Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 8, September 2023, Halaman 201-216
Licenced by CC BY-SA 4.0
E-ISSN: 2986-6340
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.8360194

Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Untuk Meningkatkan Profitabilitas Pada PT. Alpen Food Industry

Yusrina Hasibuan[1], Yenni Samri Juliati[2], Nuwani[3]
[1,2,3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email : rinnahsb7@gmail.com[1], yennisamri@uinsu.ac.id[2], nurwani@uinsu.co.id[3]

Abstrac

This study aims to determine the effect of production costs and selling costs on profitability at PT. Alpine Food Industry. This research uses quantitative methods. The population and sample in this study are the quarterly financial reports of PT. Alpen Food Industry 2014-2021 period. The sampling technique is using purposive sampling. Data collection techniques with documentation using data from the quarterly financial reports of PT. Alpen Food Industry 2014-2021 period. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of this study indicate that Production Costs have a positive and significant effect on Profitability, with the tcount value for the Production Costs variable (5.004) greater than ttable (2.045) and a sig value of 0.007 <0.05. Selling Costs have a positive and significant effect on Profitability, with the tcount value for the Selling Costs variable (6.950) greater than ttable (2.045) and a sig value of 0.005 <0.05. Based on the F test of Production Costs and Selling Costs, they have a simultaneous and significant effect on Profitability, with a Fcount value of (5.406) greater than Ftable (4.18) and a sig value of 0.015 <0.05. The test results for the coefficient of determination show that the R Square value is 0.686. This shows that the independent variables, namely Production Costs and Sales Costs, are able to explain the dependent variable, namely Profitability of 68.6% while the remaining 31.4% is explained by other variables outside the regression model.
Keywords: *Production Costs, Sales Costs, Profitability*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada PT. Alpen Food Industry. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dan sampel pada penelitian ini ialah laporan keuangan triwulan PT. Alpen Food Industry periode 2014-2021. Dengan teknik pengambilan sampel ialah menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi menggunakan data-data dari laporan keuangan triwulan PT. Alpen Food Industry periode 2014-2021. Data dianalisis dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Biaya Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas, dengan nilai t_{hitung} untuk variabel Biaya Produksi (5,004) lebih besar dari t_{tabel} (2,045) dan nilai sig 0,007 < 0,05. Biaya Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas, dengan nilai t_{hitung} untuk variabel Biaya Penjualan (6,950) lebih besar dari t_{tabel} (2,045) dan nilai sig 0,005 < 0,05. Berdasarkan uji F Biaya Produksi dan Biaya Penjualan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Profitabilitas, dengan nilai F_{hitung} sebesar (5,406) lebih besar dari F_{tabel} (4,18) dan nilai sig 0,015 < 0,05. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R *Square* sebesar 0,686. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Biaya Produksi dan Biaya Penjualan mampu menerangkan variabel terikat yaitu Profitabilitas sebesar 68,6% sedangkan sisanya sebesar 31,4% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model regresi.
Kata Kunci : *Biaya Produksi, Biaya Penjualan, Profitabilitas*

Article Info
Received date: 15 August 2023 Revised date: 25 August.2023 Accepted date: 15 Sept. 2023

PENDAHULUAN

Pada hakikatnya suatu perusahaan yang didirikan mempunyai harapan dan tujuan bahwa di kemudian hari akan mengalami perkembangan yang pesat di dalam lingkungan usaha dari perusahaan tersebut dan menginginkan adanya profitabilitas yang tinggi. Adapun pengertian profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja di dalamnya. Dengan demikian perusahaan dapat menghasilkan laba sesuai yang diinginkan. Laba dalam laporan keuangan merupakan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja operasinal perusahaan. Tidak terlepas dari masalah biaya, baik itu biaya produksi langsung maupun biaya tidak langsung. Biaya merupakan salah satu sumber informasi yang paling penting dalam analisis strategi perusahaan. Proses penentuan dan analisis biaya pada perusahaan dapat menggambarkan suatu kinerja perusahaan pada masa yang akan datang. Pada dasarnya masalah yang sering timbul dalam suatu perusahaan adalah perencanaan biaya oleh suatu perusahaan tidak sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Oleh sebab itu untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan suatu pengendalian terhadap biaya produksi yang akan dikeluarkan.

PT. Alpen Food Industry merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ice cream yang berasal dari singapura dan memiliki produk bernama Aice. PT. Alpen Food Industry merupakan perusahaan yang melakukan kegiatan produksi untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi. Sudah tentu, perusahaan ini berusaha untuk mencapai tingkat profitabilitas yang maksimum, setiap perusahaan harus dapat meningkatkan kegiatan produksinya. Disisi lain, jika kegiatan produksi meningkat maka akan berpengaruh pada biaya produksi, yang berarti biaya produksi yang dibutuhkan untuk membuat produk akan lebih besar. Biaya produksi yang dibutuhkan selalu meningkat dari tahun ke tahun yang diakibatkan oleh kenaikan harga bahan baku, tarif dasar listrik, dan upah minimum. Kondisi-kondisi ini yang mendorong jumlah pendapatan usaha PT. Alpen Food Industry mengalami perubahan. Kondisi ini juga yang mendorong perubahan dalam profitabilitas perusahaan.

