

# **PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PADA CV FIRECHEMINDO**

**Ary Nurul Awwalina**

**Arynurulawwalina813@gmail.com**

**SEKOLAH TINGGI EKONOMI MAHARDIKA**

---

## **ABSTRAK**

Penelitian ini meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih pada CV Firechemindo Surabaya pada tahun 2018-2020. Faktor-faktor tersebut ialah biaya produksi dan biaya promosi. Penelitian dilakukan dengan menguji biaya produksi dan biaya promosi secara parsial dan simultan terhadap laba bersih. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan CV Firechemindo. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah laporan bulanan yang berupa biaya produksi, biaya promosi dan laba perusahaan tahun 2018-2020 yaitu berjumlah 36 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dan biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan secara simultan biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Pada nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 55%.

Kata Kunci : Biaya/Produksi/Promosi/Laba Bersih

## **ABSTRACT**

*This study examines the factors that affect net income at CV Firechemindo Surabaya in 2018-2020. These factors are production costs and promotion costs. The research was conducted by testing production costs and promotion costs partially and simultaneously on net income. This research is a quantitative research. The population in this study is the financial statements of CV Firechemindo. The samples in this study are monthly reports in the form of production costs, promotion costs and company profits for 2018-2020, which are 36 samples. The results showed that partially production costs had a significant effect on net income and promotion costs had no significant effect on net income. Meanwhile, simultaneously production costs and promotion costs have a significant effect on the company's net profit. The value of the coefficient of determination ( $R^2$ ) is obtained at 55%.*

*Keywords: Cost/Production/Promotion/Net Profit*

## 1. Latar Belakang

Pada era kontemporer ini, ada peningkatan tingkat persaingan di sektor korporasi, atau satu-satunya organisasi bisnis yang memiliki peluang untuk bertahan adalah mereka yang memiliki rekam jejak kinerja dan profitabilitas yang solid. Pelanggan akan memiliki berbagai alternatif untuk dipilih saat membeli barang karena bisnis sekarang menawarkannya sebagai akibat dari meningkatnya persaingan di sektor bisnis. Ini akan membuat pembeli memilih lebih hati-hati saat melakukan pembelian.

Laba ialah istilah penggambaran perbedaan positif yang dihasilkan dari menjual barang atau jasa lebih dari biaya untuk memproduksi barang atau jasa tersebut. Manajemen perusahaan dapat dikatakan efektif jika berhasil meningkatkan pendapatannya. Perusahaan akan dapat menumbuhkan operasinya dan mempertahankan manajemen dan operasi bisnis terbaik jika menghasilkan laba setinggi mungkin.

Perusahaan pertama-tama harus mencapai potensi penjualan maksimumnya untuk memenuhi potensi keuntungan maksimumnya. Jumlah uang yang dikeluarkan untuk proses produksi harus dikurangi agar perusahaan dapat mengoptimalkan pendapatan penjualan.

Penjualan sering digunakan sebagai indikator kinerja perusahaan secara keseluruhan. Biaya perusahaan adalah salah satu sumber informasi terpenting ketika menganalisis strategi perusahaan. Bisnis biasanya mengalami masalah dengan perencanaan biaya karena perkiraan mereka sering bertentangan dengan skenario yang sebenarnya. Karena itu, penting untuk mengendalikan biaya produksi dan promosi yang akan dikeluarkan untuk mencapai manufaktur yang efisien.

Menurut Yulistiani dan Manda, "Biaya produksi adalah biaya yang terkait dengan pengubahan sumber daya mentah menjadi komoditas jadi yang dapat dijual" (2020:1120). Menurut penelitian mereka, ini. Biaya produksi adalah biaya untuk

memperkirakan baik harga pokok barang jadi maupun harga pokok barang yang masih diproduksi pada akhir periode akuntansi. Segala sesuatu mulai dari biaya bahan baku hingga biaya tenaga kerja dan overhead fasilitas termasuk dalam biaya produksi.

