BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini, tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin ketat dan hanya perusahaan dengan efektivitas atau kinerja yang baik yang dapat bertahan, sehingga harus berjuang keras dan merancang strategi dengan baik untuk mengatasi segala kesulitan dan tantangan yang muncul. Kesulitan yang dihadapi oleh para pengusaha sekarang bukan hanya terfokus pada peningkatan hasil produksi, melainkan bagaimana cara menjual produk yang dihasilkan. Persaingan tersebut mencakup aspek penentuan harga, kualitas produk, promosi dan kegiatan distribusi yang cepat dan tepat.¹

Secara umum salah satu tujuan perusahaan adalah mencari laba yang sebesar-besarnya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan secara terus-menerus. Menurut Suwardjono, Laba diartikan sebagai imbalan yang diperoleh dari kelebihan pendapatan diatas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Dengan kata lain, laba merupakan kelebihan pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi biaya.² Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan atau target yang diaplikasikan sebagai pedoman dalam melaksanakan aktivitas operasionalnya. Sehingga perusahaan perlu membuat strategi dan

¹ Made Juni Widnyana, I Made Nuridja, and I Ketut Dunia, "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012," *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA* 4, no. 1 (2014), <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/1903>.

² Galih Wicaksono et al., *Teori Akuntansi*, ed. Saprudin, 1st ed. (Padang: Pt. Global eksekutif Teknologi, 2022), 163.

memerlukan informasi yang sesuai demi kesinambungan tumbuh kembangnya dikemudian hari.

Keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari kemampuannya dalam meningkatkan laba setiap tahunnya. Perusahaan dikatakan rugi apabila pengeluaran biaya ketimbang mendapatkan penghasilan. Menurut Galih Wicaksono et al, Tingkat nilai laba yang dimiliki suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni : biaya biaya, harga jual produk serta volume penjualan dan produksi.³Dari beberapa faktor tersebut, biaya menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat tinggi rendahnya presentase laba yang diperoleh. Biaya juga merupakan elemen krusial (penting) yang harus diperhitungkan dalam menetapkan harga jual produk atau jasa.⁴ Adapun untuk lebih jelasnya berikut adalah tabel yang merinci jenis-jenis biaya utama yang berpotensi mempengaruhi laba bersih.

Tabel 1. 1
Jenis-Jenis Biaya Utama Yang Berpotensi Mempengaruhi Laba Bersih

No	Jenis Biaya	Penjelasan
1	Biaya produksi	Biaya yang berkaitan dengan proses produksi, seperti bahan baku, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik.
2	Biaya operasional	Biaya yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan selain produksi, seperti gaji karyawan non produksi, listrik, air dsb. ⁵
3	Biaya penjualan	Biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pendistribusian produk kepada konsumen, seperti

³ ST Humairah Zakaria, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada PT Tunipalangga Ulaweng)” (UIN Alauddin Makassar, 2021), 3–164, <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/21450>.

⁴ Aditya Achmad Fathony and Yulianti Wulandari, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII,” *Akurat: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 11, no. 1 (2020): 44, <http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/AKURAT>.

⁵ Sofyan Syafri Harahap, *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), 211–215.

		biaya pengiriman, komisi penjualan dsb.
4	Biaya pemasaran/promosi	Biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan memasarkan produk, seperti iklan, diskon, promosi penjualan dsb. ⁶
5	Biaya penyusutan	Biaya yang berkaitan dengan penurunan nilai aset tetap, seperti mesin dan gedung.
6	Biaya bunga	Biaya yang harus dibayar atas pinjaman perusahaan. ⁷
7	Biaya umum dan administrasi	Biaya yang mencakup pengeluaran administratif dan manajemen perusahaan, seperti gaji manajemen, biaya kantor telekomunikasi dsb. ⁸

Sumber : data dikumpulkan dari berbagai buku yang membahas terkait biaya-biaya yang mempengaruhi laba bersih.

