

## “ANALISIS PENGARUH EFISIENSI BIAYA PRODUKSI DAN PENGENDALIAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PROFITABILITAS BERSIH PERUSAHAAN SEKTOR BARANG KONSUMEN PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA”

Nidia Anggreni Das<sup>1</sup>, Rita Dwi Putri<sup>2</sup>, Fredella Azaria Kafrianti<sup>3</sup>, Nur Aliffa Putri M<sup>4</sup>,  
Winda Yanti<sup>5</sup>, Trisya Arsyabil<sup>6</sup>, Etsa Fahimah<sup>7</sup>

[dasnidiaanggreni@gmail.com](mailto:dasnidiaanggreni@gmail.com)<sup>1</sup>, [ritadwiputri02@gmail.com](mailto:ritadwiputri02@gmail.com)<sup>2</sup>, [azariafredella@gmail.com](mailto:azariafredella@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[alifamesra@gmail.com](mailto:alifamesra@gmail.com)<sup>4</sup>, [wyanti123455@gmail.com](mailto:wyanti123455@gmail.com)<sup>5</sup>, [trisyarsyabil@gmail.com](mailto:trisyarsyabil@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[etsafatih@gmail.com](mailto:etsafatih@gmail.com)<sup>7</sup>

Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Kota Solok Sumatera Barat

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efisiensi biaya produksi dan pengendalian biaya promosi terhadap profitabilitas bersih perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2023. Profitabilitas merupakan indikator penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, yang dapat dipengaruhi oleh efektivitas pengelolaan biaya operasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda berbasis data panel, serta mengandalkan data sekunder dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik efisiensi biaya produksi maupun pengendalian biaya promosi memiliki pengaruh positif, namun tidak signifikan secara statistik terhadap profitabilitas bersih, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 1,37% menunjukkan bahwa kedua variabel hanya menjelaskan sebagian kecil dari variasi profitabilitas, sehingga disimpulkan bahwa faktor lain di luar model penelitian ini lebih dominan dalam memengaruhi laba bersih perusahaan. Penelitian ini merekomendasikan studi lanjutan dengan mempertimbangkan variabel tambahan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai determinan profitabilitas perusahaan di sektor barang konsumsi primer.

**Kata Kunci:** Efisiensi Biaya, Biaya Promosi, Profitabilitas.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of production cost efficiency and promotion cost control on the net profitability of primary consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2022–2023. Profitability is an important indicator in assessing a company's financial performance, which can be influenced by the effectiveness of operational cost management. This study employs a quantitative approach using multiple linear regression based on panel data, relying on secondary data from companies' annual financial reports. The results indicate that both production cost efficiency and promotional cost control have a positive but statistically insignificant impact on net profitability, both partially and simultaneously. The coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 1.37% indicates that both variables only explain a small portion of the variation in profitability, leading to the conclusion that other factors outside the scope of this study are more dominant in influencing a company's net profit. This study recommends further research considering additional variables to provide a more comprehensive understanding of the determinants of profitability in the primary consumer goods sector.*

**Keywords:** Cost Efficiency, Promotion Costs, Profitability.

## PENDAHULUAN

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mengelola sumber daya secara efisien guna mempertahankan kinerja keuangan yang optimal. Salah satu indikator penting dari kinerja tersebut adalah profitabilitas bersih (net profit), yang mencerminkan laba bersih perusahaan setelah seluruh beban operasional dikurangkan dari pendapatan. Efisiensi biaya produksi menjadi faktor utama yang memengaruhi profitabilitas, karena mampu menekan biaya tanpa mengorbankan kualitas produk. Sebagaimana dikemukakan oleh (Adnan Pratama & Aprilia Sari, 2022) , biaya produksi perlu ditekan seminimal mungkin untuk menjaga tingkat laba bersih perusahaan.

