



Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Pendapatan Laba Bersih Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Pada PT Unilever Indonesia)

Ayu Niken Faizati¹, Noorlaily Maulida², Abdul Kadir. MS³, Dewi Ariefahnoor⁴

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

Alamat: Jalan Adhyaksa, No. 2 Kayu Tangi Banjarmasin

*Penulis Korespondensi: ayunikenfaizati05@gmail.com

Abstract

One of the factors that causes a company to grow is because of the maximum income or profit obtained. When raw material prices rise or there is an increase in labor and overhead costs, the company must incur higher costs to produce products. If this condition is not balanced with selling price adjustments, the profit margin will narrow and net profit will decrease. Net profit is a key indicator that reflects a company's financial performance. Profit is a basic and important position of the financial overview that has various uses in various contexts, the definition of profit itself is the difference between expenses and income. The effect of production and sales costs on net profit at PT Unilever Indonesia Tbk during the period 2015 to 2022 reflects the complex phenomena faced by the company in carrying out its operations. During this period, PT Unilever faced various challenges originating from market conditions, changes in raw material prices, and fluctuating consumer demand. The results of this study indicate that: (1) Production costs partially do not have a significant effect on net profit, this is evidenced by a significance value of $0.363 > 0.05$. (2) Sales partially have a significant effect on net profit, this is proven by a significance value of $0.035 < 0.05$. (3) Production and sales costs simultaneously have a significant effect on net profit, this is proven by a significance value of $0.000 < 0.05$. (4) The influence of the independent variables of production and sales costs on the dependent variable of net profit is 89.3%, while the remaining 10.7% is influenced by other factors outside this research model.

Keywords: Production Costs, Sales, Net Profit, Market Conditions, Fluctuation

Abstrak

Salah satu faktor yang menyebabkan perusahaan berkembang adalah karena pendapatan atau laba yang diperoleh maksimal. Ketika harga bahan baku naik atau terjadi kenaikan dalam biaya tenaga kerja dan *overhead*, perusahaan harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi untuk menghasilkan produk. Apabila kondisi ini tidak diimbangi dengan penyesuaian harga jual, maka *margin* keuntungan akan menyempit dan laba bersih pun mengalami penurunan. Laba bersih merupakan indikator utama yang mencerminkan kinerja keuangan suatu perusahaan. Laba merupakan posisi dasar dan penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai macam kegunaan dalam berbagai konteks, pengertian laba itu sendiri merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan. Pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk selama periode 2015 hingga 2022 mencerminkan fenomena yang kompleks yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Selama periode ini, PT Unilever menghadapi berbagai tantangan yang berasal dari kondisi pasar, perubahan harga bahan baku, dan permintaan konsumen yang fluktuatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Biaya produksi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,363 > 0,05$. (2) Penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap laba bersih hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,035 < 0,05$. (3) Biaya produksi dan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih hal

ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. (4) Besar pengaruh variabel independen biaya produksi dan penjualan terhadap variabel dependen laba bersih sebesar 89,3% sedangkan sisanya 10,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Penjualan, Laba Bersih, Kondisi Pasar, Fluktuatif

LATAR BELAKANG

Salah satu faktor yang menyebabkan perusahaan berkembang adalah karena pendapatan atau laba yang diperoleh maksimal. Ketika harga bahan baku naik atau terjadi kenaikan dalam biaya tenaga kerja dan *overhead*, perusahaan harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi untuk menghasilkan produk. Apabila kondisi ini tidak diimbangi dengan penyesuaian harga jual, maka *margin* keuntungan akan menyempit dan laba bersih pun mengalami penurunan. Laba bersih merupakan indikator utama yang mencerminkan kinerja keuangan suatu perusahaan. Laba merupakan posisi dasar dan penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai macam kegunaan dalam berbagai konteks, pengertian laba itu sendiri merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan (Silvan, 2024). Biaya adalah salah satu sumber informasi yang penting dalam analisis strategi perusahaan, tanpa informasi biaya, manajemen tidak memiliki ukuran apakah masukan yang dikorbankan memiliki nilai ekonomi yang lebih rendah daripada nilai keluarannya, sehingga tidak memiliki informasi apakah kegiatan usahanya menghasilkan laba atau sisa hasil usaha yang sangat diperlukan untuk mengembangkan dan mempertahankan ekstensi perusahaannya (Sudjana & Fatimah, 2022).