Pemilihan biaya produksi dan biaya promosi sebagai fokus utama dalam penelitian ini didasarkan pada peran signifikan kedua jenis biaya tersebut dalam mempengaruhi tingkat presentase laba bersih yang diperoleh perusahaan. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses pembuatan produk, yang mana merupakan komponen utama dalam menentukan HPP (Harga Pokok Penjualan), dan berdampak secara langsung pada tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Jika biaya produksi tinggi, laba bersih dapat tergerus, terutama apabila penjualan produk tidak mampu menutupi biaya tersebut.⁹

Sementara itu, biaya promosi memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan melalui peningkatan penjualan, namun, biaya promosi yang berlebihan dapat mengurangi laba bersih apabila tidak diikuti dengan meningkatnya penjualan. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, menyebutkan pentingnya optimalisasi pengeluaran promosi agar perusahaan dapat meraih target pasar tanpa

⁶ Kieso et al., *Akuntansi Intermediate (Edisi IFRS)* (Jakarta: Erlangga, n.d.), 356–360.

⁷ Ikatan Akuntansi Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan (SAK)* (Jakarta: Erlangga, 2019), 182–186.

⁸ Suwardjono, *Teori Akuntansi: Perekayasa Pelaporan Keuangan* (Yogyakarta: BPEE, 2017), 325–328.

⁹ Harahap, *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*, 211–215.

mengorbankan laba bersih. Promosi pasti memerlukan pengeluaran yang seringkali signifikan, namun jika hal ini mampu dikelola dengan baik, maka perusahaan dapat memaksimalkan dampak dari promosi tersebut tanpa harus mengorbankan laba bersih. Optimalisasi pengeluaran promosi disini dimaksudkan bahwa setiap dana yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi harus dapat meningkatkan penjualan yang lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan. Sehingga, pemahaman yang mendalam mengenai kedua jenis biaya diatas menjadi penting karena seringkali berdampak langsung terhadap profitabilitas perusahaan.¹⁰

Banyak cara yang dapat dijalankan agar memperoleh laba (*margin*) yang baik salah satunya dengan melakukan pengendalian biaya. Dengan melakukan perencanaan dan pengendalian keuangan yang baik maka performa perusahaan juga akan baik sehingga progres laba meningkat (naik). Sebaliknya, jika performa perusahaan buruk maka akan berakibat terhadap penurunan progres laba.

Ada berbagai macam jenis perusahaan, salah satunya perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang melakukan aktivitas produksi untuk mengolah bahan dasar menjadi produk jadi. Perusahaan manufaktur dalam BEI memiliki beberapa sektor yakni, industri dasar dan kimia, industri aneka, industri barang konsumsi. Perusahaan manufaktur memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui

¹⁰ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Jakarta: Erlangga, 2016), 657–660.

peningkatan konsumsi rumah tangga.¹¹

Bursa Efek Indonesia membagi industri barang konsumsi menjadi beberapa sub sektor, yakni sub sektor *food and beverage*, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, dan sub sektor peralatan rumah tangga. Terdapat beberapa industri yang relatif tumbuh stabil dan rata-rata laju pertumbuhan tahunannya jauh melampaui rata-rata laju pertumbuhan tahunannya sektoral secara umum (3,89%), yakni industri *food and beverage* (7,72%), industri kimia, farmasi dan obat tradisional (6,50%), dan industri logam dasar (6.04%).¹² Adapun data pertumbuhan dan kontribusi tiga industry diatas terhadap PDB sebagai berikut.

Tabel 1. 2
Pertumbuhan dan Kontribusi Sektor Industri Manufaktur Periode 2020-2023

Tahun	Industri	Pertumbuhan/ Kontribusi Terhadap PDB
2020	Industri <i>Food and Beverage</i>	1,66 %
	Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional	8,45 %
	Industri Logam Dasar	11,46 %
2021	Industri <i>Food and Beverage</i>	6,61 %
	Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional	2,00 %
	Industri Logam Dasar	3,54 %
2022	Industri <i>Food and Beverage</i>	38,35 %
	Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional	11,07 %
	Industri Logam Dasar	5,20 %
2023	Industri <i>Food and Beverage</i>	39,10 %
	Industri Kimia, Farmasi, dan Obat Tradisional	3,88 %

¹¹ Edward UP Nainggolan, “Mendorong Konsumsi Dalam Negeri Untuk Pertumbuhan Ekonomi Nasional : Belanja Lancar, Ekonomi Berputar,” *Djkn Kemenkeu*, last modified 2021, accessed April 1, 2024, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/article/13393/Mendorong-Konsumsi-Dalam-Negeri-Untuk-Pertumbuhan-Ekonomi-Nasional-Belanja-Lancar-Ekonomi-Berputar.html>.

