



## **Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada PT. Unilever Tbk Periode 2017-2021**

**Dea Ratna Puspita<sup>1</sup>, Fazhar Sumantri<sup>2</sup>, Mu'mina<sup>3</sup>, Maulidia Hilmiar<sup>4</sup>, Ivontiana Nganus<sup>5</sup>, Maya Anggraeni<sup>6</sup>, Dhelvia Devitha Shalihah<sup>7</sup>**

<sup>1,3,4,5,6,7</sup>Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika, <sup>2</sup>Dosen Universitas Bina Sarana Informatika

### **Abstract**

Received: 4 Juni 2022  
Revised: 7 Juni 2022  
Accepted: 12 Juni 2022

In this digital era, most companies are already using advanced technology in all things, including in producing goods that already use machines and promoting goods through the internet. This research is used to analyze the effect of production costs, promotions and sales volume on profits. This study uses quantitative research methods, using company secondary data by taking financial data at the company PT Unilever Tbk through the official website. In this study, it is explained how much influence the production costs, promotion costs and sales volume will have on the profit to be achieved. There is an f test which shows that the variables of production costs, promotion costs and sales volume have a significant effect on profit. The results of the research that the variables of production, promotion, and sales volume have a joint effect of 89.2% on the company's profit variable and the remaining 10.8% are influenced by other variables outside of this study.

**Keywords:** Cost, Production Cost, Promotion, Sales Volume

(\*) Corresponding Author: [64190513@bsi.ac.id](mailto:64190513@bsi.ac.id)

**How to Cite:** Puspita, D., Sumantri, F., Mu'mina, M., Hilmiar, M., Nganus, I., Anggraeni, M., & Shalihah, D. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada PT. Unilever Tbk Periode 2017-2021. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(9), 194-205. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6644260>.

## **PENDAHULUAN**

(Yuda & Sanjaya, 2020) Pada periode digital ini semua memerlukan perusahaan menggunakan teknologi canggih, seperti prosedur produksi, promosi dan volume penjualan yang sudah dilakukan menggunakan alat/mesin, lalu dipasarkan melalui internet maupun alat digital lainnya. Perusahaan dibangun untuk mengembangkan volume penjualan, meningkatkan daya saing dan mengurangi biaya terkait demi mencapai keuntungan maksimal. Persaingan tersebut melingkupi persaingan dalam menentukan harga, kualitas barang dan promosi dengan cepat dan tepat.

Pada perusahaan manufaktur, penjualan adalah cara yang paling penting untuk mendapatkan keuntungan supaya pendapatan pada suatu perusahaan dapat meningkat. Penjualan adalah output tujuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan mentah menjadi produk yang dapat dijual. Dalam penggunaan biaya perusahaan harus bijaksana dalam menghitung anggaran (Rohani, 2021).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keuntungan, salah satunya adalah

biaya. Biaya tersebut meliputi biaya produksi, biaya pemasaran, biaya operasi, biaya kualitas, dan biaya distribusi. Biaya ini timbul dari pengolahan produk, mempengaruhi harga jual produk, dan juga mempengaruhi keuntungan perusahaan. Biaya produksi merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan dalam melakukan produksi. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan ingin memperoleh keuntungan yang besar dari usaha produksinya. Oleh karena itu, biaya produksi harus dirancang sesuai kebutuhan perusahaan dan dapat dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan keuntungan suatu perusahaan. Biaya produksi juga dapat dijadikan sebagai penentu harga jual suatu produk dan mempengaruhi besarnya keuntungan yang dihasilkan (Daslim *et al.*, 2019)

Volume penjualan adalah sumber kehidupan bagi perusahaan, semakin bertambah volume penjualan yang di dapat perusahaan maka semakin banyak pula keuntungan yang di dapat oleh perusahaan. Menurut yusnizal (Sekaran *et al.*, 2018) menyatakan bahwa “Semakin banyak volume penjualan maka laba yang di hasilkan akan semakin besar dengan kerja keras perusahaan dalam menjual barang terhadap pelanggan, sehingga target volume penjualan yang di rencanakan oleh perusahaan dalam periode tertentu supaya bisa tercapai.