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi laba bersih adalah biaya produksi. Biaya produksi yaitu semua biaya yang terkait dengan aktivitas pengolahan bahan baku menjadi barang jadi (Tarigan et al., 2022). Biaya produksi terdiri atas tiga bagian yaitu, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Jika biaya produksi tidak dikelola dengan baik, maka yang terjadi akan berdampak langsung terhadap menurunnya laba yang dihasilkan. Ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dari Kezia & Wulandari, (2024) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, hal ini dikarenakan biaya produksi merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi pencapaian besar kecilnya laba bersih suatu perusahaan.

PT. Unilever Indonesia Tbk. merupakan salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia yang bergerak dalam bidang industri barang konsumsi (*Fast Moving Consumer Goods*). Perusahaan ini didirikan pada tanggal 5 Desember 1933 dengan nama awal *Lever's*

Zeepfabrieken N.V. dan kemudian berubah menjadi PT.Unilever Indonesia Tbk. Perusahaan ini resmi menjadi perusahaan publik pada tahun 1982 yang saham-sahamnya tercatat dan diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Unilever Indonesia memiliki lebih dari 40 brand yang terbagi menjadi 2 segmen usaha yaitu : *Home & Personal Care* serta *Foods and Ice Cream*. Kantor Pusat Unilever Indonesia saat ini berlokasi di Grha Unilever, Green Office Park Kav. 3, BSD City, Tangerang, Banten. Dan memiliki sembilan pabrik yang berada di Cikarang dan Rungkut, Surabaya.

Berikut ini perkembangan biaya produksi, penjualan dan laba bersih yang diambil dari laporan keuangan perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode tahun 2015-2022.

Tabel 1.

Biaya Produksi, Penjualan, dan Laba Bersih PT. Unilever Indonesia Tbk.

Tahun	Biaya Produksi	Penjualan	Laba Bersih
2015	17.107.280	36.484.030	5.851.805
2016	17.940.490	40.053.732	6.390.672
2017	18.247.949	41.204.510	7.004.562
2018	19.048.934	41.802.073	9.109.445
2019	19.964.545	42.922.563	7.392.837
2020	18.351.739	42.972.474	7.163.536
2021	17.930.635	39.545.959	5.758.148
2022	19.595.015	41.218.881	5.364.761

Sumber : Annual Report PT.Unilever Indonesia Tbk.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh dari laporan keuangan PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2015 hingga 2022 mengalami fluktuasi pada laba bersih perusahaan. Pada tahun 2016 biaya produksi, penjualan dan laba bersih menunjukkan kenaikan. Pada tahun 2017 biaya produksi, penjualan dan laba bersih menunjukkan kenaikan. Pada tahun 2018 pun biaya produksi, penjualan dan laba bersih mengalami peningkatan. Pada tahun 2019 biaya produksi dan penjualan menunjukkan kenaikan namun pada laba bersih mengalami penurunan. Pada tahun 2020 terjadi penurunan biaya produksi, penjualan menunjukkan kenaikan akan tetapi laba bersih mengalami penurunan. Pada tahun 2021, terjadi penurunan biaya produksi, penjualan dan diikuti laba bersih perusahaan. Pada tahun 2022, mengalami kenaikan pada biaya produksi dan penjualan, namun tidak diikuti dengan laba bersihnya.

Fenomena ini menunjukkan bahwa kenaikan biaya produksi tidak selalu seiring dan sejalan dengan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan. Dan juga dapat dilihat meskipun nilai penjualan cenderung stabil bahkan meningkat, hal tersebut tidak selalu di

iringi dengan peningkatan laba bersih. Meskipun perusahaan berhasil menjaga pendapatan dari sisi penjualan, tekanan terhadap laba tetap akan terjadi. Yang kemungkinan besar disebabkan oleh peningkatan beban biaya, khususnya biaya produksi. Salah satu cara untuk memaksimalkan laba yaitu dengan cara menekankan biaya-biaya yang terjadi di perusahaan. Perusahaan yang dapat menekankan biaya, akan dapat meningkatkan laba bersih. Sebaliknya, apabila terjadi pemborosan biaya maka akan menyebabkan turunnya laba bersih perusahaan.

Pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk selama periode 2015 hingga 2022 mencerminkan fenomena yang kompleks yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Selama periode ini, PT Unilever menghadapi berbagai tantangan yang berasal dari kondisi pasar, perubahan harga bahan baku, dan permintaan konsumen yang fluktuatif. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk melakukan optimasi biaya agar tetap dapat menghasilkan laba yang memadai. Laba bersih menjadi indikator penting untuk menilai keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola semua sumber daya yang ada, termasuk biaya produksi dan penjualan.

