

Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Subsektor Semen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023

Akbar Rizky Muharram¹, Muhammad Hanif Nurfalah², Ni Kadek Ayu Riskyana³, Resty Rachmawati Sholekha⁴, Tiolina Evi Nausta Pardede⁵,

Program Studi Akuntansi, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia 12940

E-mail korespondensi : akbar.rizky61@perbanas.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Teknik analisis yang diterapkan meliputi Analisis Statistik Deskriptif, Model Regresi Data Panel, Uji Pemilihan Model, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t, dan Uji F dengan menggunakan software SPSS untuk menguji pengaruh parsial dan simultan dari variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi memiliki pengaruh negatif signifikan. Volume penjualan, di sisi lain, tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Kesimpulannya, pengelolaan biaya produksi dan promosi yang efektif penting untuk meningkatkan profitabilitas. Implikasi penelitian ini merekomendasikan agar perusahaan menganalisis setiap tahapan produksi karena biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan membawa pengaruh terhadap laba bersih perusahaan.

Kata kunci:
Biaya produksi
Biaya promosi
Volume penjualan
Laba bersih
Perusahaan manufaktur

Diterima: 12 Oktober 2024
Disetujui: 20 November 2024
Diterbitkan: 30 Desember 2024

Penerbit:
Perbanas Institute



This work is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap perusahaan yang didirikan, tentu memiliki target dan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Salah satu tujuan utama perusahaan didirikan adalah untuk memperoleh laba demi menjaga keberlangsungan perusahaan. Laba menurut Subramanyam (2012:109) adalah ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam suatu periode tertentu yang disebutkan dalam terminologi keuangan. Laba bersih digunakan sebagai indikator untuk menilai keberhasilan kinerja perusahaan. Laba atau rugi sering digunakan sebagai indikator untuk menilai prestasi perusahaan atau digunakan sebagai dasar

ukuran penilaian yang lain, seperti laba per lembar saham (Elvina et al, 2022). Untuk mencapai laba yang diinginkan, perusahaan perlu menyusun perencanaan yang baik, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba. Perencanaan laba didefinisikan sebagai langkah yang akan diambil oleh suatu perusahaan untuk dapat mencapai target laba yang diinginkan (Effendy, 2016).

Laba yang diperoleh memungkinkan perusahaan untuk berkembang, serta meningkatkan kemampuannya dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Komponen pembentuk laba adalah pendapatan/revenue dan biaya/cost (Elvina et al, 2022). Salah satu komponen terbesar biaya adalah biaya produksi. Menurut Mulyadi (2012) biaya produksi merupakan biaya yang timbul untuk melakukan pengolahan bahan mentah menjadi bahan jadi yang siap untuk dijual yang berhubungan dengan proses produksi. Biaya produksi ini dapat dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead*.

Promosi adalah salah satu elemen penting dalam upaya perencanaan laba, dikarenakan konsumen cenderung akan memilih produk yang diingat. Dengan promosi yang efektif, diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Tingginya volume penjualan merupakan salah satu faktor penting untuk mencapai laba yang direncanakan oleh perusahaan, sehingga upaya untuk meningkatkan volume penjualan menjadi keharusan bagi perusahaan.

Kebijakan perusahaan mengenai kegiatan promosi akan menentukan seberapa besar volume penjualan yang dapat diperoleh perusahaan. Hal tersebut dikarenakan apabila perusahaan memiliki produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta sistem distribusi yang baik namun tidak mampu memperkenalkan produk secara luas dan merata, maka produk yang dihasilkan tidak akan memiliki nilai jual (Hamzah, 2002).

Industri manufaktur memiliki peran krusial dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam penyediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat luas. Salah satu subsektor dalam industri manufaktur adalah subsektor semen. Industri semen merupakan industri yang vital dalam mendukung pembangunan, terlebih pembangunan infrastruktur merupakan salah satu program prioritas yang ditetapkan oleh pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen dengan menggunakan variabel biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan. Variabel-varibel ini merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan manufaktur untuk menghasilkan dan mempromosikan produk, dengan harapan dapat meningkatkan volume penjualan dan memberikan dampak positif pada laba bersih perusahaan, terutama jika perusahaan mampu mengelola biaya-biaya tersebut secara optimal.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan

manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2021-2023?