Biaya produksi yang besar dapat mempengaruhi penjualan. Perusahaan meminimalkan produksi untuk penyesuaian biaya produksi yang digunakan. Oleh karena itu, pengurangan volume untuk menghasilkan suatu produk akan mempengaruhi tingkat laba yang dihasilkan. Kegagalan dalam mengendalikan biaya produksi dapat mengakibatkan berkurangnya pendapatan. Keberhasilan dalam mengendalikan biaya produksi akan meningkatkan pendapatan. Penggunaan bahan baku yang bermutu akan memperoleh produk yang juga berkualitas. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa biaya produksi dapat menentukan nilai jual barang dan jasa yang dapat berpengaruh pada tingginya

keuntungan yang akan diraih nantinya. (Y. Casmadi, 2019: 41).

“Selain biaya produksi, ada juga biaya iklan, yang sama pentingnya untuk menghitung potensi margin laba secara keseluruhan. Strategi yang paling populer untuk membangun komunikasi dua arah antara bisnis dan konsumen mereka adalah dengan menggunakan harga khusus. Istilah “promosi pengeluaran” mengacu pada kumpulan dana yang disediakan oleh perusahaan untuk kegiatan promosi yang dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan (Dwiyanto et al., 2020: 23).

Penjelasan diatas menyoroti betapa kompleksnya subjek promosi dalam bisnis serta betapa pentingnya menerapkan metode atau pendekatan yang sesuai saat menjangkau klien dengan media promosi, yang umumnya memakai satu ataupun lebih faktor promosi. Bisnis jelas menginginkan adanya peningkatan pendapatan mereka agar meningkatkan keuntungan, serta jelas bahwa pemasaran memainkan peran besar dalam membantu bisnis dalam mencapai tujuan mereka meningkatkan pendapatan.

Biaya yang terkait dengan promosi mungkin memiliki efek langsung pada penjualan. Pendapatan keseluruhan perusahaan akan meningkat karena menghabiskan lebih banyak uang untuk pemasaran dan periklanan.

Temuan uji hipotesis pada penelitian tersebut menunjukkan jika biaya iklan mempunyai dampak yang besar dan sebagian menguntungkan terhadap pendapatan bisnis. Hasil tersebut sesuai dengan hasil investigasi lain yang diperoleh ulama sebelumnya Laki, Nangol dan Wokas (2019:2)

Biaya promosi dapat memperbesar pendapatan dikarenakan bisa membuat konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Sedangkan hasil penelitian Noviani (2019:9) menunjukkan bahwa “biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba, sedangkan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba”

Dari penjelasan ini menarik perhatian akademisi, yang kemudian ingin memahami lebih jelas mengenai biaya perusahaan, termasuk yang terkait dengan produksi dan promosi, dapat berpengaruh terhadap pendapatan bersih yang diperoleh bisnis. Sehingga dari gambaran diatas penulis akan membuat penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada CV Firechemindo Surabaya.”**

## **2. Rumusan Masalah**

Berlandaskan latar belakang penelitian tersebut, bisa diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada CV Firechemindo ?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada CV Firechemindo?
3. Apakah biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih pada CV Firechemindo ?

## **3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada CV Firechemindo.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada CV Firechemindo.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan biaya promosi secara simultan terhadap laba bersih pada CV Firechemindo.

#### **4. Manfaat Penelitian**

##### 1. Aspek Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai tambahan data empiris dalam bidang ilmu akuntansi manajemen. Untuk mencapai tujuan bisnis, terutama laba perusahaan, juga diharapkan bahwa temuan tersebut akan digunakan untuk memperluas pengetahuan tentang biaya produksi dan biaya promosi

untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, hasilnya dapat digunakan sebagai data tambahan untuk penelitian serupa di masa depan.

##### 2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diprediksi akan mengarah pada rumusan hipotesis tentang variabel-variabel yang mempengaruhi pertumbuhan atau penurunan laba suatu perusahaan. Dasar dari penelitian ini adalah gagasan tentang manfaat informasi. Konsep tersebut memiliki unsur-unsur yang harus diperhatikan bagi informan supaya keluasan laporan keuangan bisa memuaskan keperluan penggunaanya.

##### 3. Aspek Praktis

Diharapkan bahwa temuan penelitian akan menawarkan ide

dan data yang dapat digunakan perusahaan sebagai masukan untuk merencanakan biaya dan keuntungan untuk mencapai target perusahaan, terutama mengoptimalkan keuntungan. Kemampuan perusahaan untuk memperkirakan biaya produksi bisa berdampak pada besarnya keuntungan yang diterima, tetapi begitu juga dengan temuan penelitian ini, yang dapat dipertimbangkan ketika menerapkan inisiatif promosi untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.

