

---

---

## **Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017**

I Made Ari Yuda\* dan I Ketut Puja Wirya Sanjaya

*Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa, Denpasar, Bali-Indonesia*

\*ariyuda@gmail.com

### **How to cite (in APA style):**

Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*. 19(1), pp.35-42. <http://dx.doi.org/10.22225/we.19.1.1406.35-42>

### **Abstract**

*This research aims to analyze the effect of Production Costs, Promotion Costs and Sales Volume on Profit in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The data analysis method used is the Analysis of Multiple Linear Regression. The sample used amounted to 35 randomly selected companies. The independent variables in this research are production costs, promotion costs, and sales volume. The dependent variable is company profit. The results show that partially (t test) the production cost variable with a significance value of 0.016 is smaller than 0.05, which means that production costs have a significant positive effect on company profits. Promotional cost variables with a significance level of 0.015 are smaller than 0.05, which means that promotion costs have a significant positive effect on company profits. And the sales volume variable with a significance value of 0.041 is smaller than 0.05, which means that the sales volume variable has a significant positive effect on corporate earnings.*

**Keywords:** *production costs; promotion costs; profit; sales volume*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Sampel yang digunakan berjumlah 35 perusahaan yang terpilih secara acak. Variabel independen dalam penelitian ini adalah biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan. Variabel dependen adalah laba perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) variabel biaya produksi dengan nilai signifikansi 0,016 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Variabel biaya promosi dengan tingkat signifikansi 0,015 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Serta variabel volume penjualan dengan nilai signifikansi 0,041 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa variabel volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan.

**Kata Kunci:** Biaya produksi; biaya promosi; laba perusahaan; volume penjualan

## **I. PENDAHULUAN**

Di era digital ini semua kebutuhan perusahaan mulai dari proses produksi, promosi produk dan proses penjualan sudah dilakukan dengan mesin, internet ataupun alat digital lainnya, sehingga semua proses yang terjadi dalam perusahaan menjadi efektif dan efisien, namun untuk mengoperasikan alat-alat tersebut akan menimbulkan beban yang tinggi saat pembelian dan penggunaannya. Apakah penggunaan alat atau sistem digital ini akan mempengaruhi laba yang diperoleh perusahaan? Hal tersebut ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memprediksi kondisi usaha pada masa yang akan datang, serta mengamati kemungkinan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba.

Laba akuntansi yang sekarang dianut dimaknai sebagai selisih antara pendapatan dan biaya, sementara itu pendapatan dan biaya diukur dan diakui melalui prosedur tertentu sesuai dengan prinsip akuntansi berterima umum (PABU) (Suwardjono, 2016). Biaya dan pendapatan merupakan faktor yang sangat penting dalam setiap perusahaan yaitu sebagai elemen pembentuk laba (Suwardjono, 2016), baik itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dagang, maupun perusahaan manufaktur, dan perhitungannya harus dilakukan secara efisien dan seefektif mungkin. Sehingga, dalam penelitian ini digunakan biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan untuk melihat pengaruhnya

terhadap laba perusahaan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya Sayyida (2014) menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif terhadap laba perusahaan, semakin tinggi biaya produksi maka semakin rendah laba perusahaan tersebut (Sayyida, 2014). Sedangkan, Mulyana (2018) menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan (Mulyana, 2018). Untuk biaya produksi Riansyah (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa biaya promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap laba perusahaan. Selain itu, dia juga menjelaskan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan (Riansyah, 2017). Sedangkan di lain pihak Felicia dan Gultom (2018) menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Felicia & Gultom, 2018). Sedangkan di lain pihak Putra (2014) dalam penelitiannya menunjukkan ada pengaruh penjualan terhadap laba perusahaan (Putra, 2014).

Dari beberapa referensi tersebut masih banyak ditemukan hasil yang berbeda beda dari setiap perusahaan, sehingga menarik dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba pada suatu perusahaan. Berdasarkan pendahuluan diatas, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

Akuntansi secara umum menganut konsep kos historis, asas akrual, dan konsep penandingan, laba akuntansi yang sekarang dianut dimaknai sebagai selisih antara pendapatan dan biaya (Suwardjono, 2016). Pada umumnya, suatu perusahaan didirikan mempunyai tujuan mendapatkan keuntungan/laba tertentu, dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkan untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan, dengan demikian tidak berarti bahwa barang atau jasa yang terjual selalu akan menghasilkan laba.

### **Hubungan biaya produksi terhadap laba perusahaan**

Biaya produksi akan diperlakukan sebagai beban atas pendapatan untuk tujuan penentuan laba-rugi periodik apabila produk yang bersangkutan terjual (Harnanto, 2017). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Riansyah (2017) dan Ramadhan (2015) yang dalam penelitiannya menemukan bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan (Ramadhan, 2015; Riansyah, 2017).

