



Analisis Faktor Keuangan terhadap Laba Bersih Perusahaan Consumer Non-Cyclicals di BEI

Saras Meilia Puspitasari

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Adias, Indonesia

Alamat: Jl. Tegalmati No.22, Kel. Petarukan, Kec. Petarukan, Kabupaten Pemalang,
Jawa Tengah 52362

Korespondensi penulis: puspitasari541245@gmail.com

Abstract. Companies that have good performance can be shown when they generate profits for debt financing and capital owners. To achieve this direction, management must pay attention to sales and costs. This study aims to analyze working capital, sales, production costs, operating costs, and promotion costs against net income. The independent variables analyzed include working capital, sales, production costs, operating costs, and promotion costs, while the dependent variable is net income measured by profit before tax minus income tax expense. The results of the study indicate that working capital, sales, operating costs, and promotion costs have a significant effect on net income. Meanwhile, production costs do not affect profit.

Keywords: Net profit, operating costs, production costs, promotional costs, sales, working capital.

Abstrak. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dapat ditunjukkan ketika menghasilkan laba guna pembiayaan hutang maupun pemilik modal. Mencapai arah tersebut pihak manajemen harus memperhatikan mengenai penjualan dan biaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya promosi terhadap laba bersih. Variabel independen yang dianalisis meliputi modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya promosi, sedangkan variabel dependen adalah laba bersih yang diukur melalui laba sebelum pajak dikurangkan dengan beban pajak penghasilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal kerja, penjualan, biaya operasional, dan biaya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan, biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba.

Kata kunci: Laba bersih, biaya operasional, biaya produksi, biaya promosi, penjualan, modal kerja

1. LATAR BELAKANG

Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik adalah perusahaan yang mampu menghasilkan laba guna untuk pembiayaan hutang-hutang perusahaan maupun pemilik modal. Namun dalam hal ini untuk mencapai ke arah tersebut banyak hal yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen diantaranya adalah menyangkut pengendalian biaya dan penjualan. Perusahaan *consumer non-cyclical* atau barang konsumsi primer mempunyai peluang masa depan yang baik karena sektor ini tidak terpengaruh oleh kondisi ekonomi yang buruk dan barang yang ditawarkan juga merupakan barang-barang primer yang dibutuhkan sehari-hari oleh masyarakat. Sehingga laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan *consumer non-cyclical* bisa bertahan dalam segala kondisi ekonomi.

Fenomena yang terjadi pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang mengalami perubahan laba bersih adalah kasus dari PT. Mandom Indonesia Tbk. dimana ketika biaya produksi meningkat diikuti dengan penjualan yang meningkat justru mengakibatkan laba bersih menurun drastis. Kasus PT Mayora Indah Tbk laba bersih mengalami fluktuasi, laba

mengalami penurunan karena dugaan manajemen modal kerja yang tidak optimal, namun juga mengalami peningkatan pada tahun lainnya.

Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) dari beberapa peneliti terdahulu. Dari beberapa penelitian terdahulu ditemukan perbedaan hasil penelitian yaitu penelitian yang dilakukan oleh Suwwarsa & Rahmawati (2023) menemukan bahwa modal kerja berpengaruh signifikan terhadap laba bersih sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Akbar & Astuti (2017) modal kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Variabel Penjualan pada penelitian yang dilakukan oleh Nurazhari & Dailibas (2021) penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih sedangkan penelitian Zahara & Zannati (2018) penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.

Variabel biaya produksi pada penelitian Rostiati & Ferliyati (2019) menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih sedangkan hasil penelitian Fathony & Wulandari (2020) menjelaskan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Variabel biaya operasional pada penelitian Casmadi, Y & Aziz, (2019) bahwa biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih sedangkan pada penelitian Rostiati & Ferliyati (2019) menunjukkan bahwa biaya operasional tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Variabel biaya promosi hasil penelitian Dianti et al., (2022) menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih sedangkan pada penelitian Radella et al., (2021) menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya promosi terhadap laba bersih. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai dinamika modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya promosi terhadap laba bersih dalam konteks perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*, serta memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen dan pemangku kepentingan dalam mengoptimalkan modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya promosi untuk meningkatkan laba bersih.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Laba Bersih