KAJIAN TEORITIS

Biaya sering kali dibandingkan dengan beban (*expense*), biaya (*cost*) adalah kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang dapat memberikan manfaat baik dimasa sekarang dan masa yang akan datang, sedangkan beban (*expense*) adalah biaya yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu dan dapat habis masa pakainya dalam satu periode (Nuraeni, 2017). Menurut Tarigan et al (2022) mendefinisikan bahwa biaya produksi yaitu semua biaya yang terkait dengan aktivitas pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Menurut Rakhmawati et al (2023) menyimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang timbul akibat adanya proses produksi mulai dari pembelian, pengolahan bahan baku hingga menjadi barang jadi yang siap dijual. Biaya produksi adalah segala biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa, mulai dari pengolahan bahan baku hingga menjadi produk jadi yang siap dijual. Biaya produksi mengacu pada semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses pembuatan barang yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Menurut Rakhmawati et al (2023) biaya- biaya produksi dikategorikan menjadi tiga unsur, yaitu sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku Langsung

Suatu biaya produksi disebut sebagai biaya bahan baku langsung jika bahan tersebut merupakan bagian yang integral, dapat dilihat atau diukur secara jelas dan mudah serta dapat ditelusuri baik fisik maupun nilainya dalam wujud produksi yang dihasilkan.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Suatu biaya produksi disebut sebagai biaya tenaga kerja langsung jika biaya itu dikeluarkan atau dibebankan karena adanya pembayaran upah kepada tenaga kerja yang langsung ikut serta bekerja dalam membentuk produksi akhir. Biaya ini dapat ditelusuri karena secara jelas dapat diukur dengan waktu yang dipergunakannya dalam keikusertaannya secara langsung membentuk produksi akhir.

3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* adalah semua biaya pabrik yang bukan bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung yang timbul dan dibebankan terhadap pabrik karena sifatnya sebagai bagian yang memiliki eksistensi dalam produksi akhir maupun hanya memberikan pelayanan guna menunjang, memperlancar, mempermudah atau sebagai penggerak kegiatan itu sendiri.

Jenis-jenis biaya produksi menurut Sugianto (2013) dapat dibedakan menjadi dua, yaitu terdiri :

1. Biaya Produksi jangka pendek, yaitu diturunkan dari fungsi produksi jangka pendek. Dengan demikian biaya produksi jangka pendek juga dicirikan oleh adanya biaya tetap.
2. Biaya produksi jangka panjang, yaitu biaya yang dapat disesuaikan untuk tingkat-tingkat produksi tertentu. Sebagai contoh jika *capital* atau mesin-mesin tidak dapat diubah sesuai dengan perubahan produksi maka dikatakan biaya jangka pendek dan sebaliknya jika mesin dapat disesuaikan untuk tingkat-tingkat produksi tertentu maka dikatakan biaya jangka panjang.

Menurut Astuti et al (2022) mendefinisikan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan dengan tujuan mengundang orang lain untuk bersedia membeli atau menerima barang atau jasa yang diberikan oleh penjual dengan menetapkan kesepakatan harga antara dua pihak sebelum terjadi pertukaran. Menurut Gunawan (2023) mengatakan bahwa penjualan adalah proses memberikan sesuatu kepada orang lain/pembeli dengan tujuan memperoleh uang sebagai kompensasi atau pembayaran. Kotler & Keller (2014) mendefinisikan penjualan adalah jumlah produk yang dihasilkan dan dapat dijual dari produsen ke konsumen dan perlu dikonversikan produknya ke uang tunai dengan gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dengan produk dan seluruh hal-hal yang terkait dengan membuat, memberikan, dan akhirnya dikonsumsi. Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu

usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan (Gusrizaldi & Komalasari, 2016). Jadi penjualan dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan ekonomi yang melibatkan proses mengundang atau mendorong pihak lain untuk membeli barang atau jasa dengan adanya kesepakatan harga antara penjual dan pembeli dan memperoleh pendapatan yang diperlukan serta mencapai tujuan utama yaitu berupa keuntungan.

Laba merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya-biaya dalam proses bisnis (Makalalag et al., 2023). Menurut Siregar (2023) mengemukakan bahwa laba merupakan selisih positif atas penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak, laba yang sering kali digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan total pendapatan dibandingkan total bebananya. Menurut Sudjana & Fatimah (2022) menyatakan laba merupakan salah satu tolak ukur dari keberhasilan perusahaan. Salah satu tujuan dari perusahaan yaitu menghasilkan laba sebanyak-banyaknya untuk mengembangkan perusahaannya dan menarik investor untuk melakukan investasi (Makalalag et al., 2023). Laba merupakan posisi dasar dan penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai macam kegunaan dalam berbagai konteks, pengertian laba itu sendiri merupakan selisih antara pengeluaran dan pemasukan (Silvan, 2024).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Sugiyono (2019) mendefinisikan *explanatory research* sebagai jenis penelitian yang menjelaskan bagaimana variabel penelitian terkait satu sama lain dan bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Dan menggunakan pendekatan kuantitatif, Menurut Sugiyono (2020) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek ataupun subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah laporan keuangan triwulan Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2015-2022. Sedangkan lebih lanjut menurut Sugiyono (2020) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ini

