

---

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, DAN BEBAN PROMOSI TERHADAP PERUBAHAN LABA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR MAKANAN&MINUMAN**

Oleh

Juliana Elizabeth<sup>1</sup>, Ayunda Putri Nilasari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Tidar, Indonesia

E mail: <sup>1</sup>[elisabetjuliana11@gmail.com](mailto:elisabetjuliana11@gmail.com) , <sup>2</sup>[ayundaputri@untidar.ac.id](mailto:ayundaputri@untidar.ac.id)

---

**Article History:**

Received: 07-05-2022

Revised: 29-05-2022

Accepted: 09-06-2022

**Keywords:**

Biaya produksi, beban promosi , laba perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman

**Abstract:** Adapun tujuan penelitian saat ini ialah untuk menganalisis pengaruh biaya produksi serta beban promosi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan&Minuman terhadap laba perusahaan. Laba yang mengalami perubahan, baik mengalami kenaikan ataupun penurunan akan mempengaruhi investasi yang dilakukan oleh para penanam modal dimana hal ini menjadi salah satu daya pikat untuk para investor memilih pilihan dalam menyelesaikan kepentingan dalam perseroan. Oleh karena itu, sangat berharga bagi perseroan untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya dan tetap stabil secara konsisten, salah satunya adalah perusahaan di bidang industri makanan dan minuman. Research ini berarti melakukan analisis dampak biaya pembuatan dan beban promosi terhadap perubahan profit pada perseroan makanan dan minuman. Metodologi penelitian deskriptif digunakan oleh penelitian saat ini dengan memperoleh sampel berdasarkan Non Probability Sampling Method sebanyak 9 perusahaan yang sudah ditetapkan. Instrumen pemeriksaan informasi yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan memakai SPSS 24 sebagai suatu alat bantu. Hasil pemeriksaan tersebut menggambarkan Biaya Produksi serta Biaya Promosi pada perubahan profit dalam bidang industri makanan dan minuman, perseroan yang telah tercatat di BEI dari tahun 2018 hingga tahun 2020 memiliki pengaruh. Hal ini dapat diartikan bahwa biaya produksi yang meningkat serta beban promosi yang dikeluarkan akan mempengaruhi volume penjualan. Apabila volume penjualan terus meningkat maka hal tersebut akan mempengaruhi peningkatan perolehan laba. Dengan demikian apabila laba meningkat maka investor akan tertarik untuk melakukan investasi dananya pada perusahaan tersebut. Harga saham yang dimiliki oleh perusahaan akan semakin meningkat, sehingga return saham akan semakin meningkat. Hal ini akan

**PENDAHULUAN**

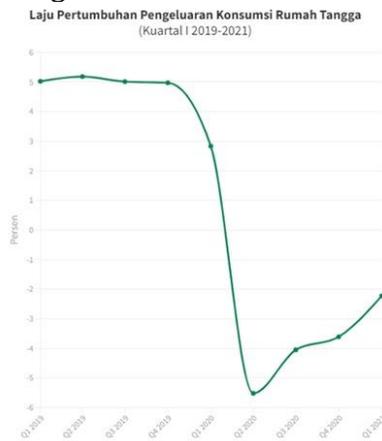
Setiap perseroan dibangun untuk memberikan kepercayaan bahwa perseroan tersebut dapat mengikuti berlangsungnya bisnis yang dibangun, dapat bertumbuh dengan cepat dalam periode perputaran keuangan yang sedang berlangsung. Saat ini, perseroan diharapkan memiliki data moneter yang bagus dan memiliki standar untuk menjalankan aktivitas perseroan mereka sejalan dalam meningkatkan profit. Tujuan utama dari sebuah industri adalah untuk memperoleh profit dengan meningkatkan setiap aktivitas dan aset yang ada serta menjaga daya tahan dan koherensi kehidupan perseroan di kemudian hari. Oleh karena itu, sangat berarti kemampuan perseroan untuk mendapatkan profit yang maksimum, salah satunya untuk perseroan pada sektor di bidang industri makanan dan minuman.