Setiap perusahaan mempunyai target yang ingin di capai, salah satunya ialah untuk mendapatkan laba yang tinggi, laba sering di dimanfaatkan untuk mengukur atau menilai kinerja suatu perusahaan. Laba merupakan alat ukur keberhasilan perusahaan. Keuntungan ini memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan perusahaan dan mengembangkan bisnisnya untuk mencapai kepuasan konsumen yang lebih tinggi, dan juga dapat memperkuat situasi ekonomi secara keseluruhan. (Lisna & Hambali, 2020)

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Mulyadi (Noviani & Tipa, 2019) mempunyai teori bahwa ada beberapa dampak yang berpengaruh terhadap laba seperti berikut :

1. Adanya pengaruh biaya terhadap laba
2. Adanya pengaruh harga jual terhadap laba
3. Adanya pengaruh volume penjualn terhadap laba

Penjualan merupakan suatu aktivitas transisi produk atau bisa disebut juga dengan layanan yang merupakan termasuk bagian dari strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Firmansyah mempunyai pendapat bahwa promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada para pelanggan. Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan. Variabel dependen yang digunakan adalah laba perusahaan.

### **Biaya Produksi ( $X_1$ )**

(Insan, 2019) Biaya merupakan seluruh pengeluaran yang dikeluarkan untuk suatu proses produksi yang dinyatakan menggunakan satuan uang dari harga pasar yang berlaku, baik yang telah terjadi maupun yang akan terjadi. Menurut Riwayandi (Jumingan & Wardiyah, 2019), biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan fungsi produksi. Biaya produksi termasuk biaya lini, BTKL, dan biaya penghentian pabrik. Menurut Sadday (Y.Casmadi, 2019), kenaikan biaya produksi akan mempengaruhi fase penjualan Mengelola biaya

produksi yang buruk dapat mengakibatkan hilangnya penjual. Yang dimaksud biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendanai proses produk jadi agar siap pakai bagi konsumen. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik. Dalam mengeluarkan biaya untuk produksi barang, perusahaan harus bijak dalam mengatur anggaran yang akan dikeluarkan.

### **Biaya Promosi ( $X_2$ )**

Menurut Basu Swatha, dalam Manajemen Pemasaran Modern, ia menjelaskan, “Iklan adalah aliran informasi yang digunakan untuk menginstruksikan individu atau organisasi untuk bertukar perilaku pemasaran.” (Muslim, 2020) Biaya promosi digunakan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan kepada para konsumen, pada era saat ini promosi banyak dilakukan menggunakan media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp dan media sosial lainnya. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis apakah biaya promosi dapat berpengaruh dengan besarnya laba yang dihasilkan.

Menurut Buchari (Insan, 2019) tujuan dari dilakukannya promosi yaitu untuk menarik konsumen baru, untuk meningkatkan daya tarik pembeli, untuk menghindari konsumen pindah ke merk lain, untuk meningkatkan pada volume penjualan jangka pendek guna memperluas market place untuk jangka panjang.

### **Volume Penjualan ( $X_3$ )**

Menurut Ajeng Musdilawati (Ginanjari, 2020), volume penjualan diukur melalui dua cara yaitu dengan cara jumlah produk yang terjual dan nilai produk yang terjual. Menurut Freedy Rangkuti (Marpaung, 2019) mempunyai pendapat bahwa Volume penjualan ialah kinerja numerik yang berkaitan dengan kuantitas fisik atau satuan suatu produk. Semakin banyak jumlah produk yang diciptakan oleh perusahaan, maka semakin besar juga variabel yang harus dikeluarkan oleh perusahaan.

Menurut (Hidayanti et al., 2019), volume penjualan adalah jumlah seluruh penjualan yang berhasil untuk dicapai oleh suatu perusahaan di periode tertentu. Dengan adanya hubungan yang erat dalam volume penjualan dengan peningkatan laba bersih perusahaan, maka dengan semakin tingginya volume penjualan produk pada perusahaan ternyata akan mengakibatkan meningkatnya laba perusahaan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan jumlah laba bersih dari setiap tahunnya meningkat seiring dengan meningkatnya volume penjualan.

### **Laba(Y)**

Menurut Kasmir (Ginanjari, 2020) menyatakan bahwa “Laba bersih merupakan laba yang dikurangi dengan biaya-biaya lain yang merupakan beban perusahaan dalam periode tertentu termasuk pajak, termasuk biaya operasional untuk suatu periode tertentu”. Semua perusahaan, besar dan kecil, selalu berusaha untuk mendapatkan keuntungan. Kita dapat memaksimalkan keuntungan kita dengan mengurangi biaya produksi dan iklan yang ditanggung perusahaan (Y.Casmadi, 2019). Dalam perusahaan manufaktur, laba merupakan hal yang sangat penting.