Semakin tinggi biaya produksi, semakin rendah profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, PT. Alpen Food Industry harus berusaha untuk mengurangi biaya produksi sebanyak mungkin untuk meningkatkan profitabilitas. Biaya penjualan harus dikelola dengan baik agar tidak mempengaruhi profitabilitas perusahaan. PT. Alpen Food Industry harus menemukan keseimbangan yang tepat antara menurunkan biaya penjualan dan memastikan produk tetap dikenal dan diterima oleh pasar. Dalam kesimpulan, biaya produksi dan biaya penjualan berinteraksi dan mempengaruhi profitabilitas PT. Alpen Food Industry. Perusahaan harus berusaha mengurangi biaya produksi dan mengelola biaya penjualan dengan baik untuk meningkatkan profitabilitas.

Tabel 1. Daftar Biaya Produksi dan Biaya Penjualan PT. Alpen Food Industry Tahun 2014-2021

Tahun	Keterangan	
	Biaya Produksi	Biaya Penjualan
2014	10.297.800.378	10.283.388.900
2015	10.284.192.290	10.271.244.219
2016	10.540.238.872	10.980.390.387
2017	11.728.211.290	11.210.839.213
2018	12.190.276.453	13.291.378.345
2019	19.290.647.908	23.218.456.455
2020	24.567.987.583	30.987.709.762
2021	25.873.456.311	31.346.454.505

Sumber : PT. Alpen Food Industry

Berdasarkan data pada tabel 1 diatas, maka dapat dilihat bahwa pada perkembangan

biaya produksi dan biaya penjualan perusahaan, dimana pada tahun 2015 biaya penjualan dan biaya produksi mengalami penurunan bila dibandingkan dengan tahun 2014. Namun, pada tahun 2016-2021 biaya penjualan selalu meningkat. Pada tahun 2015 biaya penjualan sebesar Rp10.271.244.219 terus mengalami peningkatan yang tingi sehingga pada tahun 2021 biaya penjualan menjadi Rp31.346.454.505. Begitu juga yang terjadi dengan biaya produksi yang mengalami peningkatan selama tahun 2016-2021, dimana biaya produksi pada tahun 2016 sebesar Rp10.540.238.872 dan terus mengalami peningkatan yang cukup tinggi sehingga pada tahun 2021 biaya produksi menjadi Rp25.873.456.311. Biaya penjualan ini meningkat dikarenakan terjadinya peningkatan pada komponen biaya-biaya itu sendiri. Biaya produksi dan biaya penjualan lebih besar dibandingkan tingkat profitabilitas perusahaan. Dimana tingkat profitabilitas perusahaan dari tahun ketahun mengalami peningkatan dan penurunan.

Tabel 2. Profitabilitas PT. Alpen Food Industry Tahun 2016-2020

Tahun	Profitabilitas		
	ROA	GPM	NPM
2014	6,39	2,33	3,10
2015	5,39	4,76	2,91
2016	6,86	2,38	2,11
2017	4,18	4,90	1,13
2018	2,19	6,98	0,45
2019	3,55	5,32	2,49
2020	0,89	4,34	0,16
2021	0,85	4,07	0,13

Sumber : PT. Alpen Food Industry

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat tingkat profitabilitas yang dihitung menggunakan rumus yaitu ROA, GPM, dan NPM. Jika diperhatikan tingkat profitabilitas yang dihitung menggunakan beberapa metode diatas mengalami penurunan yang pada tahun 2021. Dimana ROA (*Return On Asset*) pada tahun 2014 memiliki tingkat persentase 6,39% turun menjadi 0,85% pada tahun 2021. Sedangkan GPM (*Gross Profit Margin*) yang sebelumnya mencapai tingkat tinggi pada tahun 2018 dengan 6,98% turun menjadi 5,32% pada tahun 2019 lalu terus menurun sampai tahun 2021 sebesar 4,07%. Sama halnya dengan NPM (*Net Profit Margin*) yang juga mengalami penurunan pada tahun 2019 dengan tingkat 2,49 % turun hingga 0,13% pada tahun 2021.

Biaya penjualan yang tinggi dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Perusahaan harus berusaha untuk menurunkan biaya penjualan dengan cara seperti memperbaiki efisiensi dalam memasarkan produk dan memastikan promosi yang efektif. Penurunan permintaan pasar dapat mempengaruhi harga jual dan biaya penjualan, dan akhirnya mempengaruhi profitabilitas. Perusahaan harus berusaha untuk memahami pasar dan memastikan produk atau jasa tetap dikenal dan diterima oleh konsumen.

Tahun 2019 terlihat ROA, GPM, dan NPM turun, maka dalam hal ditentukan suatu analisis Biaya Produksi dan Biaya Penjualan untuk meningkatkan Profitabilitas. Dari evaluasi data diatas maka dapat dirumuskan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan yang signifikan, dengan demikian menunjukkan adanya faktor yang mempengaruhi profitabilitas yakni biaya produksi dan biaya penjualan perusahaan, dimana terlihat jelas bahwa biaya yang dikeluarkan perusahaan setiap tahunnya mengalami peningkatan. Dalam menjalankan usahanya. perusahaan dihadapkan pada biaya penjualan dan biaya produksi yang relatif besar untuk memperoleh pendapatan sehingga tingkat profitabilitas lebih kecil bila dibandingkan dengan biaya produksi dan biaya penjualan.