Sudah banyak research berkaitan biaya produksi, dan beban promosi atas berubahnya laba dalam suatu entitas. Meskipun demikian, masih ada kejanggalan dalam konsekuensi dari pemeriksaan ini. Pada kesimpulan eksplorasi yang dilakukan oleh oleh (Djamalu, 2012), (Harahap, 2019), dan (Felicia, 2018) mengatakan bahwa 'production cost mempengaruhi keuntungan bersih organisasi'. Sedangkan kesimpulan eksplorasi (Yuliati, 2019) yaitu 'biaya produksi tidak mempengaruhi total profit bersih pada perseroan manufaktur. Kemudian, pada saat itu, pemeriksaan yang telah dilakukan (Yuda & Sanjaya, 2020), (Felicia, 2018), dan (Widnyana et al., 2014) yang mengatakan bahwa 'biaya promosi sangat mempengaruhi profit perseroan'. Sedangkan pemeriksaan yang dipimpin oleh (Firmansyah & Darsawati, 2016) mengatakan bahwa 'promotion expense tidak mempengaruhi total profit bersih perseroan'. Selain daripada itu, research mengenai production cost, dan promotion expense bagi perubahan profit masih sedikit diteliti khususnya pada sektor industri makanan serta minuman, dimana pada industri ini terlihat perubahan laba yang didapatkan oleh setiap entitas yang termasuk didalamnya terlebih di masa wabah Covid-19. Maka dari itu, peneliti pada research saat ini akan berfokus pada sektor industri makanan serta minuman. Selain itu, ekspansi secara terus menerus terhadap biaya, tetapi tidak diikuti dengan pengungkapan kemajuan profit, membawa akibat perubahan dalam memperoleh profit. Sangat terlihat bahwa daya beli masyarakat selalu menghadapi kekurangan dikarenakan penurunan terus terjadi sehingga akan berpengaruh terhadap production cost dan promotion expense, mengakibatkan perubahan pendapatan keuntungan yang juga membuat peneliti tertarik untuk mengarahkan penelitian terkait hal tersebut. Menunjuk melalui permasalahan serta inkonsistensi dari research terdahulu, maka dari itu peneliti tertarik untuk melaksanakan research serta mengetahui pengaruh biaya produksi, serta beban promosi atas berubahnya laba dalam suatu entitas dalam entitas manufaktur sektor industri makanan serta minuman tahun 2018 sampai tahun 2020.

Perbaikan terus-menerus mampu dilakukan oleh industri manufaktur saat ini yang dapat mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Selama masa Covid-19 yang sedang berlangsung, industri pada entitas manufaktur menjadi landasan dalam mendukung pemulihan ekonomi masyarakat. Pencapaian positif di beberapa sub bidang subsektor manufaktur di nusantara masih tercatat meski saat ini sedang berada di bawah tekanan pandemi Covid-19. Di situs Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, tercatat ada

beberapa subbidang yang tetap terus dilibatkan dan selanjutnya mendukung pengembangan kuantitas entitas di bidang administrasi, termasuk entitas makanan dan minuman.

Pengembangan kawasan makanan dan minuman memberikan pekerjaan yang signifikan dalam perekonomian masyarakat. Relatif sedikit perseroan yang dapat bertahan dalam periode Covid-19 yang sedang berlangsung, tetapi perseroan makanan dan minuman tetap dapat bertahan. Hal ini terlihat melalui kemampuan untuk terus menghadapi perkembangan di tahun sebelumnya. Pada kuartal pertama tahun 2021, perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan menjadi sebesar 2,45% menjadi sebuah perseroan di sektor pengelolaan yang paling menonjol, salah satunya. Perusahaan makanan dan minuman bukan merupakan industri yang menonjolkan kemajuan di tahun-tahun sebelumnya, namun hanya perusahaan makanan dan minuman saja yang merupakan perusahaan yang berkembang dengan baik dan terus berkembang dari kuartal kedua tahun 2020.



Gambar 1. Tingkat Pertumbuhan Konsumsi Keluarga (Kuartal I 2019-2021)

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Terlihat dalam gambar 1 Tingkat Pertumbuhan Konsumsi Keluarga pada kuartal satu mengalami kenaikan maupun penurunan. Pada saat masa pandemi saat ini sektor makanan serta minuman diminta untuk dapat membentuk sebuah strategi perseroan untuk bisa bertahan melalui aktivitas peningkatan penjualan yang semenarik dan sebaik mungkin. Sepanjang masa pandemi Covid-19 di berbagai negara terjadi kekurangan besar produk dagang dengan salah satu penyebabnya yaitu disebabkan oleh adanya ketidakseimbangan permintaan persediaan di berbagai negara. Kemudian, ini membuat biaya pembelian komponen mentah di industri ini meningkat secara terus-menerus tetapi biaya dalam transaksi impor dan komoditas tidak dapat meningkat. Tentu saja ini akan mempengaruhi berubahnya pendapatan profit yang didapatkan pada setiap entitas. Berdasarkan hal ini, industri pada bidang makanan serta minuman secara berlanjut melakukan penyesuaian dan membuat pembaruan dalam menjalankan beragam rintangan yang terjadi. Diantaranya yaitu produk, prosedur produksi, hingga penjualan senantiasa dibuatkan penyesuaian juga pembaharuan.

Perubahan profit dalam suatu perseroan adalah peningkatan dan pengurangan profit yang diperoleh perseroan dalam kaitannya dengan pengujian berbagai periode dalam rentang waktu yang sedang berlangsung atau rentang waktu yang lalu. Profit yang mengalami perubahan, baik berkembang maupun berkurang akan mempengaruhi spekulasi yang dilakukan oleh penanam modal dimana hal ini membuat salah satu daya pikat untuk

investor memiliki pilihan dalam melakukan investasi pada perseroan. Karena keuntungan yang mengalami perubahan semakin besar, hal ini menunjukkan bahwa keuntungan yang didapat oleh perseroan juga semakin meningkat, dengan demikian penyampaian keuntungan antara perseroan dan pemberi dana juga akan semakin tinggi. Demikian pula, pemberi dana juga menilai organisasi tidak hanya melalui keuntungan yang diperoleh dalam satu periode tetapi juga dengan mengamati secara rutin perkembangan keuntungan organisasi secara konsisten. Para pendukung keuangan serta calon pendukung keuangan akan melihat penyesuaian laba ini dalam menjalankan pemberian dana untuk menanam modal di suatu perseroan.