menggunakan teknik sampel jenuh. Dimana sampel jenuh, sampel penelitian yang diambil merupakan keseluruhan dari populasi data laporan keuangan triwulan yang digunakan berupa biaya produksi, penjualan dan laba bersih PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2015-2022 yaitu berjumlah 32 sampel.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sekunder. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2020). Teknik dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai jenis dokumen atau sumber tertulis (Amelia et al., 2022). Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan berdasarkan Laporan Keuangan, yang didapatkan melalui bursa efek indonesia (<https://www.idx.co.id>) dan situs resmi perusahaan (<https://www.unilever.co.id>), serta artikel jurnal dan buku melalui rujukan online seperti *Google Scholar* dan sejenisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa jauh pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil dari analisis regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1 Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-22353085354,387	292562256629,999		-,076	,940
	Biaya Produksi	-,263	,285	-,676	-,924
	Penjualan	,287	,129	1,621	2,216

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -22.353.085.354,387 - 0,263 + 0,287 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai negatif sebesar 22.353.085.354,387. Tanda negatif artinya menunjukkan pengaruh yang berlawanan arah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi Biaya Produksi (X1) dan Penjualan (X2) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka Laba Bersih bernilai 22.353.085.354,387.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Biaya Produksi (X1) memiliki nilai negatif sebesar 0,263 yang memiliki arti bahwa biaya produksi memiliki arah negatif atau berlawanan arah terhadap laba bersih, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel biaya produksi dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap, maka laba bersih akan mengalami penurunan sebesar 0,263. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai biaya produksi, maka laba bersih akan semakin menurun.
3. Nilai koefisien regresi dari variabel Penjualan (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,287 yang memiliki arti bahwa penjualan memiliki arah positif atau searah terhadap laba bersih, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel penjualan dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan atau tetap, maka laba bersih akan mengalami kenaikan sebesar 0,287. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai penjualan, maka laba bersih akan semakin besar.

Tabel 2 Uji t Parsial

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-22353085354,387	292562256629,999		-,076 ,940
	Biaya Produksi	-,263	,285	-,676	-,924 ,363
	Penjualan	,287	,129	1,621	2,216 ,035

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2 diatas, hasil uji t untuk variabel biaya produksi mempunyai nilai t hitung -0,924 yang lebih kecil dibandingkan t tabel yaitu 2,04523 dan memiliki nilai signifikansi $0,363 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak, yang berarti secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Untuk variabel penjualan diperoleh nilai t hitung 2,216 yang lebih besar dibandingkan t tabel yaitu 2,04523 dan

memiliki nilai signifikansi $0,035 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti secara parsial penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

Tabel 3 Uji F Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11609298865429436000 0000000,000	2	580464943271471800000000 00,000	130,301	,000 ^b
Residual	12918928382044854000 000000,000	29	445480289036029500000000, 000		
Total	12901191703633921000 0000000,000	31			

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

Berdasarkan Uji F pada tabel 3 diatas, dapat diketahui pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan terhadap Laba Bersih menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) diterima, yang berarti Biaya produksi dan Penjualan secara simultan berpengaruh positif dan sinifikan terhadap Laba Bersih.

Tabel 4 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,949 ^a	,900	,893	667443097976,172

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

Sumber :
Data

diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4 diatas, didapatkan nilai *Adjusted R Square* (Koefisien determinasi) sebesar 0,893. Yang berarti proporsi pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan terhadap Laba Bersih sebesar 89,3%, sedangkan 10,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang diluar variabel penelitian.

Hipotesis pertama (H1) penelitian ini menyatakan bahwa Biaya Produksi berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, Biaya Produksi memiliki nilai signifikansi $0,363 > 0,05$. Dengan semikian H1 ditolak, yang berarti Biaya Produksi tidak berpengaruh terhadap Laba Bersih. Biaya produksi sendiri

merupakan pengeluaran yang diperlukan perusahaan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi. Besarnya biaya yang dikeluarkan akan menjadi dasar dalam menetapkan harga jual suatu produk, yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap laba yang dihasilkan. Oleh sebab itu, perusahaan harus berupaya dalam meminimalkan pengeluaran terkait proses biaya produksi.

