

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan *IBM SPSS 21*, maka penjelasan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Kualitas terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya promosi, dan biaya kualitas secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020. Artinya jika biaya produksi, biaya promosi, dan biaya kualitas mengalami kenaikan maka laba bersih juga akan naik, dan sebaliknya apabila biaya produksi, biaya promosi, dan biaya kualitas turun maka laba bersih juga akan turun.

Dalam hal ini variabel biaya produksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel biaya kualitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan

manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian Felicia dan Gultom⁷⁹ yaitu biaya produksi, biaya promosi, dan biaya kualitas secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Dengan adanya peningkatan biaya produksi, akan berpengaruh pada jumlah produk yang dihasilkan juga meningkat sehingga produk yang tersedia untuk dijual juga bertambah. Hasilnya volume penjualan bertambah dan laba bersih juga mengalami peningkatan.

Sesuai dengan teori dari Tjiptono⁸⁰ bahwa tingkat laba akan meningkat seiring dengan peningkatan pangsa pasar relatif dan tingkat pertumbuhan pasar yang didukung dengan adanya strategi bauran promosi. Kualitas yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar sehingga bisa meningkatkan laba yang diperoleh karena makin tinggi kualitas suatu barang makin tinggi pula nilai barang tersebut bagi pembeli.⁸¹

⁷⁹ Felicia dan Robinhot Gultom, “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015”, Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix Vol. 1 No. 1, Universitas Methodist Indonesia, 2018, hal. 11.

⁸⁰ Tjiptono, G. C. Pemasaran Strategik, (Yogyakarta: Andi, 2017), hal. 150..

⁸¹ Pardede, P. M., Manajemen Operasi dan Produksi-Teori, Model dan Kebijakan, (Yogyakarta: Andi, 2019), hal. 265.

B. Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel biaya produksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya jika biaya produksi mengalami kenaikan maka laba bersih akan naik, dan sebaliknya jika biaya produksi turun maka laba bersih juga akan turun.

Penelitian ini sejalan dengan teori dari Mulyadi mengenai biaya produksi yang ada. Bahwa biaya produksi merupakan biaya yang memiliki pengaruh langsung terhadap penetapan harga suatu produk.⁸² Keseluruhan dari biaya produksi yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang tujuannya digunakan untuk suatu proses produksi memiliki tujuan untuk menghasilkan suatu barang atau barang yang diperjualkan di pasaran.

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan suatu perusahaan pada saat proses produksi dan merupakan biaya yang sangat mempengaruhi pencapaian laba bersih, semakin meningkatnya biaya produksi, maka semakin kecil laba bersih yang diraih atau dicapai suatu perusahaan.⁸³

⁸² Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: UGM, 2014), Hal 14

⁸³ Harahap, Sofyan Safri, *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), hal. 187.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian Felicia dan Gultom⁸⁴ yang menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh. Jadi ketika perusahaan meningkatkan volume produksinya, maka otomatis biaya produksi juga mengalami peningkatan.⁸⁵

Tetapi hal tersebut tidak mendukung secara konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktapia, Manullang, dan Hariyani⁸⁶ yang menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih. Jika biaya produksi meningkat maka harga jual pun meningkat dan dengan demikian akan mengakibatkan menurunnya permintaan dan penurunan pada laba, sebaliknya penurunan biaya produksi

⁸⁴ Felicia dan Robinhot Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015", *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix* Vol. 1 No. 1, Universitas Methodist Indonesia, 2018, hal. 11.

⁸⁵ Carter W.K., *Biaya Mutu dan Akuntansi untuk Kehilangan dalam proses produksi*. In *Akuntansi Biaya*, 2014, hal. 218.

⁸⁶ Oktavia, et. al., "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih Pada PT Mayora Indah Tbk di Bursa Efek Indonesia Periode 2011 – 2015", *Jurnal Ilmiah Akuntansi Bisnis dan Keuangan* Vol. 11 No. 2, STIE-IBEK Bangka Belitung, 2017, hal. 45.

akan menurunkan harga jual yang mengakibatkan naiknya permintaan sehingga laba ikut naik.