Selain biaya produksi, biaya promosi juga memiliki peran strategis dalam menunjang profitabilitas. Promosi yang efektif dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar, namun jika tidak dikendalikan dengan baik, justru dapat membebani keuangan perusahaan. Darmawan et al. (2018) menekankan pentingnya integrasi antara perencanaan produksi dan promosi agar keputusan operasional dapat saling mendukung dan tidak menyebabkan pemborosan sumber daya. Oleh karena itu, pengendalian biaya promosi menjadi salah satu pendekatan yang penting dalam manajemen biaya perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efisiensi biaya produksi dan pengendalian biaya promosi terhadap profitabilitas bersih pada perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2023. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan ilmu akuntansi manajemen serta menjadi referensi bagi praktisi bisnis dalam mengelola biaya untuk meningkatkan profitabilitas secara berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang dianalisis berbentuk angka, sedangkan pendekatan asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efisiensi biaya produksi dan pengendalian biaya promosi terhadap profitabilitas perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data panel dari laporan keuangan perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022-2023, diperoleh hasil uji regresi linear berganda untuk menguji pengaruh efisiensi biaya produksi dan pengendalian biaya promosi terhadap profitabilitas. Data diolah menggunakan software statistik dengan metode uji parsial(t), uji simultan(f), dan koefisien determinasi (r<sup>2</sup>).

**Tabel 1. Hasil uji regresi linear berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	Sig. ( a= 0,05)	Keterangan
Konstanta	0,044991	0,0359	Signifikan
Efisiensi Biaya Produksi (X1)	0,001748	0,7286	Tidak Signifikan
Pengendalian Biaya Promosi (X2)	0,002825	0,3348	Tidak Signifikan

*Sumber: Output Eviews 2025*

Hasil tersebut menunjukkan bahwa Efisiensi Biaya Produksi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Profitabilitas Bersih perusahaan (koefisien 0,001748; p-value 0,7286 > 0,05). Demikian pula, Pengendalian Biaya Promosi juga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Profitabilitas Bersih (koefisien 0,002825; p-value 0,3348 > 0,05). Secara simultan, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Profitabilitas Bersih, ditunjukkan oleh nilai Fhitung 0,534982 dengan p-value 0,587841 (> 0,05). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) hanya sebesar 1,37%, sehingga variabel lain di luar model lebih dominan memengaruhi profitabilitas perusahaan.

**Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Fhitung	Ftabel ( $\alpha = 0,05$ )	Sig.	Keterangan
0,53498	3,12	0,587841	Tidak Signifikan

*Sumber: Output Eviews 2025*

Hasil uji F menunjukkan bahwa efisiensi biaya produksi dan pengendalian biaya promosi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan sektor barang konsumen primer.

**Tabel 3. Koefisien Determinasi**

No	Keterangan	Nilai
1	Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	0,0137
2	Koefisien Determinasi Disesuaikan (Adjusted $R^2$ )	-0,0128

*Sumber: Output Eviews 2025*

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,0137 yang berarti variabel independen hanya menjelaskan 1,37% variasi profitabilitas. Nilai Adjusted  $R^2$  negatif menunjukkan kemampuan model masih lemah. Artinya, sebagian besar variasi profitabilitas dipengaruhi faktor lain di luar.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel Efisiensi Biaya Produksi memberikan pengaruh positif terhadap Profitabilitas Bersih pada perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2023. Hal tersebut tercermin dari nilai koefisien regresi sebesar 0,001748, yang menunjukkan arah hubungan searah, di mana peningkatan efisiensi biaya produksi diharapkan dapat meningkatkan laba bersih perusahaan. Namun demikian, tingkat signifikansi sebesar 0,7286 berada jauh di atas taraf signifikansi 5 persen, sehingga pengaruh variabel ini tidak signifikan secara statistik. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun pengelolaan biaya produksi lebih efisien telah dilakukan, dampaknya belum dirasakan secara optimal terhadap kinerja profitabilitas. Kemungkinan besar, fluktuasi pasar, biaya produksi tetap yang relatif tinggi, atau ketidakseimbangan volume produksi dapat menjadi faktor pendukung lemahnya pengaruh efisiensi biaya produksi pada peningkatan laba bersih.

