

Pengaruh Biaya Produksi, Omset Penjualan, dan Biaya Promosi Terhadap Laba Foresthree Coffee Tulungagung

Faradela Sandi¹, Citra Mulya Sari²

¹Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

²Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

E-mail: faradelasandi@gmail.com¹, citramulyasari007@gmail.com²

Article History:

Received: 25 Agustus 2022

Revised: 30 November 2022

Accepted: 09 Desember 2022

Keywords: Biaya Produksi, Omset Penjualan, Biaya Promosi dan Laba

Abstrak: Laba memiliki dampak pada kinerja organisasi. Laba adalah sesuatu yang dicapai oleh bisnis atau orang dalam jumlah waktu tertentu. Laba adalah komponen penting dari bisnis apa pun karena laba berfungsi sebagai ukuran seberapa baik manajemen membuat keputusan. Ada banyak biaya berbeda yang dikeluarkan oleh bisnis yang tercantum dalam laporan keuangan. Biaya produksi yang dikeluarkan saat membuat barang atau jasa. Omset penjualan berasal dari barang atau jasa yang dikirimkan kepada pelanggan serta dari biaya pemasaran yang dapat digunakan untuk menyajikan barang atau jasa kepada pelanggan. Keuntungan atau kerugian akan terlihat setelah ketiganya mampu mempertahankan organisasi yang baik. Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan tipe asosiatif. Sumber data sekunder dari laporan keuangan Forethree 2019–2021. Sampel jenuh dengan total 32 sampel digunakan dalam proses pengambilan sampel. Regresi linier berganda digunakan dalam proses analisis data. Menurut data, keuntungan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh biaya produksi dan omset penjualan. Sementara biaya produksi tidak berdampak pada pendapatan, omset penjualan dan promosi memiliki beberapa dampak. Nilai koefisien korelasi adalah 0,604, atau 60,4%. Hal ini menunjukkan bahwa model dapat menjelaskan 60,4% dari hubungan antara faktor independen dan variabel dependen. Faktor lain yang tidak terkait dengan penelitian berdampak pada sisanya 39,6%.

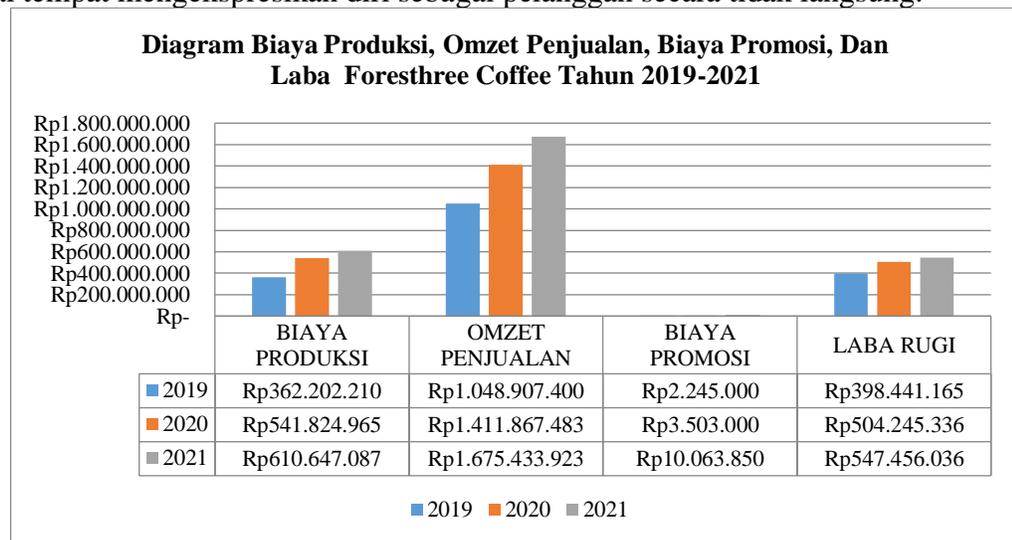
PENDAHULUAN

Kedai kopi modern secara tidak langsung telah diciptakan sebagai tempat dimana seseorang dapat merasa bangga atau puas karena tidak merasa ketinggalan zaman. Selain itu, telah berkembang menjadi alat bagi seseorang yang secara sadar mencari lingkungan baru dan merasa nyaman melakukan bisnis. pertemuan dengan keluarga dan rekan kerja serta untuk bekerja.

