



Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Periode 2014-2023

Rizky Khairunnisa^{1*}, Tri Sulistyani²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
 rizkykhairunnisa0105@gmail.com^{1*}, dosen01793@unpam.ac.id

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk periode 2014-2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode statistik deskriptif dan statistik asosiatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi), analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis (uji parsial dan uji simultan), dan uji koefisien determinasi. Hasil analisis secara parsial menunjukkan bahwa; (1) biaya produksi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap laba bersih, dengan nilai $t_{hitung} -2,309 < t_{tabel} 2,447$ dan signifikansi $0,060 > 0,05$; (2) biaya promosi juga berpengaruh negatif dan tidak signifikan, dengan nilai $t_{hitung} -1,568 < t_{tabel} 2,447$ dan signifikansi $0,168 > 0,05$; (3) penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, dengan nilai $t_{hitung} 2,809 > t_{tabel} 2,447$ dan signifikansi $0,031 < 0,05$. Sementara itu, secara simultan, biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap laba bersih dengan nilai $F_{hitung} 4,021 < F_{tabel} 5,143$ dan signifikansi $0,069 > 0,05$.

Kata Kunci: Biaya Produksi; Biaya Promosi; Penjualan; Laba Bersih

Abstract

This study aims to analyze the effect of production costs, promotion costs, and sales on net profit at PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk for the period 2014-2023. The research adopts a quantitative approach with descriptive statistical and associative statistical methods. The data used are secondary data obtained from the company's annual financial reports. The data analysis techniques used are descriptive statistical tests, classical assumption test (normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, and autocorrelation tests), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (partial tests and simultaneous tests) and determination coefficient test. The partial analysis results show that: (1) production costs have negative and insignificant effect on net profit, with a t_{count} value of $-2,309 < t_{table} 2,447$ and a significance value of $0,060 > 0,05$; (2) promotion costs also have a negative and insignificant effect, with a t_{count} value of $-1,568 < t_{table} 2,447$ and a significance value of $0,168 > 0,05$; (3) sales have a positive and significant effect on net profit, with a t_{count} value of $2,809 > t_{table} 2,447$ and a significance value of $0,031 < 0,05$. Simultaneously, production costs, promotions costs, and sales have a positive but insignificant effect on net profit, with an F_{count} value of $4,021 < F_{table} 5,143$ and a significance value of $0,069 > 0,05$.

Keywords: Production Costs; Promotion Costs; Sales, Net Profit

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, laba bersih termasuk salah satu indikator kinerja yang paling penting,

karena mencerminkan sejauh mana perusahaan dapat mengelola sumber daya dan operasionalnya dengan efektif. Laba bersih tidak hanya



penting bagi manajemen internal perusahaan untuk pengambilan keputusan strategis, tetapi juga menjadi perhatian utama bagi investor beserta pemangku kepentingan lainnya. Ketika mengevaluasi kesehatan finansial dan potensi pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian, sangat krusial bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan memahami sejumlah faktor yang dapat berdampak pada laba bersih.

Laba suatu perusahaan diberi pengaruh oleh beragam faktor, yakni mencakup besarnya biaya, pendapatan yang dihasilkan serta volume penjualan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu menerapkan strategi penjualan yang lebih selektif guna memastikan tercapainya target volume penjualan yang telah direncanakan secara optimal, disertai dengan penggunaan biaya yang efisien. Pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut akan memungkinkan perusahaan untuk merumuskan strategi pengelolaan sumber daya dan pengambilan keputusan yang lebih efektif dan terarah.

Dalam upaya meningkatkan laba, perusahaan harus mengelola biaya produksi dengan efisien. Jika biaya produksi terlalu tinggi, hal ini dapat mengurangi margin keuntungan. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini yakni guna mengeksplorasi bagaimana pengelolaan biaya produksi bisa mempengaruhi laba bersih. Di sisi lain, biaya promosi juga memiliki peran penting untuk mendukung aktivitas perusahaan. Promosi memiliki peran sebagai alat komunikasi yang menjembatani interaksi antara perusahaan dengan konsumen. Promosi yang efektif dapat

menarik lebih banyak pelanggan serta memperbanyak kapasitas penjualan. Namun, biaya promosi yang tinggi tanpa strategi yang tepat dapat mengakibatkan pemborosan dan tidak memberikan dampak yang diharapkan. Selain itu, penjualan sebagai hasil dari aktivitas pemasaran dan produksi. Bagi perusahaan, penjualan merupakan hal yang penting jika dibandingkan dengan aktivitas operasi perusahaan lainnya.