¹² DPR RI, *Analisis RUU Tentang APBN (Kinerja Industri Pengolahan Dan Catatan Krisis Strategi Peningkatan Nilai Tambah Industri Pengolahan 2022)*, 2022, <https://berkas.dpr.go.id/pa3kn/analisis-apbn/public-file/analisis-apbn-public-68.pdf>.

	Industri Logam Dasar	4,27 %
--	----------------------	--------

Sumber : Data dikumpulkan dari berbagai artikel dan laporan yang membahas pertumbuhan dan kontribusi sektor manufaktur terhadap PDB.

Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa meskipun dalam kondisi pandemi, industry tersebut masih mampu tumbuh positif di tahun 2020, akibat dari meningkatnya permintaan sabun, *hand sanitizer*, dan disinfektan serta peningkatan produksi obat-obatan, multivitamin, dan suplemen gizi menjadikan industr kimia, farmasi, dan obat tradisional tumbuh sebesar 8,45 % serta industri logam dasar tumbuh sebesar 11,46 %. Sedangkan industri *food and beverage* termasuk dalam industri yang akan banyak diminati dikarenakan manusia membutuhkan makanan berkualitas tinggi untuk sehat. Tahun 2021 industri *food and beverage* mengalami peningkatan yang signifikan, sedangkan industri kimia, farmasi dan obat tradisional serta logam dasar mengalami penurunan. Tahun 2022 *food and beverage* memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB dibandingkan dengan sektor kimia, farmasi, dan obat tradisional serta sektor logam dasar. Tahun 2023 *food and beverage* juga memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB dibandingkan dengan sektor kimia, farmasi, dan obat tradisional serta sektor logam dasar, hal ini menunjukkan potensi besar industri ini dalam mendukung perekonomian indonesia.

Perekonomian indonesia yang sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri *food and beverage*. Pertumbuhan penjualan didorong oleh peningkatan pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama dari meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah. Akibatnya, ini

juga merupakan industri dimana perusahaan lokal sangat ambisius dan telah berkembang menjadi eksportir global yang sukses. Pada saat yang sama, internasionalisasi masakan lokal merupakan peluang utama bagi perusahaan asing untuk menjual produk mereka kepada konsumen Indonesia, yang semakin terbuka terhadap makanan dan rasa baru seiring dengan perubahan gaya hidup yang sebagian besar mengikuti tren pasar yang sudah mapan.¹³ Sehingga hal inilah yang mendasari peneliti menggunakan sektor industri food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian.

Sebagai data awal, peneliti menyajikan informasi mengenai rata-rata biaya produksi, biaya promosi, penjualan, dan laba bersih perusahaan sebagai berikut.

Tabel 1. 3
Data Rata-Rata Biaya Produksi, Biaya Promosi, Penjualan dan Laba Bersih
Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage Yang Terdaftar di
BEI Periode 2020-2023
(Dalam Satuan Jutaan Rupiah/ Telah dibagi dengan Satu Juta)

No	Kode	Biaya Produksi	Biaya Promosi	Penjualan	Laba Bersih
1	ALTO	115.016	5.874	346.071	-15.371
2	CAMP	452.618	64.097	1.060.230	98.199
3	DLTA	211.085	51.012	685.781	185.284
4	FOOD	63.227	5.352	87.682	-18.627
5	GOOD	5.459.171	289.064	9.393.369	465.231
6	HOKI	964.931	11.555	1.079.252	11.823
7	ICBP	38.059.495	2.078.422	59.038.050	7.376.543
8	INDF	66.633.610	2.208.002	100.902.743	10.160.488
9	MYOR	21.209.025	3.008.493	28.633.982	2.131.040
10	ROTI	1.630.657	229.380	3.563.843	303.875
11	SKLT	623.124	46.824	1.486.051	70.000
12	TBLA	9.235.153	1.292	14.683.262	721.576

Sumber : www.idx.co.id (2024).

¹³ Athika Meliana Dewi, "Kondisi Industri Pengolahan Makanan Dan Minuman Di Indonesia," *Djkn Kemenkeu*, last modified 2021, accessed November 20, 2023, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sulutenggomalu/baca/article/15588/Kondisi-Industri-Pengelolaan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>.