Menurut Soemarso (2004), laba bersih adalah kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk satu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam laporan laba rugi. Menurut Mulyadi (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi laba sebagai berikut:

a. Biaya

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

b. Harga Jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

c. Volume Penjualan

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Modal Kerja

Sawir (2005), mendefinisikan modal kerja sebagai keseluruhan aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan atau dapat pula dimaksudkan sebagai dana yang harus tersedia untuk membiayai kegiatan operasi perusahaan sehari-hari seperti pembelian bahan baku, pembayaran listrik, telepon, upah buruh, hutang, dan pembayaran yang lainnya. Pada umumnya sumber modal kerja suatu perusahaan menurut Kasmir (2016) adalah sebagai berikut:

- a. Hasil operasi perusahaan, adalah pendapatan atau laba yang diperoleh pada periode tertentu.
- b. Keuntungan penjualan surat-surat berharga, adalah selisih antara harga beli dengan harga jual surat berharga tersebut.
- c. Penjualan saham, adalah perusahaan melepas sejumlah saham yang dimiliki untuk dijual kepada berbagai pihak.
- d. Penjualan aktiva tetap, adalah yang dijual yaitu aktiva tetap yang kurang produktif atau masih menganggur.

- e. Penjualan obligasi, adalah perusahaan mengeluarkan sejumlah obligasi untuk dijual kepada pihak lainnya.
- f. Memperoleh pinjaman, adalah pinjaman dari pihak kreditur (bank atau lembaga lain).
- g. Dana hibah, adalah bantuan berupa uang, barang, atau jasa yang diberikan kepada pihak lain tanpa imbalan.
- h. Sumber lainnya.

Penjualan

Menurut Mulyadi (2014) penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut. Perusahaan yang menjual produk atau jasa, tentunya akan memperoleh pendapatan dari jumlah yang dibebankan kepada konsumen untuk produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam menjual barang atau jasa ada beberapa faktor-faktor yang harus diperhatikan menurut Basu Swastha (2008) adalah sebagai berikut:

- a. Kondisi Pasar: Pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli, atau dengan kata lain tempat transaksi antara pihak penjual dan pihak pembeli, sebagai tempat tujuan utama pihak penjual menawarkan produknya terhadap pihak pembeli, maka pihak penjual perlu memperhatikan kondisi pada sebagai berikut: a) Jenis dari pasar itu sendiri, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjualan, pasar pemerintah, atau pasar internasional, b) Jenis dan karakteristik barang, c) Harga produk, dan d) Kelengkapan barang.
- b. Kondisi dan Kemampuan Penjual: Pada prinsipnya transaksi jual beli melibatkan dua pihak, yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Tujuan utama dari penjualan adalah dapat meyakinkan pembelinya untuk melakukan transaksi pembelian, dengan demikian penjual dapat berhasil mencapai sasaran penjualan.
- c. Modal: Pada awalnya pihak pembeli belum mengenal produk yang akan ditawarkan oleh penjual. Oleh karena itu pihak penjual perlu melakukan usaha untuk memperkenalkan produknya. Semua usaha ini dapat berjalan, jika pihak penjual memiliki modal yang diperlukan.
- d. Kondisi Organisasi Perusahaan: Pada dasarnya perusahaan besar-besar akan melakukan pembagian fungsi-fungsi tersendiri dalam operasional usaha yang dilakukan, dengan kata lain setiap bagian akan ditangani oleh pihak yang ahli dibidang penjualan, hal ini dilakukan untuk memudahkan pengawasan operasional usahanya.

Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah semua biaya yang berkaitan dengan produk (barang) yang diperoleh, dimana didalamnya terdapat unsur biaya produk berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Nafarin, 2009). Pada dasarnya tujuan penentuan *production cost* adalah untuk memaksimalkan laba perusahaan yaitu menghasilkan pendapatan dan membandingkannya dengan biaya yang dikeluarkan. Adapun beberapa tujuan penentuan biaya produksi adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menetapkan biaya produksi
- b. Untuk mengendalikan biaya
- c. Untuk membantu pengambilan keputusan.