Dalam penelitian ini peneliti memilih PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk sebagai objek penelitian dikarenakan selaku perusahaan yang memiliki skala operasional besar, data yang dihasilkan cenderung lebih stabil dari kompetitor di sektor agribisnis dan representatif untuk analisis keuangan dan PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk memiliki struktur biaya yang cukup kompleks khususnya biaya produksi dan biaya promosi, sehingga memberikan peneliti kesempatan untuk menganalisis pengaruh dari masing-masing komponen biaya dan penjualan terhadap laba bersih serta PT Japfa Comfeed Indonesia tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berkewajiban untuk mempublikasikan laporan keuangan secara teratur, sehingga memudahkan peneliti dalam mendapatkan data yang valid dan akurat untuk dianalisis. Sebagai data awal, peneliti menyajikan biaya produksi, biaya promosi, penjualan dan laba bersih dari PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk tahun 2014-2023 sebagai berikut :

Tabel 1: Data Biaya Produksi, Biaya Promosi, Penjualan dan Laba Bersih
Pada PT Japfa Comfeed Indoensia Tbk Tahun 2014-2023 (dinyatakan dalam jutaan rupiah)

Tahun	Biaya Produksi	Biaya Promosi	Penjualan	Laba Bersih
2014	Rp 20.585.803	Rp 6.941	Rp 24.458.880	Rp 391.866
2015	Rp 20.645.765	Rp 3.779	Rp 25.022.913	Rp 524.484
2016	Rp 21.599.495	Rp 18.858	Rp 27.063.310	Rp 2.171.608
2017	Rp 24.378.860	Rp 20.219	Rp 29.602.688	Rp 1.107.810
2018	Rp 26.915.699	Rp 14.204	Rp 34.012.965	Rp 2.253.201
2019	Rp 29.825.682	Rp 16.708	Rp 36.742.561	Rp 1.883.857
2020	Rp 29.156.280	Rp 206.009	Rp 36.964.948	Rp 1.221.904
2021	Rp 36.723.192	Rp 274.796	Rp 44.878.300	Rp 2.130.896
2022	Rp 41.327.591	Rp 266.408	Rp 48.972.085	Rp 1.490.931
2023	Rp 43.563.521	Rp 488.004	Rp 51.175.898	Rp 945.922

Sumber : Annual Report PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk

Berdasarkan data yang disajikan, terdapat fluktuasi yang cukup signifikan pada laba

bersih perusahaan tiap tahunnya. Laba bersih di tahun 2014 tercatat sebesar



Rp.391.866.000.000. dengan biaya produksi sebesar Rp.20.585.803.000 dan biaya promosi yang relative rendah. Seiring berjalananya waktu, terlihat adanya peningkatan pada penjualan yang disertai lonjakan laba bersih, terutama di tahun 2016 yang mencatat laba bersih tertinggi sebesar Rp.2.171.608.000.000. Namun, di tahun-tahun berikutnya, meskipun penjualan meningkat, laba bersih tidak selalu menunjukkan tren yang sama. Misalnya, tahun 2017 dan 2019 mengalami penurunan laba bersih meskipun biaya promosi meningkat. Melihat data dari tahun 2020 hingga 2023, laba bersih mengalami penurunan kembali meskipun penjualan tetap meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Angelia Alfatwa Rusandi Siregar, dkk. (2023) memperlihatkan bahwasannya biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba bersih perusahaan. Tingginya biaya produksi justru dianggap menguntungkan karena perusahaan barang konsumsi (*consumer goods*) sangat memperhatikan kualitas dan komposisi bahan baku dalam proses produksi. Upaya ini dilakukan untuk mempertahankan kredibilitas produk perusahaan di mata pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Intan Tari Septiana (2022) memperlihatkan bahwasannya biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Hal ini karena alokasi biaya promosi yang besar mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menyampaikan informasi produknya kepada masyarakat serta menjangkau pasar sasaran sehingga memengaruhi kenaikan laba. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wulan Novialita (2020) memperlihatkan hasil bahwasannya penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih, artinya kenaikan penjualan akan diikuti oleh peningkatan laba, sedangkan penurunan penjualan akan menyebabkan penuruan laba bersih perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mega Sekararum & Yana Ulfah (2023) yang menyatakan bahwa biaya produksi tidak signifikan terhadap laba bersih, dengan asumsi bahwa meskipun biaya produksi tinggi, belum tentu berdampak langsung pada peningkatan laba, karena efisiensi pengelolaan biaya tetap menjadi faktor utama. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Sintia Dewi & Ni Wayan Yulianita Dewi (2023) memperlihatkan hasil bahwasannya biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, melainkan

