

Pengaruh Production Cost Dan Marketing Costs Terhadap Net Profit Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020

Yuri Ariyanto¹, Nanu Hasanuh², Hari Sulistiyo³, Sri Suartini⁴

Universitas Singaperbangsa Karawang

2010631030146@student.unsika.ac.id¹, nanu.hasanuh@fe.unsika.ac.id²,

hari.sulistiyo@fe.unsika.ac.id³, sri.suartini@fe.unsika.ac.id⁴

Abstrak

This study aims to determine the effect of Production Costs and Marketing Costs on Net Profit. Using quantitative methods and the population of this study are two financial statements, namely the income statement and the cost of goods manufactured report in seven listed on starting from 2018-2020 for 36 months. The analytical technique used is multiple linear analysis. The results of this study indicate that Production Cost has a negative and significant effect on Net Profit. Marketing Costs have a positive and significant effect on Net Profit. And the coefficient of determination obtained by 92% is influenced by the Independent Variable and the rest is influenced by other variables.

Keywords : Production Cost, Marketing Costs, Net Profit

1. Latar Belakang

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan mendominasi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). Salah satu dari jenis perusahaan yang bergerak di dalam bidang perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi adalah sub sektor makanan dan minuman. Di Indonesia perusahaan sub sektor makanan dan minuman adalah salah satu dari kebutuhan primer manusia selain pakaian dan tempat tinggal. Sub sektor makanan dan minuman peneliti pilih karena makanan dan minuman mempunyai peranan yang sangat penting yaitu untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan konsumen.(Parinduri, 2021).

Implementasikan penjualan untuk memajukan penjualan produk ialah suatu sebuah syarat untuk menjuarai persaingan ekonomi yang bertumbuh sangat pesat. Banyak dari pengusaha yang pertimbangkan sesuatu dari penjualan itu menjadi bahan kompetitif yang sangat potensial. Tingkat penjualan yang paling tinggi itu merupakan hal yang sangat diinginkan, bagi sebuah perusahaan dengan tingginya tingkat penjualan yang menghasilkan dan diharapkan laba yang diperoleh juga meningkat. (Suak, Ponto and Pinatik, 2021).

Penjualan bisa jadi ukuran hasil yang diinginkan produsen dari penerimaan nilai dari produk yang berhasil dihasilkan, dari produk yang diterima sangat bagus oleh konsumen jadi tingkat penjualan akan bertambah. Penjualan ialah proses yang mana kebutuhan konsumen dan kebutuhan produsen terpenuhi.

Production Cost ialah biaya yang keluar dari suatu perusahaan untuk beli bahan mentah yang dibeai jadi setelah itu mengelolanya menjadi produk jadi yang siap diperjualbelikan. Perusahaan harus siap saing dalam meningkatkan kualitas produksinya.(Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Marketing Costs ialah biaya yang dikenakan oleh sebuah perusahaan yang mempunyai hubungan yang berfungsi dalam rangka memasarkan suatu produk.(Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020). Berikut ini di uraikan data *Production Cost, Marketing Costs* dan laba dari beberapa perusahaan di bidang makanan dan minuman.

	Production Cost	Marketing Costs	Net Profit
PT Diamond Food Indonesia Tbk			
2018	Rp. 1.375.055.000	Rp.645.198.000	Rp.331.452.000
2019	Rp.1.274.225.000	Rp.724.117.000	Rp.358.328.000
2020	Rp.1.312.678.000	Rp.690.033.000	Rp.268.694.000
PT Campina Ice Cream Industry Tbk			