3. Apakah volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023?
4. Apakah biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
2. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
3. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
4. Untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

II. KAJIAN TEORI

2.1. Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan salah satu bidang akuntansi yang diperuntukkan bagi proses pelacakan dan analisis terhadap biaya-biaya yang berhubungan dengan aktivitas suatu organisasi dalam prosesnya menghasilkan barang atau jasa (Fauzi & Febria, 2021). Menurut Slamet Riyadi (2017; hal 5), Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, pengolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa dengan cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. metode atau pendekatan yang biasa digunakan dalam akuntansi biaya adalah pendekatan biaya standar (*standard costing*), biaya berdasarkan kegiatan (*activity-based costing*), serta biaya berdasarkan hasil (*cost volume profit/CVP*) (Mulyati, 2017). Akuntansi biaya adalah penghitungan biaya dengan tujuan untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, perbaikan kualitas dan efisiensi, serta pembuatan keputusan yang bersifat rutin maupun strategis (Maryana & Permatasari, 2021).

2.2. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan kebutuhan- kebutuhan yang terdapat di industri manufaktur sesuai dengan subjek serta objek dalam suatu produksi di

perusahaan yang sesuai dengan ciri-ciri serta macam-macam biaya pengeluaran suatu perusahaan (Mulyana, 2017). Wiratna Sujarweni (2015) mengidentifikasi biaya produksi adalah jumlah dari biaya bahan baku ditambah biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Rumus menghitung biaya produksi sebagai berikut:

Biaya produksi akan diperlakukan sebagai beban atas pendapatan untuk tujuan penentuan laba rugi periodik apabila produk yang bersangkutan terjual (Harnanto, 2017).

2.3. Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan biaya pemasaran serta penjualan yang termasuk di dalamnya yaitu, semua biaya-biaya yang diperoleh sebagai jaminan pelayanan guna para pelanggan dalam memberikan produk dan jasa langsung kepada pelanggan atau pembeli. (Laki, Nangoi, & Wokas, 2019). Rumus dalam menentukan biaya promosi/pemasaran menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh Benyamin Molan (2007), yaitu:

Suatu promosi yang tepat, akan sangat membantu penjualan yang akhirnya membantu pula perkembangan perusahaan (Mursid, 2016).

2.4. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah penjualan yang dihitung dari berapa banyaknya jumlah omzet yang diterima sebagai akibat atas adanya penawaran dan penjualan yang terjadi secara berkelanjutan dan menguntungkan (Permatasari & Ismayanti, 2023). Sedangkan menurut Putra (2019) yang menyatakan bahwa volume penjualan merupakan total penjualan oleh perusahaan yang dinyatakan dalam bentuk unit pada suatu periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Volume penjualan ini merupakan faktor penting dalam menentukan besarnya penerimaan yang diperoleh perusahaan. Ditarik dari definisi tersebut, maka volume penjualan itu sama dengan total penjualan yang dapat dinyatakan dalam bentuk jumlah unit maupun berdasarkan jumlah omzet pada periode tertentu.

2.5. Laba Bersih

Laba bersih merupakan laba perusahaan yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk di dalamnya beban pajak (Pasaribu & Hasanuh, 2021). Definisi tersebut juga didukung oleh Sujarweni (2017) yang mendefinisikan laba bersih sebagai angka terakhir dari menghitung rugi laba dimana untuk mengetahuinya yaitu laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain. Kemudian menurutnya terdapat jenis-jenis laba yaitu sebagai berikut: (1) laba kotor yaitu pendapatan dan penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan; (2) laba operasi yaitu selisih dari laba kotor dengan total biaya operasional; dan (3) laba bersih yaitu selisih dari laba sebelum pajak dengan pajak penghasilan. Berdasarkan definisi tersebut, maka laba bersih dapat dirumuskan sebagai berikut:

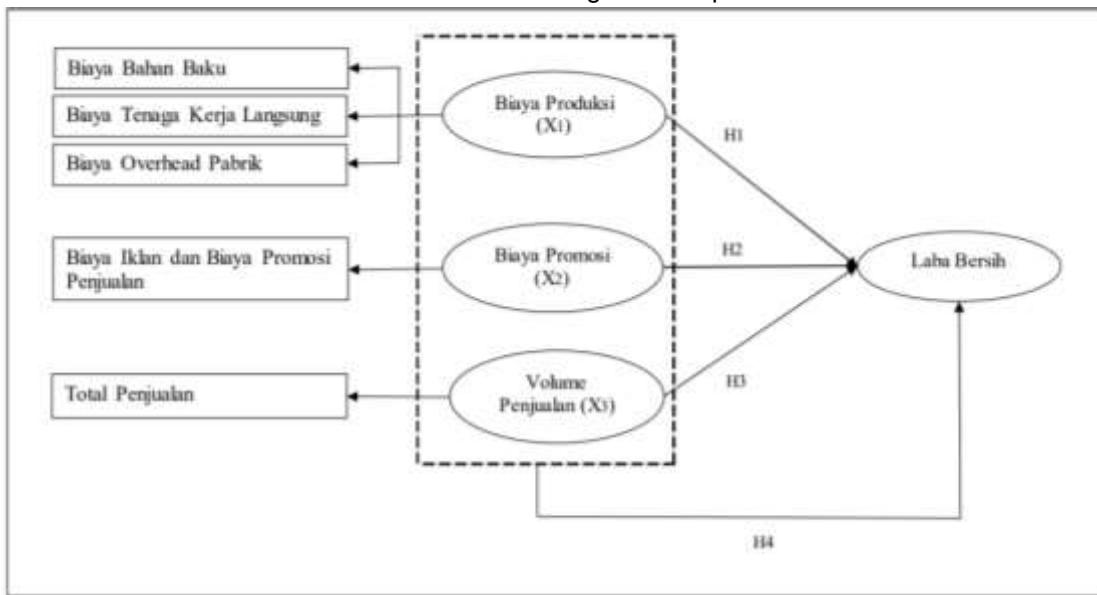
Penelitian ini akan menganalisis bagaimana pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur subsektor semenbaik secara parsial maupun simultan. Adapun rumusan hipotesis penelitian ini

sebagai berikut :

- H1 : Biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
- H2 : Biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
- H3 : Volume penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
- H4 : Biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

Berdasarkan rumusan hipotesis penelitian di atas, maka secara konseptual dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1: Kerangka Konseptual



III. METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023 melalui website www.idx.co.id. Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Agustus 2024 sampai dengan bulan Oktober 2024. Dari jangka waktu tersebut digunakan untuk mengumpulkan data, menganalisis, serta menyusun hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan sumber data yang diambil atau yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder ini bersumber dari studi dokumen yang dipublikasi oleh perusahaan berupa *annual report* dari perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini yakni 4 perusahaan subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek *Indonesia* periode 2021-2023 yang kemudian dilakukan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria dalam penentuan sampel pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek *Indonesia* (BEI) periode tahun 2021-2023.
2. Perusahaan manufaktur subsektor semen yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan secara lengkap selama periode tahun 2021-2023.
3. Perusahaan yang memiliki kelengkapan variabel penelitian.
4. Perusahaan tidak mengalami delisting ataupun rugi selama periode tahun 2021-2023.
5. Perusahaan tidak mengalami perubahan sektor (berpindah sektor) selama periode 2021-2023.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan peneliti, sampel perusahaan manufaktur subsektor semen periode 2021-2023 yang memiliki kelengkapan data sesuai dengan kriteria yang telah disebutkan yakni sebanyak 4 perusahaan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara studi dokumen. Studi dokumen merupakan jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang diperlukan dalam penelitian. Teknik dokumentasi ini meliputi; pengumpulan data, analisis dan pencatatan data.

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan alat bantu berupa aplikasi komputasi program SPSS (*Statistical Product And Service Solution*) Adapun teknik analisis data pada penelitian ini meliputi Analisis Statistik Deskriptif, Model Regresi Data Panel, Uji Pemilihan Model, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t, dan Uji F.

IV. HASIL DAN DISKUSI

4.1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1: Hasil Uji Statistik Deskriptif

	X1	X2	X3	Y
Mean	301704668.8	6056895	486074569.5	21318894.83
Maximum	1405031807	49897526	2040679390	121572505
Minimum	6148876	39894	8278058	-88204
Std. Dev.	528037544.2	14812011.54	846666609.8	39634419.27
Observations	12	12	12	12

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah observations semua variabel sebanyak 12 sampel. Nilai mean variabel Biaya Produksi (X1) sebesar 301704668.8, nilai maksimum sebesar 1405031807, nilai minimum sebesar 6148876, dan nilai standar deviasi sebesar 528037544.2. Nilai mean variabel Biaya Promosi (X2) sebesar 6056895, nilai maksimum sebesar 49897526, nilai minimum sebesar 39894, dan nilai standar deviasi sebesar 14812011.54. Nilai mean variabel Volume Penjualan (X3) sebesar

486074569.5, nilai maksimum sebesar 2040679390, nilai minimum sebesar 8278058, dan nilai standar deviasi sebesar 846666609.8. Nilai mean variabel Laba Bersih (Y) sebesar 21318894.83, nilai maksimum sebesar 121572505, nilai minimum sebesar -88204, dan nilai standar deviasi sebesar 39634419.27.