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan tren umum bahwa :

1. Biaya produksi yang lebih tinggi cenderung berkorelasi dengan penjualan yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menginvestasikan lebih banyak dalam produksi biasanya memiliki produk yang lebih banyak atau berkualitas lebih tinggi, sehingga hal ini dapat meningkatkan penjualan (contoh: INDF dan TBLA menunjukkan tren ini dengan biaya produksi yang tinggi diikuti dengan penjualan yang tinggi juga). Namun, hal ini tidak mutlak karena beberapa perusahaan dengan biaya produksi tinggi tidak selalu dengan penjualan yang tinggi juga (contoh: FOOD).
2. Perusahaan yang mengeluarkan lebih banyak biaya untuk melakukan promosi cenderung memiliki penjualan yang lebih tinggi, hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam kegiatan promosi dapat meningkatkan visibilitas dan permintaan produk (contoh : ALTO dan ICBP menunjukkan bahwa biaya promosi yang tinggi diikuti oleh penjualan yang signifikan). Namun, hal ini tidak berlaku mutlak karena biaya promosi yang tinggi belum tentu menghasilkan penjualan yang tinggi (contoh : FOOD dengan biaya promosi sebesar 5.352 namun memiliki penjualan yang lebih rendah sebesar 87.682). Promosi adalah alat yang efektif dalam meningkatkan penjualan, namun hal ini harus dilakukan dengan strategi yang tepat.
3. Penjualan yang tinggi umumnya diikuti dengan laba bersih yang tinggi, tetapi dengan pengecualian penting. Karena, meskipun penjualan tinggi diperlukan

dalam profitabilitas, pengendalian biaya tetap perlu dilakukan untuk memastikan bahwa laba bersih tidak tergerus (contoh : INDF dan MYOR menunjukkan penjualan tinggi diikuti oleh laba bersih yang tinggi juga). Namun, hal ini tidak berlaku mutlak karena penjualan tinggi tidak selalu diikuti dengan laba bersih yang tinggi (contoh : ALTO dengan penjualan sebesar 346.071 tetapi memiliki laba bersih sebesar – 15.371).

4. Biaya produksi yang tinggi dapat mengurangi laba bersih jika penjualan tidak cukup tinggi untuk menutupi biaya yang dikeluarkan tersebut. Hal ini menekankan pentingnya efisiensi produksi dan pengendalian biaya (contoh : ALTO dan TBLA menunjukkan bahwa biaya produksi yang tinggi perlu diimbangi dengan strategi penjualan dan pengendalian biaya yang efektif untuk menghasilkan laba bersih yang positif). Hal ini tidak berlaku mutlak karena beberapa perusahaan biaya produksi yang tinggi juga diikuti dengan laba bersih yang tinggi juga (INDF dengan biaya produksi sebesar 66.633.610 tetapi memiliki laba bersih sebesar 10.160.488).
5. Biaya promosi yang tinggi tidak selalu diikuti oleh laba bersih yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kegiatan promosi dapat meningkatkan penjualan, penting juga untuk memastikan bahwa kegiatan promosi tersebut efektif dalam mendatangkan atau meningkatkan laba (contoh : ALTO menunjukkan bahwa biaya produksi yang tinggi tidak menjamin laba bersih juga tinggi jika penjualan tidak cukup meningkat). Hal ini tidak berlaku mutlak karena beberapa perusahaan dengan biaya promosi tinggi juga diikuti oleh laba bersih yang tinggi juga (contoh : ICBP dan INDF), ini menunjukkan

bahwa promosi yang efektif berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan profitabilitas. Hal ini tidak berlaku mutlak karena beberapa perusahaan dengan biaya promosi rendah juga diikuti dengan laba bersih yang tinggi (contoh : HOKI dengan biaya promosi rendah 1.079 namun memiliki laba bersih yang tinggi 1.226.576).

Menurut Mulyadi, laba yang diperoleh perusahaan dipengaruhi oleh biaya, dimana biaya yang timbul dari perolehan atau pengolahan suatu produk akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.¹⁴ Sepadan dengan Menurut Rustami et al, bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dipengaruhi oleh tingkat kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi dan jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volumen penjualan, maka diharapkan laba meningkat, sedangkan jika biaya produksi meningkat tetapi volume penjualan menurun dan kurangnya promosi, maka laba akan menurun.¹⁵

Pendapat ini sejalan dengan menurut Carter, menyatakan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh. Jadi ketika perusahaan meningkatkan volume produksinya, maka otomatis biaya produksi juga mengalami peningkatan. Dengan adanya peningkatan biaya produksi akan berdampak pada kenaikan jumlah produk

¹⁴ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 5th ed. (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2019), 153.