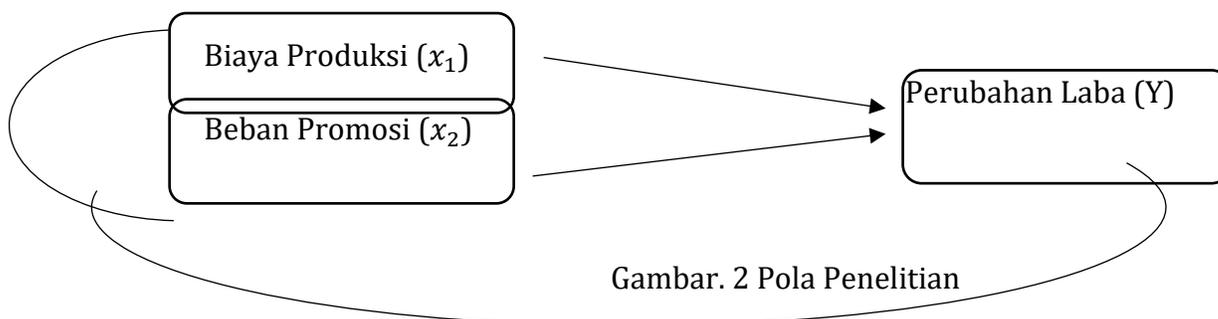
Faktor yang mempengaruhi berubahnya profit adalah biaya penciptaan dalam suatu perseroan. Biaya pembuatan adalah aset keuangan yang dihabiskan untuk memberikan hasil, yang mengantisipasi bahwa nilai hasil ini harus lebih menonjol daripada aset keuangan yang telah dihabiskan untuk membuat hasil ini sehingga aktivitas ini dapat menghasilkan keuntungan. Seperti yang ditunjukkan oleh (Harnanto, 2017) "biaya pembuatan merupakan biaya yang melekat terkait barang yang di produksi, termasuk direct cost dan indirect cost yang dapat dikaitkan pada aktivitas dalam mengelola bahan mentah menjadi bahan siap pakai". Penentu harga penjualan suatu barang atau administrasi yang akan mempengaruhi seberapa besar manfaat yang diperoleh adalah biaya penciptaan. Oleh karena itu, penekanan pada konsumsi dilakukan oleh organisasi, terutama kegiatan produksi yang sedang berlangsung, baik yang berkaitan dengan biaya membayar bahan alami, biaya penggunaan sebagai biaya asisten, biaya kerja, dan devaluasi peralatan. Besarnya biaya penciptaan yang ditimbulkan oleh organisasi secara signifikan mempengaruhi keuntungan organisasi. Peningkatan jumlah pengeluaran organisasi untuk produksi membuat efisiensi terus meningkat. Hal ini sesuai dengan hasil research yang dipimpin (Djamalu, 2012), (Harahap, 2019), dan (Felicia, 2018) yang mengatakan bahwa 'production cost mempengaruhi secara signifikan profit bersih organisasi'. Sementara eksplorasi yang dilaksanakan oleh (Yuliati, 2019) menyatakan bahwa 'biaya penciptaan tidak mempengaruhi keuntungan bersih dalam perseroan manufaktur'. Hal ini cenderung terlihat bahwa efek samping dari research terdahulu menunjukkan penyimpangan, sehingga para ilmuwan melakukan simulasi kembali research terdahulu dengan menduga bahwa biaya produksi jelas mempengaruhi perubahan keuntungan.

#### H1: Biaya Pembuatan Produk mempengaruhi Perubahan Laba

Selain biaya pembuatan produk, promotion expense menjadi salah satu faktor yang berpengaruh bagi berubahnya keuntungan. Besarnya produsen dalam melakukan penjualan produk serupa menjadikan kompetisi persaingan lebih selektif, oleh karenanya mengharapkan perseroan untuk membentuk strategi transaksi, seperti melakukan aktivitas mempromosikan produk dengan menarik dan dapat dikenal luas oleh pelanggan. Upaya untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan dilakukan dengan memperluas transaksi melalui kegiatan mempromosikan produk, karena dengan pelaksanaan promosi ini dapat menyebabkan pembeli menjadi tertarik sehingga dapat mempengaruhi transaksi yang meningkat (Assauri, 2015). Kegiatan mempromosikan suatu produk yang dijalankan bagi organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara positif membutuhkan biaya. Pengeluaran ini dikatakan sebagai promotion expense. Promotion Expense adalah jumlah beban yang dikeluarkan organisasi sebagai kemajuan untuk meningkatkan volume transaksi.

Dengan bertambahnya volume transaksi, maka keuntungan yang akan diperoleh juga akan meningkat. Spekulasi tersebut didukung oleh research yang dilakukan oleh (Yuda & Sanjaya, 2020), (Felicia, 2018), dan (Widnyana et al., 2014) yang menyatakan 'promotion expense mempengaruhi keuntungan organisasi'. Sedangkan research yang dipimpin (Firmansyah & Darsawati, 2016) mengatakan 'beban promosi tidak berpengaruh besar pada profit bersih perseroan'. Mengingat research terdahulu, peneliti mengulangi pemeriksaan kembali research sebelumnya dengan menduga beban promosi secara signifikan mempengaruhi berubahnya laba.