(Rachman & Basyirudin, 2020) Laba adalah selisih antara pendapatan pada suatu periode dengan biaya yang dikeluarkan guna mendatangkan keuntungan. Belkaoui pada Chariri dan Ghozali mengungkapkan bahwa keuntungan akuntansi terdiri dari lima karakteristik, diantaranya yaitu :

- Keuntungan akuntansi yang berdasarkan dalam transaksi actual yang beraskan dari hasil penjualan barang atau jasa
- Keuntungan akuntansi yang berdasarkan dalam postulat periodisasi dan menunjuk dalam pemahaman spesifik mengenai difisi, pengukuran dan pendapatan
- Keuntungan akuntansi membutuhkan pengukuran mengenai biaya pada bentuk *cost histories*
- Keuntungan akuntansi menaksirkan tentang adanya perbandingan antara pendapatan dan biaya yang relevan dan berkaitan menggunakan pendapatan tersebut

Terdapat tiga konsep laba yang dibahas dan digunakan dalam ilmu ekonomi :

- *Psychic income*  
Yang menampakkan konsumsi barang atau jasa yang bisa memenuhi kepuasan dan keinginan individu
- *Real income*  
Yang menampakkan kenaikan pada kemakmuran ekonomi yang ditunjukkan dengan kenaikan *cost of living*
- *Money income*  
Yang menampakkan kenaikan nilai moneter sumber ekonomi yang bertujuan untuk konsumsi sesuai dengan biaya hidup

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah biaya produksi (X1), biaya promosi (X2), volume penjualan (X3) dan laba (Y).

### **Populasi dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur PT. Unilever Tbk pada periode tahun 2017-2021. Sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan triwulan yang berupa biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan dan laba dari tahun 2017-2021. Teknik pengolahan data dilakukan menggunakan bantuan software IBM SPSS versi 20.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder laporan keuangan triwulan periode 2017-2021. Sumber data yang dianalisis didapatkan melalui website resmi PT. Unilever Tbk.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Jenis survei ini pada dasarnya merupakan penelitian kuantitatif dan dasar. Menurut Kuswanto, “metode penelitian kuantitatif adalah survei yang

merepresentasikan data secara numerik “. Dalam penelitian ini, yang menggunakan populasi atau sampel sebagai data instrumental yang bermaksud untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan, penelitian di atas menggunakan data sekunder (Noviani & Tipa, 2019). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data sekunder laporan keuangan triwulan PT. Unilever Tbk.

### **Teknik Analisis Data**

Variabel independent pada penelitian ini adalah biaya produksi (X1), biaya promosi (X2), volume penjualan (X3), dan memiliki variabel dependent yaitu laba (Y) (Juwariyah & Rosyati, 2021). Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda dengan bantuan menggunakan software SPSS versi 20. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan uji analisa regresi berganda.

(Yuda & Sanjaya, 2020) Pembagian regresi linear berganda mempunyai hubungan direct antara dua atau lebih variabel independen (X1,X2,.....Xn)melalui variabel independen (Y) . Model regresi berganda berikut pada pernyataan dinyatakan sebagai berikut :

Diantaranya:

Y =Laba

A =Konstanta

X1 =Variabel Biaya Produksi

X2 =Variabel Biaya Promosi

X3 =Variabel Volume Penjualan

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

(Saukani, 2020)Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk menentukan bahwa: Variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya terdistribusi normal, untuk mengetahui apakah data tersebut terdistribusi normal Atau tidak. Analisis tersebut dapat ditentukan dengan analisis Kolmogrofsmirnov. menangani Stanislaus S. Suyanto menetapkan statistik SPSS untuk menguji normalitas data kolmogrofsmirnov dapat dilakukan atas dasar keputusan Probabilitas (signifikansi asimtotik), yaitu:

- Jika probabilitasnya lebih besar dari 0,05, maka distribusi populasi normal.
- Jika probabilitasnya lebih kecil dari 0,05, maka sebaran populasi tidak normal

Menurut Ghozali (Daslim et al., 2019) salah satu cara untuk melihat normalitas residual merupakan menggunakan grafik histogram yang membandingkan antara dua observasi menggunakan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih akurat merupakan menggunakan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membangun satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan bersama garis diagonal.