	Production Cost	Marketing Costs	Net Profit
2018	Rp.166.906.099.156	Rp.179.392.442.498	Rp.65.166.017.439
2019	Rp.171.000.649.858	Rp.223.869.745.986	Rp.74.981.135.207
2020	Rp.138.318.505.104	Rp.186.627.103.432	Rp.44.722.940.073
PT Sariguna Primateirta Tbk			
2018	Rp.94.918.120.811	Rp.104.897.672.129	Rp.63.508.941.729
2019	Rp.100.220.176.995	Rp.128.864.024.173	Rp.128.863.892.653
2020	Rp.101.777.866.019	Rp.130.882.449.011	Rp.131.148.898.505
PT Wahana Interfood Nusantara Tbk			
2018	Rp.33.904.281.544	Rp.3.937.377.730	Rp.3.109.536.772
2019	Rp.57.820.845.432	Rp.3.271.251.636	Rp.7.948.385.221
2020	Rp.79.910.896.783	Rp.2.500.811.416	Rp.2.690.656.168
PT Sentra Food Indonesia Tbk			
2018	Rp.13.987.749.956	Rp.23.690.490.610	Rp.914.914.143
2019	Rp.11.619.347.912	Rp.31.857.274.963	Rp.2.876.944.158
2020	Rp.13.095.906.571	Rp.30.039.434.419	(Rp.17.810.103.616)
PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk			
2018	Rp.810.645.851.791	Rp.1.361.526.966.344	Rp.440.977.350.568
2019	Rp.804.886.752.999	Rp.1.355.631.464.428	Rp.408.492.036.257
2020	Rp.861.818.731.958	Rp.1.111.326.412.293	Rp.188.915.062.473
PT Indofood Sukses Makmur Tbk			
2018	Rp.11.644.156	Rp.7.817.444	Rp.6.350.788
2019	Rp.9.658.705	Rp.8.489.356	Rp.6.588.662
2020	Rp.11.150.432	Rp.9.007.860	Rp.9.241.113

Berdasarkan dari yang sudah di uraikan diatas peneliti begitu tertarik dan menjadi mempunyai motivasi agar dilakukan pengujian lanjut lagi untuk Pengaruh Production Cost dan Marketing Costs Terhadap Net Profit pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020.

2. Kajian Pustaka

Production Cost

Production Cost ialah biaya untuk mengolah bahan baku jadi bahan jadi yang siap buat dijual. Berarti biaya yang keluar untuk semua proses memproduksi barang, dari olahan bahan baku sampai menjadi barang siap pakai untuk konsumen. Proses produksi pada perusahaan tentunya akan menelan banyak biaya, dalam mengolah bahan baku menjadi produk. Hal ini harus selalu diperhatikan oleh perusahaan karena biaya-biaya yang dikeluarkan ini akan menjadi penentu harga produk ketika dijual di pasar. (Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Marketing Costs

Pemasaran ialah kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan perkembangan perusahaan. (Jaya, 2014) Pemasaran posisinya berada antara produsen dan konsumen, artinya pemasaran merupakan alat penghubung antara produsen dan konsumen. Dilihat dari perkembangan ekonomi saat ini jika tidak ada kegiatan pemasaran dalam menjalankan usaha perusahaan maka kemungkinan tujuan yang ingin dicapai yaitu laba yang maksimal akan susah, hingga dapat dikatakan berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian manajemen perusahaan dalam bidang pemasaran. (Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Laba

Laba ialah pengurangan dari pendapatan dan beban dalam proses bisnis. Laba ialah hasil yang didapat oleh perusahaan atas suatu kegiatan yang muncul dalam membangun, mengembangkan memajukan perusahaan. (Munthe, 2016).

Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini bahas tentang pengaruh *Production Cost* dan *Marketing Costs* terhadap Net Profit. Laba yang didapat perusahaan dipakai untuk macam-macam keperluan perusahaan , perusahaan akan bertumbuh kembang karena adanya laba.

1. Pengaruh *Production Cost* terhadap Net Profit

Production Cost ialah sumber ekonomi yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengolah bahan baku menjadi bahan jadi yang mempunyai harga jual yang pastinya produk tersebut akan dipasarkan sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. (Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Jadi terdapat hipotesis sebagai berikut :

Ho : Tidak Terdapat pengaruh *Production Cost* terhadap Net Profit

Ha : Terdapat Pengaruh *Production Cost* terhadap Net Profit

2. Pengaruh *Marketing Costs* terhadap Net Profit

Marketing Costs ialah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan pemasaran suatu produk mulai dari persiapan menjual barang/jasa kepada konsumen sampai dengan pascajual sehingga perusahaan dapat memperoleh laba. (Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Berdasarkan pengertian di atas maka terdapat hipotesis sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh *Marketing Costs* terhadap Net Profit