## 5. Kajian Teori

### a. Definisi biaya produksi

Sebuah proses produksi yang efektif dan efisien diperlukan untuk berfungsinya sebuah perusahaan manufaktur. Proses manufaktur memerlukan mengubah sumber daya mentah menjadi barang jadi atau barang yang dapat dijual kepada konsumen. Prosesor menyebutnya "pemrosesan." Menemukan metode untuk

mengurangi biaya produksi sangat penting; beberapa metode ini dapat dilihat pada produk akhir, sementara yang lain tidak. Kedua jenis biaya menyeimbangkan dan mendukung satu sama lain selama produksi produk.

Biaya produksi menurut Bustami dalam Syukriadi (2016:21), adalah pengeluaran yang terjadi selama prosedur pembuatan sebuah barang ataupun jasa dan meliputi biaya tenaga kerja langsung, bahan mentah, serta overhead operasional. Biaya produksi, sering dikenal sebagai biaya barang, adalah pengeluaran yang mungkin terjadi jika produk disimpan dalam persediaan. Biaya ini mencakup tenaga kerja, perlengkapan, dan overhead.

### b. Definisi biaya promosi

Menurut apa yang ditemukan dalam Meylani (2020:39), "Promosi adalah sistem operasi komersial menyeluruh yang ditetapkan untuk mengadegandakan, memutuskan nilai jual, mengiklankan, dan memasarkan produk serta layanan guna melayani permintaan konsumen saat ini

serta pembeli baru. Tujuan utama dari promosi adalah untuk mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran yang digunakannya sekaligus mendidik, membujuk, dan membujuk mereka. Untuk mempertahankan merek dan citra produk di benak konsumen, iklan pengingat harus dibuat dilakukan pada tahap kedewasaan siklus hidup produk atau jasa saat sedang diproduksi. Iklan ini dijalankan saat barang atau jasa masih diproduksi.

Promosi dapat meningkatkan nilai suatu produk dengan mendidik konsumen tentang hal itu. Promosi dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang bermanfaat kepada konsumen tentang produk, harga, atau topik lain yang menarik dan menguntungkan mereka.

## **6. Metodologi Penelitian**

Sebuah metode kuantitatif telah diambil untuk tujuan penelitian ini, yang telah diklasifikasikan sebagai bentuk penelitian. Penelitian kuantitatif sangat berfokus pada penyelidikan data numerik

(angka), yang kemudian diperiksa menggunakan metode statistik. Menurut Sugiyono (2018:15), pendekatan kuantitatif adalah metodologi berbasis positivis yang bertujuan untuk mendefinisikan dan menguji hipotesis yang peneliti kembangkan. Diawali dari mengumpulkan data, dilanjutkan melalui tahap menganalisis, serta ditutup dengan penyajian temuan, penelitian kuantitatif hampir selalu memerlukan jumlah data numerik yang cukup besar.

### **a. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang andal serta mampu diakui dapat dikumpulkan pada tahap proses penelitian ini dalam berbagai metode, termasuk namun tidak terbatas pada hal-hal berikut::

1. Observasi Lapangan, yaitu metode dalam mengumpulkan data yang dilaksanakan dengan pemeriksaan langsung pada CV Firechemindo dan bertujuan untuk memperoleh data tentang permasalahan yang dibahas.
2. Dokumentasi, merupakan metode dalam mengumpulkan data menggunakan dokumen mengenai

CV Firechemindo dan terkait dengan permasalahan-permasalahan yang diteliti.

b. Sumber dan Pengumpulan Data

Sumber data yang tepat menjadi dasar bagi peneliti dalam menentukan masalah penelitian. Untuk itu peneliti sangat perlu memikirkan dari mana sumber data itu berasal. Dalam mengumpulkan sumber data, peneliti mengumpulkan sumber data berupa data primer dan data sekunder.

c. Analisis Data

a) Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik dan perkembangan secara kuantitatif baik dalam variabel independen maupun variable dependen, dengan menggunakan dasar angka tahun yaitu selama 3 periode yakni tahun 2018-2020.

b) Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dipakai guna mengetahui ada ataupun tidaknya digresi asumsi klasik ataupun regresi berganda yang dipakai. Pengujian tersebut meliputi empat uji, yaitu uji normalitas, uji

multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

c) Analisis Regresi linier Berganda

Analisis linier berganda ini telah dilakukan untuk memastikan pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih CV Firechemindo selama tahun fiskal 2018–2020. Berikut adalah persamaan linier berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Laba Bersih (variabel terikat)

$\alpha$  = Bilangan Konstan (*intercept*)

$\beta_1 \beta_2$  = Koefisien Regresi atau Angka Arah

$X_1$  = Biaya produksi (variabel bebas)

$X_2$  = Biaya promosi (variabel bebas)

e = Standar Error (residual)

d) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen terhadap hubungan yang signifikan. Pada penelitian ini Teknik pengujian hipotesis terdiri dari Uji t (Uji Parsial), Uji F (Uji Simultan), dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

## 7. Hasil Penelitian

1) Uji Koefisien Detereminasi ( $R^2$ )

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, maka masing-masing variabel independen yang terdiri dari biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu laba bersih perusahaan yang dinyatakan dengan *Adjusted R square* ( $R^2$ ). Pengujian koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk untuk mengetahui besarnya kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel terikat. Dari hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.8  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,759 <sup>a</sup>	,576	,550	8841375,918

a. Predictors: (Constant), Promosi, Produksi  
Sumber : Data diolah - Output SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi untuk model regresi sebesar 0,550 yang berarti bahwa biaya produksi dan biaya promosi dapat menjelaskan variabel laba bersih sebesar 55%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

2) Uji Statistik F (Pengaruh Simultan)

Menggunakan uji analisis varians (ANOVA) untuk menganalisis statistik F (uji F). digunakan untuk menentukan apakah atau apakah variabel bebas (independen) secara kolektif berdampak pada variabel yang diteliti (variabel yang diteliti) (dependen). dampak gabungan

dari elemen independen seperti biaya kualitas, promosi, serta produksi pada keuntungan bersih sebuah perusahaan (secara bersamaan). Adapun ketentuan pengujian secara simultan dengan menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  (0.05). Olahan data tersebut mampu mmeproleh hasil seperti berikut dengan memakai *IBM SPSS Statistic 23*.

Tabel 4.9  
Uji Statistik F  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	350334679561	2	175167339780	22,409	,000 <sup>b</sup>
		2809,500		6404,800		
	Residual	257960762833	33	781699281315		
		9551,500		01,560		
	Total	608295442395	35			
		2361,000				

a. Dependent Variable: Laba

b. Predictors: (Constant), Promosi, Produksi  
Sumber : Data diolah - Output SPSS 23

Tingkat signifikansi 0,05, sedangkan tabel untuk uji simultan sebelumnya (uji f) menunjukkan nilai signifikansi 0,000. Hal ini disebabkan fakta bahwa jika 0,000 lebih kecil dari 0,05, hipotesis alternatif (H1) akan diterima daripada hipotesis nol (H0). Memperoleh Fhitung senilai 22.409, sedang Ftabel di taraf signifikansi 0,05 mampu dicari memakai  $F_{tabel} = (k-1) = (3-1): (36-3) = 2:33$ , sehingga diperoleh nilai Ftabel 3,28, menggunakan rumus ini:  $F_{tabel} = (k-1) = (3-1): (36-3) = 2:33$ . H0 ditolak dan H1 disahkan karena perhitungan Ftabel menghasilkan hasil yang menunjukkan bahwa Fhitung lebih besar dari Ftabel, yaitu sebesar 22,409 lebih besar dari 3,28. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa, jika digabungkan, biaya produksi dan biaya

promosi memiliki dampak yang signifikan terhadap pendapatan bersih.

Hasil ini menunjukkan bahwa naik turunnya nilai laba bersih perusahaan CV Firechemindo bergantung pada naik turunnya nilai biaya produksi dan biaya promosi yang dimiliki perusahaan tersebut.