#### **Uji Multikolinearitas**

(Felicia & Gultom, 2018) Uji multikolinearitas bertujuan untuk melakukan hal ini uji apakah itu model regresi koneksi ditemukan antara Variabel bebas.

Multikolinearitas dapat dilihat dalam dua cara: Yang lainnya adalah mencari terlebih dahulu Toleransi dan lawan kedua, dengan melihat nilai varians Faktor inflasi (VIF). Nilai potong Umum digunakan menunjukkan bahwa Jika Nilai Tolerance  $> 0,100$  dan  $VIF < 10,00$  maka dapat disimpulkan Tidak Ada Gejala Multikolinearitas, namun sebaliknya apabila nilai tolerance  $< 0,100$  dan  $VIF > 10,00$  maka berkesimpulan terjadi gejala multikolinearitas

### **Uji Heteroskedastisitas**

(Felicia & Gultom, 2018) Situasi dispersi tidak seragam adalah sebagai berikut: Estimasi koefisien regresi merupakan tidak efisien Hasil estimasinya adalah sebagai berikut. Kurang atau lebih dari itu Harus. Ada beberapa cara untuk mendapatkan ada atau tidaknya Dispersi tidak seragam Tinjau bagan plot sebar dan Gunakan tes taman.

Analisis dasar untuk mengetahui hasil uji heteroskedastisitas, yaitu :

- Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, meluas dan menyempit mengikuti pola), maka berkesimpulan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka berkesimpulan tidak terjadi heteroskedastisitas

### **Uji Analisis Regresi Berganda**

(Saukani, 2020) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menentukan arah. Apa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen? Setiap variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif dan memprediksi nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen meningkat atau menurun. Analisis regresi linier berganda digunakan ketika seorang peneliti mengevaluasi keadaan (naik atau turun) dari variabel dependen ketika dua atau lebih variabel independen adalah prediktor. Operasi (atas dan bawah). Seperti ini tampilan analisis regresi berganda dilakukan saat variabel dependen 2 atau lebih.

### **Uji F**

Tujuan dilakukan Uji F adalah untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan dari biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan manufaktur PT. Unilever Tbk. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan (secara bersama-sama) tentang variabel dependent

### **Uji t**

(Rohani, 2021) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan pada masing-masing variabel bebas, baik secara individu maupun sebagian terhadap laba bersih. Derajat signifikan yang digunakan adalah  $< 0,05$  sehingga dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun jika sebaliknya  $> 0,05$  maka

dapat dikatakan bahwa variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Uji Koefisien Determinasi**

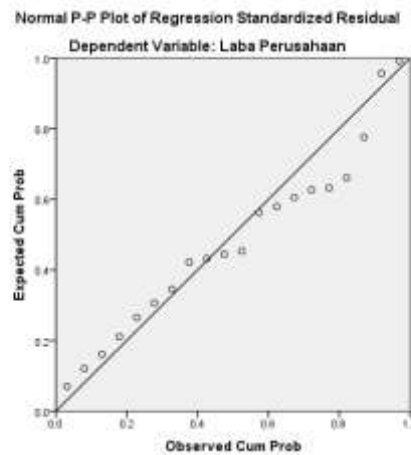
(Hendra, 2020) Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) merupakan persentase variasi total pada Y yang digambarkan oleh garis regresi. Koefisien determinasi adalah koefisien korelasi kuadrat. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui representasi dari pengaruh yang terjadi pada variabel terikat dari variabel bebas. Nilai koefisien determinasi ditentukan oleh nilai R square

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**UJI ASUMSI KLASIK**

**1. Uji Normalitas (P.P Plot)**

Gambar 1. Uji Normalitas (P.P Plot)



Untuk melihat normalitas residual menggunakan grafik histogram yang membandingkan antara dua observasi menggunakan distribusi yang mendekati distribusi normal. Berdasarkan gambar 1. Uji Normalitas (P.P Plot) dapat di analisis bahwa data yang di distribusi meluas menyertakan garis diagonal, sehingga dapat diartikan bahwa data terdistribusi secara normal. Hal ini ditunjukkan dengan gambar diatas tersebut yang mengikuti garis diagonal titik 0.