Satu tindakan yang diambil oleh orang untuk memenuhi tuntutan biologis untuk kelangsungan hidup adalah minum. Saat ini, minum disebut dengan nama lain sebagai semacam

aktivitas fisik. Karena minum itu sendiri memiliki arti dan pengertian, minuman itu memiliki tujuan bertahan hidup dan tujuan ekspresi. Seperti popularitas kopi, yang mempengaruhi lonjakan jumlah kedai kopi saat ini.

Komunikasi dan interaksi antar pribadi juga secara tidak langsung akan mempengaruhi atau mengubah satu sama lain. Akibatnya, aktivitas baru dapat muncul dalam kehidupan modern saat ini. coffee house Perkembangan zaman modern tidak hanya membawa kemudahan bagi para penggemar kopi. Kedai kopi semakin banyak digunakan sebagai tempat berkumpulnya masyarakat modern saat ini. Saat ini ada kedai kopi yang secara eksklusif menjual minuman kopi yang tepat, bukan hanya kopi Starbucks yang sudah jadi. Penduduk Tulungagung kini memanfaatkan kedai kopi sebagai tempat mengekspresikan diri sebagai pelanggan secara tidak langsung.



Grafik 1. Diagram Biaya Produksi, Omzet Penjualan, Biaya Promosi, Dan Laba Foresthree Coffee Tahun 2019-2021

Sumber: Laporan Keuangan Foresthree

Biaya, penjualan, dan pesaing perusahaan diringkas dalam labanya, yang merupakan laporan keuangan untuk periode waktu tertentu. Laba bersih, menurut Soemarso (2004:31), adalah selisih antara pendapatan dan laba setelah dikurangi semua biaya dan kerugian. Kenaikan bersih modal ditunjukkan oleh jumlah ini. Kinerja bisnis semakin baik semakin banyak keuntungan yang dihasilkan. Fase bisnis sering direkapitulasi dalam satu hingga tiga bulan. Karena tujuannya sendiri adalah untuk dapat menentukan seberapa menguntungkan suatu inisiatif bisnis nantinya. Pengeluaran (*expenditures*), kerugian (*losses*), keuntungan (*profits*), biaya (*costs*), dan pendapatan (*revenues*) merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi laba (*revenue*).

Faktor-faktor di atas tersebut masih tercakup dalam beberapa faktor yang lainnya yang juga berpengaruh. Peneliti dalam penelitian ini hanya mempertimbangkan tiga variabel dari laba yang telah dijadikan sebagai variabel, yaitu Biaya Produksi, Omzet Penjualan, dan juga Biaya Promosi. Alasan peneliti mengambil variabel ini karena dari ketiga faktor tersebut merupakan aspek yang penting dari proses penyusunan laporan keuangan dari suatu perusahaan.

Menurut Harnanto (2017:18) Jika produk yang bersangkutan dijual, pengeluaran produksi akan diperhitungkan sebagai beban pendapatan untuk keperluan perhitungan laba rugi secara berkala. Tenaga kerja langsung, harga bahan baku, dan harga operasi fasilitas adalah tiga komponen biaya yang membentuk biaya produksi. Kategori konversi (biaya konversi), yang mencerminkan harga produksi barang jadi dari komponen mentah, dapat dibuat dengan

menggabungkan biaya tenaga kerja langsung dengan biaya overhead pabrik. Biaya produksi sendiri dapat dikategorikan dalam kategori utama (biaya primer).

Omset penjualan menurut Swastha (2010:14), adalah jumlah seluruh tindakan penjualan untuk suatu produk serta jasa dimana dilakukan perhitungan sepanjang waktu secara terus menerus atau dalam satu operasi akuntansi. Omset penjualan merupakan keseluruhan total yang dilakukan bersumber pada penjualan barang dan jasa rentang jangka periode tertentu dan ditentukan berdasarkan pendapatan yang diterima.