Pada kegiatan operasional, biaya merupakan salah satu sumber informasi yang penting

dalam analisis strategi perusahaan. Pada dasarnya masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya. Dengan demikian perusahaan harus memfokuskan penekanan biaya-biaya yang masuk agar dapat memaksimalkan profitabilitas perusahaan. Dengan menekan biaya merupakan suatu pengendalian biaya yang penting untuk dilakukan agar tidak terjadi kerugian, dengan tetap harus memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan. Dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan dan dapat mempertahankan pangsa pasar dalam jangka panjang. Kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi dan biaya penjualan akan mempengaruhi tingkat profitabilitas yang diperoleh.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Biaya

Biaya adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sebagian akuntan mendefinisikan biaya sebagai satuan moneter atas pengorbanan barang dan jasa untuk memperoleh manfaat di masa kini atau masa yang akan datang (Khadafi et al., 2018 : 161).

Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada 4 unsur : pokok dalam definisi biaya tersebut diatas:

1) Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
2) Diukur dalam satuan uang.
3) Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.
4) Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Adapun pengertian biaya menurut Ari Fadianti & Dedi Purwana Biaya merupakan objek yang di catat, di golongkan, di ringkas dan di sajikan, dalam arti luas adalah pengorban sumber ekonomis yang di ukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva (Armanto, 2013 : 98).

2. Biaya Produksi

Pelaksanaan Biaya produksi adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dujual. Elemen biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik (Permana, 2017 : 87).

Menurut Jannah, Biaya (*cost*) adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi (Jannah, 2018 : 46). Mulyadi mengemukakan bahwa “biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.” Riswayadi mengatakan, “biaya produksi adalah biaya yang terjadi pada fungsi produksi. Fungsi produksi adalah fungsi yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi” (Mulyadi, 2017 : 192).

Biaya produksi merupakan pengeluaran biaya terbesar bagi perusahaan manufaktur, oleh karena itu pihak manajemen harus melakukan suatu pengendalian biaya produksi dan mengoptimalkan pemanfaatannya secara rasional dan sistematis agar biaya produksi menjadi rasional dan efektif. Biaya produksi dapat dikatakan efisien apabila pengeluaran biaya tersebut tidak terjadi suatu pemborosan serta mampu menghasilkan output produk dengan kuantitas dan kualitas yang baik, untuk itu diperlukan suatu usaha yang sistematis pada perusahaan dengan cara membandingkan prestasi kerja dengan rencana dan membuat tindakan tepat atas perbedaannya.

Dalam kegiatan produksi sebuah produk jadi, perusahaan harus mengukur biaya-biaya yang sudah dikeluarkan sebagai dasar menentukan harga pokok produk, apabila terjadinya

keterlambatan pengendalian akan mengakibatkan biaya meningkat dan profitabilitas menurun. Selain hal tersebut, perusahaan dalam melakukan suatu kegiatan produksinya memerlukan biaya guna mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya yang dikeluarkan tersebut akan diakumulasikan ke biaya produksi. Jadi dapat disimpulkan biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berhubungan dengan fungsi atau kegiatan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang mempunyai nilai jual.

3. Biaya Penjualan

Biaya penjualan adalah semua biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan menjual dan memasarkan barang seperti kegiatan promosi, penjualan dan pengangkutan barang-barang yang dijual (Soemarso, 2004 : 79). Biaya penjualan merupakan biaya yang dibebankan di dalam penjualan suatu barang atau jasa mulai dari keluarnya barang dari gudang ke tangan pembeli. Dalam hal ini biaya yang dikeluarkan adalah biaya untuk memasarkan produk selesai, termasuk biaya iklan, biaya gaji para pramuniaga, biaya angkut barang-barang yang dijual dan gaji manajer pemasaran (Permana, 2017 : 120).

Menurut Agus Putranto "Penjualan adalah salah satu aktivitas operasi dari koperasi, selain itu penjualan juga merupakan salah satu tujuan utama dari koperasi. Penjualan merupakan bagian yang penting, baik untuk perusahaan industri, perusahaan perdagangan maupun koperasi."(Putranto, 2017 : 110).

Secara umum definisi penjualan dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba.

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan menghasilkan laba secara efektif dan efisien. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan pendapatan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Intinya adalah profitabilitas menunjukkan efisiensi perusahaan.(Kasmir, 2010 : 53) Sedangkan menurut Hasibuan mengemukakan bahwa profitabilitas perusahaan adalah suatu kemampuan bank dalam memperoleh laba yang dinyatakan dalam persentase. Profitabilitas pada dasarnya adalah laba (rupiah) yang dinyatakan dalam (persen) profit. Dari definisi diatas bisa disimpukan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dari usaha yang dilakukannya (Malayu, 2006 : 27).

Profitabilitas merupakan dasar dari adanya keterkaitan antara efisiensi operasional dengan kualitas jasa yang dihasilkan oleh suatu bank, tujuan analisis profitabilitas sebuah bank adalah untuk mengukur tingkat efisiensi usaha yang dicapai oleh bank yang bersangkutan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antar berbagai komponen yang ada dalam laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi, tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu baik penurunan atau kenaikan sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut (Kasmir, 2014 : 218). Pengukuran analisis rasio profitabilitas salah satunya dapat menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA). Menurut Dendawijaya, alasan penggunaan *Return On Assets* (ROA) dikarenakan Bank Indonesia sebagai pembina perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dengan aset yang dananya sebagian besar berasal dari masyarakat. *Return On Assets* (ROA) penting bagi bank karena *Return On Assets* (ROA) digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Pendekatan Asosiatif

yaitu penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel (H Timotius, 2017 : 55). Peneliti menggunakan pendekatan asosiatif karena pertanyaan dalam penelitian ini bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel, kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan ke dalam beberapa komponen masalah, variabel, dan indikator. Setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. Dengan menggunakan simbol-simbol angka tersebut, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter (Rahmani, N.A.B, 2016 : 48).