Biaya Operasional

Assauri (2008) mengemukakan bahwa biaya operasional adalah suatu pengorbanan sumber daya yang dikeluarkan dalam rangka kegiatan perusahaan untuk mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), tercakup semua aktivitas atau kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan perusahaan. Biaya-biaya yang dijalankan pihak perusahaan mempunyai tujuan dari biaya operasional sebagai berikut:

- a. Mengkoordinasi dan mengendalikan arus masukan (*Input*) dan keluaran (*Output*), serta mengelola penggunaan sumber-sumber daya yang dimiliki agar kegiatan dan fungsi operasional dapat lebih efektif.
- b. Untuk mengambil keputusan, akuntansi biaya menyediakan informasi biaya masa yang akan datang (*Future Cost*) karena pengambilan keputusan berkaitan dengan masa depan.
- c. Digunakan sebagai pegangan atau pedoman bagi seorang manajer di dalam melakukan kegiatan-kegiatan perusahaan yang telah direncanakan perusahaan.

Biaya Promosi

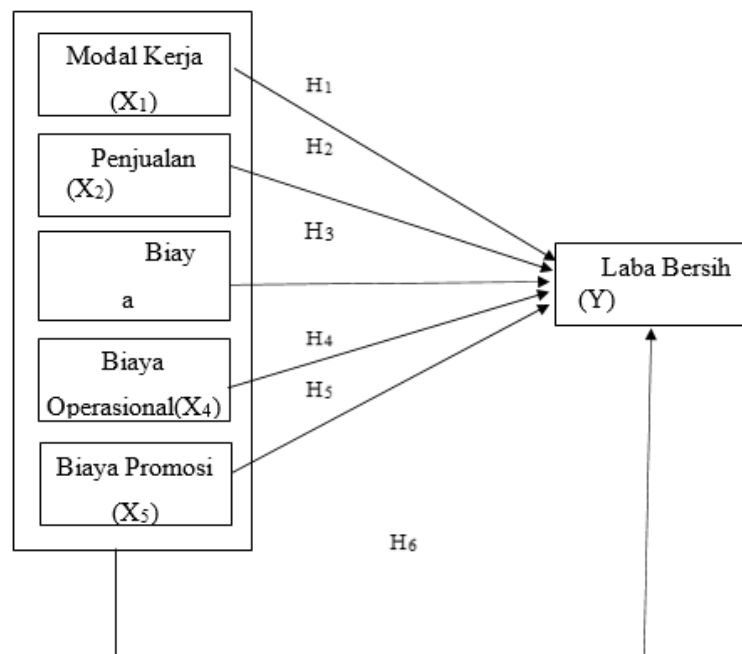
Biaya Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen (Alma, 2006). Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya.

Biaya promosi ini ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya.

Beberapa perusahaan memakai alat promosi yang berbeda satu dengan lainnya, hal ini berkaitan dengan promosi seperti apa yang cocok bagi perusahaan tersebut, sehingga dengan menggunakan beberapa alat promosi, maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pun akan terdiri dari beberapa macam alat promosi, sehingga total biaya promosi merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan saat perusahaan melakukan promosi dengan berbagai macam alat promosi seperti iklan di media massa, mengadakan pameran, iklan di media elektronik dan lain-lain.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif analisis regresi dengan metode dokumentasi, dan studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang termasuk sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berjumlah 115 perusahaan. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling*. Dimana dari 115 perusahaan hanya 17 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian dengan periode penelitian selama 5 tahun. Sehingga total sampel penelitian secara keseluruhan adalah sejumlah 85 data (17 perusahaan x 5 tahun periode penelitian).



