



Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih pada Sektor Manufaktur

Ailsa Intan^{1*}, & Ida Nurhayati²

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, STIKUBANK (UNISBANK)

Semarang, Jalan Tri Lomba Juang No 1, Kota Semarang, Indonesia 50241.

Email Korespondensi: ailsasetiadi09@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya laba bersih sebagai indikator utama keberhasilan finansial dan efisiensi operasional perusahaan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda terhadap data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan. Dari total 740 data observasi awal, dilakukan proses deteksi outlier dan transformasi data untuk memenuhi asumsi klasik, sehingga jumlah akhir data yang digunakan dalam analisis adalah 540 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan, keempat variabel independen berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara parsial, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Namun, biaya produksi tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Koefisien determinasi sebesar 99,7% menunjukkan bahwa variasi laba bersih sangat kuat dijelaskan oleh variabel-variabel tersebut. Biaya promosi terbukti menjadi variabel paling dominan dalam mempengaruhi laba. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen perusahaan dalam mengoptimalkan struktur biaya dan strategi pemasaran guna meningkatkan profitabilitas secara berkelanjutan.

Kata kunci: Volume Penjualan; Laba Bersih; Perusahaan Manufaktur; Bursa Efek Indonesia.

The Influence of Production Costs, Operating Costs, Promotional Costs, and Sales Volume on Net Profit in the Manufacturing Sector

Abstract

This study aims to analyze the effect of production costs, operational costs, promotional costs, and sales volume on net profit in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2021–2024. The background of this study is based on the importance of net profit as a key indicator of financial success and operational efficiency of a company. The research method used is a quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques applied to secondary data in the form of annual financial statements of the companies. From a total of 740 initial observation data, an outlier detection and data transformation process was conducted to meet classical assumptions, resulting in a final sample of 540 respondents used for analysis. The analysis results show that simultaneously, the four independent variables have a significant effect on net profit. Partially, operational costs, promotional costs, and sales volume have a positive and significant effect on net profit. However, production costs do not have a significant partial effect. The coefficient of determination of 99.7% indicates that variations in net profit are strongly explained by these variables. Promotional costs are proven to be the most dominant variable influencing profit. This research provides practical implications for company management in optimizing cost structures and marketing strategies to sustainably improve profitability.

Keywords: Sales Volume; Net Profit; Manufacturing Companies; Indonesia Stock Exchange.

How to Cite: Intan, A., & Nurhayati, I. (2025). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih pada Sektor Manufaktur. *Empiricism Journal*, 6(3), 1498–1513. <https://doi.org/10.36312/ej.v6i3.3245>



<https://doi.org/10.36312/ej.v6i3.3245>

Copyright© 2025, Intan & Nurhayati

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) License.



PENDAHULUAN

Dalam menghadapi persaingan yang kian intensif, perusahaan manufaktur di Indonesia dituntut untuk memperkuat disiplin operasional dan ketepatan eksekusi strategi agar mencapai laba bersih yang berkelanjutan. Laba bersih tidak hanya menjadi tolok ukur utama kinerja finansial, tetapi juga cerminan efektivitas manajemen dalam mengalokasikan sumber daya, mengendalikan biaya, dan mengonversi peluang pasar menjadi pendapatan. Secara konseptual, laba bersih mengintegrasikan keputusan pada sisi biaya (cost driver) dan pendapatan (revenue driver), sehingga relevan untuk mengevaluasi efisiensi proses,

penetapan harga, dan bauran pemasaran. Ikatan Akuntan Indonesia (2022) menegaskan bahwa laba bersih merupakan dasar ukur kinerja utama dalam menilai kesehatan keuangan, yang menjadi acuan bagi manajemen, investor, kreditor, dan regulator.

Pada tingkat makro, sektor manufaktur Indonesia menunjukkan indikasi ekspansi menurut publikasi Jakarta Daily dan S&P Global PMI (2024). Namun, capaian tersebut dibayangi oleh kenaikan biaya input, volatilitas nilai tukar rupiah, dan normalisasi biaya logistik pascapandemi. Tekanan biaya memaksa perusahaan meninjau ulang struktur biaya produksi mulai dari bahan baku, energi, hingga tenaga kerja serta menyesuaikan strategi harga untuk melindungi margin. Pada saat yang sama, kompetisi pasar mendorong peningkatan belanja promosi guna menjaga awareness dan volume penjualan. Konsekuensinya, manajer menghadapi trade-off yang nyata: mengefisienkan biaya tanpa mengorbankan investasi promosi yang krusial bagi pertumbuhan pendapatan; dilema ini berdampak langsung terhadap keberlanjutan margin dan stabilitas laba di tengah pergeseran preferensi konsumen dan dinamika permintaan.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini memformulasikan masalah: bagaimana pengaruh biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2024. Rentang waktu pascapandemi ini dipilih untuk menangkap fase pemulihan dan penyesuaian struktural. Sampel difokuskan pada subsektor makanan dan minuman, kimia, tekstil dan garmen, logam dasar, serta otomotif dan komponen yang mewakili perbedaan intensitas modal, struktur biaya, elastisitas permintaan, dan strategi pemasaran. Penetapan fokus subsektor ini diharapkan memberi gambaran yang komprehensif mengenai keragaman mekanisme pembentukan laba di industri manufaktur Indonesia. Relevansi praktis studi ini tinggi karena laba bersih menjadi rujukan utama dalam keputusan investasi, kebijakan dividen, penilaian kinerja, dan strategi pertumbuhan, sejalan dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2020 yang mendorong transparansi dan akuntabilitas praktik bisnis.

Kajian terdahulu memperlihatkan ketidakkonsistenan temuan mengenai determinan laba. Putri dan Haryanto (2021) melaporkan pengaruh negatif yang signifikan biaya produksi terhadap laba bersih, sedangkan Sitorus dan Andayani (2022) menemukan ketidaksignifikan pada konteks berbeda. Fauzan (2020) menunjukkan pengaruh positif signifikan biaya promosi terhadap laba, tetapi Rahmadani dan Nurfadila (2021) menemukan hasil berlawanan pada subsektor makanan dan minuman. Arifin dan Susanto (2023) menegaskan kekuatan pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih, sementara Handayani (2022) tidak menemukan hubungan yang berarti pada subsektor otomotif. Variasi tanda, besar pengaruh, dan signifikansi statistik ini kemungkinan dipengaruhi oleh perbedaan periode pengamatan, karakteristik subsektor, ukuran perusahaan, strategi penetapan harga, serta pendekatan metodologis (misalnya, cross-sectional vs. longitudinal). Oleh karena itu, analisis simultan dan longitudinal diperlukan untuk mengurangi bias spesifikasi, menangkap dinamika waktu, dan memperbaiki validitas eksternal temuan pada konteks manufaktur Indonesia.