H2: Promotion Expense mempengaruhi Profit Change



Gambar. 2 Pola Penelitian

Sumber : Data Penelitian, 2022

## LANDASAN TEORI

### Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal merupakan teori yang menjelaskan mengenai bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan sinyal yang berguna bagi para pengguna laporan keuangan bahwa perusahaan telah berjalan dengan baik. Sinyal yang diberikan perusahaan yaitu berupa informasi seperti laporan keuangan perusahaan yang berhubungan dengan upaya manajemen dalam mengelola perusahaan untuk memperoleh keuntungan (laba) yang maksimal. Sinyal juga dapat berupa informasi terkait gambaran atau prospek perusahaan di masa mendatang yang dapat dipercaya (Houston, 2018). Melalui hal ini manajer berkewajiban untuk memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai bentuk dari tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan. Menurut (Mahmud Hanafi, 2018) teori sinyal merupakan apapun informasi yang terjadi dari kondisi saham suatu perusahaan yang akan selalu memberi efek bagi keputusan investor sebagai pihak yang menangkap sinyal (*signal*) positif dan negatif.

*Signaling theory* menjelaskan mengenai mengapa perusahaan memiliki motif untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Motif perusahaan untuk memberikan informasi tersebut sebab terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pihak luar khususnya investor dan kreditur. Kurangnya informasi dari pihak luar mengenai perusahaan mengakibatkan mereka melindungi diri dengan memberikan harga yang rendah kepada perusahaan. Asimetri informasi dapat membuat sulit investor dalam menilai kualitas suatu perusahaan. Akibatnya, melalui hal tersebut investor akan memberikan penilaian yang kurang baik terhadap semua perusahaan. Untuk mengurangi informasi asimetri tersebut perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan

mereka.

Berdasarkan pendapat beberapa para ahli dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini teori sinyal berkaitan dengan laba (per saham) yang dicatatkan melalui laporan keuangan yang akan menjadi pengaruh dari harga saham. Tingkat laba yang dilaporkan oleh perusahaan melalui laporan laba rugi dapat dideskripsikan menjadi sinyal baik ataupun sinyal buruk. Laba yang diungkapkan oleh perusahaan apabila meningkat maka informasi tersebut dapat digolongkan sebagai sinyal baik karena menunjukkan kondisi perusahaan yang baik. Sebaliknya, apabila laba yang diungkapkan menurun maka perusahaan tersebut berada dalam kondisi tidak baik sehingga dianggap sebagai sinyal yang buruk. Sinyal-sinyal dari informasi yang beredar dapat mempengaruhi langkah yang akan diambil oleh investor. Oleh karena itu, manajer dapat menaksirkan secara baik laba di masa yang akan datang dan diinformasikan kepada investor serta pemakai laporan keuangan lainnya. Sebab dalam hal ini manajer sangat erat berkaitan dengan keputusan yang berhubungan dengan aktivitas investasi ataupun operasi perusahaan yang secara langsung para manajer memiliki informasi yang lebih baik mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang.

### **Perubahan Laba**

Menurut (Pramono, 2015) perubahan laba merupakan naik atau turunnya laba perusahaan yang akan mempengaruhi keputusan investasi para investor maupun calon investor yang akan menanamkan modalnya ke dalam perusahaan. Terdapat 2 tahap proses pengukuran perbandingan laba secara fundamental dalam akuntansi yaitu pengukuran pendapatan sesuai dengan prinsip realisasi dan pengukuran biaya. Perbandingan yang tepat antara pendapatan dan biaya dilakukan melalui laporan perubahan laba rugi. Penyajian informasi mengenai perubahan laba penting dibanding dengan pengukuran kinerja yang mendasarkan pada gambar meningkatnya/menurunnya modal usaha. Selanjutnya, informasi mengenai perubahan laba juga dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan laba di masa yang akan datang. Sedangkan menurut (Andriyanti, 2015) perubahan laba merupakan kenaikan laba atau penurunan laba per tahun.

Laba yang tinggi merupakan simbol bahwa konsumen menginginkan output industri lebih banyak. Untuk meningkatkan output dan lebih banyak perusahaan yang akan masuk ke industri tersebut dalam jangka panjang, laba yang tinggi memberikan insentif bagi perusahaan. Laba yang rendah atau mengalami kerugian merupakan simbol bahwa konsumen menginginkan komoditas yang lebih sedikit atau metode produksi pada perusahaan tersebut tidak efisien.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa perubahan laba adalah meningkat dan menurunnya perolehan laba yang diperoleh oleh perusahaan dengan membandingkan dua periode laba yang berbeda maupun dengan tahun sebelumnya yang akan mempengaruhi keputusan investasi para investor dan calon investor dalam menanamkan modalnya ke dalam perusahaan.