oleh beragam faktor eksternal mencakup selera konsumen, kepuasan pelanggan, desain kemasan, dan kualitas produk yang ditawarkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nisa Fitri Hasibuan (2022) memperlihatkan bahwasannya penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, terutama jika produk perusahaan tidak memiliki diferensiasi yang kuat atau jika harga jual yang ditetapkan terlalu rendah, sehingga peningkatan penjualan tidak berdampak besar terhadap laba bersih.

Terdapat hasil penelitian yang beragam terkait pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih,. Beberapa penelitian memperlihatkan bahwasannya biaya produksi yang tinggi dapat berpengaruh positif terhadap laba bersih karena kualitas bahan baku yang dijaga. Tetapi penelitian lain juga memperlihatkan bahwasannya biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini memperlihatkan bahwasannya pengelolaan biaya produksi yang efisien sangat penting. Biaya promosi diharapkan dapat meningkatkan laba bersih melalui komunikasi yang efektif dan peningkatan penjualan, namun beberapa penelitian menemukan bahwa biaya promosi tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap laba, ini disebabkan oleh faktor eksternal. Dan penjualan umumnya dianggap memiliki hubungan positif dengan laba bersih. Namun, jika produk tidak memiliki diferensiasi yang kuat atau jika harga jual terlalu rendah, maka peningkatan penjualan tidak menjamin peningkatan laba bersih.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada tren umum di mana biaya produksi dan biaya promosi serta penjualan dapat mempengaruhi laba bersih, hasilnya bervariasi tergantung pada konteks spesifik perusahaan dan pasar. Alhasil, perusahaan perlu melakukan analisis biaya produksi, biaya promosi serta penjualan secara cermat.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menguji bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Periode 2014-2023; 2) Menguji bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Periode 2014-2023; 3) Menguji bagaimana pengaruh penjualan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Periode 2014-2023; 4) Menguji bagaimana pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba



bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Periode 2014-2023.

Biaya Produksi

Menurut Nursidqiah Alia Hasna, dkk (2021:219) "Biaya Produksi yaitu biaya yang dikeluarkan untuk pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual". Menurut Masiyah Kholmi (2019:25-26), biaya produksi terdiri dari tiga unsur, yaitu biaya bahan baku langsung; biaya tenaga kerja langsung; dan biaya overhead pabrik.

Biaya Promosi

Menurut Intan Tari Septiana (2022:16) "Biaya promosi pada dasarnya mencakup aspek yang luas, dan bukan semata-mata jual beli saja antara penjual dan pembeli, tetapi pemasaran juga merupakan keahlian dalam hal merencanakan, mengelola, menganalisis, dan mengawasi program-program yang telah