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan metode analisis software SPSS untuk menganalisis hubungan antara Modal Kerja (X₁), Penjualan (X₂), Biaya Produksi (X₃), Biaya Operasional (X₄), dan Biaya Promosi (X₅) sebagai variabel independen dengan Laba

Bersih (Y) sebagai variabel dependennya untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel maka digunakan analisis software SPSS. Alat uji menggunakan SPSS dengan aplikasi IBM SPSS Statistics digunakan untuk melakukan pengolahan data.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Modal Kerja	85	-48.74	96.92	18.3140	28.19063
Penjualan	85	1.06	99.34	33.1569	26.65408
Biaya Produksi	85	1.10	531.82	37.6362	64.17141
Biaya Operasional	85	1.30	94.05	28.3924	32.35367
Biaya Promosi	85	1.02	99.61	30.6202	28.64162
Laba Bersih	85	.27	93.06	28.6691	31.95173
Valid N (listwise)	85				

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan Hasil Uji Deskriptif Statistik diatas, dapat penulis gambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah :

- Variabel Modal Kerja (X1), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum -48,74 sedangkan nilai maksimum sebesar 96,92, nilai rata rata modal kerja sebesar 18,3140 dan standar deviasi data modal kerja adalah 28,19063.
- Variabel Penjualan (X2), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 1,06 sedangkan nilai maksimum sebesar 99,34, nilai rata rata penjualan sebesar 33,1569 dan standar deviasi data penjualan adalah 26,65408.
- Variabel Biaya Produksi (X3), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 1,10 sedangkan nilai maksimum sebesar 531,82, nilai rata rata biaya produksi sebesar 37,6362 dan standar deviasi data biaya produksi adalah 64,17141.
- Variabel Biaya Operasional (X4), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 1,30 sedangkan nilai maksimum sebesar 94,05, nilai rata rata biaya operasional sebesar 28,3924 dan standar deviasi data biaya operasional adalah 32,35367.
- Variabel Biaya Promosi (X5), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 1,02 sedangkan nilai maksimum sebesar 99,61, nilai rata rata biaya promosi sebesar 30,6202 dan standar deviasi data biaya promosi adalah 28,64162.

- f. Variabel Laba Bersih (Y), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 0,27 sedangkan nilai maksimum sebesar 93,06, nilai rata rata laba bersih sebesar 28,6691 dan standar deviasi data laba bersih adalah 31,95173.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil pengolahan data untuk uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel 2 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	23.11983900
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		1.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.225

a. Test distribution is Normal.

Sumber : data diolah (2024)

Dari Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) untuk unstandardized residual sebesar 0,225, maka disimpulkan bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) dalam penelitian ini lebih besar dari tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian yaitu ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal, dengan demikian analisis regresi linear berganda dapat dilaksanakan karena data telah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	Modal Kerja	1.168
	Penjualan	1.447
	Biaya produksi	1.076
	Biaya operasional	1.167
	Biaya promosi	1.408

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan hasil olahan data untuk uji multikolinearitas sebagaimana terlihat pada tabel 4.3 diatas diketahui bahwa nilai tolerance pada Collinearity Statistics mendekati 1 (satu) dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk semua variabel bebas di bawah 10 (sepuluh). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang berarti antara sesama variabel bebas. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data hasil penelitian ini tidak mengalami kasus multikolinearitas sehingga pengolahan data dengan regresi linear berganda dapat dilanjutkan, karena tidak terdapat kasus multikolinearitas antara sesama variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.299	4.997		2.662	.009
Modal kerja	-.025	.060	-.050	-.422	.674
Penjualan	.132	.071	.242	1.854	.068
Biaya produksi	-.009	.024	-.044	-.389	.698
Biaya operasional	-.006	.051	-.013	-.113	.910
Biaya promosi	.070	.064	.140	1.085	.281

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4 nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Pengaruh

a. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-62.345	9.023		-6.910	.000
Modal kerja	.439	.108	.314	4.065	.000

	Penjualan	1.029	.128	.688	8.013	.000
	Biaya produksi	.001	.043	.002	.024	.981
	Biaya operasional	.724	.092	.606	7.857	.000
	Biaya promosi	.924	.116	.673	7.943	.000

a. Dependent Variable: ABS_RE

Sumber : data diolah (2024)