4.2. Model Regresi Data Panel

4.2.1. Model CEM

Tabel 2: Model CEM

Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 10/16/24 Time: 16:18
 Sample: 2021 2023
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 4
 Total panel (balanced) observations: 12

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	238352.3	225428.6	1.057329	0.3212
X1	0.113164	0.006461	17.51505	0.0000
X2	-0.755596	0.031665	-23.86235	0.0000
X3	-0.017456	0.004323	-4.038157	0.0037
Root MSE	546026.5	R-squared	0.999793	
Mean dependent var	21318895	Adjusted R-squared	0.999715	
S.D. dependent var	39634419	S.E. of regression	668743.2	
Akaike info criterion	29.92539	Sum squared resid	3.58E+12	
Schwarz criterion	30.08703	Log likelihood	-175.5523	
Hannan-Quinn criter.	29.86555	F-statistic	12876.79	
Durbin-Watson stat	0.195439	Prob(F-statistic)	0.000000	

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Prob. t hitung variabel Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) dan Volume Penjualan (X3) sebesar dan 0.0000, 0.0000 dan 0.0037 sedangkan nilai Prob. f hitung sebesar 0.000000 serta nilai adjusted r square sebesar 0.999715.

4.2.2. Model FEM

Tabel 3: Model FEM

Dependent Variable: Y
 Method: Panel Least Squares
 Date: 10/16/24 Time: 16:18
 Sample: 2021 2023
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 4

Total panel (balanced) observations: 12

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	44372743	29374167	1.510604	0.1913
X1	0.149383	0.023826	6.269660	0.0015
X2	-1.138817	0.256641	-4.437399	0.0068

X3	-0.125960	0.071998	-1.749500	0.1406
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Root MSE	108344.6	R-squared	0.999992	
Mean dependent var	21318895	Adjusted R-squared	0.999982	
S.D. dependent var	39634419	S.E. of regression	167846.7	
Akaike info criterion	27.19069	Sum squared resid	1.41E+11	
Schwarz criterion	27.47355	Log likelihood	-156.1441	
Hannan-Quinn criter.	27.08596	F-statistic	102225.0	
Durbin-Watson stat	3.275107	Prob(F-statistic)	0.000000	

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Prob. t hitung variabel Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) dan Volume Penjualan (X3) sebesar dan 0.0015, 0.0068 dan 0.1406 sedangkan nilai Prob. f hitung sebesar 0.000000 serta nilai adjusted r square sebesar 0.999982.

4.2.3. Model REM

Tabel 4: Model REM

Dependent Variable: Y
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 10/16/24 Time: 16:18
 Sample: 2021 2023
 Periods included: 3
 Cross-sections included: 4
 Total panel (balanced) observations: 12
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	238352.3	56579.94	4.212664	0.0029
X1	0.113164	0.001622	69.78434	0.0000
X2	-0.755596	0.007947	-95.07354	0.0000
X3	-0.017456	0.001085	-16.08902	0.0000
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random		0.000000	0.0000	
Idiosyncratic random		167846.7	1.0000	
Weighted Statistics				
Root MSE	546026.5	R-squared	0.999793	
Mean dependent var	21318895	Adjusted R-squared	0.999715	
S.D. dependent var	39634419	S.E. of regression	668743.2	
Sum squared resid	3.58E+12	F-statistic	12876.79	
Durbin-Watson stat	0.195439	Prob(F-statistic)	0.000000	
Unweighted Statistics				

R-squared	0.999793	Mean dependent var	21318895
Sum squared resid	3.58E+12	Durbin-Watson stat	0.195439

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Prob. t hitung variabel Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) dan Volume Penjualan (X3) sebesar dan 0.0000, 0.0000 dan 0.0000 sedangkan nilai Prob. f hitung sebesar 0.000000 serta nilai adjusted r square sebesar 0.999715.

