

# 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

Ni Putu Sintia Dewi\*, Ni Wayan Yulianita Dewi

Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Bali, Indonesia

\* sintia.dewi.2@undiksha.ac.id

## Riwayat Artikel:

*Tanggal diajukan:*

21 Mei 2023

*Tanggal diterima:*

10 Juni 2023

*Tanggal dipublikasi:*

31 Desember 2023

**Kata kunci:** biaya kualitas, biaya promosi, biaya produksi, laba bersih

## Pengutipan:

Dewi, Ni Putu Sintia & Dewi, Ni Wayan Yulianita (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.

**Keywords:** quality cost, promotion cost, production cost and net profit

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi terhadap perubahan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Data yang digunakan yaitu data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang dapat diakses melalui website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Populasi dalam penelitian ini menggunakan seluruh perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021 sebanyak 11 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* dan mendapatkan jumlah sampel sebanyak 36 sampel dari 9 perusahaan. Data yang diperoleh selanjutnya diuji dan dianalisis dengan uji analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis menggunakan *software* SPSS versi 25. Dari analisis data tersebut menunjukkan hasil penelitian bahwa: biaya kualitas dan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, serta biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih.

## Abstract

*This study aims to determine the effect of quality costs, promotional costs and production costs on changes in net profit in pharmaceutical sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2018-2021 period. This research is a research that uses associative quantitative methods. The data used is secondary data obtained from the company's financial statements which can be accessed through the official website of the Indonesia Stock Exchange, namely [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). The population in this study uses all pharmaceutical sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2018-2021 period as many as 11 companies. The sampling technique used was purposive sampling technique and obtained a total of 36 samples from 9 companies. The data obtained were then tested and analyzed by descriptive statistical analysis tests, classical assumption tests and hypothesis testing using SPSS software version 25. From the analysis of the data, it shows the results of the study that: quality costs and promotional costs do not affect net profit, production costs have a positive and significant effect on net profit, and quality costs, promotional costs and production costs simultaneously affect net income.*

## Pendahuluan

Tujuan utama dari sebuah perusahaan adalah memperoleh laba dengan meningkatkan setiap aktivitas, aset yang ada serta menjaga daya tahan dan koherensi kehidupan perusahaan di kemudian hari. Oleh karena itu, sangat berarti kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang maksimum. Pada situasi pandemi Covid-19 banyak perusahaan yang mengalami penurunan bahkan ada yang gulung tikar. Tetapi terdapat isu di masyarakat bahwa pada situasi pandemi Covid-19 dimana sangat mempengaruhi kondisi semua sektor bisnis karena keadaan ekonomi yang menurun dan daya jual masyarakat yang menurun, sehingga membuat perusahaan harus melakukan berbagai usaha untuk mempertahankan perusahaannya dan mengatur strategi baru. Namun masyarakat luas memprediksi industri farmasi menjadi salah satu yang mampu tumbuh di tengah pandemi Covid-19. Dilihat dari data yang ada yakni sebelum terjadinya pandemi Covid-19 industri farmasi sudah memperlihatkan performanya dengan memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional. Pada triwulan I tahun 2019, industri farmasi, produk obat kimia dan obat tradisional mampu tumbuh hingga 8,12% atau melampaui pertumbuhan ekonomi di angka 5,07%, salah satu pengaruh pertumbuhan industri farmasi adalah program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) dengan nilai pasar yang besar (Kemenperin, 2019). Pada gempuran masa Covid-19 Industri farmasi menjadi salah satu sektor ekonomi yang mampu mencatatkan pertumbuhan positif meski secara umum perekonomian Indonesia mengalami kontraksi pada kuartal II 2020 (Jatmiko, 2020). Pertumbuhan positif tercermin pula dari kinerja beberapa perusahaan farmasi yang mampu membukukan kenaikan laba pada semester I 2020. Pertumbuhan sektor industri kimia, farmasi dan obat tradisional ini tak lepas dari meningkatnya permintaan obat-obatan dan suplemen kesehatan selama pandemi Covid-19.