Promosi berusaha untuk mempromosikan produk perusahaan atau publik dengan menggambarkannya, fitur-fiturnya, menguraikan manfaatnya, dan menyoroti penerapannya. Rangkuti (2009:81) mendefinisikan biaya promosi sebagai biaya pemasaran dan penjualan, yaitu semua biaya yang dapat digunakan sebagai jaminan pelayanan bagi pelanggan untuk memaparkan barang dan jasanya kepada konsumen atau pembeli secara langsung dalam rangka entitas mereka untuk membelinya. Perkembangan pemasaran telah dipengaruhi oleh anggaran promosi yang telah dialokasikan perusahaan untuk mempromosikan produk-produk ini.

Pengambilan lokasi penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Forestthree Coffee merupakan salah satu coffee shop terpopuler yang ada di Indonesia. Forestthree Coffee sudah memiliki puluhan cabang di Indonesia terbagi menjadi beberapa wilayah, antara lain di Tulungagung. Forestthree Coffee Tulungagung berdiri sejak tahun 2019 dan sampai sekarang masih menjadi coffee shop yang banyak diminati oleh masyarakat Tulungagung. Dari hal tersebut, menarik minat peneliti guna melakukan penelitian di Forestthree coffee Tulungagung yang merupakan coffee shop populer.

Berdasarkan uraian diatas sehingga, selanjutnya dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi, Omzet Penjualan, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba (Studi Pada Forestthree Coffee Tulungagung Tahun 2019-2021)”.

LANDASAN TEORI

Biaya Produksi

Menurut Harnanto (2017: 18) Biaya produksi akan dianggap sebagai beban pendapatan untuk tujuan perhitungan laba rugi berkala, jika produk yang bersangkutan dijual

Menurut Astuty (2014:52) mencantumkan pendekatan berikut untuk mengalokasikan biaya produksi:

1. Metode *full costing / adsorption* adalah penyerahan biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik tetap, dan biaya overhead variabel adalah komponen sumber daya yang digunakan untuk memproduksi barang atau jasa.
2. Metode *direct costing* metode untuk menghitung biaya menciptakan sesuatu, serta biaya produksi di berbagai tingkat sesuai dengan jumlah yang dihasilkan. Beban ini terdiri dari biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya bahan langsung.

Irpan Januarsah (2019) telah melakukan penelitian tentang dampak biaya produksi terhadap laba, dan hasilnya menjelaskan jika biaya tersebut tidak mempunyai dampak positif yang cukup besar terhadap laba. Selain itu, menurut studi (Mast Sembiring dan Siti Aisyah Siregar, 2018) biaya produksi memiliki dampak yang menguntungkan dan cukup besar terhadap pendapatan

Omzet Penjualan

Omset penjualan menurut Swastha (2010:14), adalah jumlah seluruh tindakan penjualan untuk suatu produk dan jasa yang dihitung sepanjang waktu secara berkelanjutan dan bersifat continue atau dalam satu operasi akuntansi.

Menurut penelitian tentang pengaruh omzet penjualan terhadap laba yang dilakukan oleh Bakti Toni Endaryono dan Prasetio Ariwibowo (Bakti Toni Endaryono dan Prasetio Ariwibowo: 2021),

perputaran penjualan berpengaruh positif dan cukup besar terhadap laba.

Biaya Promosi

Rangkuti (2009:81) mendefinisikan biaya promosi sebagai biaya pemasaran dan penjualan, yaitu setiap pengeluaran yang menjadi jaminan pelayanan bagi pelaku usaha untuk memaparkan barang dan jasanya kepada pelanggan secara langsung. Volume penjualan diperkirakan akan meningkat sebagai akibat dari biaya yang dikeluarkan. Diharapkan bahwa perusahaan akan menghasilkan lebih banyak uang mengingat volume penjualan. Oleh karena itu, promosi yang lebih tinggi diperlukan untuk kegiatan yang memenuhi tujuan laba yang ditetapkan perusahaan untuk mendukung operasi bisnis dan menghasilkan barang atau jasa yang akan menghasilkan laba sebesar mungkin.