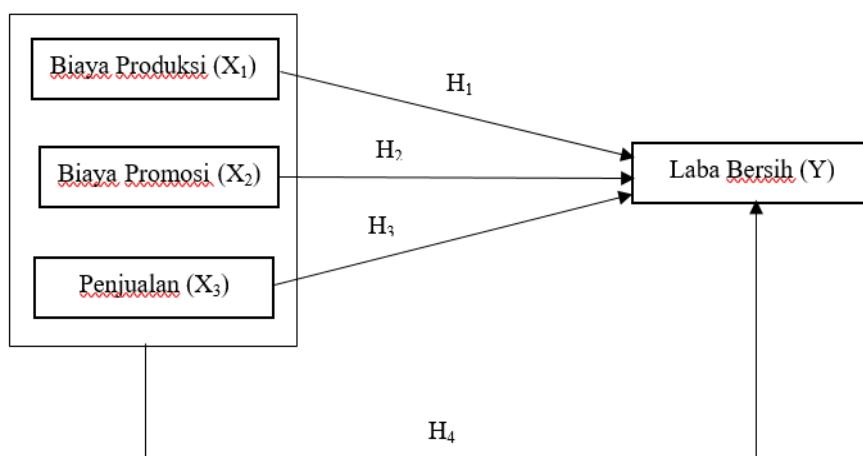
dibuat, dan bertujuan untuk memberitahu, membujuk, mengubah tingkah laku. Dengan kata lain promosi adalah salah satu kegiatan pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan dengan mempengaruhi konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung". Indikator yang digunakan untuk menentukan biaya promosi, yaitu : biaya periklanan, biaya perseorangan, biaya publisitas, biaya promosi penjualan.

Penjualan

Menurut Sumiyati dan Yatimatun (2021:2) "Penjualan adalah pembelian suatu (barang atau jasa) dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut". Menurut Sumiyati dan Yatimatun (2021:2), faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain : kondisi dan kemampuan penjual; kondisi pasar; modal; kondisi organisasi perusahaan; dan faktor lain.

Kerangka Berpikir

Penelitian ini menggunakan kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1: Kerangka Berpikir

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini:

- Pengaruh Biaya Produksi (X1) Terhadap Laba Bersih (Y)
- Pengaruh Biaya Promosi (X2) Terhadap Laba Bersih (Y)
- Pengaruh Penjualan (X3) Terhadap Laba Bersih (Y)
- Pengaruh Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2), dan Penjualan (X3) Terhadap Laba Bersih (Y)

METODE



(Uji t), Uji Simultan (Uji F) dan Uji Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2: Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Produksi (X1)	10	20585803	43563521	29472188,80	8454115,128
Biaya Promosi (X2)	10	3779	427917	125583,90	154787,802
Penjualan (X3)	10	24458880	51175898	35889454,80	9759323,896
Laba Bersih (Y)	10	391866	2253201	1412247,90	683501,458
Valid N (listwise)	10				

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah data (N) yang digunakan sebanyak 10 tahun dengan analisis sebagai berikut :

1. Variabel biaya produksi memiliki nilai minimum 20585803, nilai maksimum 43563521, nilai mean 29472188,80 dan standar deviasi 8454115,128.
2. Variabel biaya promosi memiliki nilai minimum 3779, nilai maksimum 427917, nilai mean 125583,90 dan standar deviasi 154787,802.
3. Variabel penjualan memiliki nilai minimum 24458880, nilai maksimum 51175898, nilai mean 35889454,80 dan standar deviasi 9759323,896.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis statistic atau sering disebut kuantitatif dengan metode statistik deskriptif. Berikut hasil uji statistik deskriptif :

4. Variabel laba bersih memiliki nilai minimum 391866, nilai maksimum 2253201, nilai mean 1412247,90 dan standar deviasi 683501,458.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018) mengungkapkan “Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen dalam model regresi atau keseluruhan variabel memiliki distribusi normal”. Dengan ketentuan : Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka data dianggap terdistribusi normal. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka data dianggap tidak terdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas :

Tabel 3: Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		10
Normal Parameters ^{a,b}		0,000000
	Mean	393924,77200128
	Std. Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	0,232
	Positive	0,232
	Negative	-0,138
Test Statistic		0,232
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0,135
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	0,131
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	0,122
	Upper Bound	0,140

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas melalui *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa nilai sig (2-

tailed) $0,135 > 0,05$ yang artinya nilai Sig lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas



Menurut Ghazali (2018) mengungkapkan “Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent)”. Multikolinearitas dapat diketahui menggunakan uji VIF dan tolerance.