Ha : Terdapat pengaruh *Marketing Costs* terhadap Net Profit

3. Pengaruh *Production Cost* dan *Marketing Costs* terhadap Net Profit

Net Profit akan terjadi jika total pendapatan lebih banyak dari biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan, berarti biaya ini berpengaruh terhadap tinggi atau turunnya laba suatu perusahaan, biaya ini muncul akibat adanya kegiatan produksi yang akan mempengaruhi pendapatan perusahaan biaya ini terdiri dari *Production Cost* dan *Marketing Costs*.(Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Maka Hipotesis dari penelitian ini adalah :

Ho : Tidak terdapat pengaruh *Production Cost, Marketing Costs*, terhadap Net Profit.

Ha : Terdapat Pengaruh *Production Cost, Marketing Costs*, terhadap Net Profit

3. Metode Penelitian

Penelitian berjenis metode kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah dua laporan keuangan yaitu laporan laba rugi dan laporan harga pokok produksi dalam tujuh perusahaan yaitu PT Diamond Food Indonesia Tbk, PT Campina Ice Cream Industry Tbk, PT Sariguna Primatirta Tbk, PT Wahana Interfood Nusantara Tbk, PT Sentra Food Indonesia Tbk, PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk dan PT Indofood Sukses Makmur Tbk mulai dari tahun 2018-2020 selama 36 bulan. Sampel yang digunakan diambil dari populasi yaitu laporan laba rugi dan laporan beban pokok produksi 2018-2020. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekunder.

Metode Analisis data Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda, karena memiliki 2 Independent Variable yaitu *Production Cost* dan *Marketing Costs* dan memiliki 1 Dependent Variable yaitu Net Profit. Tujuan dari analisis regresi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga memiliki tujuan mengetahui pengaruh atau tidaknya Independent Variable terhadap Dependent Variable baik secara parsial maupun secara simultan. Untuk menguji hipotesis digunakan alat analisis regresi berganda. (Parinduri, 2021).

Rumus analisis Regresi Linear Berganda sebaga berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Syarat untuk melakukan analisis linear berganda yaitu uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis berupa uji t dan Uji F. (Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel yaitu :

Independent Variable

Production Cost (X₁)

Production Cost merupakan biaya-biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual. Indikator nya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. skala yang digunakan yaitu Rasio. Dan ukurannya yaitu : (Production Cost + Marketing Costs + Biaya Overhead Pabrik. (Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Marketing Costs (X₂)

Marketing Costs adalah biaya yang terkait dengan fungsi pemasaran dalam angka memasarkan suatu produk, mulai dari persiapan penjualan barang/jasa kepada pelanggan sampai dengan pascajual. Indikator Marketing Costs yaitu Biaya Iklan, Biaya Pengiriman dan biaya Komisi. Skala yang digunakan yaitu Rasio dan ukurannya yaitu (Biaya Iklan + Pengiriman + Biaya Komisi). (Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Dependent Variable

Net Profit (Y)

Net Profit ialah jumlah pendapatan melebihi beban. Skala Rasio dan Ukurannya yaitu (Pendapatan – Beban).

4. Hasil dan Pembahasan

Data Production Cost

Di dalam penelitian ini, author memakai Production Cost yang ada pada laporan harga pokok produksi.

Nama Perusahaan	Tahun		
	2018	2019	2020
PT Diamond Food Indonesia Tbk	Rp. 1.375.055.000	Rp.1.274.225.000	Rp.1.312.678.000
PT Campina Ice Cream Industry Tbk	Rp.166.906.099.156	Rp.171.000.649.858	Rp.138.318.505.104
PT Sariguna Primatirta Tbk	Rp.94.918.120.811	Rp.100.220.176.995	Rp.101.777.866.019
PT Wahana Interfood Nusantara Tbk	Rp.33.904.281.544	Rp.57.820.845.432	Rp.79.910.896.783
PT Sentra Food Indonesia Tbk	Rp.13.987.749.956	Rp.11.619.347.912	Rp.13.095.906.571
PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	Rp.810.645.851.791	Rp.804.886.752.999	Rp.861.818.731.958
PT Indofood Sukses Makmur Tbk	Rp. 11.644.156	Rp. 9.658.705	Rp. 11.150.432

Data Marketing Costs

Di dalam penelitian ini, author memakai data Marketing Costs yang ada pada laporan harga pokok produksi.