Penelitian (Melisa Feronica Laki, dkk: 2019) tentang dampak biaya promosi terhadap laba menyimpulkan bahwa biaya tersebut berdampak negatif dan cukup besar terhadap profitabilitas perusahaan. Selain itu, penelitian (Taopik Firmansyah, Eris Darsawati: 2016) menunjukkan bahwa variabel Biaya Promosi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas bersih.

Laba

Menurut pendapat Soemarso, laba bersih yang dinyatakan adalah selisih antara seluruh pendapatan dan laba dikurangi semua biaya dan kerugian (2004:31). Kenaikan bersih modal ditunjukkan oleh jumlah ini. Kinerja bisnis semakin baik semakin banyak keuntungan yang dihasilkan.

Menurut Martani dkk, (2014:114), laba dipecah menjadi beberapa komponen yaitu:

1. Penghasilan

Laba ekonomi suatu periode akuntansi yang mengakibatkan kenaikan aktiva bersih (ekuitas), dalam bentuk pendapatan, atau penurunan kewajiban adalah pendapatan yang tidak dihasilkan dari kontribusi pemilik modal.

2. Beban

Penurunan keuntungan finansial (selama 1 periode akuntansi) mengakibatkan pertumbuhan kewajiban yang tidak termasuk dividen kepada pemilik dan mengakibatkan arus keluar aset yang mengurangi aset bersih (ekuitas).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Asep Mulyana: 2017) tentang dampak biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba, terdapat hubungan antara kedua biaya tersebut dengan laba usaha. Selain itu, penelitian dari (Deri Aries Safari: 2019) mengungkapkan bahwa biaya produksi dan omset penjualan berpengaruh besar terhadap pendapatan..

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metodologi penelitian ini mengaitkan variabel bebas dengan variabel dampak menggunakan teknik kuantitatif asosiatif. Menggunakan sumber sekunder dari hutantiga laporan keuangan untuk tahun 2019–2021.

Populasi dan Sampel Penelitian

Catatan keuangan kopi hutan tiga tahun 2019–2021 adalah populasi yang digunakan dalam analisis ini. Semua populasi yang ada sekarang dijadikan sampel penelitian dalam metode pengambilan sampel, yang disebut sampel jenuh sehingga diperoleh sampel sejumlah 32 sampel dari laporan keuangan bulanan tahun 2019-2021. Teknik ini dapat dijadikan landasan serta mampu dipertanggung jawabkan.

Variabel Penelitian

Variabel bebas yang dipakai yakni Biaya Promosi (X1), Omzet Penjualan (X2) dan Biaya Promosi (X3) sedangkan variabel terikatnya adalah Laba (Y).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai terdiri dari uji statistic deskriptif, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, uji asumsi berdistribusi normal atau uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji simultan, uji parsial, uji kebaikan model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji statistik deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Deskriptif

	Mean	Standar Deviasi
Laba	43.907.383,11	17.507.349,3
Biaya Produksi	47.333.570,69	12.405.151,64
Omzet Penjualan	129.256.525,20	32.643.149,35
Biaya Promosi	494.120,31	297.656,09

Sumber: Data diolah, 2022

Didasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil dari analisis statistik deskriptif dari setiap variabel. Nilai statistik deskriptif untuk variabel laba dengan nilai rata-rata senilai 43.907.383,11 dengan standar deviasi senilai 17.507.349,3. Variabel biaya produksi bernilai rata-rata yakni 47.333.570,69 dan nilai standar deviasi yaitu 12.405.151,64. Nilai statistik deskriptif dari variabel omzet penjualan bernilai rata-rata sebesar 129.256.525,20 dan nilai standar deviasi yaitu 32.643.149,35. Sedangkan untuk variabel biaya promosi memiliki nilai rata-rata sebesar 494.120,31 serta standar deviasi senilai 297.656,09.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dipakai guna mendapatkan informasi terkait pengujian model yang ditentukan apakah memiliki hubungan diantara variabel tertentu terhadap variabel lain. Berikut adalah hasil ujinya:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Biaya Produksi	0,207	4,832
Omzet Penjualan	0,211	4,742
Biaya Promosi	0,794	1,260

