan besar dengan tujuan yang tepat. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan selama transformasi sumber daya mentah menjadi barang jadi yang dapat dipasarkan. Biaya-biaya ini terdiri dari biaya untuk tenaga kerja, bahan baku, dan administrasi pabrik. Sedangkan biaya yang terkait dengan kegiatan non-produksi seperti penjualan, seperti yang terkait dengan iklan dan biaya.

Biaya promosi memiliki peran penting dalam menentukan ukuran laba yang dihasilkan di samping biaya produksi. Dikatakan bahwa kemajuan sangat penting dalam sebuah bisnis. Karena tanpa iklan, tidak ada yang tahu apa yang dihasilkan oleh perusahaan. Untuk menarik pelanggan membeli produk perusahaan, perusahaan menggunakan biaya promosi sebagai alat teknis untuk mengkomunikasikan produk yang dihasilkannya melalui plang, berita, plakat, radio, sistem penyiaran gambar, social media, dan cara lain.

METODE

Pendekatan kuantitatif dipilih sebagai metode untuk penelitian ini. Data laporan keuangan bulanan di UD. Seha Barokah Ngingas digunakan sebagai sampel, bersama dengan informasi biaya produksi, biaya promosi, dan laba bersih untuk tahun 2019 hingga 2021. Teknik untuk pemungutan sampel yang berupa pengambilan *non purposive sampling* yaitu *Quota Sampling*. Sampel yang digunakan merupakan laporan keuangan bulanan UD. Seha Barokah Ngingas periode 2019-2021 maka didapatkan sampel sebanyak 36 sampel, sedangkan sumber dari penelitian adalah sumber sekunder.

Peneliti menggunakan data sekunder, dengan pengumpulan data berupa studi dokumentasi yang diperoleh dari laporan keuangan bulanan dari tahun 2019 hingga 2021. Peneliti menggunakan 2 variabel:

Variabel bebas :

-Biaya Produksi (X_1)

-Biaya Promosi (X_2)

Variabel terikat:

-Laba Bersih (Y)

Analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji-t, dan uji-f adalah metode analisis data untuk menentukan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini.

HASIL

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,81	Berdistribusi Normal

Sumber : Hasil pengolahan data

Terlihat dari tabel 4.6 menyatakan bahwa hasil normalitas, menunjukkan nilai signifikan dari variabel bebas Biaya produksi dan Biaya Promosi dan variabel terikat Laba Bersih senilai 0,81 ($0,81 > 0,05$). Dengan demikian, secara keseluruhan variabel dinyatakan normal.

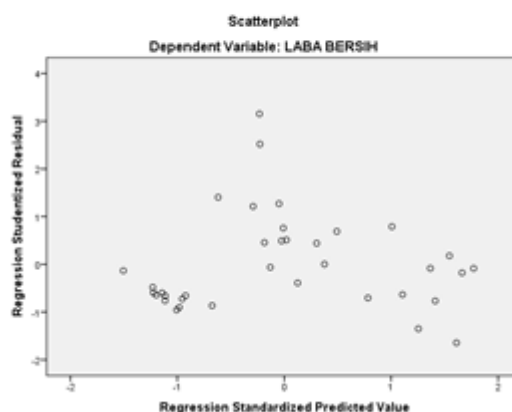
Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Hasil		Keterangan
	VIF	Tolerance	
<u>X1_B.Produksi</u>	2,019	0,495	Tidak Terjadi Multikolinieritas
<u>X2_B.Promosi</u>	2,019	0,495	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Hasil pengolahan data

Terlihat pada tabel 4.7 hasil multikolinieritas, menunjukkan nilai tolerance dari variabel bebas Biaya Produksi dan Biaya Promosi adalah $0,495 > 0,10$. Untuk nilai VIF dari variabel bebas Biaya Produksi (X_1) dan variabel Biaya Promosi (X_2) $2,019 < 10,00$. Maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar dari uji heteroskedastisitas diatas, tidak adanya terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi

Nilai	Keterangan
1,397	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber : Hasil pengolahan data

Terlihat dari tabel 4.9 hasil dari autokorelasi, terlihat tingkat sig adalah $1,397 > 0,05$. Sehingga tidak terjadi autokorelasi pada variabel penelitian ini.

Tabel 4.8
Analysis Regresi Linear Berganda

Model	Hasil
(Constant)	-56447,830
Biaya Produksi	,680
Biaya Promosi	,180

Sumber : Hasil pengolahan data

Terlihat dari tabel 4.8, didapatkan bentuk persamaan regresi untuk dua predicator sebagai berikut :

$$Y = -56447,830 + 0,680X_1 + 0,81X_2$$

Maka persamaan linier diatas dapat diartikan sebagai berikut:

Constanta (a) = -56447,830, jika variabel Biaya Produksi dan Biaya Promosi = 0, maka

Laba Bersih bernilai -56447,830 atau dikatakan mengalami peningkatan sebesar -56447,830.