Nama Perusahaan	Tahun		
	2018	2019	2020
PT Diamond Food Indonesia Tbk	Rp.645.198.000	Rp.724.117.000	Rp.690.033.000
PT Campina Ice Cream Industry Tbk	Rp.179.392.442.498	Rp.223.869.745.986	Rp.186.627.103.432
PT Sariguna Primatirta Tbk	Rp.104.897.672.129	Rp.128.864.024.173	Rp.130.882.449.011
PT Wahana Interfood Nusantara Tbk	Rp.3.937.377.730	Rp.3.271.251.636	Rp.2.500.811.416
PT Sentra Food Indonesia Tbk	Rp.23.690.490.610	Rp.31.857.274.963	Rp.30.039.434.419
PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	Rp.1.361.526.966.344	Rp.1.355.631.464.428	Rp.1.111.326.412.293
PT Indofood Sukses Makmur Tbk	Rp.7.817.444	Rp.8.489.356	Rp.9.007.860

Data Net Profit

Di dalam penelitian ini, author memakai data Net Profit yang ada pada laporan harga pokok produksi.

Nama Perusahaan	Tahun		
	2018	2019	2020
PT Diamond Food Indonesia Tbk	Rp.331.452.000	Rp.358.328.000	Rp.268.694.000
PT Campina Ice Cream Industry Tbk	Rp.65.166.017.439	Rp.74.981.135.207	Rp.44.722.940.073
PT Sariguna Primatirta Tbk	Rp.63.508.941.729	Rp.128.863.892.653	Rp.131.148.898.505
PT Wahana Interfood Nusantara Tbk	Rp.3.109.536.772	Rp.7.948.385.221	Rp.2.690.656.168
PT Sentra Food Indonesia Tbk	Rp.914.914.143	Rp.2.876.944.158	(Rp.17.810.103.616)
PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	Rp.440.977.350.568	Rp.408.492.036.257	Rp.188.915.062.473
PT Indofood Sukses Makmur Tbk	Rp.6.350.788	Rp.6.588.662	Rp.9.241.113

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukannya analisis linear berganda akan dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Yaitu uji normalitas, uji multikolinieritan dan uji heteroskedastisitas.(Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		21	
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	,0000069
		Std. Deviation	3632535432 6,27765000
Most Differences	Extreme Absolute	,188	
	Positive	,188	
	Negative	-,104	
Test Statistic		,188	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,051 ^c	

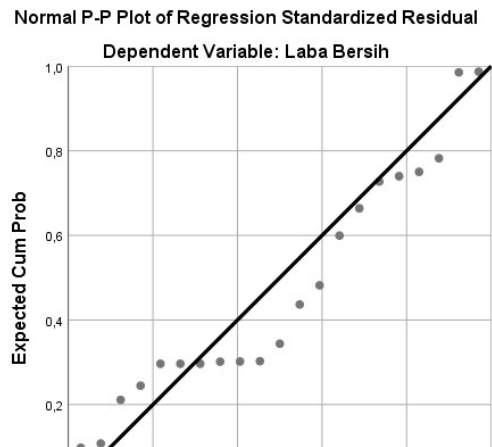
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Jika lihat dari *table* di atas nilai Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,51. Karena $\text{sig} > 0,05$ maka nilai residul telah berdistribusi normal yaitu $0,051 > 0,05$.

Guna menguji uji normalitas bisa memakai grafik normal P-Plot menunjukkan titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonalnya, jadi bisa dikatakan ber distribusi normal.



Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas saat model regresi menemukan adanya korelasi yang bagus. Uji asumsi klasik jenis ini digunakan untuk analisis regresi linear berganda yang terdiri dari dua atau lebih variabel.(Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

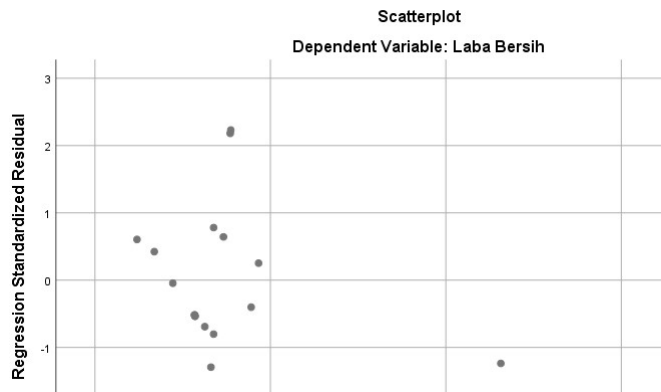
Coefficients^a

Model		t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,009	,060		
	Production Cost	-2,761	,013	,025	40,205
	Marketing Costs	4,965	,000	,025	40,205

a. Dependent Variable: Net Profit

Berdasarkan tabel di atas nilai VIF Production Cost sebesar 40,205 dan Marketing Costs sebesar 40,205 artinya kedua variabel ini menunjukkan gejala multikolinieritas karena nilai VIF lebih besar dari 10.

Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang teratur maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau data menunjukkan homoskedastisitas.

Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	20463547943,704	10184116403,585		2,009	,060
	Production Cost	-,531	,192	-1,161	-2,761	,013
	Marketing Costs	,606	,122	2,089	4,965	,000

a. Dependent Variable: Net Profit

Dari tabel di atas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 20463547943,7 - 531 + 606$$

1. Konstanta sebesar 20.463.547.943,7 menunjukkan variabel *Production Cost*, *Marketing Costs* bernilai nol maka Net Profit 20.463.547.943,7.
2. Nilai koefisien regresi *Production Cost* sebesar -0.531 menunjukkan bahwa kenaikan 1 *Production Cost* akan menunjukkan laba sebersih sebesar -0.531 dengan asumsi nilai variabel tetap.
3. Nilai koefisien regresi *Marketing Costs* sebesar 0.606 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 *Marketing Costs* menambah Net Profit sebesar 0.606 dengan asumsi nilai yang lain tetap.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji t ialah uji koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah Independent Variable secara individual dipengaruhi variabel dependen. (Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	20463547943,704	10184116403,585		2,009	,060
	Production Cost	-,531	,192	-1,161	-2,761	,013
	Marketing Costs	,606	,122	2,089	4,965	,000

a. Dependent Variable: Net Profit

Di atas Production Cost t_{hitung} sebesar -2,761 dan t_{tabel} sebesar 2,035 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-2,761 < -2,035$ dengan nilai Sig sebesar 0,013 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan *Production Cost* berpengaruh negating dan signifikan terhadap Net Profit, di mana tingginya *Production Cost* dapat menurunkan Net Profit perusahaan.

Marketing Costs memiliki t_{hitung} sebesar 4,965 dan t_{tabel} sebesar 2,035 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ $4,965 > 2,035$ dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. *Marketing Costs* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Net Profit.

Uji F

Derajat signifikan yang digunakan adalah 5% (0,05). Jika nilai probabilitas <0,05 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama. Namun jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama antar variabel bebas terhadap variabel terikat, dan kriteria pengujian jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, jika sebaliknya maka H_0 ditolak. (Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30670586016131390000000,000	2	15335293008065697000000,000	104,596	,000 ^b
	Residual	2639062733859238800000,000	18	1466145963255132600000,000		
	Total	33309648749990630000000,000	20			

a. Dependent Variable: Net Profit

b. Predictors: (Constant), Marketing Costs, Production Cost

Dari tabel di atas nilai F_{hitung} sebesar 104,596 dan berdasarkan nilai Sig sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} $104,596 > F_{tabel}$ 3,285 dan nilai sig $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka *Production Cost* dan *Marketing Costs* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Net Profit.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model berganda dalam menerangkan variasi Dependent Variable. (Suak, Ponto and Pinatik, 2021).