Selain itu metode penelitian kuantitatif dikatakan juga sebagai metode yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan ke dalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. Dengan menggunakan simbol-simbol angka tersebut, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter (Rahmani, N.A.B, 2016 : 49). Tujuan utama dari metodologi ini yaitu untuk menjelaskan suatu masalah tetapi menghasilkan generalisasi.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif, yaitu jenis data yang diperoleh dari perusahaan berupa angka atau bilangan sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui (Supriyanto & Maharani, 2013 : 97). Jenis data yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini Itu adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak secara langsung memberikan data Pengumpul data, tetapi melalui orang lain atau melalui dokumen (Supriyanto & Maharani, 2013 : 52). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari Laporan keuangan triwulan yang diterbitkan langsung oleh PT. Alpen Food Industri yang dijadikan sampel penelitian periode 2014-2021 dan data yang dipublikasikan pada website PT. Alpen Food Industri.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Kepustakaan pada penelitian ini melihat pada buku-buku, jurnal, artikel serta hasil laporan penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Teknik Data Skunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan triwulan yang bersumber langsung dari PT. Alpen Food Industry yang dijadikan sampel penelitian periode 2014-2021.

Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan adalah analisis regresi berganda, karena membahas tentang dua buah variabel independen dan satu buah variabel dependen. Untuk mendukung hasil dan akurasi penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) Versi 25.0, kemudian dijelaskan secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran umum atau deskripsi suatu data yang dijadikan sampel penelitian, dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan nilai standar deviasi dari variabel yang ditunjukkan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Deskripitif

Descriptive Statistics

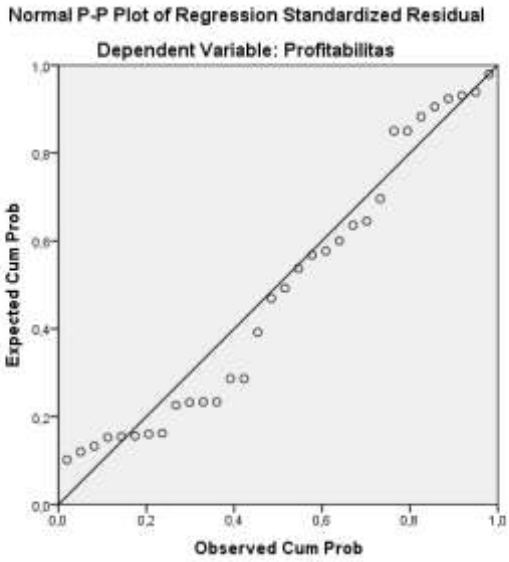
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Produksi	32	161652537773	686805512326	390231469629,71	167530975787,858
Biaya Penjualan	32	177922415860	417178099961	286745035558,33	78536230392,251
Profitabilitas	32	,065	,707	,34242	,222431
Valid N (listwise)	32				

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa variabel Biaya Produksi (X1) memiliki nilai minimum 161.652.537.773 dan nilai maksimum 686.805.512.326 nilai rata-rata sebesar 390.231.469.629,71 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 167.530.975.787,858. Variabel Biaya Penjualan (X2) memiliki nilai minimum 177.922.415.860 dan nilai maksimum 686.805.512.326 nilai rata-rata sebesar 390.231.469.629,71 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 78.536.230.392,251. Dan variabel Profitabilitas (Y) memiliki nilai minimum 0,065 dan nilai maksimum 0,707 nilai rata-rata sebesar 0,342 dengan simpangan baku atau penyebaran rata-rata sebesar 0,222.

Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual* atau dengan uji *One Sample Kolmogrov Smirnov*, distribusi data akan dikatakan normal apabila menghasilkan nilai residu lebih besar dari 0,05.

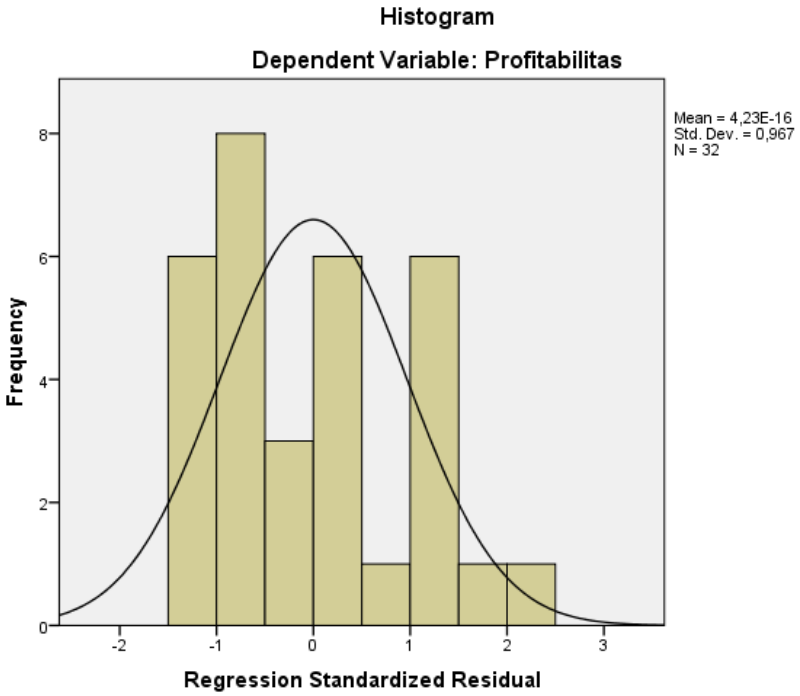


Gambar 1. Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan gambar 1 di atas menunjukkan bahwa titik-titik atau pola menyebar di sekitar diagonal dan mengikuti diagonal tersebut sehingga data penelitian telah terdistribusi