### 3) Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial ( Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2) terhadap laba bersih CV Firechemindo (Y). Hasil pengolahan data menggunakan *IBM SPSS Statistic 23* dengan menggunakan tingkat sinifikansi  $\alpha = 5\%$  (0.05) diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10  
Uji Parsial (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25834281,50	6728881,79		3,839	,001
		9	5			
	Produksi	,217	,033	,758	6,659	,000
	Promosi	-3,274	2,487	-,150	-1,316	,197

Sumber : Data diolah - Output SPSS 23

Dari tabel 4.10 yang menguji dampak biaya produksi serta promosi pada

keuntungan bersih sebuah perusahaan, dapat disimpulkan bahwa:

a) Dengan menggunakan tabel daripada uji t (pengujian parsial) yang telah ditampilkan sebelumnya, dapat ditentukan nilai biaya produksi sebagai berikut: angka ttabel senilai 2,036 dapat diturunkan daripada nilai thitung tabel statistik sebesar 6,659 yang terlihat. Nilai ini diperoleh dengan menggunakan taraf signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dan derajat besarnya  $df = n-k-1$  ( $36-3-1 = 32$ ). Berdasarkan hasil perhitungan ttabel yang menunjukkan bahwa 6.659 lebih dari 2.036 dan thitung lebih kecil dari ttabel, maka hipotesis H1 diterima sedangkan hipotesis H0 ditolak. Dari sini, mampu menyimpulkan jika ada hubungan yang signifikansi antara biaya produksi dan pendapatan bersih.

b). Dengan menggunakan tabel dari uji parsial (uji t) yang diberikan di atas, dapat ditentukan bahwa nilai signifikan biaya promosi adalah 0,197. Tabel dapat digunakan untuk menggambarkan hal ini. Akibatnya Hipotesis 1 ditolak dan

Hipotesis 0 diterima jika nilai 0,197 lebih besar dari 0,05. Selain itu, karena diketahui bahwa thitung adalah -1.316, dapat ditunjukkan bahwa H0 diperbolehkan tetapi H1 tidak karena thitung dibagi dengan ttabel = -1.316 lebih kecil dari 2.036. Hal ini menyebabkan orang percaya bahwa tidak ada hubungan yang berarti antara biaya promosi dan laba bersih.

## 8. Pembahasan

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah guna menentukan apa biaya produksi serta promosi akan berdampak simultan ataupun parsial terhadap CV Firechemindo pada tahun 2018-2020. Setelah menjalankan analisis regresi dalam SPSS versi 23 menghasilkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 25.834.281,509 + 217 X1 - 3,274 X2 + e$$

1) Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih CV Firechemindo

Pengeluaran yang terlibat dalam memproduksi item yang tidak dapat dihindari disebut sebagai "biaya produksi." Namun, pengeluaran ini dapat diperkirakan secara kasar. Tingkat biaya produksi ini merupakan jumlah perbaikan yang dihitung dengan menggunakan komponen produksi seperti bahan-bahan atau materi yang diperlukan, pegawai, alat perkakas, dan sarana lainnya guna menjadikan suatu produk jadi..

Salah satu elemen yang mampu digunakan untuk mengevaluasi keuntungan perusahaan adalah jumlah produksi yang dicapai; secara umum, Apabila jumlah produk yang dihasilkan semakin banyak makin tinggi, maka makin tinggi pula biaya yang diperlukan untuk proses produksi dalam menghasilkan produk. Jumlah keuntungan yang dapat dihasilkan meningkat dengan ukuran produksi yang dapat diperoleh.

Sangat mudah untuk memahami bagaimana biaya produksi mempengaruhi keuntungan dengan

melihat temuan keluaran dari uji-t yang dilakukan oleh peneliti yang menggunakan SPSS untuk memeriksa data. Bila angka signifikansi tidak lebih dari 0,05, maka layak untuk menyimpulkan jika biaya produksi berpengaruh atau berdampak pada pendapatan bersih.

Ambang batas signifikansi ditetapkan pada 0,000, dan hasilnya diputuskan menjadi nilai t. Biaya produksi diperkirakan sebesar \$6,569. Jika t bernilai positif, kemungkinan besar biaya produksi dan laba bersih berbanding terbalik. Hal ini membawa seseorang pada kesimpulanjikalau biaya produksi memiliki dampak signifikan pada pendapatan bersih. Tingkat relevansi ini memungkinkan kami untuk menyimpulkan jikalau biaya produksi akan berpengaruh pada laba bersih CV Firechemindo di masa mendatang.

Penelitian Marwinsyah, yang menemukan bahwa biaya produksi berdampak pada hasil laba bersih, mendukung kesimpulan penelitian ini.