Dari tabel diatas persamaan yang terbentuk adalah $Y = -62,345 + 0,439X_1 + 1,029X_2 + 0,001X_3 + 0,724X_4 + 0,924X_5 + e$. Berdasarkan berbagai parameter dalam persamaan regresi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih pada perusahaan *consumer non-cyclical*, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar -62,345 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya promosi, yang mempengaruhi laba bersih, maka besarnya laba bersih adalah -62,345
- 2) Variabel modal kerja (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap laba bersih, dengan koefisien regresi sebesar 0,439 maksudnya adalah jika setiap kenaikan 1 satuan modal kerja (X1) akan menyebabkan meningkatnya laba bersih (Y) sebesar 0,439, asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- 3) Variabel penjualan (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap laba bersih, dengan koefisien regresi sebesar 1,029, yang artinya apabila penjualan (X2) meningkat sebesar 1 satuan, maka laba bersih (Y) akan meningkat sebesar 1,029 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- 4) Variabel biaya produksi (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap laba bersih, dengan koefisien regresi sebesar 0,001 maksudnya adalah jika setiap kenaikan 1 satuan biaya produksi (X3) akan menyebabkan meningkatnya laba bersih (Y) sebesar 0,001, asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- 5) Variabel biaya operasional (X4) mempunyai pengaruh positif terhadap laba bersih, dengan koefisien regresi sebesar 0,724 maksudnya adalah jika setiap kenaikan 1 satuan biaya operasional (X4) akan menyebabkan meningkatnya laba bersih (Y) sebesar 0,724, asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.
- 6) Variabel biaya promosi (X5) mempunyai pengaruh positif terhadap laba bersih, dengan koefisien regresi sebesar 0,924, yang artinya apabila biaya promosi (X5) meningkat sebesar 1 satuan, maka laba bersih (Y) akan meningkat sebesar 0,924 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

b. Koefisien Determinan

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinan (Adjusted R2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.330 ^a	.109	.510	28.58440	2.132

a. Predictors: (Constant), Biaya promosi, Modal kerja, penjualan, Biaya produksi, Biaya operasional

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : data diolah (2024)

Besarnya nilai adjusted R2 sebesar 0,510 yang berarti variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 51% sedangkan sisanya 49% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Uji Hipotesis

a. Uji secara simultan (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)**ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66619.021	5	13323.804	23.443	.000 ^a
	Residual	44900.264	79	568.358		
	Total	111519.285	84			

a. Predictors: (Constant), Biaya promosi, Biaya Produksi, Modal Kerja, Biaya operasional, Penjualan

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 7 diatas menafsirkan nilai F hitung diperoleh 23,443 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H6 diterima dan nilai F hitung > F tabel ($23,443 > 2,33$) dengan nilai F tabel menggunakan tingkat signifikansi 95%, $\alpha = 5\%$, $df_1 = k - 1 = 6 - 1 = 5$, $df_2 = n - k = 85 - 6 = 79$, hasil diperoleh untuk F tabel sebesar 2,33 (dimana k jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah observasi/sampel pembentuk regresi). Hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya

promosi memiliki pengaruh secara simultan terhadap laba bersih pada perusahaan *consumer non-cyclical*.

b. Uji secara parsial (Uji T)

Tabel 8 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-62.345	9.023		-6.910	.000
Modal kerja	.439	.108	.314	4.065	.000
Penjualan	1.029	.128	.688	8.013	.000
Biaya produksi	.001	.043	.002	.024	.981
Biaya operasional	.724	.092	.606	7.857	.000
Biaya promosi	.924	.116	.673	7.943	.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : data diolah (2024)

Dari kedua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi ditemukan hasil sebagai berikut:

1) Uji t Modal Kerja (X1) Terhadap Laba Bersih

Hasil perhitungan yang didapat pada tabel 4.8 variabel modal kerja secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan pada nilai lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$). Sedangkan nilai t hitung $X1 = 4,065$ dan t tabel sebesar $1,664$ sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($8,548 > 1,664$). Maka $H1$ diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel modal kerja berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan *consumer non-cyclical*.

2) Uji t Penjualan (X2) terhadap Laba Bersih

Hasil perhitungan yang didapat pada tabel 4.8 variabel penjualan secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan pada nilai lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$). Sedangkan nilai t hitung $X2 = 8,013$ dan t tabel sebesar $1,664$ sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($8,013 > 1,664$). Maka $H2$ diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan *consumer non-cyclical*.