Hasil pengujian juga memperlihatkan bahwa variabel Pengendalian Biaya Promosi memberikan pengaruh positif dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,002825. Arah hubungan positif ini menjelaskan bahwa semakin baik pengendalian biaya promosi, semakin besar potensi peningkatan laba bersih yang diperoleh perusahaan. Namun, tingkat signifikansi yang tercatat sebesar 0,3348 masih melebihi batas signifikansi 0,05, sehingga pengaruh Pengendalian Biaya Promosi juga tidak signifikan secara parsial. Temuan ini menggambarkan bahwa pengeluaran promosi yang diatur secara efisien belum

sepenuhnya mampu meningkatkan profitabilitas bersih pada perusahaan sektor barang konsumsi primer. Faktor lain seperti efektivitas media promosi, segmentasi pasar yang dituju, dan keunggulan produk kompetitor berpotensi memengaruhi pencapaian tujuan promosi yang berujung pada laba bersih yang dihasilkan.

Secara simultan, uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 0,534982 dengan probabilitas 0,587841, yang jauh di atas taraf signifikansi 0,05. Hasil ini mengindikasikan bahwa Efisiensi Biaya Produksi dan Pengendalian Biaya Promosi secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Profitabilitas Bersih perusahaan sektor barang konsumsi primer. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang hanya sebesar 0,0137 mendukung temuan tersebut, karena hanya 1,37 persen variasi laba bersih dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar fluktuasi profitabilitas perusahaan kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti kondisi ekonomi makro, harga bahan baku, strategi penetapan harga, dan kebijakan operasional internal yang belum diakomodasi dalam penelitian ini.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa baik efisiensi biaya produksi maupun pengendalian biaya promosi memiliki hubungan positif terhadap profitabilitas bersih perusahaan sektor barang konsumsi primer, namun keduanya tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linear berganda yang memperlihatkan nilai signifikansi di atas 0,05 untuk masing-masing variabel, serta hasil uji F yang juga menunjukkan ketidaksignifikanan hubungan secara bersama-sama. Nilai koefisien determinasi yang sangat rendah, yaitu hanya sebesar 1,37%, memperkuat bahwa variabel-variabel yang diteliti hanya memberikan kontribusi yang sangat kecil terhadap fluktuasi profitabilitas bersih perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efisiensi biaya produksi dan pengendalian biaya promosi belum mampu secara substansial meningkatkan profitabilitas perusahaan dalam sektor ini pada periode pengamatan 2022–2023. Ada kemungkinan bahwa faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti kondisi ekonomi makro, harga bahan baku, strategi harga, atau kebijakan operasional internal, lebih dominan dalam memengaruhi laba bersih perusahaan. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk mempertimbangkan variabel tambahan guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif terkait determinan profitabilitas.

## **DAFTAR PUSAKA**

- Adnan Pratama, I., & Aprilia Sari, P. (2022). Production Costs, Promotion Costs, and Sales Volume to Net Profit in Pharmaceutical Sector Manufacturing Companies. *Journal Intelektual*, 1(2), 182–193. <https://doi.org/10.61635/jin.v1i2.103>
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. ISBN: 978-602-289-072-4.
- Fitriana, A. (2024). *Buku Ajar Analisis Laporan Keuangan*. Purbalingga: CV. Malik Rizki Amanah. ISBN: 978-623-09-9369-5.
- Gitman, I. (2012). *Principles of managerial finance 13th edition*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Hansen, D. R., Mowen, M. M., & Guan, L. (2009). *Cost Management: Accounting and Control*. In Cengage Learning.
- Harikkala-Laihinen, R. (2022). Hooked on a feeling? An interpretive study of organizational identity (dis)continuity during strategic change programmes†. *International Journal of*

- Project Management, 40(3), 262–277. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2022.03.004>
- Mulyadi. (2016). Akuntansi Biaya (Edisi 5). Yogyakarta: UPP STIM YKPN. ISBN: 978-602-289-290-6.
- Prakoso, T. (2024). Strategi Pengendalian Biaya dalam Pengelolaan Bisnis. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi. ISBN: 978-623-127-278-2.
- Rights, G. (2018). Integration of promotion and production decisions in sales and. December 2017, 0–47.
- Supriyono. (2018). Akuntansi Biaya (Cost Accounting) (Edisi Revisi). Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.