## 2) Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih CV Firechemindo

Untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat dan calon konsumen terhadap produknya, pelaku usaha harus aktif melakukan kegiatan promosi. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan informasi, meningkatkan penjualan, menjaga penjualan tetap konstan, meningkatkan positioning produk, dan meningkatkan citra produk. Biaya ini dikenal sebagai biaya promosi apabila dikeluarkan oleh perusahaan sebagai akibat dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Menghabiskan uang untuk promosi diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan dan laba bersih secara keseluruhan.

Hasil uji hipotesis memungkinkan kami untuk menyimpulkan jikalau biaya periklanan CV Firechemindo tak memiliki dampak signifikan pada pendapatan bersih selama tahun 2010–2018. Studi ini memiliki kemampuan untuk menunjukkan bahwa pendapatan bersih

masa depan tidak terpengaruh oleh biaya promosi. Nilai signifikansi statistik adalah 0,902, sedangkan nilai statistik t-hitung adalah -1,516. Jika t bernilai negatif, kemungkinan besar biaya pemasaran berhubungan langsung dengan laba bersih. Akibatnya, orang dapat menarik kesimpulan bahwa biaya yang terkait dengan promosi memiliki sedikit atau tidak berpengaruh pada pendapatan bersih. Mampu tersimpulkan apabila biaya periklanan di masa mendatang tidak akan berdampak pada keuntungan bersih CV Firechemindo apabila angka signifikasinya melampaui dari 0,05.

Guna membantu organisasi beroperasi lebih menguntungkan, efektif, dan menghasilkan lebih banyak pendapatan, mereka dikenakan biaya promosi. Penelitian Mauridina Rahmanita yang memiliki judul “Pengaruh Biaya Promosi dan Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening” mendukung pernyataan Alma. Menurut

penelitian ini, pengeluaran untuk promosi tidak dapat meningkatkan penjualan atau meningkatkan pendapatan bisnis. Klaim Alma mendukung gagasan ini. Besarnya biaya yang dipergunakan oleh perusahaan guna kegiatan promosi saat mendistribusikan produk ke pengguna akhir memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan pergerakan konsumen serta perluasan pasar konsumen. Rahma juga mendukung penuh kesimpulan penelitian yang menunjukkan jikalau periklanan tidak memiliki dampak pada pendapatan bersih.

### 3) Pagaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada CV Firechemindo

Berdasarkan hasil uji hipotesis, laba bersih CV Firechemindo akan dipengaruhi secara signifikan oleh biaya produksi dan promosi selama tahun 2018–2020. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa laba bersih masa depan dapat dipengaruhi oleh biaya produksi dan promosi. Tingkat signifikansi

ditetapkan pada 0,000, dan nilai F ditemukan menjadi 108,252. Mampu diambil kesimpulan jikalau biaya produksi serta periklanan akan berdampak pada pendapatan bersih CV Firechemindo dalam waktu dekat berdasarkan perhitungan F dan tingkat relevansi. Laba bersih secara bersamaan dipengaruhi oleh biaya produksi dan promosi.

## 9. Kesimpulan

Visi penelitian yang terlakukan ini ialah guna mengenal dampak atau pengaruh dari 2 variabel bebas ialah biaya produksi serta promosi terhadap variabel terikat ialah pendapatan bersih perusahaan. Beberapa kesimpulan mampu ditarik berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diantaranya:

1. Biaya produksi memiliki dampak positif serta signifikan pada pendapatan perusahaan pada CV Firechemindo. Keuntungan atau laba suatu perusahaan ditentukan dari jumlah produksi perusahaan yang diperoleh. Biaya produksi yang tinggi menunjukkan jikalau perusahaan dapat menjual banyak produk

sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan.

2. Biaya promosi ataupun periklanan memiliki dampak negatif serta tidak signifikan pada pendapatan perusahaan. Tingginya biaya periklanan yang dipergunakan perusahaan menunjukkan jikalau perusahaan gagal mempromosikan produknya pada publik serta belum mencapai target pasar, sehingga tidak mempengaruhi peningkatan pendapatan perusahaan.

3. Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan pada pendapatan bersih perusahaan. Naik turunnya nilai biaya produksi dan biaya promosi mempengaruhi laba bersih perusahaan.