Batas tolerance adalah 0,10 dan batas VIF adalah 10,00. Apabila tolerance $\leq 0,10$ atau VIF $\geq 10,0$, maka terjadi multikolinieritas, apabila tolerance $\geq 0,10$ atau VIF $\leq 10,0$, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas :

Tabel 4: Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Biaya Produksi (X ₁)	0,295	3,393
Biaya Promosi (X ₂)	0,586	1,707
Penjualan (X ₃)	0,307	3,258

a. Dependent Variable: Laba Bersih (Y)

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji multikolinieritas diatas diperoleh nilai tolerance X₁ (0,295), X₂ (0,586) dan X₃ (0,307) $> 0,10$ sedangkan nilai VIF X₁ (3,393), X₂ (1,707) dan X₃ (3,258) $< 10,00$, maka disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5: Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1002066,524	536078,586		1,869	0,111
Biaya Produksi	-0,212	0,103	-6,643	-2,047	0,087
Biaya Promosi	1,893	1,211	1,088	1,564	0,169
Penjualan	0,147	0,086	5,322	1,706	0,139

a. Dependent Variable: Abs_Ress

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

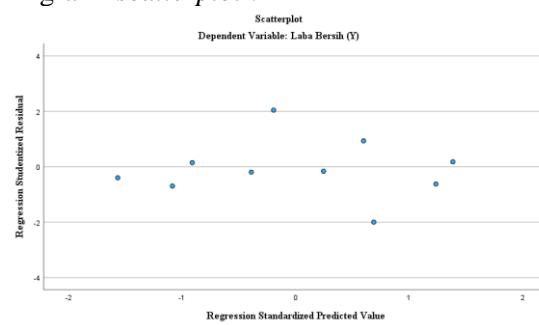
Berdasarkan tabel di atas, hasil uji glejser diperoleh nilai sig X₁ (0,087), X₂ (0,169) dan X₃ (0,139) $> 0,05$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode 1 dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini

Menurut Kurniawan (2014:158) “Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain”. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan :

1. Grafik Scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Berikut hasil grafik scatterplot :



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

Berdasarkan gambar diatas, hasil analisis grafik tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Glejser dilakukan dengan meregrasikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Berikut hasil uji glejser:

menggunakan uji *Runs Test*. Syarat uji *Runs Test* dikatakan lolos apabila nilai Asymp Sig. (2-tailed) $> 0,05$. Berikut hasil uji autokerelasi:

Tabel 6: Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-72124.06076
Cases < Test Value	5
Cases \geq Test Value	5
Total Cases	10
Number of Runs	6
Z	0,000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1,000



a. Median

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji runs test diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $1,000 > 0,05$, yang artinya memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Maka dari itu dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk mengetahui sejauh mana pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk periode 2014-2023. Berikut hasil analisis regresi linier berganda :

Tabel 7: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-1534691,508	1126476,133		-1,362	0,222
Biaya Produksi	-0,502	0,217	-6,208	-2,309	0,060
Biaya Promosi	-3,988	2,544	-0,903	-1,568	0,168
Penjualan	0,508	0,181	7,257	2,809	0,031

a. Dependent Variable: Laba Bersih (Y)

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel di atas, dapat dianalisis sebagai berikut :

- Konstanta sebesar -1534691,508, hal ini menunjukkan bahwa apabila X_1 , X_2 dan X_3 bernilai sebesar 0, maka nilai Y tetap sebesar -1534691,508.
- Berdasarkan variabel X_1 , hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X_1 memiliki koefisien regresi negatif dengan nilai $b = -0,502$. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X_1 sebesar 1 point, maka akan terjadi pula penurunan terhadap variabel Y sebesar -0,502.
- Berdasarkan variabel X_2 , hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X_2 memiliki koefisien regresi negatif dengan nilai $b = -3,988$. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X_2 sebesar 1 point,

maka akan terjadi pula penurunan terhadap variabel Y sebesar -3,988.