Dalam menghasilkan laba yang maksimal perusahaan akan melakukan berbagai cara, salah satunya yaitu dengan menekan biaya produksi, biaya operasional serta penjualan yang akan dikeluarkan oleh perusahaan. Tingginya biaya produksi akan berdampak pada tingkat penjualan. Secara kuantitas perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan pada biaya produksi yang harus dikeluarkan. Perusahaan yang bertujuan mencari laba maupun yang tidak bertujuan mencari laba mengolah masukan berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan keluaran berupa sumber ekonomi lain yang nilainya harus lebih tinggi dari pada nilai masukannya.

Berdasarkan teori diatas menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap laba. Dimana untuk memperoleh laba, setiap perusahaan harus meningkatkan nilai keluaran atau nilai keluaran lebih besar dari pada nilai masukan (biaya) yang dikorbankan, sehingga diperoleh laba yang maksimum. Dengan kata lain, laba yang diperoleh akan semakin besar, jika biaya produksi yang dikeluarkan semakin kecil.⁸⁷

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang mengolah persediaan bahan baku menjadi barang jadi atau disebut dengan kegiatan produksi. Kegiatan produksi merupakan porsi terbesar sekaligus proses utama dari

⁸⁷ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: UGM, 2014), hal. 10.

aktivitas penyediaan barang, maka perusahaan yang berorientasi pada laba meyakinkan bahwa produk yang dijual memperoleh imbalan yang lebih tinggi dari pengorbanan penyediaan barang jadi tersebut. Kegiatan produksi ini merupakan salah satu langkah perusahaan dalam menghasilkan laba yang ingin dicapai.⁸⁸

Tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh. Berdasarkan teori tersebut, menjelaskan bahwa biaya produksi mempengaruhi laba, dimana ketika biaya produksi ditingkatkan maka akan menambah volume produksi yang nantinya akan mempengaruhi tingkat laba yang akan diperoleh perusahaan. Dengan demikian, semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan, maka jumlah produksi yang dihasilkan juga akan semakin besar yang pada nantinya akan meningkatkan pendapatan perusahaan.⁸⁹

Sejalan dengan teori dan penelitian diatas peneliti menemukan fakta bahwa peningkatan biaya produksi yang ada pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen akan berpengaruh pada jumlah produk yang dihasilkan. Dengan kata lain, biaya produksi bertambah mengakibatkan

⁸⁸ Armanto Witjaksono, *Akuntansi Biaya Edisi Revisi Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 21.

⁸⁹ Carter, W. K., & Usry, M. F., *Akuntansi Biaya, Edisi -14*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 129.

bertambahnya pula laba bersih yang diperoleh perusahaan.⁹⁰ Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

C. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya jika biaya promosi mengalami kenaikan maka tidak berpengaruh terhadap laba bersih, dan sebaliknya jika biaya promosi turun maka tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian Radella, Saebani, dan Maulana⁹¹ dan Noviani dan Tipa⁹² yang menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini dapat disebabkan karena perusahaan sudah menjadi perusahaan unggul

⁹⁰ Felicia dan Robinhot Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015", *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix* Vol. 1 No. 1, Universitas Methodist Indonesia, 2018, hal. 11.

⁹¹ Radella, et. al., "Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Perubahan Laba Bersih", *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* Vol. 2, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2021, hal. 69

⁹² Ika Noviani dan Handra Cipta, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", Universitas Putera Batam, 2019, hal. 10.

dan dikenal luas di masyarakat, sehingga jika biaya promosi saat ini naik atau turun maka tidak terlalu memengaruhi penjualan perusahaan dan laba bersih tahunan perusahaan.

Penelitian ini mendukung teori yang mengemukakan bahwa kegiatan dalam bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang berisikan tentang suatu pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi dan mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara menarik minat konsumen.⁹³ Dalam hal ini biaya promosi sendiri adalah pengorbanan ekonomis yang menjadi beban perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosinya.