¹⁵ Putu Rustami, I Ketut Kirya, and Wayan Cipta, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis," *e-Journal Bsima Pendidikan Ganesha* 2, no. 1 (2014), <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMI/article/view/4305>.

yang dihasilkan, sehingga persediaan barang untuk dijual juga meningkat. Akibatnya, volume penjualan bertambah, yang kemudian akan mendorong peningkatan laba perusahaan. Dengan demikian, kenaikan biaya produksi berkontribusi pada peningkatan laba.¹⁶

Namun temuan ini berlawanan dengan menurut Rangkuti, bahwa biaya produksi meningkat, misalnya karena kenaikan bahan baku atau tenaga kerja ataupun kenaikan harga jual produk untuk mempertahankan margin laba, sehingga mengakibatkan penurunan jumlah produk yang dibeli konsumen karena mungkin konsumen akan lebih mencari alternatif yang lebih murah atau melakukan pembatasan pengeluaran mereka. Sehingga hal ini akan menyebabkan penurunan laba bersih. Sebaliknya jika biaya produksi menurun maka harga jual menurun akan mengakibatkan naiknya permintaan sehingga laba akan ikut meningkat.¹⁷

Sementara itu, menurut Jusuf, bahwa bila perusahaan berhasil mengurangi biaya operasionalnya, hal ini tentunya akan meningkatkan penjualan, demikian juga sebaliknya, pemborosan biaya dapat mengakibatkan penurunan laba perusahaan. Dengan demikian, tingkat biaya yang tinggi dapat mengurangi laba atau bahkan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Tingginya biaya operasi (contohnya seperti biaya promosi) membuat perusahaan cenderung akan menaikkan harga jual untuk menutupi kenaikan biaya yang terjadi, sehingga mengakibatkan presentase

¹⁶ Felicia and Robinhot Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015," *Jurnal Benefita* 4, no. 1 (2019): 10, <https://ejournal.methodist.ac.id/index.php/methonomix/article/download/1052/861/2003>.

¹⁷ Elza, Abdul Wahab, and Rahman Ambo Masse, "Analisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Aneka Tambang Tbk," *Balanca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2023): 56, <https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/balanca>.

laba menurun, begitu juga jika nilai biaya operasi rendah maka presentase laba akan naik.¹⁸ Maka dalam hal ini perusahaan diharuskan hati-hati dalam menjual produk kepada konsumen. Sehingga, sasaran volume penjualan yang telah dirancang perusahaan dapat terlaksana secara optimal. Oleh karena itu, pengeluaran untuk memproduksi dan mempromosikan produk oleh perusahaan menjadi hal paling penting untuk dipertimbangkan.

Menurut Mulyadi, biaya produksi merupakan pengeluaran yang timbul dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual atau dipasarkan. Secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik¹⁹ Dalam ekonomi islam, terdapat konsep kepercayaan yang kuat terhadap Allah swt, sehingga dalam pandangan ini, Allah pemilik sejati segala harta dan sumber daya. Aktivitas produksi tidak hanya untuk kepentingan pribadi, melainkan juga untuk kepentingan masyarakat dan makhluk lainnya, serta mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi mereka, serta berkontribusi untuk kemaslahatan bersama.²⁰ Pandangan ini sesuai ajaran dalam Qur'an Surat Al-Hadid/ 57: 7. Allah Berfirman:

Artinya : “Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasulnya dan infakkanlah (dijalan Allah) sebagian dari harta yang Dia telah menjadikannya kamu sebagai

¹⁸ Rahman Hamid, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” (UMSU Medan, 2023), <https://repository.umsu.ac.id/handle/12346789/20724>.

¹⁹ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, 14.