## **10. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian diatas, sbeberapa saran yang mampu dipertimbangkan terkait dengan penelitian yang terlakukan ialah seperti berikut :

1. Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen, dan penulis mengharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat

menggunakan variabel lainnya sehingga untuk selanjutnya dapat ditemukan variabel lain yang akan mempengaruhi laba bersih perusahaan sehingga mampu memperluas pengetahuan tentang variabel-variabel yang mempengaruhi pertumbuhan atau penurunan laba. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian dengan jumlah sampel yang lebih sehingga hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih kuat.

2.. Bagi perusahaan diharapkan dapat memaksimalkan promosi dengan mengkomunikasikan lebih baik produknya kepada masyarakat sehingga dapat menjangkau target . Perusahaan juga diharapkan dapat meningkatkan biaya produksi untuk meningkatkan jumlah produksi sehingga laba bersih yang didapatkan perusahaan juga meningkat. Karena perencanaan biaya dan pendapatan adalah hal penting untuk mencapai visi perusahaan sehingga mampu memaksimalkan keuntungan.

## **11. Daftar Pustaka**

- Casmadi, Y., And Irfan Azis. "Pengaruh Biaya Produksi & Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk." *Jurnal Akuntansi* 11.1 (2019): 41-51.
- Darnawi, Mrs, Jaka Waskito, And Mahben Jalil. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Hasil Penjualan Produk Bawang Goreng Pada Ud Bawang Goreng Di Desa Pagedangan Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal." *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi* 9.2 (2018).
- Fadilah, Nurul. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Distribusi Dalam Meningkatkan Volum Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Nurul Amin Di Sampang." *Majalah Ekonomi* 25.2 (2020): 51-60.
- Fadilah, Nurul. "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Distribusi Dalam Meningkatkan Volum Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Nurul Amin Di Sampang." *Majalah Ekonomi* 25.2 (2020): 51-60.
- Felicia, dan Gultom, R. (2018). "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013–2015". *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, Vol 1, No. 1, hal 1–12.
- Fitrasani, Anisa Nuzul. Analisis Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016. Diss. STIE YKPN, 2018.
- Firmansyah, Taopik dan Eris Darsawati (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*, Vol.5, No. 9, hal 68-80.
- Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 1.2 (2019).
- Laki, Melisa Feronica, Grace B. Nangoi, And Heince Rn Wokas. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada Pt. Megamitra Makmur Sentosa Manado." *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi* 14.1 (2019).
- Maulidina Rahmanita. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening". (2017)
- Meylani, Silviana. "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bakpia Eka Di Tulungagung." (2020).
- Naryono, Endang. "Dampak Perputaran Modal Kerja terhadap Laba Operasi pada PT. Holcim Indonesia, Tbk." *Digital Economic, Management and Accounting*

- Knowledge Development (DEMANd) 1.2 (2019): 1-14.
- Nashrul, Marwinsyah. Pengaruh Biaya Produksi Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei 2017–2019. Diss. Universitas Wijaya Putra, 2020.
- Ningsih, Sri Rahayu. "Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Warung Sate Kambing Pak Sukiran." (2021).
- Novita Sari Pulungan."Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Mayora Indah Tbk".(2017)
- Prakoso, A. W., & Dwiyanto, B. M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang Konsumen Rown Division Di Kota Solo (Doctoral Dissertation, Undip: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Radella, Lasca, Akhmad Saebani, And Agus Maulana. "Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih." Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi 2.1 (2021): 59-70.
- Rahma, R. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018 (Doctoral Dissertation, Iain Padangsidimpuan).
- Rohani, C.A., 2021. Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Cv. Nj Food Industries. Nusantara Hasana Journal, 1(4), Pp.55-64.
- Savitri Yuliani, Mia. Pengaruh Nilai Persediaan Barang Dagang Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Cv Anugerah Kencana Motor Cabang Muara Enim Periode 2017-2019. Diss. 021008 Universitas Tridinanti Palembang, 2020.
- Susilawati, E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok Pt Gudang Garam Tbk Yang Terdaftar Di Bei Periode 2011-2017). Manners, 2(1), 25-39.
- Syukriadi, M. (2016). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Tumanggor Mike. "Pengaruh Biaya Operasional Volume Penjualan, Modal Kerja dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Laba Bersih Perusahaan Sub Sektor Logam dan Sejenisnya Yang Terdaftar di BEI.(2017)
- Yulistiani, Shella Putri, And Gusganda Suria Manda. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Laba Bersih Pada Perusahaan Industri Rokok Yang Terdaftar Di Bei." E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana 9 (2020): 1117-1126.