- Berdasarkan variabel X_3 , hasil uji regresi yang menunjukkan bahwa variabel X_3 memiliki koefisien regresi positif dengan nilai $b = 0,508$. Artinya apabila terjadi kenaikan nilai variabel X_3 sebesar 1 point, maka akan terjadi pula peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0,508.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (biaya produksi, biaya promosi, penjualan) secara parsial berpengaruh atau tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (laba bersih). Berikut adalah hasil uji t :

Tabel 8: Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-1534691,508	1126476,133		-1,362	0,222
Biaya Produksi	-0,502	0,217	-6,208	-2,309	0,060
Biaya Promosi	-3,988	2,544	-0,903	-1,568	0,168
Penjualan	0,508	0,181	7,257	2,809	0,031

a. Dependent Variable: Laba Bersih (Y)

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji t yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai thitung untuk variabel biaya produksi sebesar -2,309, variabel biaya promosi sebesar -1,568 dan variabel penjualan sebesar 2,809 dengan ttabel

sebesar 2,447. Sebagaimana tabel di atas, maka dapat dianalisis sebagai berikut :

- Berdasarkan hasil analisis dari tabel diatas, biaya produksi diperoleh nilai $t_{hitung} (-2,309) < t_{tabel} (2,447)$ dan $sig (0,060) > 0,05$, maka disimpulkan bahwa H_1 diterima atau H_a



- ditolak. Artinya variabel X_1 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Y.
- Berdasarkan hasil analisis dari tabel diatas, biaya promosi diperoleh nilai t_{hitung} (-1,568) $< t_{tabel}$ (2,447) dan sig (0,168) $> 0,05$, maka disimpulkan bahwa H_2 diterima atau H_a ditolak. Artinya variabel X_2 berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Y.
 - Berdasarkan hasil analisis dari tabel diatas, penjualan diperoleh nilai t_{hitung} (2,809) $> t_{tabel}$

(2,447) dan sig (0,031) $< 0,05$, maka disimpulkan bahwa H_3 ditolak atau H_a diterima. Artinya variabel X_3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan menunjukkan apakah biaya produksi, biaya promosi dan penjualan berpengaruh signifikan atau tidak terhadap laba bersih. Berikut hasil uji F :

Tabel 9: Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3	935992551064,178	4,021	0,069 ^b
	Residual	6	232765088994,395		
	Total	9			

a. Dependent Variable: Laba Bersih (Y)
b. Predictors: (Constant), Penjualan (X3), Biaya Promosi (X2), Biaya Produksi (X1)

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 4,021 dan F_{tabel} sebesar 5,143. Dari hasil yang didapatkan nilai F_{hitung} (4,021) $< F_{tabel}$ (5,143) dan sig (0,069) $> 0,05$. Maka disimpulkan secara simultan biaya produksi, biaya promosi dan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba bersih sehingga H_4 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 10: Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,817 ^a	0,668	0,502	482457,344

a. Predictors: (Constant), Penjualan (X3), Biaya Promosi (X2), Biaya Produksi (X1)

Sumber : Hasil Olah data SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji koefisien determinasi diperoleh persentase keragaman variabel Laba Bersih (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2), dan Penjualan (X3) adalah 66,8% sedangkan 33,2% sisanya dijelaskan variabel lain diluar model regresi.

Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Periode 2014-2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} -2,309 $< t_{tabel}$

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah uji untuk menjelaskan besaran proporsi variasi dari variabel laba bersih yang dijelaskan oleh variabel biaya produksi, biaya promosi dan penjualan. Berikut hasil uji koefisien determinasi :

2,447 dan sig 0,060 $> 0,05$, maka disimpulkan bahwa H_1 diterima atau H_a ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nurul Juwariyah dan Rosyati (2021) yang menunjukkan bahwa biaya produksi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Rika Aprianti dan Retno Fuji Oktaviani (2025) menyatakan bahwa tinggi atau rendahnya biaya produksi suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap laba bersih yang akan diperoleh, meskipun biaya produksi dapat menambah beban pokok penjualan.

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih



Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa biaya promosi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Periode 2014-2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} -1,568 < t_{tabel} 2,447$ dan sig. $0,168 > 0,05$, maka disimpulkan bahwa H_2 diterima atau H_a ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Sintia Dewi dan Ni Wayan Yulianita (2023) yang menunjukkan bahwa secara parsial, biaya promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Ary Nurul A. (2023) yang berargumen bahwa pengeluaran untuk promosi tidak memberikan dampak positif yang berarti pada laba perusahaan.

Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penjualan secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Periode 2014-2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 2,809 > t_{tabel} 2,447$ dan sig. $0,031 < 0,05$, maka disimpulkan bahwa H_3 ditolak atau H_a diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dinda Soraya S. dan Rachmawaty (2024) yang menunjukkan secara parsial, penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Lisa Anggraeni dan Yeti Kusmawati (2024) yang berpendapat bahwa jika penjualan disertai dengan peningkatan laba bersih, maka hasilnya adalah sebuah keuntungan yang sangat besar bagi sebuah perusahaan.

Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Penjualan Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil penelitian, biaya produksi, biaya promosi dan penjualan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Periode 2014-2023. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 4,021 < F_{tabel} 5,143$ dan sig. $0,069 > 0,05$, maka disimpulkan bahwa H_4 diterima atau H_a ditolak.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan Tari Septiana (2022) bahwa biaya produksi, biaya promosi dan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

SIMPULAN

Biaya produksi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk periode 2014-2023 dengan nilai $t_{hitung} (-2,309) < t_{tabel} (2,447)$ dan sig. $(0,060) > 0,05$, maka disimpulkan H_1 diterima atau H_a ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa secara statistik, biaya produksi tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap laba bersih perusahaan dalam periode yang diteliti meskipun biaya produksi mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Biaya promosi secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk periode 2014-2023 dengan nilai $t_{hitung} (-1,568) < t_{tabel} (2,447)$ dan sig. $(0,168) > 0,05$, maka disimpulkan H_2 diterima atau H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi belum kontribusi yang berarti terhadap peningkatan laba bersih perusahaan.

Penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk periode 2014-2023 dengan nilai $t_{hitung} (2,809) > t_{tabel} (2,447)$ dan sig. $(0,031) < 0,05$, maka disimpulkan H_3 ditolak atau H_a diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa secara statistik, penjualan merupakan faktor yang secara signifikan dapat meningkatkan laba bersih perusahaan.

Biaya produksi, biaya promosi dan penjualan secara simultan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap laba bersih pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk periode 2014-2023 dengan nilai $F_{hitung} (4,021) < F_{tabel} (5,143)$ dan sig. $(0,069) > 0,05$, maka disimpulkan H_4 diterima atau H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama ketiga variabel tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih dalam periode yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Lisa & Yeti Kusmawati. (2024). Pengaruh Modal Kerja Bersih dan Penjualan Terhadap Laba Bersih PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2013-2022. *JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation*, 2(1), 1005-1013.



- Aprianti, Rika & Retno, F. O. (2025) Pengaruh Modal Kerja, Biaya Produksi, Penjualan dan Total Hutang Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2), 1-14.
- Awwalina, A. N. (2023). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih pada CV Firechemindo. *Repository STIE Mahardhika*.
- Dewi, N. P. S., & Dewi, N. W. Y. (2023). Pengaruh Biaya Kualitas, Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Perubahan Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 13(3), 471-481.
- Hasibuan, Nisa Fitri. (2022). Pengaruh Modal Kerja dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada PT. Fast Food Indonesia Tbk Periode 2012-2020. *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang*.
- Hasna, Alia N., & Purnama, Ardian R. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Kualitas Terhadap Harga Jual yang Terdapat di PT Akasha Wira Internasional Tbk. *Jurnal Mahasiswa Akuntasi*, 2(1), 214-231.
- Juwariyah, N., & Rosyati, R. (2021). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih yang dimediasi oleh Volume Penjualan (Studi Pada PT. Unilever Indonesia TBK Periode Tahun 2015-2019). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 4(1), 55-64.
- Katulistiwa, M. S., & Ulfah, Y. (2023). Pengaruh biaya produksi biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 20(2), 238-246.
- Novialita, W. (2020). Pengaruh Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih (Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2018). *Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN – Indonesia Mandiri*.
- Santoso, Dinda Soraya & Rachmawaty. (2024). Pengaruh Perputaran Piutang dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di BEI Tahun 2017-2023. *JEAC: Journal of Economic Academic*, 1(2), 331-341.
- Septiana, I. T. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftartar di Bursa Efek Indoensia (BEI) Tahun 2016-2020. *Skripsi Universitas Pakuan*.
- Siregar, A. A. R., Ginting, B.M., Febrianti, W.S., & Ningsing, H. T. K. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Bisnis*, 6(1), 16-29.