4.3. Hasil Uji Pemilihan Model

4.3.1. Hasil Uji Chow

Tabel 5: Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
 Equation: Untitled
 Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	40.664646	(3,5)	0.0006
Cross-section Chi-square	38.816417	3	0.0000

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Prob Cross-section F sebesar $0,0006 < 0,05$, maka yang terpilih adalah model FEM (Napitupulu et al., 2021: 136). Maka dilanjutkan dengan uji hausman.

4.3.2. Hasil Uji Hausman

Tabel 6: Hasil Uji Hausman
 Correlated Random Effects - Hausman Test
 Equation: Untitled
 Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	121.993944	3	0.0000

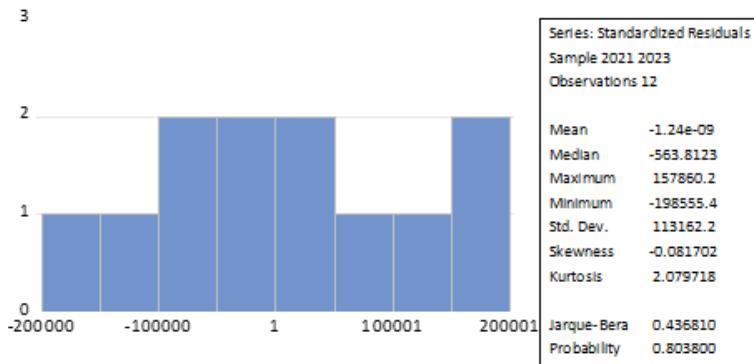
Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Prob sebesar $0,0000 < 0,05$, maka yang terpilih adalah model FEM (Napitupulu et al., 2021: 137). Sehingga model yang terpilih adalah model FEM.

4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Hasil Uji Normalitas

Gambar 2: Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Probabilitas sebesar $0,803800 > 0,05$, dapat disimpulkan data berdistribusi normal (Napitupulu et al., 2021: 140).



4.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 7: Hasil Uji Multikolinearitas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.604262	0.994773
X2	0.604262	1.000000	0.669602
X3	0.994773	0.669602	1.000000

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi antar variabel < 0,85 kecuali korelasi variabel X1 dengan X3, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terbebas multikolinearitas atau tidak lolos uji multikolinearitas (Napitupulu et al., 2021: 141). Maka dari itu, peneliti menggunakan alternatif lain dalam pengujian multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai R Square. Multikolinearitas diduga terjadi apabila estimasi menghasilkan nilai R kuadrat atau R Square yang tinggi, akan tetapi nilai t statistik semua atau hampir semua variabel independen tidak signifikan (Janie, 2012: 21) (Wijaya & Budiman, 2016: 44) (Basuki & Yuliadi, 2014: 123) (Sugiyanto et al., 2022: 99) (Basuki, 2017: 61).

Tabel 8: Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	44372743	29374167	1.510604	0.1913
X1	0.149383	0.023826	6.269660	0.0015
X2	-1.138817	0.256641	-4.437399	0.0068
X3	-0.125960	0.071998	-1.749500	0.1406

R-squared: 0.999992

Dari tabel di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0.999992, dan hanya satu variabel yang tidak signifikan yaitu X3 (satu dari tiga variabel tidak signifikan), sehingga dapat disimpulkan lolos uji multikolinearitas.

4.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-10723018	10520762	-1.019224	0.3549
X1	-0.008744	0.008534	-1.024675	0.3525
X2	0.094390	0.091919	1.026880	0.3516
X3	0.026489	0.025787	1.027219	0.3514

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Prob. uji heteroskedastisitas glejser semua variabel > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas atau lolos uji heteroskedastisitas (Napitupulu et al., 2021: 190).

4.4.4. Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 10: Hasil Uji Autokorelasi

Root MSE	108344.6	R-squared	0.999992
Mean dependent var	21318895	Adjusted R-squared	0.999982
S.D. dependent var	39634419	S.E. of regression	167846.7
Akaike info criterion	27.19069	Sum squared resid	1.41E+11
Schwarz criterion	27.47355	Log likelihood	-156.1441
Hannan-Quinn criter.	27.08596	F-statistic	102225.0
Durbin-Watson stat	3.275107	Prob(F-statistic)	0.000000

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai durbin watson sebesar 3.275107. Jumlah variabel independen dalam penelitian ini sebanyak 3 variabel dan jumlah sampel 12, sehingga nilai DL sebesar 0,6577 dan nilai DU sebesar 1,8640, maka nilai DU < DW < (4 – DL) (1,8640 < 3.275107 < 3,3423), sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi (Napitupulu et al., 2021: 142).