Sumber: Data diolah, 2022

Sesuai Tabel 2 menggambarkan hasil dari analisis uji multikolinearitas hasilnya menggambarkan apabila tiap-tiap dari variabel mempunyai nilai VIF yang lebih kecil dibandingkan 10. Sehingga memaknakan bahwa data tersebut telah terbebas dari adanya masalah multikolinearitas sehingga antar variabel independen bermakna saling bebas atau tidak mempengaruhi.

Uji Heterokedastisitas

Sebuah teknik yang disebut uji heteroskedastisitas mengungkapkan perbedaan varians antara residual satu pengamatan dan banyak pengamatan. Uji glejser digunakan dalam uji heteroskedastisitas ini.

Tabel 3. Uji Asumsi Identik

Model	Unstandardized	Standardized	t	Sig.	
	Coefficients	Coefficients			
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8075148,514	5448603,317		1,482	0,149
Biaya Produksi	-0,422	0,233	-0,703	-1,807	0,081
Omzet Penjualan	0,128	0,088	0,561	1,454	0,157
Biaya Promosi	5,292	4,969	0,212	1,065	0,296

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan pada uji glejser atau asumsi identitik Tabel 3 menggambarkan jika tiap-tiap variabel mempunyai nilai signifikansi yang lebih banyak dibanding dengan taraf signifikan sebesar 0,05. Artinya bahwa model regresi tersebut tidak mengalami gejala heterokedastisitas atau dengan kata lain terbebas dari adanya masalah heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi akan menjelaskan serta melihat adanya hubungan antar setiap rangkaian data observasi yang dijelaskan sesuai waktu atau ruangnya. Metode Durbin Watson dipakai dalam autokorelasi di penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Independen

Durbin-Watson	
Regression	
	2,252

Sumber: Data diolah, 2022

Pada Tabel 4 menjelaskan bahwa nilai dari Durbin-Watson senilai 2,252. Banyaknya data sejumlah 32 sampel serta jumlah variabel independen yaitu 3, didapatkan bahwa nilai dL senilai 1,244 sedangkan nilai dU 1,650. Nilai 4-dU 2,350 dan nilai 4-dL 2,756. Nilai Durbin-Watson yaitu 2,252 terletak di tengah-tengah dengan antara nilai dU (1,650) serta nilai 4-dU (2,350). Berarti data tersebut tidak memiliki masalah autokorelasi atau terbebas dari masalah autokorelasi.

Uji Asumsi Berdistribusi Normal

Uji asumsi berdistribusi normal atau uji normalitas merupakan uji guna mengetahui apakah suatu data tersebut berdistribusi normal maupun berdistribusi tidak normal. Berikut ini merupakan hasil dari uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov yaitu:

Tabel 5. Hasil Uji Asumsi Berdistribusi Normal

Unstandardized Residual	
Kolmogorov-Smirnov Z	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,307

Sumber: Data diolah, 2022

Didasarkan Tabel 5 didapatkan hasil uji normalitas memakai metode Kolmogorov-Smirnov yang

menjelaskan tingkat signifikansi senilai 0,307 lebih banyak daripada taraf signifikan sebesar 0,05. Kesimpulannya bahwa hasil analisis tersebut menunjukkan jika data residual berdistribusi normal.