**2. Uji Normalitas (Kolmogrov Smirnov)**

Tabel 1. Uji Normalitas (Kolmogrov Smirnov)

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstan dardized Residual
N		20
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean Std. Deviation	0E-7 677138 .71922565

	Absolu	.175
te		
Most Extreme	Positiv	.175
Differences	ve	
	Negati	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z		.781
Asymp. Sig. (2-tailed)		.575

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Jika uji normalitas (Kolmogorov Smirnov) Jika probabilitasnya lebih besar dari 0,05, maka distribusi populasi normal, namun jika probabilitasnya lebih kecil dari 0,05, maka sebaran populasi tidak normal

Berdasarkan tabel 1. Uji Normalitas (Kolmogorov smirnov) menunjukkan dapat dijelaskan bahwa nilai toleransi. Sig. Karena (2fail) adalah 0,575 (> 0,05) dan signifikansi yang diperoleh lebih tinggi dari 0,05, maka dapat diartikan bahwa data terdistribusi normal.

### 3. Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>

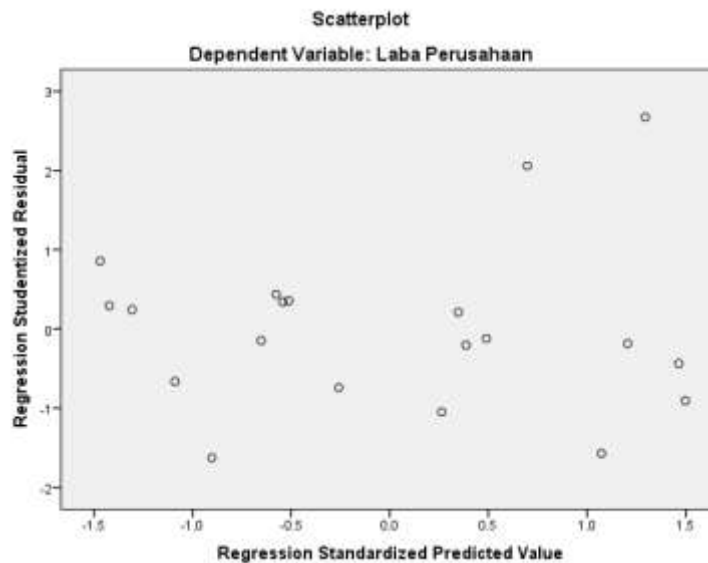
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	733144.165	496649.261		1.476	.159		
Biaya Produksi	.370	.112	.830	.312	.004	.90	1.069
Biaya Promosi	.289	.499	.146	.580	.570	.90	1.119
Volume Penjualan	6.539	4.766	.106	.372	.189	.954	1.048

a. Dependent Variable: Laba Perusahaan

Jika Nilai Tolerance > 0,100 dan VIF < 10,00 maka dapat disimpulkan Tidak Ada Gejala Multikolinearitas. Berdasarkan tabel 2. Uji Multikolinearitas diatas menyatakan bahwa karena toleransi dari variabel bebas lebih tinggi dari (> 0.100) dan VIF lebih rendah dari (<10.00), kita dapat menyimpulkan maka asumsi multikolinearitas terpenuhi atau tidak ada gejala multikolinearitas.

**4. Uji Heteroskedastisitas (Scatter Plot)**

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas (Scatter Plot)



Berdasarkan gambar 2. Uji heteroskedastisitas(scatter plot) tersebut menyimpulkan bahwa data tidak ditampilkan dengan gejala heterogenitas atau bahwa syarat untuk uji heteroskedastisitas terpenuhi, hal ini ditunjukkan karena tidak ada pola yang jelas dan hasil distribusi data di atas berada di sekitar angka 0.

**5. Uji Heteroskedastisitas (Glejser)**

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8382.3916	2795.05331		.300	.768
Biaya Produksi	.138	.063	1.519	2.190	.044
Biaya Promosi	-.475	.281	-1.176	-1.692	.110
Volume Penjualan	2.738	2.682	.218	1.021	.323

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Jika Nilai Signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat kita simpulkan data tidak terjadi gejala heterokdastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 20. Mendapatkan hasil yang menyatakan sebagai berikut :

- Variabel Produksi mempunyai nilai yang signifikansi sebesar 0,044 (>0,05).
- Variabel Promosi mempunyai nilai yang signifikansi sebesar 0,110 (>0,05)
- Variabel Volume Penjualan mempunyai nilai yang signifikansi sebesar 0,323 (>0,05)

Variabel Independent memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau Uji Heterokedastisitas sudah terpenuhi.

### UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

#### 6. Uji F

Tabel 4. Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Si g.
1	Regression	872650 71863476.670	3	290883 57287825.560	53. 423	.00 0 <sup>b</sup>
	Residual	871182 0056416.532		16		
	Total	959768 91919893.200	19			

a. Dependent Variable: Laba Perusahaan

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

Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan (secara bersama-sama) tentang variabel

dependent. Berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS versi 20, mendapatkan hasil pada tabel 4. Uji F. Dapat diartikan bahwa karena nilai signifikansi yang diperoleh yaitu 0,000 (<0,05), maka telah disimpulkan bahwa variabel produksi, promosi, dan volume penjualan mempunyai keselarasan yang signifikan (bersama-sama) dengan variabel laba perusahaan.

#### 7. Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 5. Uji Hipotesis (Uji t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

t)	(Constan	-	496		-	.
		733144.16	649.261		1.476	159
	Biaya				3	.
	Produksi	.370	.112	.830	.312	004
	Biaya				.	.
	Promosi	.289	.499	.146	580	570
	Volume	6.53	4.76		1	.
	Penjualan	9	6	.106	.372	189

a. Dependent Variable: Laba Perusahaan

Uji hipotesis (Uji t) mempunyai kriteria pengujian sebagai berikut, Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.

Berdasarkan tabel 5. Uji Hipotesis (Uji t) menunjukkan hasil analisis data sebagai berikut :

- Karena nilai signifikansi variabel produksi 0,004 (< 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel produksi berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Laba Perusahaan. (H1 diterima)
- Karena nilai signifikansi variabel promosi adalah 0,575 (>0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel laba perusahaan. (H2 ditolak)
- Karena nilai signifikansi variabel volume penjualan adalah 0,189 (> 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel volume penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Laba Perusahaan. (H3 ditolak)

#### 8. Persamaan Regresi Linear Berganda :

$$-733144.165 + 0,004X_1 + 0,570X_2 - 0,189X_3$$

#### Analisis Persamaan Regresi

- Nilai Konstanta yang dihasilkan sebesar -733144.165, maka dapat diartikan bahwa apabila variabel Produksi, Promosi, dan Volume Penjualan konstantanya diasumsikan bernilai 0 maka nilai Laba Perusahaan sebesar -733144.165.
- Nilai Koefisien Regresi variabel produksi bernilai positif sebesar 0,004 maka memiliki arti bahwa apabila ada kenaikan 1% Variabel Produksi menyebabkan kenaikan pada Laba perusahaan 0,004.
- Nilai Koefisien Regresi variabel promosi menghasilkan nilai positif sebesar 0,570 maka dapat diartikan bahwa apabila ada kenaikan 1% Variabel Promosi akan menyebabkan kenaikan pada laba perusahaan sebesar 0,570.
- Nilai Koefisien Regresi variabel volume penjualan menghasilkan nilai negatif sebesar -0,189 maka dapat diartikan bahwa apabila

terjadi kenaikan 1% Variabel Volume Penjualan akan menyebabkan penurunan pada laba perusahaan sebesar -0,189.

- Nilai konstanta sebesar -733144.165 artinya jika  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3 = 0$  maka  $Y_1 = -733144.165$

## 9. Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.954 <sup>a</sup>	.909	.892	737.894812

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

Nilai koefisien determinasi ditentukan oleh nilai R square. Berdasarkan tabel 6. Koefisien determinasi dapat dianalisis bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan diketahui sebesar 0,892. Artinya variabel produksi, promosi dan penjualan secara bersamaan memberikan kontribusi sebesar 89,2% terhadap pengaruh variabel pendapatan perusahaan, sedangkan 10,8% sisanya belajar dari variabel lain untuk dipengaruhi.

## KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan apakah biaya produksi, biaya iklan, dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba pada PT Unilever Tbk? Peneliti menggunakan data sekunder sebagai bahan perhitungan. Data sekunder di ambil melalui website resmi PT. Unilever Tbk. Pada penelitian ini analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik dan uji korelasi regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi 20. Setelah melakukan analisis uji asumsi klasik dan uji korelasi regresi berganda maka dapat kami simpulkan bahwa hasil dari penelitian ini sebagai berikut :

- Variabel biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba perusahaan, pernyataan ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifiknsi variabel produksi 0,004 (< 0,05)
- Variabel biaya promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba perusahaan, pernyataan ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifiknsi variabel promosi 0,575 (> 0,05)
- Variabel volume penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba perusahaan, pernyataan ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifiknsi variabel volume penjualan 0,189 (> 0,05)

Berdasarkan hasil pengolahan data persamaan regresi linear berganda menghasilkan  $-733144.165 + 0,004X_1 + 0,570X_2 - 0,189X_3$ . Saran untuk peneliti selanjutnya adalah disarankan untuk menambah lebih banyak penjelasan dan menambah periode riset serta variabel lainnya.

#### REFERENSI

- Daslim, F., Harahap, S., & Elidawati. (2019). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba pada PT. Sumatera Hakarindo Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5(2), 70–83.
- Felicia, & Gultom, R. (2018). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 1(1), 1–12.
- Ginangjar, Y. (2020). Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Laba Bersih Dengan Biaya Promosi. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Sistem Informasi*, 1(1), 155 dan 122.
- Hendra, H. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Pelatihan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4813>
- Hidayanti, F., Yahdi, M., & DP, R. W. (2019). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan .... *Counting: Journal of ...*, 1, 88–99. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jra/article/view/143%0Ahttps://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jra/article/download/143/111>
- Insan, I. A. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Pada PT. Prima Karya Manunggal Pangkajene dan Kepulauan. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 1(1), 18–27.
- Jumingan & Wardiyah. (2019). Biaya Operasional. *Elibrary UNIKOM*, 14–21.
- Juwariyah, N., & Rosyati. (2021). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih yang Dimediasi oleh Volume Penjualan (Studi pada PT Unilever Indonesia Tbk Priode Tahun 2015 - 2019). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 4(1), 55–64.
- Lisna, T., & Hambali, D. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih ( Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2017 ) *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 05(02), 41–49.
- Marpaung, N. (2019). Pengaruh Modal Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 8(2), 133–142. <https://doi.org/10.34010/jika.v8i2.1936>
- Muslim, M. T. (2020). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2006-2013. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 1(2), 56–64. <https://doi.org/10.37150/jimat.v1i2.983>
- Noviani, I., & Tipa, H. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan

- Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia This study aims to i determine the i effect of production costs , promotion i costs and i sales the period 2013-201. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1*(2).
- Rachman, D. D., & Basyirudin, A. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Pt Adetex Periode Tahun 2011-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, 11*(1), 65–78.
- Rohani, C. ana. (2021). PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PADA CV. NJ FOOD INDUSTRIES A Effect Of Production Costs and Promotion Costs On Net Profit In CV. NJ Food Industries. *Nusantara Hasana Journal, 1*(4), 55–64.
- Saukani, A. (2020). Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Pt . Indofood Sukses. *Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Indofood Sukses Makmur Tbk (2011-2018)*, 38.
- Sekaran, Holliday, C. O. J., Schmidheiny, S., Watts, P., Schmidheiny, S., Watts, P., Montgomery, H., Pmi, University of Pretoria, Gentry, R. R., Lester, S. E., Kappel, C. V., White, C., Bell, T. W., Stevens, J., Gaines, S. D., Zavadskas, E. K., Cavallaro, F., Podvezko, V., ... Branch, B. (2018). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Pakistan Research Journal of Management Sciences, 7*(5), 1–2. <http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?EbscoContent=dGJyMNLe80Sep7Q4y9f3OLCmr1Gep7JSsKy4Sa6WxWXS&ContentCustomer=dGJyM PGptk%2B3rLJNuePfgex43zx1%2B6B&T=P&P=AN&S=R&D=buh&K=134748798%0Ahttp://amg.um.dk/~media/amg/Documents/Policies and Strategies/S>
- Y.Casmadi, irfan aziz. (2019). Pengaruh biaya produksi & biaya operasional terhadap laba bersih pada PT.ultrajaya milk industry & trading company,Tbk. *Jurnal Akuntansi, 11*(1), 1689–1699.
- Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi), 19*(1), 35–42. <https://doi.org/10.22225/we.19.1.1406.35-42>