3) Uji t Biaya Produksi (X3) terhadap Laba Bersih

Hasil perhitungan yang didapat pada tabel 4.8 variabel biaya produksi secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan pada nilai lebih kecil dari α ($0,981 > 0,05$). Sedangkan nilai t hitung $X3 = 0,024$ dan t tabel sebesar 1,664 sehingga t hitung $<$ t tabel ($0,024 < 1,664$). Maka H3 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel biaya produksi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan *consumer non-cyclical*.

4) Uji t Biaya Operasional (X4) terhadap Laba Bersih

Hasil perhitungan yang didapat pada tabel 4.8 variabel biaya operasional secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan pada nilai lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$). Sedangkan nilai t hitung $X4 = 7,857$ dan t tabel sebesar 1,664 sehingga t hitung $>$ t tabel ($7,857 > 1,664$). Maka H4 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel biaya operasional berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan *consumer non-cyclical*.

5) Uji t Biaya Promosi (X5) terhadap Laba Bersih

Hasil perhitungan yang didapat pada tabel 4.8 variabel biaya promosi secara statistik menunjukkan hasil yang signifikan pada nilai lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$). Sedangkan nilai t hitung $X5 = 7,943$ dan t tabel sebesar 1,664 sehingga t hitung $>$ t tabel ($7,943 > 1,664$). Maka H5 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan *consumer non-cyclical*.

Pengaruh Modal Kerja Terhadap Laba Bersih

Hasil analisis membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel modal kerja terhadap laba bersih pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki modal kerja yang mengalami peningkatan, mampu meningkatkan laba bersih. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa modal kerja yang meningkat dapat meningkatkan laba bersih bagi perusahaan. Jika modal kerja cukup dalam memenuhi kegiatan operasional perusahaan maka akan meningkatkan laba bagi perusahaan dan sebaliknya. Karena tanpa modal kerja perusahaan tidak akan dapat memenuhi kebutuhan dana dalam melakukan aktivitas usaha. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Casmadi et al (2023), Dewisari dan Nurjanah (2021), dan Kristianti (2021).

Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Bersih

Hasil penelitian membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Perusahaan yang mampu melakukan penjualan secara efektif dan efisien dapat mencapai laba bersih dengan lebih baik. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil yang sejalan dengan teori tersebut, jika penjualan perusahaan meningkat maka akan meningkatkan laba bersih suatu perusahaan. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktavia *et al.*, (2019), Rostiati & Ferliyati (2019), dan Dianti *et al.*, (2022)

Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih

Hasil penelitian tidak sejalan dengan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Penelitian ini menemukan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Ini menunjukkan bahwa pada saat penelitian ini dilakukan faktor-faktor lain yang mempengaruhi laba bersih dan bukan biaya produksi. Hasil pada penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktavia *et al.*, (2019), Rostiati & Ferliyati (2019), dan Dianti *et al.*, (2022).

Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih

Hasil penelitian membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel biaya operasional terhadap laba bersih pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Biaya Operasional terbukti memiliki dampak positif yang signifikan terhadap laba bersih. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang biaya operasionalnya dikeluarkan dengan optimal akan membuat laba bersih mengalami peningkatan. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh, Fathony & Wulandari (2020), dan Ramadhan (2002).

Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih

Hasil analisis membuktikan hipotesis kelima yang menyatakan bahwa “terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki biaya promosi yang mengalami peningkatan, mampu meningkatkan laba bersih. Jika biaya promosi

cukup dalam memenuhi kegiatan promosi perusahaan maka akan meningkatkan laba bagi perusahaan dan begitu sebaliknya. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh, Susilawati (2017), Dianti *et al.*, (2022), dan Juwariyah & Rosyati (2021).