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan : Kd = Koefisien Determinasi
 R = Koefisien Korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,960 ^a	,921	,912		38290285494,563

a. Predictors: (Constant), Marketing Costs, Production Cost

b. Dependent Variable: Net Profit

Nilai menunjukkan bahwa *Production Cost* dan *Marketing Costs* memberikan pengaruh 92% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Production Cost* dan *Marketing Costs* terhadap Net Profit dari 7 perseroan yang terdaftar di BEI.

Pengaruh Production Cost terhadap Net Profit

Hasil dari biaya memiliki t_{hitung} sebesar -2,761 dan t_{tabel} sebesar 2,035 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau -2,761 < -2,035 dengan nilai Sig sebesar 0,013 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan *Production Cost* berpengaruh negating dan signifikan terhadap Net Profit, di mana tingginya *Production Cost* dapat menurunkan Net Profit perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan teori *Production Cost* akan membentuk bahan pokok produksi dan selanjutnya menjadi beban pokok penjualan ketika produk itu akan dijual. Artinya *Production Cost* ini menjadi penentu besarnya harga jual dan tingginya *Production Cost* akan mempengaruhi laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan. Kemudian hasil pengujian ini juga sejalan dengan penelitian.(Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Pengaruh Marketing Costs terhadap Net Profit

Marketing Costs memiliki t_{hitung} sebesar 4,965 dan t_{tabel} sebesar 2,035 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ 4,965 > 2,035 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,00 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. *Marketing Costs* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Net Profit. Penelitian ini sejalan dengan teori bahwa tujuan pemasaran adalah untuk memperoleh laba dengan menggunakan konsep pemasaran dalam berdagang hubungan konsumen akan menjadi lebih baik yang nantinya akan menguntungkan perusahaan.(Nurwaliah, Sutrisno and Nurmilah, 2020).

Pengaruh Production Cost dan Marketing Costs terhadap Net Profit

Jika di lihat dari nilai F_{hitung} sebesar 104,596 dan berdasarkan nilai Sig sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} 104,596 > F_{tabel} 3,285 dan nilai sig 0,000 < 0,05 artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka *Production Cost* dan *Marketing Costs* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Net Profit. Penelitian ini sejalan dengan penelitian bahwa *Production Cost* dan *Marketing Costs* berpengaruh secara simultan terhadap Net Profit perusahaan.(Suak, Ponto and Pinatik, 2021).

5. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang diperoleh bisa disimpulkan bahwa *Production Cost* berpengaruh negative dan signifikan terhadap Net Profit. Artinya tingginya *Production Cost* dapat menurunkan laba perusahaan. *Marketing Costs* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Net Profit. Artinya tingginya *Marketing Costs* dapat menaikkan laba perusahaan. Secara simultan *Production Cost* dan *Marketing Costs* berpengaruh terhadap Net Profit

Daftar Pustaka

- Jaya, H. (2014) 'Analisa Peranan Anggaran Biaya Operasional Sebagai Alat Perencanaan Dan Pengendalian Laba : Studi Kasus Pada PT. Adhya Tirta Batam', *Jurnal Measurement*, 8(1), p. Fakultas Ekonomi Universitas Riau Kepulauan.
- Munthe, K. A. (2016) 'Analisis Common Size Dalam Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Adhi Karya Medan'.
- Nurwaliah, S., Sutrisno and Nurmilah, R. (2020) 'Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih (CV. Nj Food Industries)', *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(1), pp. 14–24.
- Parinduri, F. N. (2021) 'Pengaruh Profitabilitas Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', 4(1), p. 6.
- Suak, L. A., Ponto, W. and Pinatik, S. (2021) 'Peranan Anggaran Biaya Operasional Sebagai Alat Pengendalian Kinerja Manajerial Pada Pt. Dirgaputra Ekapratama', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(2), pp. 369–377. Available at: <https://ejournal.unsrat.ac.id>.