4.5. Analisis Regresi Data Panel

Tabel 11: Analisis Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	44372743	29374167	1.510604	0.1913
X1	0.149383	0.023826	6.269660	0.0015
X2	-1.138817	0.256641	-4.437399	0.0068
X3	-0.125960	0.071998	-1.749500	0.1406

$$Y_{it} = 44372743 + 0.149383 X_{1it} - 1.138817 X_{2it} - 0.125960 X_{3it} + e$$

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut (Napitupulu et al., 2021: 104):

- Nilai konstanta sebesar 44372743, jika variabel Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) dan Volume Penjualan (X3) nilainya kontan atau 0, maka variabel Laba Bersih (Y) nilainya sebesar 44372743.

2. Nilai koefisien beta variabel Biaya Produksi (X1) sebesar 0.149383, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami peningkatan 1%, maka variabel Laba Bersih (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.149383.
3. Nilai koefisien beta variabel Biaya Promosi (X2) sebesar -1.138817, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami peningkatan 1%, maka variabel Laba Bersih (Y) akan mengalami penurunan sebesar 1.138817.
4. Nilai koefisien beta variabel Volume Penjualan (X3) sebesar -0.125960, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X3 mengalami peningkatan 1%, maka variabel Laba Bersih (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0.125960.

4.6. Hasil Uji Hipotesis

4.6.1. Hasil Uji t

Tabel 12: Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	44372743	29374167	1.510604	0.1913
X1	0.149383	0.023826	6.269660	0.0015
X2	-1.138817	0.256641	-4.437399	0.0068
X3	-0.125960	0.071998	-1.749500	0.1406

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial sebagai berikut (Napitupulu et al., 2021: 105):

1. Nilai t hitung variabel Biaya Produksi (X1) sebesar 6.269660 dan nilai Prob. sebesar $0.0015 < 0.05$, maka H1 diterima, artinya Biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
2. Nilai t hitung variabel Biaya Promosi (X2) sebesar -4.437399 dan nilai Prob. sebesar $0.0068 < 0.05$, maka H2 diterima, artinya Biaya promosi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
3. Nilai t hitung variabel Volume Penjualan (X3) sebesar -1.749500 dan nilai Prob. sebesar $0.1406 > 0.05$, maka H3 ditolak, artinya Volume penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

4.6.2. Hasil Uji F

Tabel 13: Hasil Uji F

Root MSE	108344.6	R-squared	0.999992
Mean dependent var	21318895	Adjusted R-squared	0.999982
S.D. dependent var	39634419	S.E. of regression	167846.7
Akaike info criterion	27.19069	Sum squared resid	1.41E+11

Schwarz criterion	27.47355	Log likelihood	-156.1441
Hannan-Quinn criter.	27.08596	F-statistic	102225.0
Durbin-Watson stat	3.275107	Prob(F-statistic)	0.000000

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 102225.0 dan nilai Prob. 0.000000 < 0,05, maka H4 diterima, artinya Biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023 (Napitupulu et al., 2021: 103).

4.6.3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 14: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Root MSE	108344.6	R-squared	0.999992
Mean dependent var	21318895	Adjusted R-squared	0.999982
S.D. dependent var	39634419	S.E. of regression	167846.7
Akaike info criterion	27.19069	Sum squared resid	1.41E+11
Schwarz criterion	27.47355	Log likelihood	-156.1441
Hannan-Quinn criter.	27.08596	F-statistic	102225.0
Durbin-Watson stat	3.275107	Prob(F-statistic)	0.000000

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0.999982 atau 99.9982%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2) dan Volume Penjualan (X3) mampu menjelaskan variabel Laba Bersih (Y) sebesar 99.9982%, sedangkan sisanya yaitu 0.0018% (100 – nilai adjusted R Square) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini (Napitupulu et al., 2021: 102).

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Biaya produksi dan biaya promosi memiliki pengaruh terhadap laba bersih perusahaan manufaktur subsektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.
2. Biaya produksi memiliki pengaruh positif, dapat diartikan bahwa peningkatan biaya produksi dapat meningkatkan laba bersih.
3. Biaya promosi memiliki korelasi negatif, dapat diartikan bahwa peningkatan biaya promosi cenderung menurunkan laba bersih.

4. Volume penjualan tidak membawa pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih, hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan volume penjualan tidak selalu diikuti dengan peningkatan laba.
5. Secara simultan, biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan membawa pengaruh terhadap laba bersih perusahaan.

5.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu meninjau dan mengevaluasi kembali efektivitas dari biaya promosi yang telah dikeluarkan, mengingat biaya promosi memiliki korelasi yang negatif terhadap laba bersih.
2. Perusahaan perlu menganalisis setiap tahap produksi dalam rangka efisiensi biaya produksi, mengingat biaya produksi memiliki pengaruh yang positif terhadap laba bersih.
3. Perusahaan perlu melakukan pemantauan kinerja secara berkala untuk mengukur efektivitas strategi yang telah diterapkan dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

DAFTAR REFERENSI

- Basuki, A. T. (2017). Pengantar Ekonometrika (Dilengkapi Penggunaan Eviews). Danisa Media.
- Basuki, A. T., & Yuliadi, I. (2014). Electronic Data Processing (SPSS 15 dan Eviews 7). Danisa Media.
- Effendy, Nindy P. E. A. L. M. "Analisis Cost-volume-profit (CVP) Untuk Perencanaan Laba Pada PT Saka Agung Abadi Di Samarinda. Ekonomia, vol. 5, no. 3, 2016, pp. 285-297.
- Ervina, Nelly dkk (2022). *Teori Akuntansi*. CV. Media Sains Indonesia.
- Fauzi, S. & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen di E-Commerce. Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, 2(1), 21-26.
- Hamzah, M.I. (2002). Pengaruh kebijakan promosi terhadap penjualan obat-obatan PT. Kimia Farma (PERSERO) Tbk. Medan Sumatera Utara. Jurnal Ilmu Ekonomi Bisnis.
- Harnanto. (2017). Akuntansi Biaya "Sistem Biaya Historis". Yogyakarta: Andi Offset.
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS. Semarang University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Manajemen Pemasaran (B. Molan, Alih bahasa). (Edisi ke-12, Jilid 1). Jakarta: PT. Indeks.
- Laki, M. F., Nangoi, G., & Wokas, H. (2019). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado. Jurnal Riset Akuntansi

Going Concern, 14(1), 45-53.

Maryana, S. & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *Jurnal Technobiz*, 4(2), 62-29.

Mulyadi. (2012). Akuntansi Biaya. Edisi kelima. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Mulyana, A. (2017). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 185-196.

Mulyati, S., Yunita, N. A., Satria, D. I., Indrayani, I., & Yusra, M. (2017). Akuntansi biaya. Jakarta: Sefa Bumi Persada.

Mursid. (2016). Manajemen pemasaran. Edisi 1. Cetakan 7. Jakarta: Bumi Aksara.

Napitupulu, R. B., Simanjuntak, T. P., Hutabarat, L., Damanik, H., Harianja, H., Sirait, R. T. M., Tobing, L., & Ria, C. E. (2021). Penelitian Bisnis, Teknik dan Analisa dengan SPSS - STATA - Eviews. 1 ed. Madenatera.

Pasaribu, E., M., W., & Hasanuh, N. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 4(2), 731-740.

Permatasari, I., & Ismayanti, N. F. (2023). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Toko Daster Murah, Ketanon, Tulungagung. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2 (5), 605-616.

Putra, S., A. (2019). Analisa Peramalan Penjualan dan Promosi Penjualan terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan. *Jurnal Ilmiah "JUMANSI STINDO" Medan*, 1(3), 1-19.

Riyadi, S. (2017). Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: Zifatama Jawara.

Subramanyam (2012). Analisa Laporan Keuangan. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyanto, E. kusumaningtyas, Subagyo, E., Adinugroho, W. catur, Jacob, J., Berry, Y., Nuraini, A., Sudjono, & Syah, S. (2022). Konsep dan Praktik Ekonometrika Menggunakan Eviews. Academia Publication.

Sujarweni, V. W. (2015). Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sujarweni, V. W. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Wijaya, T., & Budiman, S. (2016). Analisis Multivariat Untuk Penelitian Manajemen. Pohon Cahaya.