normal dan juga telah memenuhi model regresi yang baik. Hasil uji normalitas juga dapat dilihat pada diagram histogram pada gambar 4.2 sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas dengan Histogram
Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan gambar 2 di atas uji normalitas dengan histogram dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal karena kurva histogram di atas berbentuk parabola dan bukan garis linear. Selanjutnya adalah menggunakan perhitungan *Kolmogrov-Smirnov*. Apabila nilai asymptotic significant (2-*tailed*) lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data variabel telah berdistribusi normal. Hasil uji normalitas seluruh variabel menggunakan perhitungan *Kolmogrov-Smirnov* menggunakan software SPSS dapat dilihat di bawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogrov Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,20603656
Most Extreme Differences	Absolute	,158
	Positive	,158
	Negative	-,108
Kolmogorov-Smirnov Z		,891
Asymp. Sig. (2-tailed)		,405

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Baik dilihat dari hasil uji normalitas seluruh variabel menggunakan perhitungan *Kolmogrov-Smirnov* nilai *asymptotic significant* (2-*tailed*) nilainya sebesar 0,405 > 0,05 maka

dapat disimpulkan bahwa data variabel telah berdistribusi normal.

a. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi apakah model regresi linear mengalami multikolinearitas dapat diperiksa menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance Value*. Batas dari *Tolerance Value adalah* > 0,10 dari *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Biaya Produksi	1,000	1,000
	Biaya Penjualan	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan Tabel 5 hasil pengolahan data menggunakan SPSS di atas menunjukkan bahwa :

1) Variabel Biaya Produksi (X1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 1,000 di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dan memiliki nilai VIF sebesar 1,000 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Biaya Produksi (X1) terbebas dari masalah Multikolinearitas.
2) Variabel Biaya Penjualan (X2) memiliki nilai *tolerance* sebesar 1,000 di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,10 dan memiliki nilai VIF sebesar 1,000 di mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Biaya Penjualan (X2) terbebas dari masalah Multikolinearitas.

b. Uji Autokorelasi

Ada banyak cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi pada penelitian. Salah satunya adalah menguji korelasi dengan *Durbin Watson (Durbin Watson test),* Berikut ini hasil uji autokorelasi yang diolah menggunakan SPSS.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,432[a]	,686	,609	,209962	1,937

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

b. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

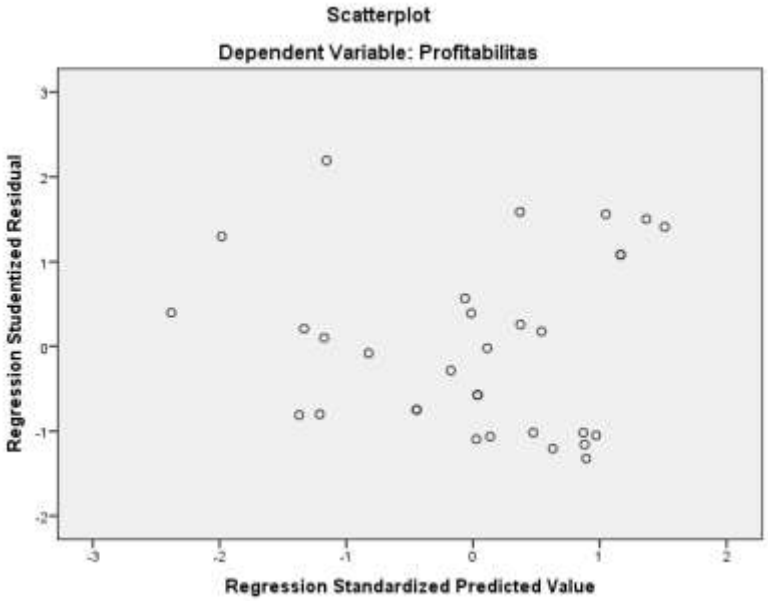
Dari tabel diatas, diketahui nilai *Durbin Watson* untuk Model 1 adalah 1,937. Daerah bebas autokorelasi untuk jumlah sampel (n) 32, dan variabel independen sebanyak dua buah, maka dapatlah nilai DU sebesar 1,546.

Jadi jika DW > DU dan (4-DW) > DU atau 1,937 > 1,546 dan (4- 1,937 = 2,063) > 1,546. Maka dapat dikatakan untuk model ini tidak mengalami autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke pengamat lain. Regresi yang baik harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika titik-titik *scatter plot* membentuk pola-pola tertentu, maka mengindikasi adanya heteroskedastisitas. Namun jika titik-titik menyebar di atas dan maka titik terdapat

heteroskedastisitas.



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan gambar 3 menunjukkan pola titik-titik pada grafik *scatter plot* tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah titik nol pada sumbu Y. Hal ini berarti pada model regresi penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Profitabilitas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	,757	,194
	Biaya Produksi	2,623	,000
	Biaya Penjualan	1,087	,000

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Dari nilai-nilai koefisien di atas, dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

Maka : Y = 0,757 + 2,623X1 + 1,087X2

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa :

a. Nilai *constant* (a) = 0,757 artinya apabila skor variabel Biaya Produksi dan Biaya Penjualan sama dengan nol, maka Profitabilitas meningkat sebesar 0,757.
b. Ketika variabel Biaya Produksi (X1) ditingkatkan sebesar 1%, maka Profitabilitas akan meningkat sebesar 2,623 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan.

c. Ketika variabel Biaya Penjualan (X2) ditingkatkan sebesar 1%, maka Profitabilitas akan meningkat sebesar 1,087 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tidak mengalami perubahan.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut, dapat diketahui, bahwa hubungan yang terjadi antara Biaya Produksi dan Biaya Penjualan dengan Profitabilitas adalah hubungan yang positif dimana ketika Biaya Produksi dan Biaya Penjualan ditingkatkan, maka akan berdampak pada kenaikan Profitabilitas.

Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji-t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Arah pengaruh variabel dilihat berdasarkan nilai koefisien regresinya. Jika nilai koefisien regresinya positif, berarti variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai koefisien regresinya negatif, berarti variabel independen berpengaruh negatif terhadap variabel dependen.

Nilai t_{tabel} untuk diuji pada taraf signifikan α = 0,05, tabel distribusi t dicari pada 0,05 : 2 = 0,025 (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-k-1 atau 32-2-1 = 29 (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,025) hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 2,045.

Tabel 8. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,893	,001
	Biaya Produksi	5,004	,007
	Biaya Penjualan	6,950	,005

a. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Variabel Biaya Produksi (X1) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,004 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena t_{hitung} untuk variabel X1 (5,004) lebih besar dari t_{tabel} (2,045) dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa Biaya Produksi secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas, sehingga membuktikan bahwa Ha1 diterima dan Ho1 ditolak.

Variabel Biaya Penjualan (X2) dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,950 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena t_{hitung} untuk variabel X2 (6,950) lebih besar dari t_{tabel} (2,045) dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa Biaya Penjualan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas, sehingga membuktikan bahwa Ha2 diterima dan Ho2 ditolak.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F atau uji simultan merupakan kelayakan model/uji statistik untuk menunjukkan apakah secara bersama-sama atau keseluruhan dari koefisien regresi variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat simultan signifikan sebesar 5% atau 0,05. Nilai Ftabel untuk diuji pada taraf signifikan α = 0,05. Dan cara menentukan Ftabel yaitu df (n1) = k-1 atau 2-1 = 1. Dan df (n2) = n-k atau 32-3 = 29. Maka dapat diperoleh Ftabel sebesar 4,18.

Tabel 9. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,212	2	,106	5,406	,015[b]
	Residual	,926	21	,044		
	Total	1,138	23			

a. Dependent Variable: Profitabilitas

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

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Dari hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,015 dan nilai F_{hitung} sebesar 5,406. Dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (Sig < 0,05) maka kesimpulannya adalah signifikan. Terlihat pada tabel 4.7 di atas diperoleh nilai signifikansi 0,015 lebih kecil dari 0,05. Maka keputusannya adalah signifikan. Artinya Ha3 diterima yang menunjukkan secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat dan Ho3 ditolak.

Untuk nilai F_{hitung} dalam persamaan ini sebesar 5,406 adapun untuk nilai F_{tabel} sebesar 4,18 maka F_{hitung} (5,406) lebih besar daripada F_{tabel} (4,18) sehingga keputusan Ha3 diterima dan Ho3 ditolak yang artinya seluruh variabel bebas yang terdiri Biaya Produksi dan Biaya Penjualan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat, yaitu Profitabilitas.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji determinan dilakukan untuk menjelaskan ketepatan model atau mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 mendekati satu variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Berikut ini adalah nilai koefisien determinasi dari penelitian yang diperoleh dari hasil output SPSS.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,432[a]	,686	,609	,209962	1,937

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

b. Dependent Variable: Profitabilitas

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R *Square* sebesar 0,686. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Biaya Produksi dan Biaya Penjualan mampu menerangkan variabel terikat yaitu Profitabilitas sebesar 68,6% sedangkan sisanya sebesar 31,4% dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model regresi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Profitabiitas Pada PT. Alpen Food Industry

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t di atas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 5,004 dengan signifikansi sebesar 5% nilai t_{tabel} untuk jumlah data sebesar 32 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 2 dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,045. Kemudian kita membandingkan jika t_{hitung} > daripada t_{tabel} maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} untuk variabel X1 (5,004) lebih Besar dari t_{tabel} (2,045)

maka keputusannya Ha1 diterima dan Ho1 ditolak. Variabel Biaya Produksi (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas (Y).

Pengendalian terhadap biaya produksi merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Kerugian akan mengakibatkan suatu usaha tidak dapat tumbuh dan dapat mengakibatkan perusahaan harus menghentikan kegiatan bisnisnya. Suatu perusahaan tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang dan mencapai tujuan lain sebagai mana telah direncanakan apabila perusahaan tidak mampu meningkatkan penjualan karena akan menghasilkan bahkan meningkatkan laba bagi perusahan, agar hal tersebut dapat tercapai maka perusahaan dituntut untuk harus lebih teliti dalam melakukan analisis terhadap semua aspek yang berhubungan dengan kegiatan, agar efisiensi dan efektivitas dapat tercapai. Manajemen yang berperan dalam kegiatan perusahaan harus mampu melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang bertanggung jawab dalam setiap keputusan yang diambilnya. Salah satu fungsi manajemen poduksi adalah mengupayakan terciptanya sistem produksi yang baik untuk keberhasilan perusahaan dengan cara melakukan pengendalian produksi. Pengendalian biaya produksi pada perusahaan selanjutnya akan berpengaruh pada tingkat penjualan dan berimbas pada laba usaha.

Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kadir (2021) dengan judul penelitian "Analisis Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Untuk Meningkatkan Profitabilitas Pada PT Aneka Tambang Tbk". Hasil penelitian menunjukan bahwa produksi yang dikeluarkan PT. Aneka Tambang Tbk masih bisa meningkatkan profitabilitasnya dengan cara melakukan beberapa koreksi pada biaya produksi dan biaya penjualan.

Pengaruh Biaya Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada PT. Alpen Food Industry

Berdasarkan pengujian yang dilakukan, tabel pada uji t di atas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 6,950 dengan signifikansi sebesar 5% nilai t_{tabel} untuk jumlah data sebesar 32 (n) dan variabel bebas (k) sebanyak 2 dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,045. Kemudian kita membandingkan jika t_{hitung} > daripada t_{tabel} maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Karena t_{hitung} untuk variabel X2 (6,950) lebih Besar dari t_{tabel} (2,045) maka keputusannya Ha2 diterima dan Ho2 ditolak. Variabel Biaya Penjualan (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas (Y). Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Sembiring & Siregar, 2018) dengan judul penelitian "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Biaya penjualan merupakan biaya yang dibebankan di dalam penjualan suatu barang atau jasa mulai dari keluarnya barang dari gudang ke tangan pembeli. Dalam hal ini biaya yang dikeluarkan adalah biaya untuk memasarkan produk selesai, termasuk biaya iklan, biaya gaji para pramuniaga, biaya angkut barang-barang yang dijual dan gaji manajer pemasaran (Permana, 2017). Menurut Agus Putranto "Penjualan adalah salah satu aktivitas operasi dari koperasi, selain itu penjualan juga merupakan salah satu tujuan utama dari koperasi. Penjualan merupakan bagian yang penting, baik untuk perusahaan industri, perusahaan perdagangan maupun koperasi."(Putranto, 2017). Secara umum definisi penjualan dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba.

Berdasarkan teori dari bab 2 menunjukkan bahwa Biaya penjualan memiliki hubungan yang penting dengan meningkatkan profitabilitas. Biaya penjualan adalah biaya yang terkait dengan penjualan produk atau jasa, seperti biaya promosi, biaya sales, dan biaya distribusi. Menurunkan biaya penjualan akan membantu meningkatkan profitabilitas karena

memperkecil biaya yang terkait dengan setiap penjualan dan meningkatkan margin keuntungan. Ini berarti perusahaan akan memiliki lebih banyak dana untuk digunakan untuk investasi, ekspansi, atau pembayaran hutang.

Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada PT. Alpen Food Industry

Berdasarkan hasil uji F dari kedua variabel bebas yaitu Biaya Produksi dan Biaya Penjualan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya ditemukan pada tabel di atas bahwa nilai signifikansi sebesar 0,015 dan F_{hitung} adalah 5,406. Dasar pengambilan keputusan yaitu jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adalah berpengaruh secara signifikan, selain itu kita bisa membandingkan antara nilai F_{hitung} > daripada F_{tabel} dengan menentukan model. Jika F_{hitung} dalam persamaan ini sebesar 5,406 adapun nilai F_{tabel} dalam jumlah data sebanyak 32, dengan jumlah variabel bebas sebanyak 2 variabel dan variabel terikat sebanyak 1 variabel dengan taraf signifikan 5% maka diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 4,18. Maka F_{hitung} (5,406) lebih besar daripada F_{tabel} (4,18) sehingga keputusan Ha3 diterima dan Ho3 ditolak. Yang artinya seluruh variabel bebas yang terdiri dari Biaya Produksi dan Biaya Penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, yaitu Profitabilitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Biaya Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini dibuktikan dengan Karena t_{hitung} untuk variabel Biaya Produksi (5,004) lebih besar dari t_{tabel} (2,045) dan nilai sig 0,007 < 0,05 maka keputusannya Ha1 diterima dan Ho1 ditolak.
2. Biaya Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini dibuktikan dengan Karena t_{hitung} untuk variabel Biaya Penjualan (6,950) lebih besar dari t_{tabel} (2,045) dan nilai sig 0,005 < 0,05 maka keputusannya Ha2 diterima dan Ho2 ditolak. Biaya Produksi dan Biaya Penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas secara simultan. Hal ini dibuktikan dengan Karena F_{hitung} sebesar (5,406) lebih besar dari F_{tabel} (4,18) dan nilai sig 0,015 < 0,05 maka keputusannya Ha3 diterima dan Ho3 ditolak.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pembahasan sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT. Alpen Food Industry

   Diharapkan untuk tetap mempertahankan efektivitas dan efisiensi pengendalian biaya serta menigkatkan volume penjualannya karena terbukti memberi pengaruh positif terhadap laba perusahaan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Disarankan sebaiknya bisa meneliti pada khalayak yang lebih luas, sebaiknya bisa memberi tambahan variabel yang lain yang dapat mempengaruhi profitabilitas dalam perusahaan manufaktur, seperti variabel independen lainnya misalkan efisiensi operasi, pengelolaan kualitas, dan skala ekonomi serta dan lain sebagainya supaya mendapatkan hasil yang lebih akurat.

Referensi

Adi Purnomo, R. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Bersama Spss*. Ponorogo: Cv Wade Group.

Akmal Tarigan, A., Yafiz, M., Harahap, I., Marliyah, Batubara, C., Ridwan, M., … Nurhani. (2015). *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. Medan: Febi Press Uinsu.

Armanto, W. (2013). Akuntansi Biaya Edisi Revisi. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.

Assauri, S. (2003). *Customer Service Yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction*.

Rahmani, N.A.B, N. A. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Press Uinsu.

Case, K. E., & Fair, R. C. (2002). Prinsip-Prinsip Ekonomi Makro. *Alih Ahasa: Benyamin Molan. Jakarta: Pt. Prehallindo*.

Don R, H. (2006). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keungan*. Bandung: Alfabeta.

Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss Jakarta: Salemba Empat*.

Gonibala, N., Masinambow, V. A. J., & Maramis, M. T. B. (2019). Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Kotamobagu. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, *19*(01).

H Timotius, C. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2004). Akuntansi Manajemen, Edisi Tujuh. *Jakarta: Salemba Empat*.

Hardani, H. A., Ustiawaty, J., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sykmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. *Yogyakarta: Cv. Pustaka Ilmu Group*.

Harmain, H., Nurlaila, Safrida, L., Sufitrayati, Alfurkaniati, Ermawati, Y., … Nurwani. (2019). *Pengantar Akuntansi 1*. Medan: Madenatera.

Hidayat, R., Wati, D., & Ardila, N. (2021). Analisis Perbandingan Metode Biaya Tradisional Dan Metode Activity Based Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi Perusahaan Konveksi Firman. *Research In Accounting Journal (Raj)*, *1*(2), 261–266.

Ikhsan, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Citapustaka Media.

Indonesia, K. A. R. (2019). *Al-Qur'an Terjemah Tafsir Bil Hadis*. Bandung: Cordoba.

Işık, Ö. (2017). Determinants Of Profitability: Evidence From Real Sector Firms Listed In Borsa Istanbul. *Business And Economics Research Journal*, *8*(4), 689–698.

Jannah, M. (2018). Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor. *Banque Syar'i: Jurnal Llmiah Perbankan Syariah*, *4*(1), 87–112.

Kadir, A. (2021). *Analisis Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Untuk Meningkatkan Profitabilitas Pada Pt Aneka Tambang Tbk*.

Kamilah. (2014). *Akuntansi Biaya*. Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara.

Kasmir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan, Cetakan Ke-3*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2014). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.

Khadafi, M., Jubi, Hani, S., Isnawati, Yunita, N. A., & Kamilah. (2018). *Akuntansi Biaya Cost Accounting* (2nd Ed.; Madenatera, Ed.). Medan.

Malayu, H. (2006). Dasar-Dasar Perbankan. *Penerbit Bumi Aksara, Jakarta*.

Muktiadji, N., & Soemantri, S. (2009). Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dalam Peningkatan Kemampulabaan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Kesatuan*, *11*(1), 1–8.

Mulyadi. (2010). *Akuntansi Biaya* (6th Ed.). Yogyakarta: Stie.
Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Upp. Stiim Ykpn.
Mulyadi. (2017). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
Patil, J. H., Sanil, P. H., Malini, B. M., Manoj, V., Deepika, D., & Chaitra, D. (2012). Vermicomposting Of Water Hyacinth With Poultry Litter Using Rotary Drum Reactor. *Journal Of Chemical And Pharmaceutical Research*, *5*, 2585–2589.
Permana, W. . (2017). *Akuntansi Biaya Dalam Perspektif Manajerial*. Depok: Rajawali Press.
Putranto, A. (2017). Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Wonosobo Kabupatenwonosobo). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsiq*, *4*(3), 280–286.
Ramadita, E. S., & Suzan, L. (2019). Pengaruh Biaya Produksi, Debt To Equity Ratio, Dan Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, *11*(1), 159–168.
Riana, S. I., Paramita, P. D., & Santoso, E. B. (2018). Pengaruh Biaya Produksi Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Industri Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia) 9hal. *Journal Of Accounting*, *4*(4).
Saefullah, A. (2019). *Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2016-2018*. Uin Smh Banten.
Sari, D. K., & Marliyah, M. (2021). Fungsi Pengawasan Dprd Terhadap Perusahaan Penghasil Limbah (Studi Kasus Peninjauan Komisi D Dprd Sumatera Utara Pada Pt. Allegrindo Nusantara). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *5*(3), 8580–8590.
Sari, H. P. (2012). Akuntansi Biaya, Teori Dan Aplikasi. *Lpp Uns Dan Uns Pres*.
Sembiring, M., & Siregar, S. A. (2018). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih. *Jurnal Studi Akuntansi & Keuangan*, *2*(3), 135–140.
Simorangkir, O. P. (2004). Pengantar Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank. *Bogor: Ghalia Indonesia*.
Soemarso. (2004). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.
Supriyanto, A. S. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Uin-Maliki Press.
Supriyanto, A. S., & Maharani, V. (2013). Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuesioner, Dan Analisis Data). *Cetakan Ii*.
Swastha, B. (2005). *Menejemen Pemasaran Modern*.
Syafina, L. (2018). *Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi*. Medan: Febi Press.
Triastuti, Y., Sudjana, K., & Putri, F. (2022). Pengaruh Piutang, Utang, Dan Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017–2019). *Journal Of Academia Perspectives*, *2*(1), 45–52.
Wijayanti, R. (2018). Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dan Peramalan Penjualan Produk Terhadap Pencapaian Laba Perusahaan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsiq*, *5*(2), 134–147.