### **Biaya Produksi**

Dalam kegiatan usaha perusahaan manufaktur, dibutuhkan suatu sistem produksi yang efektif dan efisien. Sistem produksi merupakan proses mengolah bahan baku menjadi suatu produk yang siap untuk dijual. Dalam proses produksi dibutuhkan suatu pengorbanan berupa biaya di mana biaya tersebut ada yang dapat diidentifikasi secara langsung dalam suatu produk dan ada juga biaya yang tidak dapat diidentifikasi dalam suatu produk, kedua

jenis biaya tersebut saling mendukung dalam compositions pembuatan suatu produk

Menurut (Harnanto, 2017) biaya produksi adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi biaya langsung maupun tidak langsung yang dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya ini dikeluarkan oleh departemen produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Menurut (Mulyadi, 2015) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual. Besar kecilnya biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan sangat mempengaruhi laba perusahaan. Semakin besar perusahaan mengeluarkan biaya produksi, maka produktivitas pun akan semakin meningkat.

### **Beban Promosi**

Beban Promosi adalah salah satu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Beban promosi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan sejumlah besarnya dana untuk mempromosikan produknya guna meningkatkan penjualan. Menurut (Sahabuddin, 2016) biaya promosi adalah pengorbanan ekonomis yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosinya. Promosi juga dapat dikatakan sebagai kegiatan untuk menyampaikan keunggulan produk serta mempengaruhi tujuan dari pembelian. Menurut (Lestari, Revi Permata dan Prabowo, 2015) beban pemasaran adalah semua biaya yang timbul karena adanya kegiatan pemasaran seperti biaya yang dikeluarkan untuk pihak sponsor hingga dengan biaya produk sampai kepada konsumen.

Promosi dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa tugas khusus meskipun memiliki kegunaan yang sama pada dasarnya. Beberapa tugas khusus tersebut dikenal dengan istilah bauran promosi (*promotion mix*) yang meliputi periklanan, *personal selling*, publisitas, dan promosi penjualan. Dapat disimpulkan berdasarkan pendapat ahli bahwa beban promosi adalah biaya pemasaran maupun penjualan yang terdiri dari seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen serta menyampaikan produk jadi ataupun jasa konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Metodologi penelitian deskriptif digunakan oleh penelitian saat ini guna untuk mendapatkan tujuan pada setiap variabel sehingga dapat membantu peneliti dalam menginterpretasikan faktor-faktor yang digunakan oleh peneliti. Pendekatan research kuantitatif digunakan dalam melakukan research ini, dimana hasil pemeriksaan tersebut nantinya dapat dikelola, dianalisis, dan diperiksa sehingga peneliti dapat membuat kesimpulan dari research mengingat faktor-faktor yang peneliti telah tentukan. Penanganan informasi dengan bentuk angka merupakan research yang dilakukan dalam tinjauan ini.

Dilihat melalui bermacam-macam sumber data, data opsional yang dipakai pada research ini diperoleh melalui organisasi maupun institusi yang baru-baru ini menggunakan dan mendistribusikan data. Melalui hal tersebut serupa dengan kegiatan yang dilakukan peneliti yaitu dengan melakukan pengumpulan dari beberapa informasi berdasarkan website BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) bentuk financial statements pada entitas terkait tahun 2018

hingga tahun 2020. Informasi serangkaian waktu atau sering disebut dengan time series merupakan informasi yang nilainya diperoleh secara beruntut (customary) berdasarkan waktu periode yang telah dipilih sebelumnya yang dilihat berdasarkan jenis informasi yang telah dilaksanakan. Periode yang dipakai dalam periode penelitian saat ini yaitu 2018, 2019, 2020.

Sektor industri makanan juga minuman dalam perseroan manufaktur yang tercatat di BEI selama periode 2018 hingga periode 2020 menjadi populasi pada penelitian saat ini. Sampel penelitian saat ini diperoleh berdasarkan Non probability Sampling Method dimana berdasarkan melalui kriteria/spesifikasi yang sudah dilakukan penentuan melalui tujuan penelitian yang dapat menjawab persoalan-persoalan dalam penyelidikan ini. Mengacu pada kriteria/spesifikasi yang sudah dibuat entitas di sektor industri makanan dan minuman yang ditetapkan menjadi sampel dalam research saat ini hanya 9 entitas. Metode studi pustaka dilakukan ketika melaksanakan research ini untuk mengumpulkan data.

Variabel bebas yang diterapkan adalah Biaya Produksi (X1) dan Promotion Expense (X2). Production Cost (X1) merupakan biaya yang ditimbulkan saat mengelola bahan mentah menjadi barang yang siap pakai adalah biaya produksi. Seperti yang ditunjukkan oleh (Bustami&Nurlela, 2013) biaya penciptaan adalah biaya yang dipakai saat memproduksi barang meliputi direct cost, pekerjaan langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya pembuatan dapat ditentukan dengan cara berikut.

$$X1 = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Pekerjaan Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik} \dots\dots\dots(1)$$

Beban Promosi (X2) dicirikan sebagai jenis biaya yang digunakan dalam menyelesaikan aktivitas pemasaran di perseroan khususnya berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan yang terkait dengan mempromosikan suatu produk. Beban promosi dapat ditentukan dengan cara berikut.