H1: Biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba perusahaan

### **Hubungan biaya promosi terhadap laba perusahaan**

Suatu promosi yang tepat, akan sangat membantu penjualan yang akhirnya membantu pula perkembangan perusahaan (Mursid, 2016). Semakin bertambahnya jumlah pembeli pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan serta laba perusahaan (Novera, 2015).

H2: Biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba perusahaan

### **Hubungan volume penjualan terhadap laba perusahaan**

Penjualan merupakan saat yang kritis dalam operasi perusahaan sehingga menjadi standar utama dalam pengakuan pendapatan (Suwardjono, 2016). Hal ini yang menjadi tolok ukur peningkatan laba pada perusahaan yaitu peningkatan laba tidak terlepas dari indikator-indikator yang mendukungnya yaitu pendapatan.

H3: Volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba perusahaan

## **III. METODE**

Objek Penelitian adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur tahun 2015 sampai 2017 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan populasi sebanyak 144 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan non probability sampling yaitu sampling purposive, yang menghasilkan jumlah sampel sebanyak 35 perusahaan. Dimana sampel

dipilih atas kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria-kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017 Sektor otomotif dan sektor barang konsumsi (perusahaan yang paling banyak melakukan promosi). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu berupa data biaya produksi, data biaya promosi, data volume penjualan dan, data laba bersih. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data tersebut diperoleh melalui berbagai macam sumber seperti idx statistic.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah laba perusahaan. Menurut Suwardjono (2016) laba akuntansi yang sekarang dianut dimaknai sebagai selisih antara pendapatan dan biaya. Sementara itu pendapatan dan biaya diukur dan diakui melalui prosedur tertentu sesuai dengan prinsip akuntansi berterima umum.

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk, yang digunakan untuk menghitung biaya produk jadi dan biaya produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses (Harnanto, 2017). Biaya promosi merupakan penjumlahan dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Volume penjualan adalah total penjualan barang atau jasa yang dihitung selama satu periode.

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda dengan Program SPSS (Statistical Product and Service Solution). Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Model regresi berganda dalam pernyataan ini dinyatakan sebagai berikut :

Dimana:

Y = Laba Perusahaan

A = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Regresi Biaya Produksi

$\beta_2$  = Koefisien Regresi Biaya Promosi

$\beta_3$  = Koefisien Regresi Volume Penjualan

$X_1$  = Variabel Biaya Produksi

$X_2$  = Variabel Biaya Promosi

$X_3$  = Variabel Volume Penjualan

E = Error Term, Yaitu Tingkat Kesalahan Penduga Dalam Penelitian (Sujarweni, 2016).

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan diperoleh thitung (2,451) > ttabel (1,984) dengan tingkat signifikansi  $0,016 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Koefisien regresi  $\beta_1$  (variabel biaya produksi) sebesar 0,384, menunjukkan bahwa meningkatnya biaya produksi maka akan meningkatkan laba perusahaan dengan ketentuan marginal tambahan biaya lebih kecil dibandingkan dengan marginal tambahan volume.

Pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan diperoleh thitung (2,468) > ttabel (1,984) dengan tingkat signifikansi  $0,015 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai penjuala. Koefisien regresi  $\beta_2$  (variabel biaya promosi ) sebesar 0,190, menunjukkan bahwa meningkatnya biaya promosi maka akan meningkatkan laba perusahaan.

Pengaruh volume penjualan terhadap laba perusahaan diperoleh thitung (2,074) > ttabel (1,984) dengan tingkat signifikansi  $0,041 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti bahwa variabel volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan.

Koefisien regresi  $\beta_3$  (variabel volume penjualan) sebesar 0,344 menunjukkan bahwa meningkatnya volume penjualan maka akan meningkatkan laba perusahaan.

#### Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai dari data penelitian.

**Tabel 1**  
Hasil Uji Statistik Deskriptif

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Produksi	105	75847	45641509	4522474	8724759
Biaya Promosi	105	100	2877289	3733913	696253
Penjualan	105	91735	2521920921	35223754	246037882
Laba	105	-548754	16894806	1198026	2861490
Valid N (listwise)	105				

Dalam jutaan rupiah

Sumber: data diolah 2019

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 1, dapat dijelaskan beberapa hal berikut:

1. Nilai rata-rata variabel laba perusahaan sebesar 1198026. Nilai minimum dan maksimum berarti perusahaan memiliki laba perusahaan paling rendah sebesar -548754. dan paling tinggi sebesar 16894806.
2. Nilai rata-rata variabel Biaya produksi sebesar 4522474. Nilai minimum dan maksimum berarti perusahaan memiliki biaya produksi paling rendah sebesar 75847 dan paling tinggi sebesar 45641509.
3. Nilai rata-rata variabel Biaya promosi sebesar 3733913. Nilai minimum dan maksimum berarti perusahaan memiliki biaya promosi paling rendah sebesar 100 dan paling tinggi sebesar 2877289.
4. Nilai rata-rata variabel Volume penjualan sebesar 35223754. Nilai minimum dan maksimum berarti perusahaan memiliki Volume penjualan paling rendah sebesar 91735 dan paling tinggi sebesar 2521920921.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan melalui analisis One-Sample Kolmogorov-Smirnov pada uji non parametrik. Adapun hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov, yaitu:

**Tabel 2**  
Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov)

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
	N	Unstandardized Residual
	105	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.000
	Std. Deviation	1.69598311
Most Extreme Differences	Absolute	0.149
	Positive	0.149
	Negative	-0.091
Kolmogorov-Smirnov Z		1.525
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.119

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah sebesar 0,119. Nilai Kolmogorov-Smirnov tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai Kolmogorov-Smirnov tabel sebesar 0,05 maka Ho diterima yang mengindikasikan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini terdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang sempurna antar variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan

menganalisis nilai tolerance dan nilai VIF. Nilai tolerance dan nilai VIF digunakan untuk mengukur variabilitas variabel independen atau hubungan antar variabel independen, jika nilai tolerance kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10 maka menunjukkan adanya multikolinieritas. Adapun nilai tolerance dan nilai VIF ditunjukkan pada Tabel 3 berikut:

**Tabel 3**  
Uji Multikolinieritas (Tolerance dan Variance Inflation Factor)

Model		Coefficients <sup>a</sup>	
		Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	Biaya Produksi	0.136	7.554
	Biaya Promosi	0.139	7.186
	Penjualan	0.130	3.348

a. Dependent Variable: Laba

Berdasarkan Tabel 3 tersebut ditunjukkan bahwa tidak terdapat variabel bebas yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 dan juga tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Maka dari pada itu model regresi bebas dari gejala multikolinieritas.

#### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian gejala autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson, apabila  $du < dw < (4 - du)$  maka tidak terjadi autokorelasi. Hasil uji autokorelasi disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut:

**Tabel 4**  
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	Durbin-Watson
1	1.990 <sup>a</sup>

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

b. Dependent Variable: Laba

Berdasarkan tabel 4, persamaan regresi memiliki nilai DW sebesar 1,990. Jumlah sampel 105 dan terdapat 3 variabel bebas, maka nilai  $du$  diperoleh sebesar 1,741 dan nilai  $4-du$  sebesar 2,259 Jadi nilai DW berada diantara nilai  $du$  dan nilai  $4-du$ , sehingga persamaan regresi bebas dari adanya autokorelasi.

#### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan melalui metode glesjer dan dengan grafik scatterplot. Metode glesjer meregresikan model regresi untuk mendapatkan nilai residualnya, kemudian nilai residual tersebut diabsolutkan dan dilakukan regresi dengan semua variabel independen. Bila terdapat variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap residual absolut maka terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini. Tabel 5 menunjukkan hasil perhitungan statistik dengan metode glesjer, yaitu:

**Tabel 5**  
Uji Heteroskedastisitas (Uji Glesjer)

Model		Coefficients(a)		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Beta		
1	(Constant)	1.242	0.548	2.266	0.026
	Biaya Produksi	0.118	0.123	0.959	0.340
	Biaya Promosi	-0.038	0.060	-0.635	0.527
	Penjualan	-0.091	0.130	-0.702	0.485

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan Tabel 5 tersebut, ditunjukkan bahwa masing-masing model memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan pada

penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu absolute error, maka dari itu, penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 6**  
Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi		t	Sig
	B	Std. Error		
Biaya produksi	0,384	0,157	2,451	0,016
Biaya promosi	0,190	0,077	2,468	0,015
Volume penjualan	0,344	0,166	2,074	0,041

(Constant) : 0,363  
F Statistik : 319,144  
Sig F : 0,000  
R<sup>2</sup> : 0,905

Berdasarkan Tabel 6 dapat ditulis persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 0,363 + 0,384 X_1 + 0,190 X_2 + 0,344 X_3$$

Dimana :

Y = Laba perusahaan

X<sub>1</sub> = Biaya produksi

X<sub>2</sub> = Biaya promosi

X<sub>3</sub> = Volume penjualan

Persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan arah masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai constant 0,363 menunjukkan apabila biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan bernilai sama dengan 0 (nol) maka laba perusahaan Pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017 bernilai sebesar 0,363
2. Koefisien variabel biaya produksi (X<sub>1</sub>) adalah positif 0,384 menunjukkan bahwa apabila biaya produksi meningkat maka laba perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar Rp. 0,384.
3. Koefisien variabel biaya promosi (X<sub>2</sub>) adalah positif 0,190, menunjukkan bahwa apabila biaya promosi meningkat maka laba perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar Rp. 0,190.
4. Koefisien faviabel volume penjualan (X<sub>3</sub>) adalah positif 0,344, menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba perusahaan, apabila volume penjualan meningkat maka laba perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar Rp. 0,344.