Model Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized	Standardized		t	Sig.
	Coefficients	Coefficients	Beta		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7795713,45	8178959,69		-0,953	0,349
Biaya Produksi	-0,137	0,350	-0,097	-0,392	0,698
Omzet Penjualan	0,519	0,132	0,967	3,930	0,001
Biaya Promosi	-17,843	7,459	-0,303	-2,392	0,024

Sumber: Data diolah, 2022

Dari Tabel 6 dihasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -7795713,45 - 0,137 X_1 + 0,519 X_2 - 17,843 X_3 + e$$

Diadarkan pada persamaan tersebut dihasilkan nilai konstanta sebesar -7795713,45 menunjukkan bahwa biaya produksi, omzet penjualan, dan biaya promosi nilainya konstan atau tetap. Maka laba senilai -7795713,45 dalam koefisien regresi dari biaya produksi yaitu -0,137 menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh secara negatif terhadap laba perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan biaya produksi maka dapat menurunkan laba sebuah perusahaan sebesar -0,137. Koefisien regresi dari biaya promosi sebesar -17,843 menunjukkan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh secara negatif terhadap laba perusahaan. Maknanya bahwa setiap kenaikan satu satuan biaya promosi maka akan menurunkan laba sebuah perusahaan sebesar -17,843 dengan asumsi bahwa tidak ada variabel lain yang diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan koefisien regresi dari variabel omzet penjualan sebesar 0,519 menunjukkan bahwa omzet penjualan memiliki pengaruh secara positif terhadap laba perusahaan. Berarti setiap adanya penambahan satu satuan omzet penjualan mengakibatkan meningkatnya nilai laba senilai 0,519 memakai asumsi tidak ada variabel lain yang diteliti pada penelitian ini.

Uji Simultan

Dengan ambang signifikansi 0,05, uji simultan digunakan untuk memastikan bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian simultan adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6,106	3	2,035	16,784	0,000
Residual	3,395	28	1,212		
Total	9,501	31			

Sumber: Data diolah, 2022

Sesuai pada Tabel 7 nilai F_{tabel} (0,05; 3; 32) sebesar 2,90. Sedangkan nilai F_{hitung} sebesar (16,784) $> F_{\text{tabel}}$ (2,90). Kesimpulannya yaitu tolak H_0 . Penolakan H_0 ditunjukkan juga pada nilai signifikan sebesar (0,000 $<$ 0,05) bahwa kurang dari taraf signifikan. Artinya jika ada pengaruh secara positif

dan signifikan antara biaya produksi, omzet penjualan, dan biaya promosi terhadap laba.

Uji t

Simultan Uji-t, kadang-kadang disebut sebagai uji parsial, adalah pengujian yang membandingkan setiap variabel bebas dengan variabel terikat secara individual dengan ambang signifikansi 0,05. Tabel 8 menampilkan hasil uji t sebagai berikut:

Tabel 8. Uji t

Model	t-hitung	t-tabel	Sig.
(Constant)	-0,953	2,07	0,349
Biaya Produksi	-0,392	2,07	0,698
Omzet Penjualan	3,930	2,07	0,001
Biaya Promosi	-2,392	2,07	0,024

Sumber: Data diolah, 2022

Sesuai pada Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai $t_{\text{-tabel}}$ (32; 0,025) sebesar 2,07. Hasil dari uji t variabel biaya produksi yakni $t_{\text{-hitung}}$ sebesar $-0,392 < 2,07$. Apabila dilihat dari tingkat signifikannya sebesar $0,698 > 0,05$. Maknanya bahwa variabel biaya produksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba. Hasil uji t dari variabel omzet penjualan adalah $t_{\text{-hitung}}$ sebesar $3,930 > 2,07$. Apabila dilihat dari tingkat signifikannya sebesar $0,001 < 0,05$. Maknanya bahwa variabel omzet penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap laba. Begitu juga dengan hasil uji t variabel biaya promosi yaitu $t_{\text{-hitung}}$ sebesar $-2,392 > 2,07$. Apabila dilihat dari tingkat signifikannya sebesar $0,024 < 0,05$. Kesimpulannya bahwa variabel biaya promosi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap laba Forestthree Coffe.