$$X2 = \text{Jumlah Semua Biaya Aktivitas Promosi (Biaya Publikasi, Biaya Penawaran Perseorangan, Biaya Penawaran Penjualan, dan Biaya Periklanan)} \dots\dots\dots(2)$$

Software IBM SPSS 24 digunakan untuk melakukan analisis data dalam research saat ini. Dipakai alat analisis dalam research saat ini yang mencakup Uji Asumsi Klasik yang terbagi menjadi pengujian normalitas, pengujian multikolinieritas, dan pengujian autokorelasi. Berikutnya uji Analisis Regresi Linear Berganda dijalankan juga uji Hipotesis mencakup pengujian T (uji parsial), serta pengujian F (uji simultan). Adapun persamaan analisis regresi yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

Y = Perubahan Laba (Variabel Dependen

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Biaya Produksi

$\beta_2$  = Koefisien Beban Promosi

$X_1$

= Biaya Produksi

$X_2$  = Beban Promosi

$\varepsilon$  = Standard Error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Metodologi penelitian deskriptif serta pendekatan kuantitatif digunakan oleh penelitian saat ini. Dilakukan pengambilan sampel dengan teknik dalam penelitian yaitu melalui Purposive Sampling Method, dimana melalui kriteria/penetapan yang sudah dilakukan penentuan melalui target research yang akan menjawab permasalahan dalam pemeriksaan ini. Melalui informasi di BEI, jumlah perseroan di perseroan makanan dan minuman yang dicatat pada BEI berjumlah 26 perseroan. Bagaimanapun, di antara mereka ada 17 perseroan yang tidak memenuhi kriteria yang dalam penentuan yang telah dibuat untuk memilih sampel research. Akibatnya, hanya ada 9 perseroan pada sektor industri makanan dan minuman yang memiliki pertimbangan memadai untuk didelegasikan dalam tinjauan ini. Diantaranya adalah Indofood Sukses Makmur Open (INDF), Multi Bintang Indonesia Open (MLBI), Siantar Top Open (STTP), Mayora Indah Open (MYOR), Sekar Laut Open (SKLT), Sariguna Primatirta Open (CLEO), Sekar Bumi Perusahaan Umum (SKBM), Ultra Jaya Dairy Industry Tbk dan Perusahaan Dagang Tbk (ULTJ), dan Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP).

Tabel 1. Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Cost Production	27	551535	957200088	220566752.60	121955153.300
Promotion Expense	27	107644	425152381	99910531.15	46372890.800
Profit Change	27	216113	602535067	140908343.70	107422431.600

Hasil analisis tabel 1 dapat dikemukakan bahwa seluruh fakta objektif di bidang perseroan makanan dan minuman pada perseroan manufaktur yang telah masuk dalam catatan pada BEI selama periode 2018-2020 adalah sebanyak 27. Rata-rata perubahan laba di perseroan adalah 140.908.343. Diperoleh perubahan profit minimal perseroan adalah 216.113 tetapi keuntungan paling tinggi perseroan adalah 602.535.067. Perkembangan perseroan dalam standard deviation adalah 107.422.431 yang lebih sederhana dari nilai rata-rata sebesar 140.908.343. Ini menunjukkan tingkat yang layak serta bisa dipakai untuk semua data karena rata-rata lebih besar daripada standar deviation. Dengan informasi yang tercatat, cenderung terlihat bahwa sampel perseroan dalam penelitian menghadapi perubahan laba yang semakin besar.

Pada tabel 1 nilai terbesar adalah 957.200.088 dan value terkecil adalah 551.535. Melalui value mean senilai 220.566,752 melalui standar deviasi yang jauh lebih rendah dari rata-rata 121.955.153. Ini berarti standar deviasi memiliki value yang rendah daripada mean serta bisa dipakai untuk presentase seluruh data. Dengan informasi yang telah diuraikan, sebaran kecil diklaim oleh production cost. Oleh karena itu, cenderung beralasan bahwa penggunaan data dalam penelitian ini adalah data yang bagus.

Dalam promotion expense *mean* didapatkan nilai 99.910.531 juga total maximum sebesar 425.152.381 sementara minimum senilai 107.644 juga standard deviasi senilai 46.372.890. Dengan perolehan analisis diatas didapatkan arti yaitu promotion expense data yang digunakan mempunyai standard deviasi yang jauh menyempit jika ditandingi pada *mean*. Data tersebut diartikan memadai serta bisa berguna untuk representase pada seluruh data.

Tabel 2. Hasil Pengujian Normalitas- One Sample Kolmogorov Smirnov

*Unstandardized  
Residual*

N		27
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	93247155.710000
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	1
	<i>Positive</i>	.312
	<i>Negative</i>	-.300
<i>Test Statistic</i>		.312
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.312 <sup>c,d</sup>

Kesimpulan pengujian normalitas didapatkan value signifikansi senilai  $0,312 < 0,05$  ini menjelaskan bila value signifikansi bertambah tinggi dari  $0,05$  maka dari itu didapatkan kesimpulan bahwa value residual normal ataupun mencukupi sesuai ketentuan uji normalitas.