Hipotesis pertama (H2) penelitian ini menyatakan bahwa Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, Biaya Produksi memiliki nilai signifikansi $0,035 < 0,05$. Dengan demikian H2 diterima, yang berarti Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih. Penjualan memegang peran yang penting dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. Dengan penjualan yang semakin tinggi maka akan menyebabkan laba bersih meningkat. Sehingga salah satu upaya utama untuk memaksimalkan laba adalah dengan mengelola dan meningkatkan penjualan secara efektif.

Hipotesis pertama (H3) penelitian ini menyatakan bahwa Biaya Produksi dan Penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, Biaya Produksi dan Penjualan secara simultan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan semikian H3 diterima, yang berarti Biaya Produksi dan Penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih dengan nilai proporsi pengaruh sebesar 89,3%, sedangkan 10,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar variabel yang diteliti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Putra et al., (2024), dan Ermaya et al., (2016). Dimana hasil penelitian menunjukkan biaya produksi dan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,363 lebih besar dari 0,05. Yang berarti H1 ditolak.
2. Penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,035 lebih kecil dari 0,05. Yang berarti H2 diterima.
3. Biaya produksi dan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih yang dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Yang berarti H3 diterima.

Sehingga secara umum dapat diberi kesimpulan bahwa variabel independen biaya produksi dan penjualan memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen laba bersih PT. Unilever Indonesia Tbk. dan variabel independen yang memiliki pengaruh positif dan signifikan adalah penjualan PT. Unilever Indonesia Tbk.

DAFTAR REFERENSI

- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, Primadewi, K., & Habibah, U. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Anggraeni, R., & Elan, M. I. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(2), 94–98. <https://doi.org/10.5918/jurnalsostech.v3i2.635>
- Astuti, W. A., Komala, A. R., & Ambarwati, D. T. (2022). Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Menerapkan Marketplace Bagi Pelaku UMKM Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Akuntansi*, 14(2), 140–147. <https://doi.org/10.34010/jra.v14i2.7529>
- Budianto, F. F. (2023). Implementasi Teknologi dalam Manajemen Komunikasi Bisnis. *Action Research Literate*, 7(9), 1–5. <https://doi.org/10.46799/arl.v7i9.167>
- Fajri, F., & Fauziah, F. (2020). Pengaruh Rasio Profitabilitas dan DER Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif dan Komponen. *Borneo Student Research*, 1(2), 920–926.
- Gunawan, A. (2023). Hubungan Persediaan Dengan Penjualan Pada Laporan Keuangan Koperasi Bukit Muria Tahun 2021-2022. *Jurnal PBM : Pengembangan Bisnis Dan Manajemen*, 23XXIII(43), 95–109.
- Hardani, Auliya, H. N., Andriani, H., Fardani, R. A., & Ustiwyat, J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Hilaliyah, I., Gurendrawati, E., & Handarini, D. (2022). Analisis Komparatif Kinerja Keuangan Sebelum dan Saat Covid-19 pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 2(3), 641–660.
- Huda, M., & Kurniawati, K. (2024). ANTESEDEN PURCHASE INTENTION PADA E-COMMERCE. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1883–1903. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4254>
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Jilid I). Erlangga.
- 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 : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 71–81. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49129>

- Puspitasari, I., & Ruchjana, E. T. (2022). Pengaruh Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba bersih Pada Perusahaan Percetakan Di Krawang. *COSTING : Journal Of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 949–952.
- Rakhmawati, H., Murnisari, R., & Hatta, A. (2023). Pengendalian Biaya Dalam Pencapaian Keberhasilan Efisiensi Biaya. *JAT : Journal Of Accounting and Tax*, 2(1), 44–53. <https://doi.org/10.36563/jat.v2i1.784>
- Saputri, D. Y., & Bahtiar, A. (2024). Penerapan Algoritma Naive Bayes Terhadap Preferensi Konsumen Pembelian Barang Dan Jasa Di D'Beauty Lash Tegal. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(2), 1354–1361. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i2.8972>
- Silvan, A. (2024). Pengaruh Hutang dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada PT. Mitra Adiperkasa Tbk Jakarta. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 5(01), 797–809. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i01.6165>
- Siregar, I. (2023). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Pada PT. Perkebunan Nusantara IV Unit Usaha Adolina Perbaungan. *Jurnal Stindo Profesional*, IX(1), 32–44.
- Sudjana, K., & Fatimah, N. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 14(2), 201–209. <https://doi.org/10.58890/jkb.v14i2.62>
- Syahrul, R., & Septiano, R. (2023). Pengaruh Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Pada Di Bursa Efek Tahun 2019-2022. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(1), 174–188. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2334>