Analisis derteminasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variasi variabel bebas yaitu X<sub>1</sub> (Biaya produksi), X<sub>2</sub> (Biaya promosi ) dan X<sub>3</sub> (volume penjualan) terhadap variabel laba perusahaan (Y).

**Tabel 7**  
Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.951 <sup>a</sup>	0.905	0.902	1.72099	1.990

a. Predictors: (Constant), Penjualan, Biaya Promosi, Biaya Produksi  
b. Dependent Variable: Laba

Berdasarkan Tabel 7 tersebut dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square (= 0,905) Adapun analisis menggunakan rumus sebagai berikut:

$$D = r^2 \times 100\%$$

$$D = 0,905 \times 100\%$$

$$D = 90,5\%$$

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai R<sup>2</sup>= 90,5 persen, yang berarti bahwa sebesar 90,5 persen laba perusahaan Pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017 dipengaruhi oleh variabel biaya produksi (X<sub>1</sub>), Biaya promosi (X<sub>2</sub>), dan Volume penjualan (X<sub>3</sub>) dan sisanya sebesar 9,5 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

## V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka didapat simpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut: Variabel biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Maka dengan meningkatnya biaya produksi dengan marginal tambahan biaya lebih kecil dibandingkan marginal tambahan volume maka laba akan meningkat pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. Variabel biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Dengan meningkatnya biaya promosi maka akan meningkatkan penjualan serta meningkatkan laba perusahaan Pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. Variabel volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Dengan meningkatnya volume penjualan maka akan meningkatkan laba perusahaan. Pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk, yang digunakan untuk menghitung biaya produk jadi dan biaya produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Adapun biaya produksi yang harus diperhatikan dan diperhitungkan dengan matang oleh Pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia agar mencapai laba yang diinginkan kedepannya. Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan harapan meningkatkan penjualan, maka disarankan untuk perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia untuk melakukan promosi yang lebih banyak dan tepat sasaran guna untuk mencapai laba yang diinginkan kedepannya. Volume penjualan yang tinggi menjadi salah satu faktor penentu untuk mencapai laba yang diharapkan oleh perusahaan, maka usaha meningkatkan volume penjualan menjadi hal yang wajib dan harus dilakukan oleh perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia untuk mencapai tujuan perusahaan meningkatkan laba. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat menggunakan periode tahun penelitian yang lebih panjang, dan diharapkan dapat menganalisis faktor-faktor lain yang mempengaruhi laba perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Felicia, & 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*, 1(1), 1–12. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/261770-pengaruh-biaya-produksi-biaya-kualitas-d-d992172e.pdf>
- Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya "Sistem Biaya Historis."* Yogyakarta: Andi Offsect.
- Mulyana, A. (2018). Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Kotor. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 15–26. Retrieved from <https://doi.org/10.35138/organum.v1i1.21>
- Mursid. (2016). *Manajemen pemasaran. Edisi 1. Cetakan 7.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Novera, A. (2015). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Sepeda Motor Honda di CV. Mitra Makmur Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman*, 2(4), 899–913. Retrieved from <https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/?p=944>
- Putra, Y. A. (2014). *Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar)*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Retrieved from [http://eprints.ums.ac.id/29241/9/02.\\_Artikel\\_Publikasi\\_Ilmiyah.pdf](http://eprints.ums.ac.id/29241/9/02._Artikel_Publikasi_Ilmiyah.pdf)
- Ramadhan, F. Z. (2015). *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih (kasus Pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. Digital library - Perpustakaan Pusat Universitas Komputer Indonesia. Retrieved from <https://repository.unikom.ac.id/22887/>
- Riansyah, F. (2017). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei.
- Sayyida. (2014). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan. *Performance: Jurnal Bisnis Dan*

*Akuntansi*, 4(1), 1–18. Retrieved from <https://doi.org/10.24929/feb.v7i1.343>

Sujarweni, V. W. (2016). *Akuntansi Sektor Publik Teori, Konsep, Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suwardjono. (2016). *Teori Akuntansi, Perencanaan Pelaporan Keuangan Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.