Pengaruh Modal Kerja, Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih

Hipotesis keenam yang menunjukkan bahwa “terdapat pengaruh antara variabel modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Hal ini membuktikan bahwa modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Muhajir (2020), Dianti *et al* (2022), dan Rostiati & Ferliyati (2019).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisis modal kerja, penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel modal kerja, penjualan, biaya operasional, dan biaya promosi dengan laba bersih sebagai variabel dependen. Penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Selain itu, ketika semua variabel independen dilakukan uji F memperoleh hasil bahwa secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba bersih. Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sebagai berikut: Disarankan perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan modal kerja karena berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa modal kerja meningkat maka laba bersih akan meningkat. Disarankan perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan penjualan karena berdasarkan hasil penelitian menunjukan jika penjualan meningkat maka laba bersih meningkat. Disarankan untuk perusahaan untuk memperhatikan faktor lain yang berpengaruh terhadap laba bersih, dikarenakan berdasarkan penelitian ini bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Disarankan untuk perusahaan agar mempertahankan bahkan meningkatkan biaya operasional, serta disarankan untuk memperhatikan faktor lain yang mempengaruhi biaya

produksi terhadap laba bersih. Disarankan untuk perusahaan agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan biaya promosi perusahaan, serta dapat memperhatikan faktor lain yang mempengaruhi biaya promosi terhadap laba bersih.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, M. (2020). Modal kerja, perputaran piutang, persediaan dan penjualan terhadap laba bersih. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 10(April), 33–44.
- Akbar, A. S., & Astuti, W. A. (2017). Pengaruh penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih (Survei pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2016). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 549, 40–42.
- Alma, B. (2006). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen produksi dan operasi* (Edisi 4). Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Basu, S. (2008). *Manajemen pemasaran modern* (Edisi 2). Liberty.
- Casmadi, Y., & Aziz, I. (2019). Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk Poltekpos Bandung ISSN 1979-8334. *Jurnal Akuntansi Poltekpos Bandung*, 11(1).
- Dianti, P. P. M., Putra, I. G. C., & Manuari, I. A. R. (2022). 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*, 4(3), 441–455.
- Fathony, A. A., & Wulandari, Y. (2020). Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada PT. Perkebunan Nusantara VIII. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(1), 43–54.
- Juwariyah, N., & Rosyati, R. (2021). Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih yang dimediasi oleh volume penjualan (Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk periode tahun 2015-2019). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 4(1), 55.
- Kasmir. (2016). *Analisis laporan keuangan*. Raja Grafindo Persada.
- Kristanti, A. (2021). Pengaruh modal kerja dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan otomotif yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 60–76.
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi biaya* (Edisi 5). Universitas Gajah Mada.
- Nafarin, M. (2009). *Penganggaran perusahaan*. Salemba Empat.

- Nurazhari, D., & Dailibas. (2021). Pengaruh penjualan dan harga pokok penjualan terhadap laba bersih. *The Journal of Economic, Business and Accounting*, 4, 509–515.
- Oktavia, E., Ernitawati, Y., Indriyani, A., Rahmawati, T., & Saputra, A. A. (2019). Pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba bersih pada Rocket Chicken Brebes. *Journal of Accounting and Finance (JACFIN)*, 1(1), 1–14.
- Radella, L., Saebani, A., & Maulana, A. (2021). Pengaruh biaya promosi, biaya kualitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap perubahan laba bersih. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 31(2), 59–70.
- Ramadhan, F. Z. (2002). Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih.
- Rostiati, & Ferliyati, H. (2019). Pengaruh biaya produksi, biaya operasional, dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016. *Jurnal AKRAB JUARA*, 4(1), 52–62.
- Soemarso. (2004). *Akuntansi suatu pengantar*. Salemba Empat.
- Susilawati, E. (2017). Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih (Studi perusahaan rokok PT. Gudang Garam Tbk yang terdaftar di BEI periode 2011-2017). *Jurnal Akuntansi*, 1, 25–39.
- Suwarsa, T., & Rahmawati, C. (2023). Pengaruh modal kerja terhadap laba bersih pada PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk tahun 2015-2022. *Jurnal Akuntansi*, 18(2).
- Zahara, A., & Zannati, R. (2018). Pengaruh total hutang, modal kerja, dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan sub sektor batubara terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 155–164.