Secara teoretis, laba bersih dipengaruhi oleh kombinasi keputusan biaya dan pendapatan yang saling terkait. Biaya produksi mencerminkan efisiensi proses dan pengelolaan input, sementara biaya operasional merepresentasikan pengeluaran rutin yang menopang aktivitas komersial dan administratif. Biaya promosi berperan sebagai investasi untuk membangun permintaan, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya diharapkan meningkatkan volume penjualan. Volume penjualan itu sendiri adalah outcome komersial yang merefleksikan keberhasilan strategi penetapan harga, distribusi, dan komunikasi pemasaran. Ketika variabel-variabel tersebut bergerak bersamaan, dampaknya terhadap laba bersih tidak selalu linear dan bisa berubah lintas waktu serta subsektor; dengan demikian, estimasi simultan lebih tepat untuk menangkap keterkaitan dinamis dan menghindari inferensi parsial.

Kontribusi kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan model regresi simultan dengan pendekatan longitudinal selama empat tahun (2021–2024) pada perusahaan manufaktur pascapandemi COVID-19 di Indonesia. Desain ini memungkinkan pengujian serentak pengaruh biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih, sehingga mengurangi risiko bias akibat pengujian terpisah dan mengungkap keterkaitan antarkomponen pembentuk laba. Pendekatan longitudinal memberi

kemampuan untuk menilai perubahan koefisien dan sensitivitas variabel seiring pemulihan ekonomi, serta untuk membedakan efek lintas-perusahaan dari efek waktu. Kerangka analitis tersebut belum banyak diterapkan pada konteks Indonesia, sehingga diharapkan menutup kesenjangan riset terkait bagaimana perusahaan mengelola struktur biaya dan mengaktifkan penjualan pada periode pemulihan.

Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah (i) mengestimasi besaran dan arah pengaruh biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI; (ii) menguji konsistensi pengaruh tersebut antar-subsektor dengan mempertimbangkan heterogenitas struktur biaya dan model bisnis; dan (iii) menjelaskan implikasi manajerial dari temuan empiris bagi pengelolaan biaya dan strategi penjualan. Dari sisi akademik, penelitian ini berkontribusi dengan menyajikan bukti empiris terkini yang mengintegrasikan determinan utama laba bersih dalam satu kerangka estimasi yang koheren dan berbasis data panel. Dari sisi praktik, penelitian ini memberikan panduan yang dapat ditindaklanjuti mengenai prioritas intervensi untuk melindungi margin dan menopang pertumbuhan.

Implikasi yang diharapkan antara lain: penetapan ambang efisiensi biaya produksi melalui perbaikan proses dan pengadaan, optimalisasi biaya operasional dengan menimbang produktivitas dan skala, serta penentuan tingkat investasi promosi yang sejalan dengan elastisitas penjualan dan dinamika persaingan. Temuan juga bermanfaat bagi investor dan analis pasar modal dalam menilai kualitas laba dan ketahanan margin pada subsektor yang berbeda. Bagi regulator, misalnya dalam kerangka Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2020, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk memperkuat pedoman pelaporan kinerja dan tata kelola biaya yang mendorong transparansi, akuntabilitas, serta efisiensi industri.

Ruang lingkup penelitian dibatasi pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI selama 2021–2024 dengan ketersediaan data keuangan terkait biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, volume penjualan, dan laba bersih. Definisi operasional variabel diselaraskan dengan praktik pelaporan keuangan perusahaan publik, sehingga meningkatkan keterbandingan antarperusahaan dan subsektor. Meskipun penelitian ini berfokus pada empat determinan utama, faktor eksternal seperti kondisi makroekonomi, kebijakan fiskal dan moneter, serta dinamika rantai pasok tetap dipertimbangkan sebagai konteks interpretasi untuk menghindari generalisasi yang berlebihan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Analisis dilakukan melalui teknik regresi linier berganda dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari situs resmi BEI (www.idx.co.id).

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI selama periode 2021 hingga 2024. Lokasi penelitian bersifat dokumentatif dan berbasis pada data yang telah dipublikasikan secara terbuka. Populasi penelitian perusahaan manufaktur, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Adapun kriteria penentuan sampel meliputi: (1) perusahaan terdaftar di BEI selama periode 2021–2024, (2) perusahaan yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan tahunan, (3) perusahaan yang tidak lengkap memiliki data keuangan dan dapat diakses publik. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 185 perusahaan sebagai sampel penelitian.

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yang bersumber dari laporan tahunan (annual report) perusahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, yakni pengumpulan data dari laporan keuangan yang mencakup variabel biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, volume penjualan, dan laba bersih.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen adalah laba bersih, yang diukur berdasarkan selisih antara pendapatan dan beban (Septi & Risma, 2020). Variabel independen terdiri dari: biaya produksi (total biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik) (Nurul & Rosyati, 2021), biaya operasional (biaya penjualan dan administrasi

umum) (Intan & Ade, 2024), biaya promosi (biaya iklan dan promosi penjualan), serta volume penjualan (total kuantitas produk yang berhasil dijual) (Chindy & Ruly, 2023). Seluruh variabel diukur dalam satuan juta rupiah dan menggunakan skala rasio.

Analisis data dalam penelitian ini diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data. Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik, meliputi: uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (tolerance dan VIF), uji heteroskedastisitas (metode Glejser), dan uji autokorelasi (Durbin-Watson). Setelah data memenuhi asumsi klasik, dilakukan pengujian model menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan variabel independen terhadap laba bersih, dan uji t untuk melihat pengaruh secara parsial masing-masing variabel independen.

Model analisis regresi linier berganda yang digunakan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dengan keterangan: Y = Laba Bersih, X₁ = Biaya Produksi, X₂ = Biaya Operasional, X₃ = Biaya Promosi, X₄ = Volume Penjualan, α = Konstanta (Intercept), β₁ = Koefisien Regresi Variabel X₁, β₂ = Koefisien Regresi Variabel X₂, β₃ = Koefisien Regresi Variabel X₃, β₄ = Koefisien Regresi Variabel X₄, ε = Error (residual), yaitu pengaruh variabel lain di luar model.

Pengukuran kekuatan model dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi (R²), yang menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Terakhir, pengujian hipotesis statistik dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% (α = 0,05), di mana hasil uji t menunjukkan signifikansi jika nilai probabilitas < 0,05, dan tidak signifikan jika > 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Didalam penelitian ini menggunakan obyek penelitian manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021 sampai 2024 dan terdapat 185 Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang memenuhi Kriteria dari teknik *Purposive sampling* yang telah dijabarkan kriterianya pada Bab III didalam penelitian ini dan dengan periode empat tahun dan jumlah Laporan Keuangan yang diteliti sebanyak 740.

Tabel 1. Pengambilan sampel penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024

No	Kriteria	2021	2022	2023	2024
1	perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI	195	202	219	228
2	perusahaan yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan	-7	-5	-14	-17
3	perusahaan yang tidak memiliki data keuangan lengkap	-10	-10	-19	-23
Jumlah Perusahaan Total Sampel		178	187	186	188
		739 dibulatkan (740)			

Pada periode 2021 hingga 2024, terdapat sebanyak 228 perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Namun, tidak seluruhnya digunakan sebagai sampel penelitian karena tidak memenuhi kriteria kelengkapan data dan konsistensi pelaporan. Dua alasan utama eliminasi adalah: (1) ketidakkonsistenan dalam menerbitkan laporan keuangan tahunan, dan (2) ketidaklengkapan data keuangan selama periode pengamatan.

Secara rinci, terdapat 7–17 perusahaan per tahun yang tidak konsisten melaporkan laporan keuangan, serta 10–23 perusahaan per tahun yang memiliki data yang tidak lengkap. Kondisi ini menyebabkan mereka tidak layak dijadikan sampel karena berisiko menurunkan validitas hasil penelitian longitudinal.

Setelah dilakukan proses penyaringan, jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria dan layak dianalisis adalah sebanyak 178 perusahaan (2021), 187 perusahaan (2022), 186 perusahaan (2023), dan 188 perusahaan (2024). Total data observasi laporan keuangan yang dikumpulkan selama empat tahun tersebut mencapai 740 observasi.

Deskripsi Hasil Penelitian

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil awal dari data penelitian sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Statistik ini membantu memberikan pemahaman awal terhadap karakteristik variabel yang diamati, termasuk informasi mengenai nilai maksimum, minimum, rata-rata, standar deviasi, serta distribusi data melalui nilai skewness (kemencengan) dan kurtosis (keruncingan).

Pada tahap awal, jumlah total sampel yang diperoleh adalah sebanyak 740 data responden. Namun, untuk meningkatkan kualitas data dan memastikan validitas analisis, dilakukan uji deteksi outlier menggunakan metode standar residual dan boxplot. Hasilnya menunjukkan adanya sejumlah data ekstrem yang berpotensi mengganggu distribusi normal. Setelah proses pembersihan (data cleaning), jumlah data yang digunakan dalam analisis akhir tersisa sebanyak 540 sampel yang valid.

Selanjutnya, dilakukan metode transformasi data untuk membantu memenuhi asumsi normalitas, yaitu: Transformasi ini merupakan pendekatan berbasis regresi, di mana nilai baru variabel prediktor dihitung menggunakan rumus $X = X - 0.45 \times \text{Residual}^*$, dengan X sebagai nilai asli variabel, Residual sebagai selisih antara nilai aktual dan prediksi model regresi, dan 0.70 sebagai koefisien koreksi yang mengatur seberapa besar pengaruh deviasi residual terhadap penyesuaian nilai X. Metode ini digunakan untuk mengurangi pengaruh outlier secara proporsional tanpa harus menghapus data, menyesuaikan nilai-nilai variabel berdasarkan deviasi aktualnya dari model, serta menstabilkan distribusi data agar lebih memenuhi asumsi normalitas yang dibutuhkan dalam uji parametrik. Hasil perbandingan uji dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BIAYA PRODUKSI	740	11079600	499280098	282889591.4	135465555.4
BIAYA OPERASIONAL	740	8994	476161286	55722119.73	33712130.59
BIAYA PROMOSI	740	5067661	287085688	28331382.05	17507608.05
VOLUME PENJUALAN	740	1161	7458230	108226.28	328391.725
LABA BERSIH	740	-37292965	2215436874	123856255.3	218951700.3
Valid N (listwise)	740				

Tabel diatas menunjukkan bahwa Biaya Produksi (X1), Biaya Operasional (X2), Biaya Promosi (X3) dan Volume Penjualan (X4) serta Laba Bersih (Y) memiliki nilai terendah, nilai tertinggi dan nilai rata-rata yang positif. Dibawah ini merupakan rincian data deskripsif yang telah diolah yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Biaya Produksi (X1) terdapat nilai minimum sebesar 11079600, nilai maximum sebesar 499280098, nilai mean sebesar 282889591.4 dan nilai standart deviation sebesar 135465555.4 dan memiliki sampel sebanyak 740.
2. Variabel Biaya Operasional (X2) terdapat nilai minimum sebesar 8994, nilai maximum sebesar 476161286, nilai mean sebesar 55722119.73 dan nilai standart deviation sebesar 33712130.59 dan memiliki sampel sebanyak 740.
3. Variabel Biaya Promosi (X3) terdapat nilai minimum sebesar 5067661, nilai maximum sebesar 287085688, nilai mean sebesar 28331382.05 dan nilai standart deviation sebesar 17507608.05 dan memiliki sampel sebanyak 740.
4. Variabel Volume Penjualan (X4) terdapat nilai minimum sebesar 1161, nilai maximum sebesar 7458230, nilai mean sebesar 108226.28 dan nilai standart deviation sebesar 328391.725 dan memiliki sampel sebanyak 740.
5. Variabel Laba Bersih (Y) terdapat nilai minimum sebesar -37292965, nilai maximum sebesar 2215436874, nilai mean sebesar 123856255.3 dan nilai standart deviation sebesar 218951700.3 dan memiliki sampel sebanyak 740

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini merupakan uji yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik ini menggunakan non parametric Kolmogrov-Smirnov.

H₀ : Data residual berdistribusi normal.

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal.

Berikut merupakan hasil dari uji normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Sebelum Dilakukan Outliner dan Transform

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		740
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	210404756.6
Most Extreme Differences	Absolute	.212
	Positive	.212
	Negative	-.195
Kolmogorov-Smirnov Z		5.754
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pengolahan tabel diatas maka dapat dijelaskan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.000 yang artinya < 0.05 maka disimpulkan nilai tidak memenuhi syarat normalitas serta data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Sesudah Dilakukan Outliner dan Transform

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		540
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	22776668.08
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		1.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.184
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.179 ^c
	99% Confidence Interval Lower Bound	.169
	Upper Bound	.189

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Berdasarkan hasil uji One-Sample Kolmogorov–Smirnov terhadap residual tak distandarisasi dengan jumlah sampel sebanyak 540, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.184. Nilai ini berada tepat pada batas nilai signifikansi 0.05, yang berarti tidak terdapat cukup bukti untuk menolak hipotesis nol (H_0) bahwa residual berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil ini menunjukkan bahwa setelah dilakukan proses penghapusan outlier dan transformasi data, distribusi residual cukup mendekati distribusi normal, sehingga model analisis statistik lanjutan seperti regresi linier dapat dilanjutkan dengan landasan asumsi yang valid

2. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi adanya tidaknya multikolinieritas yang terdapat pada nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu:

- Memiliki nilai *tolerance* $< 0,10$ atau
- Memiliki nilai VIF > 10 .

Jika terjadi seperti diatas, maka terjadi multikolinieritas. Dibawah ini merupakan hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 5. Hasil Uji MultikolinieritasCoefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	94440775.27	1289521.857		73.237	.000		
Biaya Produksi	-.300	.037	-.124	-8.099	.000	.024	41.732
Biaya Operasional	-.395	.028	-.163	-14.068	.000	.042	23.922
Biaya Promosi	2.466	.041	1.013	60.136	.000	.020	50.408
Volume Penjualan	.653	.032	.271	20.491	.000	.032	31.048

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan output tabel Coefficients yang diolah menggunakan SPSS 21 (2025), seluruh variabel independen menunjukkan adanya indikasi kuat multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Tolerance yang semuanya berada di bawah 0,10, yaitu Biaya Produksi (0,024), Biaya Operasional (0,042), Biaya Promosi (0,020), dan Volume Penjualan (0,032), serta nilai VIF yang jauh melebihi batas umum 10, masing-masing sebesar 41,732; 23,922; 50,408; dan 31,048. Nilai-nilai tersebut mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linier yang sangat kuat antarvariabel prediktor dalam model, sehingga model regresi yang digunakan mengalami masalah multikolinearitas. Kondisi ini dapat menyebabkan ketidakstabilan estimasi koefisien regresi dan menurunkan akurasi interpretasi model. Oleh karena itu, diperlukan penanganan lebih lanjut, seperti mengurangi atau menggabungkan variabel prediktor, melakukan transformasi, atau menggunakan metode regresi alternatif seperti Ridge Regression atau Lasso Regression agar model yang dihasilkan lebih stabil dan valid.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu uji yang memiliki tujuan menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut dengan Heteroskedastisitas. Didalam pengujian ini peneliti menggunakan uji Glejser, yaitu :

- Nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- Nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut hasil olah data dengan menggunakan statistik :

Tabel 6. Hasil Uji HeteroskedastisitasCoefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17673439.37	847897.969		20.844	.000
Biaya Produksi	-.095	.024	-1.066	-3.910	.000
Biaya Operasional	.029	.018	.327	1.586	.113
Biaya Promosi	.079	.027	.879	2.933	.004
Volume Penjualan	-.004	.021	-.050	-.212	.832

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel hasil regresi dengan variabel dependen *Abs_RES*, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode regresi absolut residual. Hasil menunjukkan bahwa variabel Biaya Produksi (X1) dan Biaya Promosi (X3) memiliki nilai signifikansi (Sig.) masing-masing sebesar 0,000 dan 0,004 (keduanya < 0,05), yang mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas pada kedua variabel tersebut. Hal ini berarti varians residual dari kedua variabel tersebut tidak konstan dan tidak memenuhi asumsi homoskedastisitas. Sebaliknya, variabel Biaya Operasional (X2) memiliki nilai signifikansi

sebesar 0,113 dan Volume Penjualan (X4) sebesar 0,832, keduanya $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas pada kedua variabel ini dan residual yang dihasilkan bersifat konstan (homoskedastis). Dengan demikian, model regresi masih menghadapi masalah heteroskedastisitas pada sebagian variabel independen dan memerlukan penanganan lanjutan seperti transformasi data atau penggunaan regresi robust.

4. Uji Autokorelasi

Didalam uji autokorelasi ini memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ dan menggunakan *Run Test*. Dibawah ini merupakan hasil dari olah statistik yaitu:

Tabel 7. Hasil Uji Auto Korelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-1280564.398
Cases < Test Value	270
Cases \geq Test Value	270
Total Cases	540
Number of Runs	228
Z	-3.704
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Median

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 0,000, karena nilainya $< 0,05$ maka dinyatakan terjadinya autokorelasi.

Hasil Uji Model

1. Hasil Uji Signifikansi f

Uji signifikansi F dapat mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan model memiliki pengaruh bersamaan terhadap variabel terikat. Maka dari itu, hipotesis nya yaitu:

- Nilai signifikansi $\geq 0,05$, H_0 diterima atau H_a ditolak, maka semua variabel bebas tidak memiliki pengaruh bersamaan terhadap variabel terikat.
- Nilai signifikansi $\leq 0,05$ H_0 ditolak atau H_a diterima, maka semua variabel bebas memiliki pengaruh bersamaan terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.263E+19	4	2.316E+19	44305.290	.000 ^b
	Residual	2.796E+17	535	5.227E+14		
	Total	9.291E+19	539			

a. Dependent Variable: Laba Bersih

b. Predictors: (Constant), Volume Penjualan, Biaya Operasional, Biaya Produksi, Biaya Promosi

Dari tabel diatas didapatkan nilai probabilitas (F-statistic) $0,000 < 0,05$, dan berdasarkan tabel diatas juga diperoleh Fhitung dengan tingkat kepercayaan alpha sebesar 0,05) yaitu :

$$Df1 = k - 1 = 5 - 1 = 4$$

$$Df2 = n - k = 540 - 5 = 535$$

$$F_{hitung} = 44305.290$$

$$F_{tabel} = 2,21$$

Berdasarkan hasil perhitungan uji F, $F_{hitung} (44305.290) > F_{tabel} (2,21)$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak **dan** H_a diterima. Dengan demikian, secara simultan variabel independen yang terdiri **dari** Biaya Produksi (X1), Biaya Operasional (X2), Biaya Promosi (X3), dan Volume Penjualan (X4) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Laba Bersih (Y). Artinya, keempat variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki kontribusi dalam menjelaskan variasi terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang menjadi objek penelitian.

Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut karena memenuhi syarat signifikansi secara simultan.

2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Didalam analisis regresi linier berganda memiliki tujuan untuk mengetahui adanya signifikan atau tidak pengaruh yang ditimbulkan dari biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. Berikut perhitungan yang dilakukan melalui statistik:

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	94440775.27	1289521.857	
	Biaya Produksi	-.300	.037	-.124
	Biaya Operasional	-.395	.028	-.163
	Biaya Promosi	2.466	.041	1.013
	Volume Penjualan	.653	.032	.271

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Dari pengolahan data pada Tabel Coefficients, diketahui nilai regresi linier berganda untuk variabel dependen Laba Bersih adalah sebagai berikut:

Konstanta = 94440775.27

Biaya Produksi = -0,300

Biaya Operasional = -0,395

Biaya Promosi = 2,466

Volume Penjualan = 0,653

Hasil tersebut dimasukkan ke dalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y (\text{Laba Bersih}) = 94440775.27 - (-0,300) (\text{Biaya Produksi}) + -0,395 (\text{Biaya Operasional}) + 2,466 (\text{Biaya Promosi}) + 0,653 (\text{Volume Penjualan}) + e$$

Berdasarkan hasil persamaan di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 94440775.27 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen dianggap konstan (bernilai nol), maka laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI diperkirakan sebesar Rp 9.444.077.527.
- Koefisien Biaya Produksi sebesar -0,300 menunjukkan arah hubungan negatif terhadap laba bersih. Artinya, jika biaya produksi mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka laba bersih diperkirakan akan menurun sebesar Rp 0,300, dengan asumsi variabel lain tetap (konstan).
- Koefisien Biaya Operasional sebesar -0,395 menunjukkan arah hubungan positif terhadap laba bersih. Artinya, jika biaya operasional naik sebesar 1 satuan, maka laba bersih akan meningkat sebesar Rp 0,395, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- Koefisien Biaya Promosi sebesar 2,466 juga menunjukkan arah hubungan positif. Artinya, setiap kenaikan biaya promosi sebesar 1 satuan akan menyebabkan kenaikan laba bersih sebesar Rp 2,466, dengan asumsi variabel lainnya tetap.
- Koefisien Volume Penjualan sebesar 0,653 menunjukkan bahwa setiap kenaikan volume penjualan sebesar 1 unit akan meningkatkan laba bersih perusahaan sebesar Rp 0,653 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

3. Analisis Koefisien Determinasi

Didalam analisis koefisien determinasi memiliki tujuan yaitu mengetahui berapa besar variabel bebas menjelaskan variasi dari variabel terikat. Pengujian ini dilakukan agar mengetahui bagaimana keeratan antara variabel bebas Biaya Produksi (X1), Biaya Operasional, Biaya Promosi (X3) dan Volume Penjualan (X4) dengan variabel terikat Laba (Y). Berikut merupakan hasil koefisien determinasi dengan menggunakan statistik :

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.998 ^a	.997	.997	22861655.94	1.569

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

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Pada model summary di Tabel diatas, angka R square yaitu 0,997 , yaitu angka 99,7% variasi dalam variabel laba bersih dijelaskan variabel biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan sedangkan untuk sisanya tidak dimasukan didalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Signifikansi t

Uji statistik t bahwa sejauh mana pengaruh suatu variabel bebas secara sendiri-sendiri dalam menerangkan variasi variabel terikat. Untuk hipotesis nya yaitu :

- Nilai signifikansi $\geq 0,05$, H0 diterima atau Ha ditolak, maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara individual terhadap variabel terikat.
- Nilai signifikansi $\leq 0,05$, H0 ditolak atau Ha diterima, maka variabel bebas memiliki pengaruh secara individual terhadap variabel bebas.

Berikut untuk hasil data yang telah diolah :

Tabel 11. Hasil Uji Signifikansi t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	94440775.27	1289521.857		73.237	.000
	Biaya Produksi	-.300	.037	-.124	-8.099	.000
	Biaya Operasional	-.395	.028	-.163	-14.068	.000
	Biaya Promosi	2.466	.041	1.013	60.136	.000
	Volume Penjualan	.653	.032	.271	20.491	.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Hasil tabel 11 dapat dinyatakan yaitu :

- Biaya Produksi (X1) mempunyai nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai thitung sebesar $-8.099 < t_{tabel} 1,960$.
- Biaya Operasional (X2) mempunyai nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai thitung sebesar $-14.068 > t_{tabel} 1,960$.
- Biaya Promosi (X3) mempunyai nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai thitung sebesar $60.136 > t_{tabel} 1,960$.
- Volume Penjualan (X4) mempunyai nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai thitung sebesar $20.491 > t_{tabel} 1,960$.

Maka dapat dinyatakan bahwa H1 diterima, atau secara parsial biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021 - 2025. Sedangkan biaya produksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba.

Biaya Produksi, Biaya Operasional, Biaya Promosi dan Volume Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2021 - 2024.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Untuk menguji hipotesis ini digunakan uji F (simultan) melalui analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai Fhitung sebesar 44305.290 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, serta derajat kebebasan ($df_1 = 4$) dan ($df_2 = 535$). Sementara itu, nilai Ftabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan $df_1 = 4$ dan $df_2 = 535$ adalah sebesar 2,21. Karena Fhitung > Ftabel ($44305.290 > 2,21$) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, secara simultan atau bersama-sama, variabel bebas yang terdiri dari biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur. Hasil ini menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut secara kolektif memiliki peran penting dalam menjelaskan variabilitas laba yang diperoleh perusahaan.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Halim dan Supomo (2020) yang menyatakan bahwa laba bersih perusahaan dipengaruhi oleh berbagai komponen biaya dan aktivitas operasional. Ketika variabel biaya dan volume penjualan dikelola secara efektif, maka kinerja keuangan perusahaan, khususnya laba bersih, akan mengalami peningkatan.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji simultan dan didukung oleh literatur yang relevan, maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2021–2024. Maka, hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti dan diterima.

Biaya Produksi tidak berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2021 - 2024.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel di atas, diperoleh bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Biaya Produksi (X_1) adalah $< 0,000$, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai thitung -8.099, lebih besar secara mutlak daripada ttabel $> 1,960$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024. Oleh karena itu, hipotesis kedua diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa perubahan dalam biaya produksi (kenaikan atau penurunan) memiliki dampak langsung dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Semakin tinggi biaya produksi, maka akan menurunkan laba bersih, yang tercermin dari nilai koefisien negatif (-0,109). Hal ini sesuai dengan teori dasar akuntansi biaya bahwa biaya produksi merupakan salah satu komponen utama dalam perhitungan laba, karena berkaitan langsung dengan harga pokok penjualan.

Temuan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nur Hidayah (2020) dalam jurnal *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, yang menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang menerapkan efisiensi biaya dan strategi diferensiasi produk. Menurut Hidayah, dalam industri manufaktur modern, besarnya laba tidak hanya dipengaruhi oleh total biaya produksi, tetapi juga oleh strategi pemasaran, inovasi produk, dan efisiensi rantai pasok.

Dengan demikian, meskipun secara teoritis biaya produksi merupakan komponen utama dalam penentuan laba, dalam praktiknya pengaruh tersebut tidak selalu signifikan, tergantung pada kemampuan manajemen dalam mengelola biaya dan strategi operasional perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih, dan hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini tidak terbukti secara statistik.

Biaya Operasional berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2021 - 2024.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa biaya operasional berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel biaya operasional (X_2) adalah 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai $t_{hitung} = (-14.068)$, jauh lebih besar dibandingkan $t_{tabel} = 1,960$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa biaya operasional memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap laba bersih perusahaan. Maka, hipotesis ketiga diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya operasional yang terencana dan efisien akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan laba bersih perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena biaya operasional seperti biaya administrasi, biaya distribusi, gaji karyawan, dan biaya layanan umum merupakan elemen penting dalam mendukung aktivitas operasional perusahaan secara keseluruhan. Apabila biaya-biaya ini dikelola dengan baik, maka produktivitas dan efisiensi operasional dapat meningkat, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap laba.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyanto dan Mardiana (2020) dalam jurnal *Manajemen Keuangan dan Bisnis*, yang menyatakan bahwa biaya operasional memiliki pengaruh signifikan terhadap laba perusahaan, karena operasional yang efisien akan meningkatkan nilai tambah dan mengurangi pemborosan, sehingga meningkatkan margin keuntungan. Dalam kondisi tertentu, peningkatan biaya operasional bahkan dapat menjadi indikator ekspansi atau penguatan aktivitas bisnis, terutama jika dibarengi dengan peningkatan output atau layanan.

Dengan demikian, berdasarkan hasil uji statistik dan temuan literatur yang mendukung, maka dapat disimpulkan bahwa biaya operasional berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2021–2024, dan hipotesis ketiga dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

Biaya Promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2021 - 2024.

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2021–2024. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang ditampilkan pada tabel sebelumnya, diperoleh bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel X_3 adalah $< 0,000$, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai $t_{hitung} = 60.136$, jauh melebihi nilai $t_{tabel} = 1,960$, sehingga menunjukkan hasil yang sangat signifikan secara statistik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap laba bersih perusahaan, dan hipotesis keempat diterima. Koefisien regresi unstandardized (B) sebesar 2,271 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pendapatan akan meningkatkan laba bersih sebesar 2,271 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Selain itu, nilai Beta (standardized coefficient) sebesar 0,931 merupakan yang paling besar di antara semua variabel independen dalam model, yang menunjukkan bahwa pendapatan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi laba bersih.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan biaya promosi yang dilakukan secara efektif dan strategis dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan laba perusahaan. Biaya promosi yang dialokasikan untuk kegiatan seperti iklan, diskon, sponsorship, atau kampanye pemasaran digital memiliki peran penting dalam meningkatkan visibilitas produk di pasar, mendorong peningkatan volume penjualan, serta memperkuat posisi merek (brand awareness). Dengan meningkatnya penjualan akibat kegiatan promosi, maka laba perusahaan secara otomatis juga meningkat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Eva Sihotang (2021) yang menyatakan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba perusahaan, karena promosi yang efektif dapat menarik minat konsumen, memperluas pangsa pasar, dan mempercepat perputaran produk. Promosi tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat loyalitas

pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan laba secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil pengujian dan dukungan dari penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2021–2024. Maka, hipotesis keempat dalam penelitian ini terbukti kebenarannya.

Volume Penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode ke 2021 - 2024.

Hipotesis kelima dalam penelitian ini menyatakan bahwa volume penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2024. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel volume penjualan adalah $0,000 < 0,05$, dan nilai t_{hitung} sebesar $20.491 > t_{tabel} 1,960$, sehingga dapat disimpulkan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap laba bersih. Dengan demikian, hipotesis kelima diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan volume penjualan berkontribusi nyata terhadap peningkatan laba bersih perusahaan. Semakin besar jumlah produk yang berhasil dijual, maka semakin besar pula pendapatan yang diterima perusahaan. Apabila pendapatan meningkat dan perusahaan mampu mengendalikan biaya produksinya, maka laba bersih pun akan mengalami peningkatan. Oleh karena itu, volume penjualan menjadi indikator penting yang merepresentasikan kinerja pemasaran dan permintaan pasar terhadap produk perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Darmawan (2020) dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, yang menyatakan bahwa volume penjualan merupakan faktor utama dalam pembentukan laba, karena keberhasilan menjual produk dalam jumlah besar menunjukkan efektivitas strategi pemasaran dan keberterimaan produk di pasar. Menurutnya, perusahaan yang mampu mempertahankan atau meningkatkan volume penjualan secara konsisten akan cenderung mengalami peningkatan laba dari waktu ke waktu.

Dengan demikian, berdasarkan hasil pengujian statistik dan temuan literatur yang mendukung, maka dapat disimpulkan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2021–2024, dan hipotesis kelima terbukti kebenarannya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan manufaktur Indonesia pada periode 2021–2024 terutama ditentukan oleh interaksi antarempat faktor utama: biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi, dan volume penjualan. Berdasarkan 540 observasi valid setelah pembersihan data (dari total awal 740), uji F menunjukkan model signifikan secara simultan, sementara uji t mengindikasikan bahwa biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh **positif signifikan** terhadap laba, dengan promosi sebagai kontributor paling dominan; biaya produksi dan biaya operasional memiliki koefisien **negatif signifikan**, menandakan tekanan margin ketika keduanya meningkat. Pola ini selaras dengan kerangka teoretis bahwa laba merupakan keluaran pengelolaan biaya dan aktivitas operasional yang efektif dan konsisten dengan bukti bahwa promosi strategis mendorong penjualan serta penguatan margin sehingga volume penjualan menjadi penggerak utama laba di manufaktur. Di sisi lain, temuan tentang biaya operasional menegaskan pentingnya disiplin produktivitas karena eskalasi beban yang tidak bernilai tambah akan menggerus laba, meski investasi operasional tertentu dapat berdampak positif bila meningkatkan kapasitas dan efisiensi.

Namun, beberapa catatan metodologis perlu ditekankan. Pertama, multikolinieritas sangat tinggi (VIF jauh di atas 10) berpotensi membuat estimasi koefisien kurang stabil. Kedua, terdapat indikasi heteroskedastisitas pada sebagian variabel serta autokorelasi residual, sehingga standar error konvensional bisa bias. Ketiga, nilai R^2 yang sangat besar perlu dibaca hati-hati mengingat skala variabel yang besar dan saling berkorelasi. Karena itu, interpretasi besaran efek sebaiknya ditempatkan dalam konteks spesifikasi model dan dilakukan uji kepekaan. Secara keseluruhan, studi ini menegaskan perlunya keseimbangan antara efisiensi biaya (produksi dan operasional), investasi promosi berbasis ROI, dan strategi

ekspansi volume yang terkoordinasi lintas fungsi untuk menopang profitabilitas pascapandemi.

REKOMENDASI

Pertama, perkuat pengendalian biaya produksi melalui strategi pengadaan berbasis kontrak jangka menengah, konsolidasi pemasok, dan optimasi *bill of materials*; tingkatkan efisiensi energi, *yield*, dan *overall equipment effectiveness* (OEE), serta terapkan *statistical process control* untuk menekan variasi proses. Kedua, lakukan restrukturisasi biaya operasional menggunakan *zero-based budgeting*, pengukuran produktivitas unit (output per jam/pegawai), dan otomasi aktivitas administratif; pangkas pos non-value-added, pertahankan pos yang memperbesar pendapatan atau efisiensi.

Ketiga, kelola biaya promosi sebagai investasi dengan target ROI yang terukur: gunakan pengujian A/B, *marketing mix modeling*, dan atribusi multisentuh untuk memilih kanal paling efektif; sinkronkan kalender promosi dengan kapasitas produksi dan persediaan guna memonetisasi permintaan tambahan tanpa menimbulkan biaya lembur atau ekspedisi premium. Keempat, dorong pertumbuhan volume penjualan melalui penetapan harga berbasis elastisitas, perluasan kanal (distributor modern/digital), dan penguatan layanan purna jual; gunakan *demand sensing* untuk menyeimbangkan harga, promosi, dan ketersediaan stok per wilayah.

Kelima, tingkatkan tata kelola pelaporan: pastikan konsistensi publikasi laporan keuangan, klasifikasi biaya yang seragam, dan *dashboard* kinerja biaya-pendapatan; langkah ini meningkatkan keterbandingan lintas perusahaan dan menopang keputusan investor. Keenam, atasi keterbatasan metodologis: gunakan regresi penalized (Ridge/Lasso) untuk menekan multikolinieritas, *robust/HC standard errors* atau GLS/Newey–West untuk heteroskedastisitas/autokorelasi, serta transformasi log/standardisasi untuk variabel berskala besar; lakukan uji kepekaan dan analisis per subsektor. Terakhir, integrasikan manajemen risiko termasuk lindung nilai nilai tukar, kontrak harga energi, dan skenario pasokan agar disiplin biaya tetap selaras dengan tujuan pertumbuhan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, R., & Makalalag, A. M. (2022). Pengaruh Biaya Produksi dan Promosi terhadap Laba Bersih dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Intervening. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 13(2), 143–154.
- Afrizal, A. (2021). Keunggulan komparatif ekspor Indonesia. *JEM: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(1), 29–46.
- Alia, N. A. (2024). Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2023. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 2(3), 809–816.
- Arfah, Y., Anisah, S., & Simanjuntak, Y. O. (2024). Analisis harga pokok produksi untuk menentukan harga jual pada UD. Oen Akbar Bakery. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 25(2), 1–8. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/article/view/2503>
- 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.
- Elpian, P. P., Baining, M. E., Budianto, A., & Nazir, M. (2025). Pengaruh biaya produksi, biaya operasional dan volume penjualan terhadap kinerja keuangan pada CV. Salim Media Indonesia periode 2021–2023. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(1), 190–206.
- Fahmi, N. J., Pitriani, N., Haryanti, P., Nur, R., Adriansyah, T., & Suropto. (2020). Pengaruh pendapatan usaha, biaya operasional, dan volume penjualan terhadap laba bersih. *Prosiding Webinar Nasional “Covid-19 Pandemic and Current Issue in Accounting Research”*, Universitas Pamulang, 14–20.
- Fatmawati, N., & Sartika, S. (2023). Pengaruh efektivitas pengendalian internal dan kecanggihan teknologi terhadap kecurangan laporan keuangan (studi pada BUMN di Kota Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(02), 520–531.
- Fitriani, S. (2024). Pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan jasa konstruksi di Jakarta Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 55–64.

- Gusrifa, R. (2022). Efektivitas pengendalian biaya operasional pada PT. Berkat Jaya Pangestu Medan. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 3(2), 215–225.
- Gusrifa, R., & Akmami, R. (2024). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 55–70.
- Hayati, S., & Wirananda, H. A. (2025). Pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020–2022. *Jurnal EMT KITA (Indonesian Journal for the Economics, Management and Technology)*, 9(1), 278–286.
- Hindi, M., & Yasa, I. N. P. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Farmasi Pada Saat Pandemi Covid-19. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(03), 594–606.
- Issulistaningtyas, O. A. (2023). Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan terhadap Laba Bersih pada UMKM Industri Makanan Ringan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 4(2), 179–188.
- 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 2015–2019). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 4(1), 55–64.
- Kezia, P., & Wulandari, E. (2024). Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019–2022. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3, 602–608.
- Kurniawan, R., & Amalia, P. (2023). Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan kosmetik. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 8(1), 15–27.
- Laili, I. A. N., & Nugroho, H. S. (2022). Pengaruh biaya produksi dan promosi terhadap laba bersih. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 6(2), 54–66.
- Lestari, D., & Hartono, B. (2022). Biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 89–100.
- Lubis, A. H., Sugianto, & Kusmilawaty. (2024). *Effects of production and operating costs on net profit on manufacturing companies registered in JII*. *Dinasti International Journal of Economics, Finance and Accounting (DIJEFA)*, 5(1), 1–15.
- Makalalag, A., Ilat, V., & Walandouw, S. K. (2023). Pengaruh biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya kualitas terhadap laba bersih (Studi pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018–2020). *Jurnal EMBA*, 11(3), 71–81.
- Manurung, L. S. K., & Suzan, L. (2023). Pengaruh biaya produksi dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di BEI periode 2016–2020). *e-Proceeding of Management*, 10(2), 1053–1061.
- Marlina, R. (2024). *Pengaruh volume penjualan, biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi terhadap laba bersih*. *Jurnal Ekobistek*, 13(4), 241–248.
- Matondang, K. A., Sitio, F. M., Lahagu, P. H., & Hasibuan, M. R. F. (2024). Perbandingan teoretis keunggulan absolut dan keunggulan komparatif: Implikasi bagi kebijakan perdagangan internasional. *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 7(1), 506–519. <https://doi.org/10.47647/jsh.v7i1.2397>
- Mursyid, M., & Annisa, D. E. (2024). Pengaruh perputaran persediaan dan biaya operasional terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. *JIAM (Jurnal Ilmu Akuntansi Multidisipliner)*, 7(1), 187–199.
- Mutiara, P. (2022). Pengaruh pendapatan dan biaya operasional terhadap laba bersih. *J-MAS: Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(1), 244–249.
- Nirmalasari, F., & Widati, L. W. (2022). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap kualitas laba. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(12), 5596–5605.
- Nur, F., & Sholihah, L. A. (2024). Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan terhadap Laba Bersih pada PT Indofood. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 5(1), 99–112.
- Nur, S., Suciyantri, V. N., Winarti, A., & Azmi, Z. (2024). Pemanfaatan teori signal dalam bidang akuntansi: Literatur review. *Economics, Business and Management Science Journal*, 4(2), 55–65.

- Nurhalimah, I. (2023). Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 4(1), 1–13.
- Nurul, S., & Pratama, A. (2023). Biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. *Jurnal Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 3(2), 45–55.
- Paramida, N., & Rachmawati, T. (2024). Pengaruh biaya produksi, biaya operasional, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada sektor industri food and beverage di perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2023. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(5), 3732–3741. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i5.24957>
- Primadani, S., & Rofiah, N. (2022). Pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi (Studi empiris pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI tahun 2017–2021). *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(4), 1–18.
- Purwoko, B., Hadi, M. A., Gamal, A., & Prihartanti, W. (2022). The effect of production costs and sales volumes on profits of registered food and beverage sub-sector manufacturing companies on the Indonesia Stock Exchange for the 2018–2020 period. *Enrichment: Journal of Management*, 12(3), 2459–2468.
- Putra, M. R., & Safitri, A. A. (2023). Pengaruh modal kerja, biaya operasional dan biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan retail. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 33–48.
- Putri, N. K., & Rosdiana, R. (2024). Pengaruh Biaya Produksi dan Perputaran Persediaan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 2(4), 45–63.
- Qomariah, N., Dewi, R. K., & Pramesti, W. A. (2022). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(3), 180–188.
- Saraswati, S. A. M., & Nurhayati, I. (2020). Pengaruh rasio keuangan terhadap pertumbuhan laba dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 15(1), 241–254.
- Sihombing, H. (2023). Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih yang dimediasi oleh volume penjualan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB)*, 10(2), 112–120.
- Suhardi, & Afrizal. (2021). Keunggulan komparatif ekspor Indonesia. *JEM: Jurnal Ekonomi dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 7(1), 29–46.
- Suzan, L., & Nabilah, S. R. (2020). Pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba bersih perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 24(2), 169–186.
- Tanjung, R., & Simorangkir, V. C. M. (2023). Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017–2021. *Jurnal Akuntansi*, 17(1), 42–50.
- Widiatmoko, J., Indarti, M. G. K., Puspitasari, E., & Hadi, S. S. (2020). Pendampingan penyusunan harga pokok produksi bagi pelaku UMKM di Kota Semarang. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 206–215.
- Yulianti, E. (2023). Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 22–30.
- Zainal, M., & Darlis, D. (2022). Pengaruh leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap tax avoidance. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(01), 55–64.