Uji Keباikan Model

Uji kebaikan model dipakai guna memperoleh informasi terkait banyaknya pengaruh variabel independen dibandingkan dengan variabel dependen. Berikut merupakan hasil dari uji kebaikan model ditunjukkan pada Tabel 9:

Tabel 9. Uji Keباikan Model	
R Square	Adjusted R Square
0,643	0,604

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 9, R² sama dengan 0,604, atau 60,4%. Hal ini menunjukkan bahwa model dapat menjelaskan 60,4% dari hubungan antara variabel independen dan dependen. Faktor luar berdampak pada sisa 39,6% sampel.

Pengaruh Biaya Produksi, Omzet Penjualan, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba

Hasil pengujian menunjukkan bahwa setidaknya salah satu variabel biaya produksi, omzet penjualan, dan biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keuntungan Forestthree Coffee. Variabel ini ditemukan ada antara lain variabel biaya produksi, omzet penjualan, dan biaya promosi. Hal ini menunjukkan bahwa setidaknya salah satu faktor independen mempengaruhi pendapatan dengan cara yang positif dan bermakna. Selain itu, dapat diketahui bahwa model dapat menjelaskan hubungan antara variabel bebas dengan variabel sebesar 0,604 atau 60,4% bila ditinjau dari nilai uji coba model. Hal ini menunjukkan bahwa variabel selain yang termasuk dalam penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 39,6% terhadap variabel keuntungan. Hasil ini sesuai dengan pengertian yang dikemukakan oleh (Soemarso: 2004), yang menyatakan bahwa laba bersih didefinisikan sebagai kelebihan dari semua pendapatan dan keuntungan atas semua pengeluaran

dan pengeluaran. Kenaikan bersih modal ditunjukkan oleh jumlah ini. Semakin tinggi margin keuntungan perusahaan, semakin tinggi kinerjanya dianggap. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Asep Mulyana: 2017) yang menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba usaha. Selain itu, menurut data (Deri Aries Safari: 2019), baik volume penjualan maupun biaya produksi berpengaruh besar terhadap laba.

Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba

Hasil uji yang dilakukan jelas menunjukkan bahwa variabel biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba. Oleh karena itu, penurunan biaya produksi tidak akan mempengaruhi profitabilitas Forestthree Coffee, dan sebaliknya. Teori yang dikemukakan oleh (Harnanto, 2017) menyatakan bahwa jika produk yang bersangkutan dijual, maka biaya produksi akan diperhitungkan sebagai pendapatan untuk keperluan pelaporan laba secara berkala. Namun, hal ini sejalan dengan penelitian (Irpan Januarsah, 2019), yang menegaskan bahwa biaya produksi tidak terlalu berpengaruh terhadap pendapatan. Menurut penelitian, biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan (Masta Sembiring, Siti Aisyah Siregar 2018). Kesimpulan penelitian ini sangat jelas.

Pengaruh Omzet Penjualan Terhadap Laba

Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa keuntungan secara signifikan dipengaruhi oleh omzet penjualan. Laba memiliki pengaruh positif dengan omzet penjualan, sehingga keuntungan Forestthree Coffee meningkat ketika omzet penjualan meningkat, dan sebaliknya. Menurut (Swastha: 2010), omzet penjualan adalah kumpulan aktivitas penjualan untuk suatu produk dan jasa yang dihitung secara keseluruhan untuk jangka waktu tertentu secara terus menerus atau sebagai bagian dari prosedur akuntansi. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Bakti Toni Endaryono dan Prasetyo Ariwibowo: 2021) yang menyatakan bahwa laba dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh omzet penjualan.

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba

Hasil uji-t variabel biaya promosi dapat disimpulkan berpengaruh signifikan dan negatif terhadap pendapatan Forestthree Coffee. Ini menunjukkan bahwa menjalankan promosi yang menyertakan biaya promosi akan menurunkan profitabilitas. Menurut hipotesis yang dikemukakan oleh Rangkuti (2009), semua biaya yang diperoleh sebagai jaminan pelayanan bagi konsumen untuk memaparkan barang dan jasanya secara langsung kepada pelanggan atau pembeli termasuk dalam biaya pemasaran, termasuk biaya promosi. Besar atau sedikitnya biaya promosi yang berdampak pada volume penjualan dan bottom line perusahaan. Menurut penelitian (Melisa Feronica Laki, et al., 2019), biaya iklan memiliki dampak negatif dan cukup besar terhadap keuntungan bisnis. Variabel Biaya Promosi, menurut penelitian, tidak berpengaruh terhadap pendapatan bersih (Taopik Firmansyah, Eris Darsawati: 2016).