²⁰ Zakaria, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada PT Tunipalangga Ulaweng),” 5.

penguasanya (amanah). Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menginfakkan (hartanya dijalan Allah) memperoleh pahala yang besar” (Q.S Al-Hadid/57: 7).²¹

Semakin ketatnya persaingan antar pelaku bisnis terutama persaingan yang menghasilkan produk sama atau sejenis membuat konsumen mempunyai banyak pilihan. Sehingga, dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya konsumen lebih selektif (hati-hati). Oleh sebab itu, promosi diperlukan dalam menyebarluaskan hasil suatu produk. Promosi dilakukan dengan tujuan untuk mengenalkan produk perusahaan kepada konsumen atau masyarakat dengan menjelaskan karakteristik, manfaat, ataupun keunggulan produk tersebut. Dengan demikian diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk membelinya. Biaya promosi terdiri dari biaya periklanan, biaya personal selling dan biaya promosi penjualan.²²

Berdasarkan riset yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti berkaitan dengan biaya produksi, biaya promosi, yang dapat mempengaruhi laba bersih, diteukan hasil penelitian yang beragam menurut penelitian yang dilakukan oleh Anida Yoga Zionita,²³ bahwa Secara parsial biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba sedangkan pengaruh volume penjualan pada laba perusahaan positif signifikan. Sedangkan secara simultan biaya produksi dan

²¹ “Al-Qur’an Online,” *Nu Online*, last modified 2022, accessed November 15, 2023, <https://quran.nu.or.id>.

²² Sartono Maya Saputra and Retno Ibut Utami, “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Jasa ‘Nakamura Holistic Therapy’ Di Surakarta,” *ProBank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan* 2, no. 1 (2017): 41, <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank/article/download/183/76>.

²³ Anida Yoga Zionita, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Mortar Pt . Gunung Derajat Ponorogo,” 2022, <http://etheses.iainponorogo.ac.id/20673>.

volume penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap laba perusahaan Mortar PT. Gunung derajat Ponorogo. Sepadan dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan Tari Septiana,²⁴ bahwa pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih berpengaruh secara parsial negatif signifikan, pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih positif signifikan, dan pengaruh penjualan terhadap laba bersih positif dan signifikan, serta terdapat pengaruh signifikan secara simultan biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba bersih.

Namun demikian temuan tersebut berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kartika Tryandani,²⁵ bahwa pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih secara parsial positif, Biaya promosi terhadap laba bersih negatif, dan volume penjualan terhadap laba bersih positif. Sedangkan terdapat pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih secara simultan. Sepadan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tika Vinola Sari BR Sembiring,²⁶ bahwa pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih secara parsial positif dan signifikan. Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih negatif dan signifikan. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih.

²⁴ Intan Tari Septiana, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2020" (UNPAK Bogor, 2022), <https://repository-feb.unpak.ac.id/xmlui/handle/123456789/6560>.

²⁵ Kartika Tryandani, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia" (UISU Medan, 2022), <http://repository.uinsu.ac.id/handle/123456789/1460>.

²⁶ Tika Vinola Sari BR Sembiring, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Studi Perusahaan Sub Sektor Rokok Yang Terdaftar Di BEI Periode 2019-2021" (UMA Medan, 2023), <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/22037>.

Namun penelitian diatas berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofie Primadany Putri,²⁷ bahwa pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih secara parsial positif dan signifikan. Biaya promosi terhadap laba bersih tidak terdapat pengaruh. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih. Sepadan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nora Susanti,²⁸ bahwa biaya produksi terhadap laba bersih secara parsial tidak terdapat pengaruh. Biaya promosi terhadap laba bersih berpengaruh positif dan signifikan. Penjualan terhadap laba bersih berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba bersih.

Berdasarkan uraian diatas dan adanya perbedaan hasil penelitian atau gab penelitian dari beberapa penelitian sebelumnya dengan penggunaan variabel yang sama, ini menjadi dasar peneliti tertarik mengusulkan penelitian **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage* Yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023).”**

²⁷ Sofie Primadany Putri, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)” (UMSU Medan, 2022), <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/18196>.

²⁸ Nora Susanti, “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Tekstil Dan Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016” (UPB, 2018), <http://repository.upbatam.ac.id/3762/>.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penguraian latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020-2023 ?
2. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020-2023?
3. bagaimana pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020-2023?

C. Tujuan Penelitian

Atas dasar pengidentifikasian masalah yang telah di jelaskan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.
2. Untuk menguji dan menganalisis apakah biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage*

yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.