Pertumbuhan perusahaan yang dialami tidak luput dari kinerja perusahaan yang baik, dimana dipengaruhi oleh kondisi industri itu sendiri dan perekonomian secara umum. Faktor yang berkaitan dengan kinerja perusahaan misalnya perubahan laba bersih. Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat diproksikan dalam bentuk EPS (*Earning Per Share*). Nilai rata-rata EPS tertinggi pada tahun 2018-2020 yaitu sub sektor farmasi yang termasuk ke dalam sektor barang konsumsi. EPS (*Earning Per Share*) suatu perusahaan menunjukkan besarnya laba bersih perusahaan yang siap dibagikan bagi semua pemegang saham perusahaan. Jika laba bersih perusahaan meningkat, maka harga saham per lembarnya juga akan meningkat. Oleh karena itu pentingnya perusahaan melakukan usaha-usaha guna memaksimalkan penghasilan laba perusahaan. Faktor yang mempengaruhi laba perusahaan yaitu biaya, harga jual, penjualan, volume penjualan dan produksi. Dalam sebagian faktor tersebut, biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya laba yang didapat. Menurut (Mulyadi, 2019) faktor-faktor yang mempengaruhi laba diantaranya adalah biaya dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan, harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa, dan besarnya volume penjualan berpengaruh pada volume produksi produk atau jasa tersebut. Salah satu hal yang perlu dilakukan perusahaan adalah menganalisis biaya-biaya yang mempengaruhi laba bersih perusahaan. Dengan menganalisis pengaruh tersebut perusahaan dapat mengambil langkah dan keputusan untuk efisiensi biaya dan melakukan optimalisasi yang maksimal dalam meningkatkan laba perusahaan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan laba yang diperolehnya melalui kegiatan-kegiatan berupa peningkatan volume produk, meningkatkan kualitas produk, dan melakukan promosi yang tepat. Dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut perusahaan pastinya perlu untuk mengeluarkan biaya-biaya seperti: biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi.

Dalam mewujudkan cita-cita perusahaan untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin maka perusahaan perlu mempertimbangkan masalah persaingan antar perusahaan. Persaingan tersebut meliputi persaingan dalam hal penentuan harga, kualitas produk, promosi dan kegiatan distribusi yang cepat dan tepat. Persaingan ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang, dan mendapatkan laba. Selain itu, laba perusahaan juga dipengaruhi daya pikat iklan serta kemampuan perusahaan dalam mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Banyaknya produsen yang menjual barang

yang sama juga mengharuskan melakukan kegiatan promosi yang menarik dan sebegas mungkin agar produk yang dijualnya diketahui konsumen secara luas. Dalam mempertimbangkan hal tersebut perusahaan harus terusmenerus melakukan perbaikan dalam kualitas mutu barang dan layanan serta efisiensi dalam menekan biaya produksi sehingga harga penjualan produk tetap dapat bersaing. Perhitungan biaya menjadi perhatian utama dalam akuntansi manajemen yang akan dibandingkan dengan pendapatan agar bisnis yang dijalankan menghasilkan laba yang besar. Maka dari itu, untuk memperoleh laba yang maksimal perusahaan manufaktur harus benar-benar memperhatikan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan seperti biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi.

Berdasarkan data biaya kualitas, biaya promosi, biaya produksi, dan laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor farmasi periode 2018-2021 sebagian besar perusahaan sub sektor farmasi yang tercatat di BEI (Bursa Efek Indonesia) mengalami fluktuasi laba bersih yang dihasilkan perusahaan pada periode 2018-2021. Beberapa perusahaan juga menunjukkan adanya peningkatan biaya produksi akan tetapi laba bersih yang dihasilkan perusahaan mengalami peningkatan. Selain itu beberapa perusahaan menunjukkan adanya peningkatan biaya promosi dan biaya kualitas akan tetapi laba bersih yang dihasilkan perusahaan mengalami penurunan bahkan mengalami kerugian. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan diatas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul "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".