Promosi sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat atau konsumen. Tujuan diadakannya promosi ini untuk memberikan informasi, meningkatkan penjualan, menstabilkan penjualan, memposisikan produk dan membentuk citra produk. Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan akan menimbulkan biaya promosi. Biaya promosi yang dikeluarkan diharapkan

⁹³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta, 2014), hal.179

dapat meningkatkan volume penjualan yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan laba bersih.⁹⁴

Dari hasil penelitian didapatkan beberapa faktor yang menjadi penyebab tidak berpengaruh yaitu, biaya promosi dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan, kemasan yang menarik, selera konsumen dan kualitas produk yang ditawarkan. Jika biaya promosi tinggi tetapi tidak diiringi dengan penjualan yang meningkat, maka laba suatu perusahaan akan menurun.⁹⁵ Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

D. Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, hasil pengujian variabel secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel biaya kualitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jadi hipotesis 4 (H_4) ditolak dan hipotesis 0 (H_0) diterima, artinya jika biaya kualitas

⁹⁴ Rahma, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk Periode 2010-2018", (Padang Sidimpuan: Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2019), hal. 61.

⁹⁵ Ika Noviani dan Handra Cipta, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", Universitas Putera Batam, 2019, hal. 10.

mengalami kenaikan maka tidak berpengaruh terhadap laba bersih, dan sebaliknya jika biaya kualitas turun maka tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Hal ini mendukung teori yang ada bahwa biaya kualitas merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas produk.⁹⁶ Biaya kualitas (*cost of quality*) merupakan biaya yang terjadi atau mungkin akan terjadi karena adanya kualitas yang rendah.⁹⁷ Biaya kualitas tidak untuk memperoleh kualitas, tetapi juga merupakan biaya-biaya yang timbul untuk mencegah terjadinya kualitas yang rendah.⁹⁸

Hasil penelitian ini mendukung secara konsisten hasil penelitian Radella, Saebani, dan Maulana⁹⁹ yang menunjukkan bahwa biaya kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. setiap perubahan biaya kegagalan perusahaan akan berdampak negatif atau berbanding terbalik terhadap perubahan laba bersih perusahaan. lebih dominannya biaya kegagalan internal dan eksternal dibandingkan dengan biaya pencegahan

⁹⁶ Temy Setiawan dan Ahalik, *Akuntansi Biaya dan Manajemen*, (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer, 2014), hal. 135.

⁹⁷ Siregar et al., *Akuntansi Biaya (Edisi 2)*, (Yogyakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 288.

⁹⁸ Sofia Prima Dewi dan Septian Bayu Kristanto, *Akuntansi Biaya*, (Bogor: In Media, 2015), hal. 105.

⁹⁹ Radella, et. al., "Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Perubahan Laba Bersih", *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Vol. 2*, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2021, hal. 69

dan penilaian.¹⁰⁰ Semakin tinggi kualitas suatu barang, semakin tinggi pula nilai barang bagi pembeli.

Tetapi hal tersebut tidak sesuai dengan penelitian Felicia dan Gultom¹⁰¹ yang menunjukkan bahwa biaya kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Kualitas yang baik biasanya mendapatkan keuntungan seperti pangsa pasar yang lebih besar, loyalitas pelanggan yang tinggi dan tentunya diikuti dengan laba yang lebih tinggi.¹⁰² Kualitas yang lebih tinggi memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar sehingga bisa meningkatkan laba yang diperoleh karena makin tinggi kualitas suatu barang makin tinggi pula nilai barang tersebut bagi pembeli.¹⁰³

Biaya kualitas jika berpengaruh secara negatif terhadap laba yang diperoleh, maka perusahaan perlu menghemat dan menekan biaya kualitas yang dikeluarkan terutama difokuskan pada elemen biaya kualitas yaitu

¹⁰⁰ Fathonah, F., Sukandani, Y., & Afrizal Miradji, M. 2019. Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Furniture Pt. Karya Yudha Tiara Tama Sidoarjo. *Majalah Ekonomi* _ ISSN No. 1411-9501, 24(2), hal. 148.

¹⁰¹ Felicia dan Robinhot Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015", *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix* Vol. 1 No. 1, Universitas Methodist Indonesia, 2018, hal. 11.

¹⁰² Stevenson, S. C., Mutu, In *Manajemen Operasi Perspektif Asia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), hal. 15.

¹⁰³ Pardede, P. M., *Manajemen Operasi dan Produksi-Teori, Model dan Kebijakan*, (Yogyakarta: Andi, 2019), hal. 265.

biaya kegagalannya.¹⁰⁴ Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

¹⁰⁴ Radella, et. al., “Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Perubahan Laba Bersih”, Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Vol. 2, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, 2021, hal. 69