D. Manfaat Penelitian

Atas dasar penguraian tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, manfaat penelitian yang diharapkan tercapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. **Bagi Peneliti**, yaitu diharapkan agar ilmu yang diperoleh di perguruan tinggi dapat diimplementasikan dengan baik, serta menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan di bidang akuntansi yang berhubungan dengan pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih.
2. **Bagi Akademisi**, yaitu diharapkan dapat menjadi bahan referensi atau rujukan pihak akademisi, terutama bagi yang tertarik melaksanakan penelitian (riset) yang serupa atau pengembangan biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih. Dan diharapkan mampu mengalokasikan dukungan dalam evolusi ilmu akuntansi terkhusus perusahaan manufaktur.
3. **Bagi Perusahaan**, yaitu diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang berkaitan dengan perencanaan biaya dan pendapatan, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai masukan bagi pihak manajemen dalam menjalankan aktifitas khususnya pada biaya produksi dan biaya promosi.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berkaitan erat dengan teori. Menurut Sidik dan Denok, hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara atas permasalahan yang sedang diteliti.²⁹

²⁹ Nur Priadana, M Sidik, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021), 38.

Sehingga berdasarkan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage*.

H_a : Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage*.

2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage*.

H_a : Biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage*.

3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage*.

H_a : Biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage*.

F. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan rujukan untuk mengembangkan materi yang ada dalam penelitian ini, Berikut data beberapa penelitian yang telah lebih dulu dilakukan orang lain dengan variabel yang sama yakni :

1. *Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Mortar PT. Gunung Derajat Ponorogo Periode 2019-2021 oleh*

*Anida Yoga Zionita (2022), mahasiswi IAIN Ponorogo.*³⁰

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan pengaruh signifikan biaya produksi negatif dalam peningkatan laba sedangkan pengaruh volume penjualan pada laba perusahaan positif signifikan. Sedangkan biaya produksi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba perusahaan Mortar PT. Gunung derajat Ponorogo. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel biaya produksi dan laba perusahaan. Perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan volume penjualan sebagai variabel sedangkan penelitian ini menggunakan biaya promosi sebagai variabelnya. Terkait dengan objek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan perusahaan Mortar PT. Gunung Derajat Ponorogo, sedangkan objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI.

2. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2020 oleh Intan Tari Septiana (2022), mahasiswi Unpak Bogor.*³¹

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan secara parsial negatif signifikan, pengaruh biaya promosi terhadap

³⁰ Zionita, “Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Mortar Pt . Gunung Derajat Ponorogo.”

³¹ Septiana, “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2020.”

laba bersih positif signifikan, dan pengaruh penjualan terhadap laba positif dan signifikan, serta biaya produksi, biaya promosi dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih secara simultan. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel biaya produksi, biaya promosi dan laba perusahaan. perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan variabel penjualan sedangkan penelitian ini tidak menggunakannya. Terkait dengan objek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI, sedangkan objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI.

3. *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021 oleh Kartika Tryandani (2022), mahasiswa UISU Medan.*³²

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba bersih, Biaya promosi berpengaruh negatif terhadap laba bersih, dan volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih. Sedangkan secara simultan biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel biaya produksi, biaya promosi dan laba perusahaan. perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan

³² Tryandani, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia."

volume penjualan sebagai variabel sedangkan penelitian ini tidak menggunakannya. Terkait dengan objek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI, sedangkan objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI.

4. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Tekstil dan Garment Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016 oleh Nora Susanti (2018), mahasiswi UPB Batam.³³

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi terhadap laba bersih secara parsial tidak terdapat pengaruh. Biaya promosi terhadap laba bersih berpengaruh positif dan signifikan. Penjualan terhadap laba bersih berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba bersih. Persamaa penelitian ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih. Perbedaannya terletak pada tahun dan objek penelitian, penelitian terdahulu menggunakan tahun 2012-2016 dengan objek penelitian perusahaan sektor tekstil dan garment, sedangkan penelitian ini menggunakan tahun 2020-2023 dengan objek penelitian perusahaan sektor *food and beverage*.

³³ Susanti, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Tekstil Dan Garment Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016."

5. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) oleh Sofie Primadany Putri (2022), mahasiswi UMSU Medan.*³⁴

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba perusahaan sedangkan biaya promosi tidak terdapat pengaruh terhadap laba, serta secara simultan biaya produksi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap laba. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan variabel biaya produksi, biaya promosi dan laba perusahaan. Terkait dengan objek penelitian, penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama menggunakan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Perbedaannya terletak pada tahun penelitian, penelitian terdahulu menggunakan tahun 2018-2020, sedangkan penelitian ini menggunakan tahun 2020-2023.

³⁴ Putri, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)."