Kesimpulan

1. Secara simultan biaya produksi, omzet penjualan, dan biaya promosi memiliki pengaruh secara positif signifikan terhadap laba Forestthree Coffee.
2. Secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap laba Forestthree Coffee.
3. Secara parsial omzet penjualan berpengaruh signifikan dan positif terhadap laba Forestthree Coffee.
4. Secara parsial biaya promosi berpengaruh signifikan dan negatif terhadap laba Forestthree Coffee.

Saran

Berdasarkan penelitian tersebut, rekomendasi berikut diajukan:

1. Untuk memungkinkan lebih generalisasi temuan penelitian, disarankan untuk mengusulkan sampel dan perluasan penelitian untuk studi masa depan.
2. Forestthree Coffe dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan untuk mengambil kebijakan terkait dengan biaya produksi, omzet penjualan serta biaya promosi sehingga laba yang dihasilkan semakin meningkat.
3. Penelitian selanjutnya disarankan dapat meneliti usaha lain yang relevan dan menggunakan faktor lain yang dapat mempengaruhi laba.

DAFTAR REFERENSI

- Andy Christian dan Supatmi. 2013. Analisis Metode Akuntansi Persediaan Dilihat dari Pertumbuhan Laba dan Market Value (Studi pada Industri Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2010). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Maret 2013. Hal. 12-24. ISSN 1412-3126.
- Anom Garbo. 2013. *Pengaruh metode persediaan dan profit margin terhadap market value (manufaktur dalam efek syariah di BEI 2008-2011)*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Astuty, Widia. 2014. *Akuntansi Manajemen: Informasi bagi Manajemen untuk Perencanaan, Pengendalian dan Pengambilan Keputusan Bisnis*. Bandung: Citapustaka Media Perintis
- Bambang Wahyudiono. 2014. *Mudah Membaca Laporan Keuangan (Perusahaan Jasa, Dagang, Pabrikasi dan Bank)*. Raih Asa Sukses
- Darmadji dan Fakhruddin. 2012. *Pasar Modal Di Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Endaryono, Bakti Toni dan Prasetyo Ariwibowo. 2021. *Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan terhadap Laba Perusahaan: Studi Kasus pada PT Granitoguna BC*. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal Volume 3 Nomor 1
- Firmansyah, Taopik dan Eris Darsawati. 2016. Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada Pd. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*
- Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya "Sistem Biaya Historis."* Yogyakarta: Andi Offset.
- Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*.
- Jogiyanto. 2017. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE Yogyakarta. Edisi kesebelas. Yogyakarta.
- Kasmir. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Martani, Dwi, dkk. 2012. *Akuntansi Keuangan Menengah berbasis PSAK, Buku Satu*. Jakarta : Salemba Empat.
- Masta, Sembiring dan Siti Aisyah Siregar. 2018. Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih Sembiring. *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan* Volume 2, Nomor 3
- Melisa Feronica Laki, dkk. 2019. Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada Pt. Megamitra Makmur Sentosa Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*
- Mulyana, Asep. 2017. Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Lab Ausaha Samsung Co Tahun 2009-2015. *Jurnal Manajemen Indonesia* Vol.17 No.3
- Mutiara dan Titin. 2013. *Pengaruh Nilai Persediaan dan Profit Margin Terhadap Market*

Value Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI). STIE MDP.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Safari, Deri Aries. 2019. *Pengaruh Omzet Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Operasi Pada Cv. Ts Putra.* STIE Ekuitas

Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Soemarso S. R. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar. Buku Satu. Edisi Kelima.* Jakarta: Salemba Empat.

Swastha, B. (2009). *Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Liberti.