Biaya kualitas menurut (Mariantha, 2018) adalah usaha yang dilakukan oleh manusia (perusahaan) untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang selalu berubah dan dinamis, melalui produk, jasa, proses dan lingkungan yang dihasilkan. Faktor utama yang menentukan kinerja suatu perusahaan adalah kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Semakin tinggi kualitas suatu barang, semakin tinggi pula nilai barang bagi pembeli. Produk dan jasa dengan kualitas yang baik dan bagus tentunya akan memiliki jaminan atas kepuasan yang dapat diterima dari konsumen, nantinya kepuasan yang dapat diterima oleh konsumen dapat diterapkan dalam pembelian ulang yang dilakukan, peranan konsumen yang merasa puas atas pembelannya nantinya akan menguntungkan perusahaan dengan meningkatkan penjualan sehingga laba juga menjadi meningkat. Oleh sebab itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>1</sub>: Biaya kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih

Biaya promosi menurut (Tjiptono, 2012) adalah biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran dengan usaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya yang ditawarkan. Promosi adalah alat yang paling umum untuk menciptakan komunikasi antara bisnis dan konsumen. Dalam kegiatan pemasaran, promosi sangat perlu dilakukan karena kegiatan tersebut dilakukan untuk mempengaruhi atau membujuk konsumen agar menaruh minat terhadap produk yang ditawarkan perusahaan sehingga dapat berkontribusi untuk meningkatkan volume penjualan (Fauzi et al., 2022). Promosi sebagai media untuk menjembatani kepentingan produsen dengan konsumen dengan tujuan perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualannya untuk mendapatkan laba yang lebih besar. Oleh sebab itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>2</sub>: Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih

Menurut (Mulyadi, 2019) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi merupakan faktor penting mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual dari produk yang dihasilkan. Biaya produksi merupakan salah satu komponen utama dalam menentukan harga jual suatu produk. Kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh. Menurut teori (Carter, 2009) menyatakan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh. Oleh karena itu biaya produksi mempengaruhi laba dimana ketika biaya produksi ditingkatkan maka akan menambah volume produksi yang nantinya akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh

perusahaan. Dalam prakteknya, perusahaan perlu melakukan analisis biaya produksi terhadap setiap produk yang dihasilkan untuk memastikan efisiensi dan efektivitas biaya produksi yang dilakukan.

H<sub>3</sub>: Biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih

Dari beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih, biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya laba yang didapat. Menurut (Mulyadi, 2019) faktor-faktor yang mempengaruhi laba diantaranya adalah biaya dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan, harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa, dan besarnya volume penjualan berpengaruh pada volume produksi produk atau jasa tersebut. Salah satu hal yang perlu dilakukan perusahaan adalah menganalisis biaya-biaya yang mempengaruhi laba bersih perusahaan. Dengan menganalisis pengaruh tersebut perusahaan dapat mengambil langkah dan keputusan untuk efisiensi biaya dan melakukan optimalisasi yang maksimal dalam meningkatkan laba perusahaan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan laba yang diperolehnya melalui kegiatan-kegiatan berupa peningkatan volume produk, meningkatkan kualitas produk, dan melakukan promosi yang tepat. Sehingga dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut perusahaan pastinya perlu untuk mengeluarkan biaya-biaya seperti: biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>4</sub>: Biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi secara simultan berpengaruh terhadap perubahan laba bersih