Tabel 4.11
Hasil Uji t

Variabel	Hasil	
	T	Sig.
(Constant)	-,891	,379
Biaya Produksi	6,035	,000
Biaya Promosi	,278	,783

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan tabel diatas dari uji t, Hipotesis Pertama (H_1) berdasarkan analisis didapatkan tingkat signifikan uji-t bernilai $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} bernilai $6,035 >$ nilai t_{tabel} bernilai $1,691$, maka H_1 diterima. Jadi artinya biaya produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hipotesis kedua (H_2) berdasarkan analisis didapatkan nilai signifikan uji-t bernilai $0,783 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} bernilai $0,278 < t_{tabel}$ bernilai $1,691$, maka H_2 ditolak. Jadi artinya bagian biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap lab bersih.

Tabel 4.10
Hasul Uji F

Variabel	F	Sig.
Laba Bersih	3,433	,000 ^a

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 2.6

Berdasarkan tabel diatas dari uji-f, didapatkan tingkat sig sebesar $0,000 < 0,05$, dengan tingkat F_{hitung} sebesar $3,433 > F_{tabel}$ $3,28$. Dengan demikian hipotesis diterima yang artinya baik biaya produksi maupun biaya promosi berpengaruh pada laba bersih.

PEMBAHASAN

Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih

Hasil dari pengujian H_1 menggunakan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar $6,035 > 1,691$ dengan tingkat signifikan senilai $0,000 < 0,05$. Ditemukan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, mengarah pada kesimpulan yakni biaya produksi secara signifikan mempengaruhi laba bersih.

Hasil penelitian ini mendukung penelitan-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asep Mulyan (2018), Baihaqy Ammi (2021), dan Mukhlisotul Jannah (2018). Dimana hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih.

Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih

Hasil dari pengujian H2 menggunakan uji t diperoleh thitung sebesar $0,278 < 1,691$ dengan tingkat signifikan senilai $0,783 > 0,05$. Maka dinyatakan bahwa H0 diterima dan H2 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa Biaya Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih.

Hasil ini mendukung studi yang telah diselesaikan sebelumnya Rahma (2019), dimana hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Biaya Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih.

SIMPULAN

Hasil-hasil berikut dicapai berdasarkan temuan analisis yang diberikan dalam bab sebelumnya:

1. Variabel Biaya Produksi secara bersamaan ini telah berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada UD. Seha Barokah.
2. Variabel Biaya Promosi secara bersamaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada UD. Seha Barokah.
3. Variabel Biaya Produksi dan variabel Biaya Promosi secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada UD. Seha Barokah.

IMPLIKASI

Perusahaan sebaiknya mencari tau apa saja yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya laba perusahaan. Serta dapat memperbaiki system promosi agar masyarakat dapat lebih mengetahui tentang produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Karena keterbatasan, penelitian ini didasarkan pada bukti-bukti yang sesuai yang telah diperoleh. Sehingga tidak melampaui topik penelitian dan hanya focus pada apa yang ingin diteliti. Namun dalam penelitian ini peneliti memiliki keterbatasan dalam memfokuskan pada variabel-variabel yang diuji, yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada laporan keuangan UD. Seha Barokah pada periode 2019-2021 bulanan.
2. Penelitian ini hanya memiliki tiga variabel yang memungkinkan untuk diteliti lebih lanjut agar dapat menambahkan variabel lain untuk mengukur besar kecilnya Laba Bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. 2004. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Carter, Willian. 2009. Akuntansi Biaya. Jakarta: Salemba empat.
- Donald E.Keiso, dkk. *Akuntansi Intermediate*. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2008. Teori Akuntansi (Edisi Revisi). Jakarta: Rajawali Pers.
- Henry, Simomora. 2000. Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Jilid II. Jakarta: Salemba empat.
- Jannah, M. 2018. Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 4(1), 87-112.
- Jumingan. 2006. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara.
- K. Fred Skousen, dkk. 2001. Akuntansi Keuangan. Jakarta: Salemba empat.
- Kasmir. 2011. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kuncoro, Mujarat. 2009. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Erlangga
- M, Fuad. 2000. Pengantar Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyadi. 2018. Akuntansi Biaya (Edisi 5). Universitas Gadjah Mada: UPP STIM YKPN.
- Mulyana, A. (2018). Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Kotor. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 15-26.
- Philip, Kotler: Kevin, Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Airlangga.
- Prasetyo, Aji: Sukamdani, Yuni. 2020. Akuntansi Manajemen. Universitas PGRI Adi Buana Surabaya: Adi Buana University Press.
- Prayitno, Duwi. 2014. SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Simamora, Henry. 2000. Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Jilid II. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Henry. 2010. Manajemen Pemasaran Internasional. Cetakan Pertama Jakarta: Salemba empat.
- Soemarso. 2009. Revisi Akuntansi suatu Pengantar. Jakarta: Salemba empat.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suhardiyah, Martha: Fariana, Rina: Sawitri, Aristha Purwanthari. 2019. Akuntansi Biaya (Edisi Revisi). Universitas PGRI Adi Buana Surabaya: Adi Buana University Press.