Tabel 3. Hasil Pengujian Multikolinieritas

<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>(Constant)</i>		
Biaya Produksi	.197	8.268
Biaya Promosi	.197	8.268

Hasil uji pada tabel 3 menggambarkan setiap VIF pada setiap variabel bebas yaitu variabel cost promotion value VIF  $0.197 < 10,00$  serta angka toleransi  $>0,100$ , maka variabel cost promotion dapat digambarkan tidak ada gejala multikolinieritas ataupun bisa digambarkan adanya kontribusi normal. Dalam variabel promotion expense value VIF  $0.197 < 10,00$  serta nilai toleransi  $>0,100$  sehingga variabel promotion expense dapat disimpulkan tidak ada indikasi multikolinieritas ataupun bisa digambarkan adanya kontribusi normal.

Tabel 4. Hasil Pengujian Autokorelasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.893 <sup>a</sup>	.798	.781	97054716.800	.853

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Du diperiksa dalam sirkulasi kualitas tabel Durbin-Watson berdasarkan k (2) dan N (27) dalam signifikansi 5%. Ini menyiratkan seluruh sampel adalah 27 dan 2 variabel bebas, maka pada  $Du (1.556) < Durbin-Watson (0.852) < 4-du (3.148)$ . Melalui pemeriksaan yang telah dilakukan didapatkan bahwa du 1,556 dan nilai 4-du senilai 3,148 menunjukkan value persamaan independen regresi tidak memiliki autokorelasi dimana value DW ada antara value Du dan nilai 4-Du.

Tabel 5. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			
<i>(Constant)</i>	21078181.030	22861613.050			.992	.366
Biaya Produksi	-.359	.189	-.557		-1.893	.071
Beban Promosi	1.991	.471	1.405		4.778	.000

Diperoleh persamaan analisis regresi linear berganda tabel 5 yaitu:

$$Y = 21.078.181.030 - 0.359X_1 + 1.991X_2 + \varepsilon$$

Pada tabel 5 diperoleh nilai konstanta senilai 21.078.181.030 menggambarkan jikalau variabel biaya produksi, serta beban promosi dipandang konstan alhasil perubahan profit pada suatu entitas akan mengalami peningkatan senilai 21.078.181.030. Dengan adanya perolehan persamaan pemeriksaan regresi linear berganda, sebenarnya dimaksudkan bahwa variabel  $X_1$  tidak ada, berubahnya profit progresi mengakibatkan penurunan sebesar 21.078.181.030 dalam koefisien model regresi ini. Koefisien regresi Biaya Produksi  $X_1$  sebesar - 0,359 menyatakan bahwa variabel  $X_1$  bertambah senilai 1 satuan, unsur manfaat juga akan menghadapi kenaikan sebesar - 0,359. Model Koefisien Promotion Expense  $X_2$  senilai 1,991 menyatakan bahwa setiap variabel bertambah  $X_2$  sebesar 1 satuan, profit juga harus menghadapi kenaikan sebesar 1,991.

Tabel 6. Hasil Pengujian Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21078181.030	22861613.050		.992	.366
Biaya Produksi	-.359	.189	-.557	-1.893	.071
Beban Promosi	1.991	.471	1.405	4.778	.000

Berdasarkan perolehan analisis uji parsial menggambarkan value Sig. tentang pengaruhnya  $X_1$  dengan Y didapatkan value  $0,071 > 0,05$  dan value  $t_{hitung} - 1.893 < t_{tabel} 2.064$ , maka dari itu didapatkan hasil yaitu H1 tidak terima yang berarti tidak berpengaruh  $X_1$  (cost production) dengan Y (perubahan laba) dalam industri sektor makanan dan minuman perseroan manufaktur yang tercatat pada BEI.

Didapati value Sig. terhadap pengaruhnya  $X_2$  dengan Y sebesar  $0.000 < 0,05$  dan value  $t_{hitung} 4.778 > t_{tabel} 2.064$ , maka dari itu didapatkan hasil H2 disetujui dan berarti ada pengaruhnya  $X_2$  (promotion expense) dengan Y (perubahan laba) di industry sector makanan dan minuman perseroan manufaktur yang dicatat pada Bursa Efek Indonesia.

Tabel 7. Hasil Pengujian Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	892554860500000.000.000	2	446277430300000.0000.000	47.377	.000 <sup>b</sup>
Residual	226070833300000.000.000	24	94196180530000.0000.000		
Total	111862569400000.0000.000	26			

Melalui analisis tersebut value signifikansi diketahui terhadap pengaruhnya  $X_1$  serta  $X_2$  dengan cara bersama-sama dengan Y adalah senilai  $0,000 < 0,05$  dan value  $F_{hitung} 47.377 > F_{tabel} 3.39$ , sehingga didapatkan hasil H3 disetujui berarti ada pengaruhnya Biaya Produksi ( $X_1$ ) serta Beban Promosi ( $X_1$ ) secara simultan terhadap Perubahan Laba (Y)