## Metode

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2019) metode kuantitatif merupakan metode dengan menggunakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Rancangan penelitian ini merupakan desain penelitian asosiatif atau hubungan kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber lain dimana data yang diperoleh sudah jadi dan sudah diolah sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data dalam penelitian ini yaitu laporan keuangan tahunan perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019- 2021 yang diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Menurut (Muslich & Iswati, 2017) Populasi adalah totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam wilayah penelitian. Populasi merupakan seluruh subjek maupun objek yang ada pada penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018 - 2021 yaitu sebanyak 11 perusahaan. Sampling merupakan unsur yang akan diteliti yang diambil dari populasi, metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana dalam pengambilan sampel sesuai dengan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan diantaranya yaitu: (1) Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2018 hingga 2021 pada sub sektor farmasi, (2) Perusahaan sub sektor farmasi yang menerbitkan laporan tahunan pada periode 2018 hingga 2021 dan dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia. (3) Menyajikan secara lengkap data yang diperlukan oleh penulis dan disajikan dengan mata uang rupiah. Dari kriteria sampel diatas, jumlah sampel yang memenuhi kriteria setelah diseleksi adalah sebanyak 9 perusahaan. Periode penelitian sampel selama 4 tahun yaitu dari tahun 2018-2021. Sehingga pada penelitian ini total sampel yang dipakai adalah  $9 \times 4 = 36$  sampel.

Variabel dalam penelitian ini, yaitu biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi sebagai variabel independen, sedangkan laba bersih sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder, data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti tetapi diambil dari sumber lain. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi yang berdasarkan laporan keuangan Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di BEI periode 2018 - 2021. Kemudian data yang terkumpul lalu diuji dengan menggunakan uji analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji

multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi) dan uji hipotesis (uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F).

## Hasil dan Pembahasan

### *Analisis Statistik Deskriptif*

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang statistik data meliputi nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi dan jumlah sampel dari variabel yang digunakan. Hasil dari analisis deskriptif biasanya berupa tabel atau grafik yang kemudian akan dijabarkan secara deskriptif. Berikut ini hasil analisis statistik deskriptif dari variabel-variabel penelitian.

**Tabel 1**  
**Hasil Analisis Deskriptif Statistik**

Descriptive Statistics					
	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Biaya Kualitas	36	113503	689389882	101278118.69	202654513.490
Biaya Promosi	36	4754445	1999088786	513178877.14	641081129.887
Biaya Produksi	36	209148335	7346831611	1885590981.11	1957008915.375
Laba Bersih	36	-37580640	3183612310	583571237.11	846296077.149
<i>Valid N (listwise)</i>	36				

Sumber: Output SPSS, Data sekunder diolah, 2023

Dari data diatas semua variabel penelitian menunjukkan nilai standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (mean) yaitu variabel biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam variabel mempunyai sebaran besar sehingga dapat dikatakan simpangan data ini tidak baik. Hal ini dikarenakan data dalam penelitian ini terdapat beberapa *outliner* (data yang terlalu ekstrim).

### *Uji Normalitas*

Pengujian pada uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian terdistribusi normal atau tidak normal. Adapun salah satu cara untuk mendeteksi normalitas data dengan uji statistik yaitu dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu dengan melihat angka signifikansi, dengan ketentuan jika angka signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Akan tetapi jika angka signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. setelah dilakukan transformasi data (SQRT) terlihat uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menyatakan bahwa nilai SQRT\_unstandardized residual memiliki nilai Asymp. Sig. > 0.05 yaitu 0.200, ini menyatakan bahwa semua data terdistribusi dengan normal maka model regresi dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

### *Uji Multikolinearitas*

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya akan terganggu. Adapun uji multikolinearitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai *VIF (Variance Inflation Factor)* < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0.1, dan nilai *VIF* dari semua variabel bebas lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam penelitian ini.

### *Uji Heteroskedastisitas*

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian terdapat atau tidak

heteroskedastisitas digunakan scatterplot. Berdasarkan grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar diatas dan dibawah sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar kesalahan penanggung pada periode t dengan kesalahan pada t-1 (sebelumnya). Identifikasi secara statistik ada tidaknya gejala autokorelasi dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Durbin-Watson* (dw). Nilai dw dianggap tidak berbahaya jika terletak di daerah  $du < dw < 4-du$ . Berdasarkan pengujian yang dilakukan diketahui bahwa model regresi yang terbentuk tidak terjadi autokorelasi karena memiliki angka Durbin-Watson (DW) diantara du dan 4-du yaitu sebesar  $1.6511 < 2.204 < 2.3489$ .

#### Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-599.864	3947.548	
	SQRT_X1	.383	.380	.193
	SQRT_X2	.233	.196	.214
	SQRT_X3	.351	.166	.476

a. Dependent Variable: SQRT\_Y

Sumber: Output SPSS, Data sekunder diolah, 2023

Mengacu dari hasil tabel 2 di atas dilihat dari nilai Unstandardized Coefficients Beta, maka persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = (-599.864) + 0.383X_1 + 0.233X_2 + 0.351X_3 + e$$

#### Uji T

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Jika t hitung > dari t table pada tingkat kesalahan tertentu misalnya 5% (0,05) maka terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu X dengan variabel yaitu Y, begitu sebaliknya. Uji t pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara biaya kualitas terhadap laba bersih, biaya promosi terhadap laba bersih, dan biaya produksi terhadap laba bersih. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-599.864	3947.548		-.152	.880
	SQRT_X1	.383	.380	.193	1.006	.323
	SQRT_X2	.233	.196	.214	1.190	.244
	SQRT_X3	.351	.166	.476	2.112	.043

a. Dependent Variable: SQRT\_Y

Sumber: Output SPSS, Data sekunder diolah, 2023

### Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji F dilakukan untuk menguji pengaruh secara simultan antara biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5050837769.088	3	1683612589.696	21.675	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2252609278.812	29	77676182.028		
	Total	7303447047.900	32			

a. Dependent Variable: SQRT\_Y

b. Predictors: (Constant), SQRT\_X3, SQRT\_X2, SQRT\_X1

Sumber: Output SPSS, Data sekunder diolah, 2023

### Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*. Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.832 <sup>a</sup>	.692	.660

a. Predictors: (Constant), SQRT\_X3, SQRT\_X2, SQRT\_X1

b. Dependent Variable: SQRT\_Y

Sumber: Output SPSS, Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 diatas diperoleh hasil bahwa koefisien determinasi yang menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.660, artinya variabel biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih sebesar 66%, sedangkan sisanya 34% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh, menunjukkan bahwa variabel biaya kualitas memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1.006 < t_{tabel}$  sebesar 2.0452 dan nilai signifikan sebesar 0.880 > 0.05, sehingga biaya kualitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini mendukung Teori Efisiensi Biaya, menurut (Deming, 1982) bahwa biaya kualitas yang tinggi mungkin tidak efisien secara biaya. Misalnya biaya untuk memperbaiki kesalahan atau cacat pada produk bisa saja lebih mahal daripada biaya untuk menolak produk yang tidak memenuhi standar kualitas yang ditetapkan. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat dijelaskan oleh Teori Keunggulan Bersaing. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) menurut (Porter, 1985) adalah kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. Selain itu, pada penelitian ini biaya kualitas juga dapat menunjukkan bahwa biaya kualitas tidak selalu berdampak langsung pada laba bersih perusahaan, tetapi pada kinerja jangka panjang dan reputasi perusahaan. Biaya kualitas yang lebih rendah dapat mempengaruhi kualitas produk dan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat

mempengaruhi kinerja jangka panjang dan reputasi perusahaan. Hasil Penelitian ini mendukung secara konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari, 2021) dan (Sudjana & Fatimah, 2022) hasil penelitiannya menyatakan bahwa biaya kualitas tidak berpengaruh signifikan dengan laba bersih.

#### Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh, menunjukkan bahwa variabel promosi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1.190 < t_{tabel}$  sebesar  $2.0452$  dan nilai signifikan sebesar  $0.244 > 0.05$ , sehingga biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Hal ini mendukung teori (Sunyoto, 2012) konsep pemasaran adalah orientasi manajemen yang menentukan bahwa kunci pencapaian tujuan organisasi terdiri dari kemampuan organisasi perusahaan menentukan kebutuhan dan keinginan pasar yang dituju dan kemampuan organisasi tersebut memenuhinya dengan kepuasan yang diinginkan secara efektif dan efisien dari para pesaing. Selain itu, (Stiglitz, 2012) mengemukakan bahwa promosi tidak selalu efektif dalam meningkatkan penjualan dan laba bersih perusahaan. Promosi dapat menjadi tidak efektif jika perusahaan mengeluarkan biaya promosi yang besar namun kurang efektif dalam mencapai tujuan promosi yang diinginkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, hal ini karena beberapa faktor yang menjadi penyebab yaitu biaya promosi dipengaruhi oleh selera konsumen, kepuasan pelanggan, kemasan yang menarik hingga kualitas produk yang ditawarkan. Jika biaya promosi tinggi tetapi tidak diimbangi dengan penjualan yang meningkat maka laba perusahaan akan menurun. Hasil Penelitian ini mendukung secara konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Radella et al., 2021) dan (Rahma, 2019) yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh dengan laba bersih.

#### Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil uji t yang diperoleh, menunjukkan bahwa variabel biaya produksi memperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2.112 > t_{tabel}$  sebesar  $2.0452$  dan nilai signifikan sebesar  $0.043 < 0.05$ , sehingga biaya produksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Hal ini sejalan dengan Teori Ekonomi tentang skala produksi. Menurut (Carter, 2009) yang menyatakan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai semakin tinggi pula biaya produksi. Dalam hal ini peningkatan biaya produksi dapat diimbangi oleh peningkatan volume produksi dan penjualan sehingga total laba bersih perusahaan dapat meningkat. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan tujuannya untuk suatu proses produksi yang dimana untuk menghasilkan suatu barang yang akan diperjualkan dipasaran. Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Felicia & Gultom, 2018) yaitu peningkatan biaya produksi akan berpengaruh pada jumlah produk yang dihasilkan juga meningkat, sehingga produk yang tersedia untuk dijual juga bertambah. Hasilnya volume penjualan bertambah, dan laba bersih juga mengalami peningkatan. Dengan kata lain, biaya produksi bertambah mengakibatkan bertambahnya pula laba bersih yang diperoleh perusahaan. Menurut Teori Ekonomi konsep biaya produksi sangat penting dalam menentukan harga jual suatu produk. Menurut (Smith, 1776) menjelaskan bahwa biaya produksi merupakan faktor yang penting dalam menentukan nilai suatu produk. Hal ini disebabkan karena biaya produksi akan mempengaruhi harga jual produk tersebut. Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari, 2021) dan (Antono et al., 2021) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

#### Pengaruh Biaya Kualitas, Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan hasil uji F yang diperoleh, menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu sebesar  $0.000$  yang dimana lebih kecil dari  $0.05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima, yaitu variabel independen yang meliputi biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen yaitu laba bersih. Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian yang dilakukan oleh (Felicia & Gultom, 2018) yaitu biaya produksi, biaya promosi, dan biaya kualitas secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Tingkat laba dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan. Bila volume produksi meningkat otomatis biaya produksi akan meningkat. Dengan adanya peningkatan biaya produksi, akan



berpengaruh pada jumlah produk yang dihasilkan juga meningkat sehingga produk yang tersedia untuk dijual juga bertambah. Hasilnya volume penjualan bertambah dan laba bersih juga mengalami peningkatan. Sesuai dengan teori dari (Tjiptono, 2008) bahwa tingkat laba akan meningkat seiring dengan peningkatan pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan pasar yang didukung dengan adanya strategi promosi. Selain itu, kualitas yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar sehingga bisa meningkatkan laba yang diperoleh karena makin tinggi kualitas suatu barang makin tinggi pula nilai barang tersebut bagi pembeli. Bila produk yang dihasilkan dengan kualitas yang baik dan dengan cara pemasaran atau promosi yang baik maka akan meningkatkan daya tarik pelanggan. Karena peminat produk yang banyak nantinya akan meningkatkan volume penjualan dan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal.

### Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya kualitas tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021.
2. Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap perubahan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021.
3. Biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021.
4. Biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi berpengaruh secara simultan terhadap perubahan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021.

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat diberikan saran sebagai berikut, pertama bagi perusahaan hendaknya memperhatikan kemampuannya dalam memanfaatkan semua biaya yang dikeluarkan dalam proses bisnis agar tercapainya laba bersih yang maksimal. Perusahaan dalam mendapatkan laba yang maksimal seharusnya mempunyai strategi dan mengetahui secara jelas apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih sehingga perusahaan harus mengevaluasi hasil kinerja perusahaan. Salah satu caranya yaitu meningkatkan biaya produksi agar lebih berperan signifikan dalam meningkatkan laba usaha secara positif namun tetap memperhatikan koefisien penambahan biaya produksi agar tidak mengalami kerugian. Produksi yang baik perlu juga disertai dengan strategi promosi yang tepat tetapi lebih baik untuk menekan biaya promosi agar dikeluarkan secara efektif dan efisien. Selain itu, perlunya menekan biaya kualitas pada elemen biaya kegagalan eksternal dan internal, sehingga tidak mendominasi biaya pencegahan dan penilaian serta faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi laba bersih. Kedua, bagi peneliti selanjutnya karena pada hasil penelitian ini nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0.660, artinya variabel biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih sebesar 66%, sedangkan sisanya 34% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga pada peneliti selanjutnya disarankan agar menambahkan variabel bebas dalam penelitiannya seperti harga jual, volume penjualan dan pendapatan. Hal ini disebabkan masih banyak faktor-faktor lain yang mempengaruhi perubahan laba bersih. Serta diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar menambah sampel dan menggunakan perusahaan lain.

### Daftar Rujukan

Antono, Y. V., Suhendri, H., & Putri, S. A. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk

Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019). *INVENTORY: Jurnal Akuntansi*, Vol. 5, No.2, 144–151.

Carter, W. K. (2009). *Akuntansi Biaya*. Salemba Empat.

Deming, W. E. (1982). *Guide to Quality Control*. Massachusetts Institute Of Technology.

Fauzi, A., Prayoga, A., Luthfiana, H., Pertama, N. A., Setyawati, P., & Rahellea, S. L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Dalam Unit Yang Diperlukan Untuk Mencapai Target Laba Pada Perusahaan Dagang: Produk, Harga Dan Promosi (Literature Review Akuntansi Manajemen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, Vol. 3(Issue 5), 505–515.

Felicia, & Gultom, R. (2018). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015. *Jurnal Ilmu Manajemen (METONOMIX)*, Vol.1 No.1, 3.

Jatmiko, A. (2020, August). Kebal Pandemi, Laba Tiga Perusahaan Farmasi Semester I Naik Signifikan. *Katadata.Co.Id*.

Kemenperin. (2019). *Perkuat Struktur Industri Farmasi, Pemerintah Fasilitas Insentif Investasi*.

Mariantha, I. N. (2018). *Manajemen Biaya (Cost Management)*. Celebes Media Perkasa.

Mulyadi. (2019). *Akuntansi Biaya Edisi Lima* (5th ed.). UPP STIM YKPN.

Muslich, A., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage-Creating and Sustaining* (Superior Performance). The Free Press.

Radella, L., Saebani, A., & Maulana, A. (2021). Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih. *KORELASI (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 2, 59–70.

Rahma. (2019). *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Perubahan Laba Bersih Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018*.

Sari, E. R. (2021). *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*.

Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Methuen & Co. LTD.

Stiglitz, J. E. (2012). *The Price of Inequality*. W.W. Norton.

Sudjana, K., & Fatimah, N. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas, dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal GICI Keuangan Dan Bisnis*, Vol. 14, No.2.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* (Pertama). CAPS.

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi Publisher.