

PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Ika Noviani*, Handra Tipa**

*Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam

**Dosen Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam

e-mail: ikhanoviani83@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of production costs, promotion costs and sales volume on profits in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2013-2017. The population in this study is a company found in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique uses purposive sampling. The dependent variable in this study is profit. Independent variables include: production costs, promotion costs and sales volume. The analytical method used is a multiple linear regression analysis method using SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 22. The sample used is 40 financial reports from 8 consumption sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sample can be based on the following criteria: (1) Manufacturing companies of the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange from 2013-2017. (2) Data taken is financial statements in rupiah. (3) Availability and completeness of data during the period 2013-2017. The results showed that production costs and promotion costs did not significantly influence earnings, while sales volume had a significant effect on earnings.

Keywords: Production Costs, Promotion Costs, Sales Volume, Profit.

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan mempunyai target yang ingin dicapai. Salah satunya ialah untuk mendapatkan laba yang tinggi. Laba sering dimanfaatkan untuk mengukur atau menilai kinerja suatu perusahaan. Agar memperoleh laba sesuai dengan yang diinginkan, suatu perusahaan perlu merencanakan laba yang baik. Hal ini ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memprediksi kondisi usaha pada masa yang akan datang, serta mengamati adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba.

Dengan meningkatnya persaingan dalam memperebutkan pasar, perhatian manajemen beralih ke pemasaran produknya, karena kegiatan suatu produksi tidak akan menjamin dihasilkan laba, jika pemasaran produknya

tidak mampu merebut pasar. Oleh karena itu, manajemen suatu perusahaan dituntut untuk memperluas perhatiannya di bidang promosi produknya.

Pemasaran dalam entitas mempunyai peran yang sangat penting, karena pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, melakukan perkembangan terhadap perusahaan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba. Pemasaran berusaha mencari tau keinginan dan kebutuhan konsumen pasar sasarannya. Apabila suatu perusahaan dalam proses produksinya memproduksi barang dengan kualitas yang baik, harga yang relatif murah dan tersebar di berbagai tempat, tetapi bila calon pembeli tidak mengetahui adanya produk tersebut.

Bila diingatkan atau dibujuk untuk membelinya, maka produk tersebut tidak akan dikenali oleh konsumen sehingga barang tersebut tidak akan laku pasaran dan segala sesuatu yang dilakukan akan menjadi sia-sia.

KAJIAN TEORI

Laba merupakan salah satu tujuan yang dilakukan seorangan atau kelompok dalam kegiatan usahanya. Laba yang diperoleh perusahaan akan dipakai untuk berbagai keperluan dan untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan tersebut. Menurut Zakiyudin (2013:29) menyatakan Laba adalah suatu selisih dari pendapatan dengan beban.

Mulyadi (2012:313) mengemukakan bahwa beberapa faktor yang berpengaruh terhadap laba adalah sebagai berikut:

1. Biaya
2. Harga Jual
3. Volume Penjualan dan produksi

Penjualan ialah suatu kegiatan peralihan barang atau jasa yang merupakan bagian dari strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan bagi kedua belah pihak tanpa saling merugikan. Menurut Rudianto (2012:207), penjualan merupakan interaksi antara individu yang saling bertatap muka yang ditujukan untuk menciptakan dan memperbaiki, atau mempertahankan suatu hubungan pertukaran sehingga saling menguntungkan bagi pihak lain.

Firmansyah (2016) mengatakan, promosi adalah cara perusahaan untuk mengenalkan produknya kepada calon konsumen, serta membujuk dan menarik minat konsumen ataupun calon konsumen agar mau membeli produk yang dikeluarkan oleh perusahaan dan serta memudahkan konsumen untuk membeli produk-produknya. Promosi juga berfungsi untuk memberikan informasi atau komunikasi yang memberi penjelasan dan mendorong konsumen untuk melanjutkan pembelian produk atau jasa dan memulai pembelian produk atau jasa untuk calon konsumen dengan harga tertentu.

Firmansyah (2013:31) mendefinisikan biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku langsung menjadi bahan jadi.

Penelitian yang dilakukan Fadillah Zainnah Ramadhan (2014) melakukan

penelitian tentang Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya operasional Terhadap Laba Bersih di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan industri seperti manufaktur sub sektor industri barang konsumsi sub rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2005 –2014. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. sehingga hasil penelitian menunjukkan variable Biaya Produksi dan Biaya Operasional secara simultan memberikan pengaruh terhadap Laba Bersih.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis dalam penelitian adalah:

H1 : Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba

H2 : Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba

H3: Volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba

H4: Biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif dan merupakan penelitian dasar. Menurut Kuswanto (2012:19) penelitian yang bersifat kuantitatif merupakan penelitian yang datanya berbentuk angka dengan berbagai operasi matematika. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder. Menurut Kuswanto (2012:21) data sekunder adalah data yang sudah dikelola oleh pihak lain dan sudah dipublikasikan, misalnya dari majalah, Biro Pusat Statistik, dan lain-lain. Variabel dependent pada penelitian ini adalah laba (Y). Laba merupakan tolak ukur bagi perkembangan perusahaan. Laba merupakan salah satu indikator penting yang digunakan untuk menilai kinerja dan kemajuan suatu perusahaan dengan membandingkan dengan laba-laba sebelumnya, sedangkan yang menjadi variabel independent adalah biaya produksi (X_1), biaya promosi (X_2) dan volume penjualan (X_3).

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 yang berjumlah 42 perusahaan. Teknik pengambilan sampel digunakan untuk *non probability sampling* yaitu dengan *purposive sampling* yaitu teknik pemilihan sampel tidak secara acak tetapi sesuai dengan kriteria tertentu. Dari total 42 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, terdapat 8 perusahaan yang memenuhi kriteria. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari bantuan fasilitas internet yaitu melalui situs www.idx.co.id. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode regresi berganda (*multiple regression*). Metode ini digunakan untuk menguji satu variabel dependen dan variabel independen yang lebih dari satu. Pengelolaan data dengan menggunakan akan perangkat lunak statistik SPSS versi 22.

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan laba sebagai variabel independen. Uji asumsi klasik digunakan untuk mendeteksi ada atau tidak suatu penyimpangan persamaan regresi berganda yang digunakan.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai suatu residual mengikuti distribusi normal. Untuk suatu mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak dapat dilihat dari hasil Kolmogorov-Smirnov. Dikatakan memenuhi normalitas jika nilai residual yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2013: 105).

Menurut Ghozali (2013: 105), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antara variabel dependen.

Menurut (Ghozali, 2013: 111) Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Menurut Imam Ghozali (2012:139) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dari tingkat signifikansi dapat menggunakan uji Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedisitas.

Menurut Siregar (2013: 301) Regresi berganda merupakan suatu pengembangan dari regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk meramal permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Hasil pengujian ini digunakan untuk menggambarkan karakteristik sampel dengan menghitung nilai minimum, maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari variabel-variabel independen dan dependen. Berikut ini merupakan data hasil pengujiannya:

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BIAYA PRODUKSI	40	5.30	7.19	6.1939	.54193
BIAYA PROMOSI	40	4.50	6.25	5.4947	.57456
VOLUME PENUALAN	40	5.70	7.32	6.5952	.48066
LABA	40	4.49	6.39	5.5995	.50169
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

1. Variabel biaya produksi memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 40. Nilai minimumnya (terkecil) adalah 5,30, nilai maximum (terbesar) adalah 7,19, *mean* (rata-rata) 6,1939 sedangkan *standart deviation* (simpangan baku) adalah 0,54193
2. nilai maximum (terbesar) adalah 6,25, *mean* (rata-rata) 5,4947 Variabel biaya promosi memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 55. Nilai minimumnya (terkecil) adalah 4,50, sedangkan *standart deviation* (simpangan baku) adalah 0,57456.
3. Variabel volume penjualan memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 55. Nilai minimumnya (terkecil) adalah 5,70, nilai maximum (terbesar) adalah 7,32 dan *mean* (rata-rata) 6.5952, *standart deviation* (simpangan baku) adalah 0,48066.
4. Variabel laba memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 55. Nilai minimumnya (terkecil) adalah 4,49, nilai maximum (terbesar) adalah 6,39 dan *mean* (rata-rata) 5,5995, *standart deviation* (simpangan baku) adalah 0,50169.

4.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan pengujian apakah terdapat penyimpangan uji asumsi klasik yaitu melalui pengujian normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedasitas.

4.3 Uji Normalitas

Dalam menguji normalitas data dapat digunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov (K-S). Besarnya nilai K-S dengan tingkat signifikansi diatas 0,05 dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi dengan n

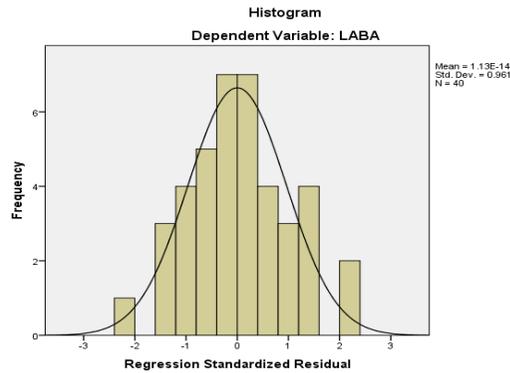
Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	.21135363
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.053
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

Dari hasil perhitungan Kolmogorov-Smirnov memperlihatkan bahwa nilai signifikansi sejumlah $0,200 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi bisa digunakan karena memenuhi asumsi normalitas atau dikatakan data penelitian terdistribusi secara normal.

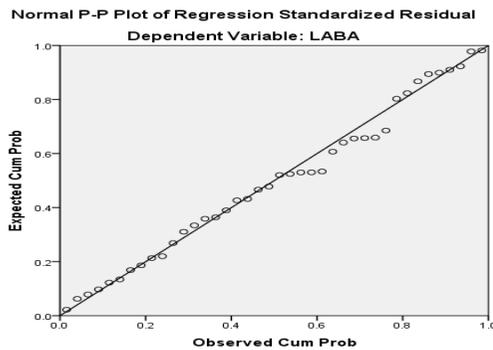
Selain menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov (K-S), dapat juga menggunakan uji normalitas grafik Histogram. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residu (perbedaan) memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk berupa kurva jika digambarkan akan berbentuk lonceng.



Gambar 1 Grafik Histogram
 Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

Dari hasil grafik histogram diatas dapat dilihat bahwa kurva terdistribusi secara normal, berbentuk simetris, tidak melenceng ke kanan atau ke kiri. Karena kurva berbentuk normal berarti daya yang diteliti

telah memenuhi syarat asumsi normalitas. Uji normalitas juga bisa disajikan dengan menggunakan grafik normal plot, adapun hasil uji tersebut adalah:



Gambar 2 Grafik Normal P-Plot
 Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

Dari grafik diatas, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, bisa dikatakan model regresi dalam penelitian ini memenuhi syarat asumsi normalitas.

4.4 Uji Multikolonieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi

multikolinearitas, maksudnya tidak boleh ada hubungan sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Pada penelitian ini digunakan nilai *variance inflation factors* (VIF) sebagai tolak ukur apakah ada atau tidaknya multikolinieritas diantara variabel bebas. Berikut adalah hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel 3 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
BIAYA PRODUKSI	.180	5.542
BIAYA PROMOSI	.211	4.740
VOLUME PENUALAN	.139	7.190

Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

Nilai tolerance variabel Biaya Produksi, biaya promosi, volume penjualan bernilai lebih besar dari 0,10. Hasil perhitungan nilai tolerance tersebut memperlihatkan adanya variabel independen yang memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10. Jadi dapat disimpulkan tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, ketiga variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, selanjutnya dapat disimpulkan bahwa tidak

ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.5 Uji Autokorelasi

Tujuan dari Uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Berikut ini adalah hasil dari uji autokorelasi:

Model Summary^b

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

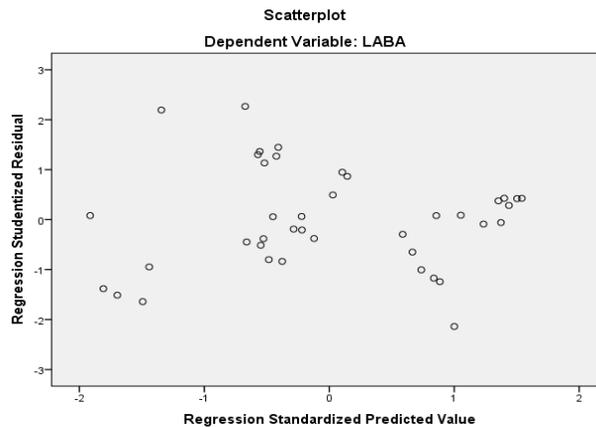
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.907 ^a	.823	.808	1.148

Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

Uji Autokorelasi yang digunakan adalah uji Durbin-Watson berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,148. Karena angka D-W berada antara -2 sampai +2, hal ini berarti tidak terdapat masalah autokorelasi. Maka dapat disimpulkan dalam model regresi tidak ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1.

4.6 Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan dugaan koefisien-koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil perkiraan dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang seharusnya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyestatkan, maka heteroskedastisitas tersebut akan dihilangkan dari model regresi. Hasil uji Heteroskedastisitas bisa dilihat dari gambar dibawah ini:



Gambar 3 Grafik Scatterplot

Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

Berdasarkan output Scatterplot diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas dengan melihat grafik Scatterplot mempunyai kelemahan yang cukup signifikan sebab jumlah pengamatan tertentu sangat mempengaruhi hasil ploting.

independen, yaitu Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan, serta satu variabel dependen, Laba Bersih yang mempunyai hubungan saling mempengaruhi antara keempat variabel tersebut. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan beberapa uji yaitu uji F, uji T. Analisis regresi linear berganda ini dengan menggunakan SPSS, dengan persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

4.7 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Dimana dalam penelitian ini terdapat tiga variabel

Coefficients^a

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.801	.520			-1.538 .133
	BIAYA PRODUKSI	-.231	.153	-.250		-1.510 .140
	BIAYA PROMOSI	-.071	.133	-.081		-.530 .600
	VOLUME PENUALAN	1.246	.197	1.194		6.343 .000

Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

4.8 Uji Parsial (T-Test)

Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀ :

1. Biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba.
2. Biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba.

- Volume penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap laba.

H_a :

- Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba.
- Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba.
- Volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba.

Jika nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Namun apabila nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05)

atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Untuk menguji apakah pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berpengaruh signifikan atau tidak, dalam penelitian ini menggunakan perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% dan $N = 40$, sedangkan tabel distribusi t dicapai pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n - k - 1 = 40 - 3 - 1 = 36$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen. Hasil yang diperoleh dari t_{tabel} adalah 2,028. Berikut merupakan hasil dari uji parsial (T-Test).

Coefficients^a

Tabel 6 Hasil Uji Parsial T-Test

Model	Unstandardized		Standardized		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.801	.520		-1.538	.133
	BIAYA PRODUKSI	-.231	.153		-.250	-.1510
	BIAYA PROMOSI	-.071	.133		-.081	-.530
	VOLUME PENJUALAN	1.246	.197		1.194	6.343

Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

Dari data diatas, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

- Hasil t_{hitung} biaya produksi (X1) sebesar -1,510 sedangkan $t_{tabel} = 2,028$, maka nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sementara nilai signifikan t_{hitung} pada variabel biaya produksi (X1) sebesar 0,133, maka $> 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba.
- Hasil t_{hitung} biaya promosi (X2) sebesar -0,530 sedangkan $t_{tabel} = 2,028$, maka nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$. Sementara nilai signifikan t_{hitung} pada variabel biaya promosi (X1) sebesar 0,140, maka $> 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya

biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba.

- Hasil t_{hitung} volume penjualan (X3) sebesar 6,343 sedangkan $t_{tabel} = 2,028$, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sementara nilai signifikan t_{hitung} pada variabel volume penjualan (X3) sebesar 0,00, maka $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba.

4.9 Uji Simultan (F-Test)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menguji apakah pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan terhadap laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia berpengaruh signifikan atau tidak, dalam penelitian ini menggunakan perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} dengan menggunakan tingkat keyakinan 95% $\alpha = 5\%$ dan $N = 40$, dengan $df 1$ (jumlah variabel - 1)

$4-1 = 3$, $df 2$ ($n-k$) $40-3 = 37$ dimana n merupakan jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen. Hasil yang diperoleh dari F_{tabel} sebesar 2,86.

ANOVA^a

Tabel 7 Hasil Uji Simultan F-Test

Model	Sum of			Mean Square	F	Sig.
	Squares	Df				
1	Regression	8.074	3	2.691	55.613	.000 ^b
	Residual	1.742	36	.048		
	Total	9.816	39			

Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.8, maka dapat dilihat hasil F_{hitung} menunjukkan nilai sebesar $55,613 > F_{tabel}$ sebesar 2,86 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel biaya produksi, dan biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba.

4.10 Uji Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinan dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinan. Berikut ini merupakan hasil dari analisis yang dilakukan, yakni:

Tabel 8 Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	.823	.808	.21998

Sumber: Data diolah tahun 2018, SPSS 22

Dari hasil diatas dapat di lihat bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,907. Hal ini diperlihatkan bahwa variabel Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terdapat adanya kenaikan Laba Bersih sebesar 90,7 %. Sedangkan sisanya 9,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model analisis penelitian ini

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh biaya produksi tidak signifikan terhadap laba. Hal ini karena peningkatan biaya produksi tidak akan meningkatkan laba melainkan akan menurunkan laba. Ini artinya semakin besar biaya

2. Pengaruh biaya promosi tidak signifikan terhadap laba. Hal ini karena biaya promosi yang meningkat dapat menurunkan laba, dikarenakan tidak semua biaya promosi yang dikeluarkan dapat meningkatkan penjualan. Ini disebabkan karena biaya promosi dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kemasan yang menarik, selera konsumen dan kualitas produk yang ditawarkan. Jika biaya promosi tinggi tetapi tidak diiringi dengan penjualan yang meningkat, maka laba suatu perusahaan akan menurun.
3. Pengaruh volume penjualan signifikan terhadap laba. Hal ini

- dikarenakan jika suatu perusahaan dengan volume penjualan yang tinggi, maka akan mendapatkan laba bersih yang tinggi pula. Ini karena laba dipengaruhi oleh pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan.
4. Pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih secara simultan dianalisis dengan menggunakan Uji F. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara keseluruhan (simultan) terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih karena hasil uji-F menunjukkan bahwa hasil tingkat signifikansi 0,000. karena tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan variabel biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, P., & Jaya, S. (2015). Pengaruh Biaya Peromosi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa Pada Putra Mas Di Desa Bulian, (1).
- Firmansyah, I. (2013). *akuntansi biaya itu gampang*. Jakarta: Dunia Cerdas.
- Firmansyah, T. dan E. D. (2016). Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014. *Issn 20886969*, 5(1), 68–80.
- Kuswanto, D. (2012). *STATISTIK UNTUK PEMULA & ORANG AWAM*.
- mulyadi. (2012). *akuntansi biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mursyidi. (2008). *AKUNTANSI BIAYA*. Bandung: Refika Aditama.
- Ramadhan, F. zainnah. (2014). *PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH*.
- Rudianto. (2012). *PENGANTAR AKUNTANSI*. Erlangga.
- Rustami, P., & I Ketut & Wayan. (2014). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. *E-Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1), 1–9.
- S, A. F. (2014). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih, 1–19.
- Sugiyono. (2011). *STATISTIK UNTUK PENELITIAN*.
- Syahputra, Denny Prabu, W. dan D. (2018). *PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH*, 5(1), 549–557.
- Yuliati, D. E. (2017). “PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA OPERASIONAL, PENDAPATAN USAHA, DAN PERPUTARAN TOTAL AKTIVA TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2014.
- Zakiyudin, A. (2013). *AKUNTANSI TINGKAT DASAR*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Octavia, Silvi. (2015). Pengaruh Biaya Pemasaran dan Gaji Karyawan Terhadap Hasil Penjualan Pada Holland Bakery. *Ekonomi*
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.