**KESIMPULAN**

Melalui pemeriksaan dan pembahasan, maka disimpulkan bahwa Pengaruh Biaya Produksi terhadap Perubahan Laba substansi di kawasan manufaktur yang telah tercatat di BEI selama 2018-2020 tidak berpengaruh. Hal ini berarti salah satu hal yang mendukung berubahnya pendapatan laba entitas bukan karena biaya produksi, akan tetapi ini tidak bisa menjadikan suatu hal yang mendukung diperolehnya perubahan pada laba entitas. Namun hal ini pun tidak bisa menjadi acuan bagi entitas untuk melakukan penurunan dalam tingkat biaya produksi entitas. Diperoleh pengaruh pada Promotion Expense dengan perubahan profit di bidang industri makanan dan minuman perseroan manufaktur yang sudah ada pada daftar di BEI periode 2018 sampai periode 2020. Ini mengartikan Beban Promosi yang mengalami peningkatan akan berpengaruh pada volume penjualan, dimana akan meningkat. Sebab penjualan akan meningkat secara terus-menerus akibatnya pendapatan laba suatu entitas juga akan berubah. Sekaligus memiliki dampak yang sangat besar antara Biaya Produksi dan Beban Promosi dengan Perubahan Laba di bidang industri makanan dan minuman pada perseroan manufaktur yang telah tercatat di BEI selama tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Ini berarti cost production yang mengalami peningkatan dan beban promotion expense yang dikeluarkan berpengaruh pada volume penjualan. Jika volume penjualan mengalami peningkatan secara terus-menerus ini akan berpengaruh dengan meningkatnya pendapatan laba suatu entitas.

Melalui hasil perolehan penelitian dan pembahasan yang telah dilaksanakan, keterbatasan dalam research adalah variabel independen yang diaplikasikan hanya biaya produksi dan beban promosi sehingga hasil research kurang luas tentang apa saja hal-hal yang berpengaruh atas perubahan laba dalam suatu entitas. Serta sampel yang digunakan masih relatif sedikit sehingga tidak bisa disamaratakan hasil research ini dengan lingkup entitas yang lebih besar. Oleh karena itu melalui keterbatasan yang sudah disarankan, kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk bisa menambah variabel-variabel berbeda dari variabel yang sudah dipakai pada research ini yang berpengaruh pada berubahnya laba terhadap entitas guna melakukan peningkatan determinasi pada model research. Diharapkan juga peneliti berikutnya untuk bisa melakukan penambahan sampel seperti penambahan masa tahun dengan menggunakan masa tahun yang mengalami perubahan pada laba. Dengan dilakukannya penambahan jumlah sampel tersebut peneliti berharap hasil research bisa memberikan hasil yang lebih tepat dan hasil research dapat menyamaratakan seluruh entitas industri di berbagai jenis. Diharapkan setiap entitas manufaktur khususnya dalam sektor industri makanan dan minuman agar selalu menjaga volume penjualan melalui peningkatan pada produksi supaya entitas tetap bisa memperoleh profit yang baik. Dikarenakan hal itu bisa membuat investor tertarik untuk berinvestasi dana pada entitas tersebut. Serta bisa terus membentuk strategi bagi perusahaan supaya peningkatan penjualan terus terjadi dengan melalui macam-macam aktivitas promosi yang membuat tertarik agar produk yang akan dijual bisa dikenal juga disukai bagi para konsumen yang akan berpengaruh pada peningkatan profit bagi suatu entitas.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Andriyanti, I. (2015). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ima Andriyani*,

- 13(2), 344–358.
- [2] Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo.
- [3] Bustami&Nurlela, B. (2013). *Akuntansi Biaya* (4th ed.). Mitra Wacana Media.
- [4] Djamalu, N. (2012). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2020. *Materials Science and Engineering A*, 27(1), 1–14. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02670836.2016.1231746%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.actamat.2011.03.055%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.msea.2016.02.076%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.msea.2012.06.095%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijhydene.2019.11>
- [5] Felicia, R. G. (2018). Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ( Bei ) Tahun 2009-2011. *Universitas Diponegoro Semarang*, 5, 1–18.
- [6] Firmansyah, T., & Darsawati, E. (2016). Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 5(9), 68–80.
- [7] Harahap, B. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Laba Penjualan Pada PT Shimano Batam. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.35143/jakb.v12i1.2412>
- [8] Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. BPFE.
- [9] Houston, B. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (14th ed.). Salempa Empat.
- [10] Lestari, Revi Permata dan Prabowo, S. C. B. (2015). Perusahaan dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas ( Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015 ) Revi Permata Lestari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Brawijaya*.
- [11] Mahmud M. Hanafi, A. H. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. UPP STIM KPN.
- [12] Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya Edisi Kelima*. UPP STIM KPN.
- [13] Pramono, T. D. (2015). Pengaruh Current Ratio, Working Capital To Total Assets, Debt To Equity Ratio, Total Assets Turnover Dan Profit Margin Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 11, 345–352.
- [14] Sahabuddin, R. (2016). Development of business values and behaviours: Takalar district, South Sulawesi (Indonesia) case study. *Actual Problems of Economics*, 176(2), 440–449.
- [15] Widnyana, M. J., Nuridja, I. M., & Dunia, I. K. (2014). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 1–11.
- [16] Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 19(1), 35–42. <https://doi.org/10.22225/we.19.1.1406.35-42>
- [17] Yuliati, D. E. (2019). Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Benefita*, 4(1), 78–86. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN