

## **Pengaruh Biaya Bahan Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Gaji Terhadap Profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery di Pangkalpinang)**

**Deri Kusmadeni<sup>1</sup>, Mohamad Makrus<sup>2</sup>**

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Abdi Nusa Pangkalpinang

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pertiba Pangkalpinang

\*Korespondensi: derikusma83@gmail.com<sup>1</sup>, mohadamakrus01@gmail.com<sup>2</sup>

**Abstrak** : Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk, yaitu biaya yang dapat dikaitkan dengan suatu produk, dimana biaya tersebut merupakan bagian dari persediaan. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam rangka pemasaran suatu produk atau barang dagangan, yang biayanya timbul sejak produk atau barang dagangan tersebut siap untuk dijual sampai dengan diterimanya hasil penjualan menjadi uang tunai. Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja atau karyawan yang dapat ditelusuri secara fisik ke dalam pembuatan produk dan juga dapat ditelusuri dengan mudah atau tanpa memakan banyak biaya. Masalah penelitian adalah bagaimana pengaruh biaya bahan produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji terhadap profitabilitas, bagaimana pengaruh biaya bahan produksi terhadap profitabilitas (ROA), bagaimana pengaruh biaya pemasaran terhadap profitabilitas, bagaimana pengaruh biaya gaji pada profitabilitas (ROA). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi simultan biaya bahan produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji terhadap profitabilitas (ROA), korelasi parsial biaya bahan produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji terhadap profitabilitas (ROA). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,540 artinya 54,0% variasi profitabilitas dapat dijelaskan oleh variabel biaya bahan produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji, sedangkan 46,0 % dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji F diperoleh nilai F hitung sebesar 12,522 lebih besar dari F tabel sebesar 2,90 atau signifikansi  $0,000 < \alpha (0,05)$ , hipotesis menyatakan bahwa variabel biaya bahan produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji berkorelasi terhadap profitabilitas. Berdasarkan uji t bahwa variabel biaya bahan produksi dan biaya gaji berpengaruh terhadap profitabilitas sedangkan variabel biaya pemasaran tidak memiliki hubungan terhadap profitabilitas.

**Kata Kunci:** Biaya Produksi Material, Biaya Pemasaran, Biaya Gaji, Profitabilitas

**JEL** : E2,E3,E6,O42,O4

### **1. PENDAHULUAN**

Pertumbuhan ekonomi adalah proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi. Kenaikan kapasitas itu sendiri ditentukan atau memungkinkan oleh adanya kemajuan atau penyesuaian-penyesuaian teknologi, institusional (kelembagaan) dan ideologis terhadap berbagai tuntutan keadaan yang ada. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan total nilai produksi barang dan jasa yang diproduksi di suatu wilayah (regional) tertentu dalam kurun waktu tertentu biasanya dalam satu Tahun (BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, 2020). Fungsi produksi Cobb Douglas menjelaskan pentingnya peran teknologi, modal dan tenaga kerja dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan teknologi terutama teknologi informasi dan ilmu pengetahuan yang maju disebabkan karena pengembangan SDM yang mampu mengambil manfaat dari adanya kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang sesuai dengan potensi ekonomi yang dimiliki. Kegiatan penanaman modal menghasilkan investasi yang akan terus menambah stok modal (Sutrisno, 2009).

Perusahaan dituntut melakukan berbagai tindakan antisipasi dan efisiensi guna mengurangi ketidakstabilan kondisi keuangan perusahaan dan tetap mempertahankan kegiatan operasional perusahaan dengan berbagai cara, diantaranya menyediakan barang dan jasa sesuai dengan selera dari masyarakat. Produk yang telah diterima dan dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat maka

perusahaan akan memperoleh balas jasa dari penjualan tersebut. Oleh karena itu menjadi hal yang sangat vital untuk memperhatikan kondisi aspek produksi yang meliputi biaya produksi dan upah bahkan kegiatan pemasaran yang merupakan kunci pokok aktivitas perusahaan dalam menjalankan produksinya dalam kaitannya meningkatkan nilai sekaligus profitabilitas yang signifikan bagi perusahaan dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, sehingga mampu memberikan dampak positif bagi perkembangan perusahaan.

Salah satu fungsi produksi yang paling sering digunakan dalam memecahkan masalah dalam bidang ekonomi adalah model fungsi produksi Cobb Douglas. Fungsi produksi Cobb Douglas adalah fungsi atau persamaan yang melibatkan dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yang dimaksud adalah input dan proses produksi (Teknologi, Investasi, dan Jumlah Tenaga Kerja), dan variabel dependen yang dimaksud adalah output dari proses produksi untuk pertumbuhan ekonomi (Mankiw, 2010).

Penelitian terdahulu tentang Pengaruh biaya produksi biaya pemasaran dan biaya distribusi terhadap profitabilitas pada CV. Citra Sari Makassar), hasil uji regresi linear diperoleh  $Y = 9,917 + 0,729x$ , yang berarti bahwa nilai konstanta sebesar 9,917 dengan koefisien regresi 0,729 yang menyatakan arah pengaruh variabel bahan produksi terhadap profitabilitas bernilai positif dan nilai sig : 0,000 (Rakhmawati, 2017).

Penelitian terdahulu tentang Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada PT.Perkebunan Nusantara VIII) menghasilkan fungsi persamaan regresi  $Y = 8800969,805 + 0,854 X_1 + 17,626 X_2 + 1,935 X_3 + e$ , variabel biaya pemasaran memiliki t hitung  $> t$  tabel yaitu t hitung sebesar 3,549 sementara t tabel dengan sig.  $\alpha = 0,05$  dan  $df = n-k$ , yaitu  $36-1=35$  sebesar 1,68957 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini ini berarti biaya pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, variabel biaya gaji memiliki t hitung sebesar 6,740  $> t$  tabel 3,549 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti biaya gaji berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (Aditya, 2020).

Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian ini adalah dengan pencatatan dokumen. Tujuan menggunakan metode ini adalah untuk memperoleh data riil yang dipergunakan dalam penelitian, sehingga dapat digunakan sebagai bahan untuk penarikan kesimpulan. Data yang dikumpulkan berupa data-data dari Usaha Roti Bakery yang berkaitan dengan biaya bahan produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji. Analisis Statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik yaitu : Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas Data, Uji Multikoleniaritas, Uji Heteroskedastisitas) Analisis Regresi Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis (Uji f dan uji t).

Dalam penelitian ini masih ditemukan permasalahan yaitu Biaya bahan baku produksi dan biaya pemasaran cenderung mengalami fluktuatif, biaya gaji karyawan mengalami kenaikan, target produksi roti mengalami penurunan sehingga berdampak penurunan terhadap laba, dalam membuat laporan biaya bahan produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji belum menggunakan rasio profitabilitas, tidak stabilnya pengendalian biaya pemasaran sehingga operasional menjadi kurang efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam judul “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Gaji Terhadap Profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery Pangkalpinang)”.

Maka penulis merumuskan permasalahannya yang akan dibahas dalam penelitian ini, meliputi: (1) hubungan antara biaya produksi terhadap profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery Pangkalpinang), (2) pengaruh biaya pemasaran dan biaya gaji terhadap profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery Pangkalpinang), (3) persamaan regresi dan korelasi yang terbentuk antara Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Gaji terhadap profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery Pangkalpinang).

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas, maka dapat diketahui bentuk hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Ha 1 : Ada hubungan antara biaya produksi terhadap profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery Pangkalpinang)?

- Ha 2 : Ada pengaruh biaya pemasaran terhadap profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery Pangkalpinang)?
- Ha 3 : Ada pengaruh biaya gaji terhadap profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery Pangkalpinang)?
- Ha 4 : Persamaan regresi dan korelasi yang terbentuk antara Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Gaji terhadap profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery Pangkalpinang)?

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Biaya bahan produksi**

Suatu pengorbanan ekonomi yang diukur dalam satuan uang, dimana suatu pengeluaran yang sudah terjadi atau kemungkinan akan terjadi yang digunakan untuk kegiatan proses produksi guna menambah atau menetapkan kegunaan suatu barang yang dihasilkan. Biaya merupakan kas atau nilai ekuivalen kas yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan guna untuk memberikan suatu manfaat yaitu peningkatan laba di masa mendatang (Supriyono, 2011).

Perilaku biaya juga berhubungan dengan periode produksi. Dalam jangka pendek ada faktor produksi tetap yang menimbulkan biaya tetap, yaitu biaya produksi yang besarnya tidak tergantung pada tingkat produksi. Sedangkan dalam jangka panjang semua faktor produksi adalah variabel, biaya juga variabel. Artinya, besarnya biaya produksi dapat di sesuaikan dengan tingkat produksi. Dalam menganalisis fungsi biaya Cobb-Douglas diasumsikan bahwa produksi dipergunakan faktor produksi modal, biaya gaji dan biaya pemasaran.

Fungsi Produksi Cobb-Douglas sebagaimana yang dikemukakan adalah suatu fungsi atau persamaan yang melibatkan dua atau lebih variabel dengan variabel yang satu disebut dependent variable (Y) yang dijelaskan, dan yang lain disebut independent variable (X) yang menjelaskan. Penyelesaian hubungan antara Y dan X adalah biasanya dengan cara regresi, yakni variasi dari Y akan dipengaruhi oleh variasi dari X (Soekartawi, 2008)

### **2.2 Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi dalam rangka memasarkan produk atau barang dagangan, dimana biaya tersebut timbul dari saat produk atau barang dagangan siap dijual sampai dengan diterimanya hasil penjualan menjadi kas. Akuntansi manajemen menyatakan bahwa biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk memasarkan, mendistribusikan dan melayani produk. Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk (Halim, dan Kusufi, 2017).

### **2.3 Biaya Gaji**

Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk pekerja atau karyawan yang dapat ditelusuri secara fisik dalam pembuatan produk dan bisa pula ditelusuri dengan mudah atau tanpa memakan banyak biaya. Biaya tenaga kerja adalah pengeluaran perusahaan yang digunakan untuk pembayaran (upah atau gaji) tenaga manusia yang bekerja mengolah produk (Hanafi, 2017).

Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Sedangkan pengertian biaya tenaga kerja yang dikemukakan oleh Husnan (2016) adalah harga yang dikeluarkan untuk penggunaan tenaga kerja manusia yang telah digunakan dalam mengolah produk (Husnan, 2016).

Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Sesuai dengan fungsi dimana karyawan bekerja, biaya tenaga kerja dapat digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja pabrik, biaya tenaga kerja pemasaran, biaya tenaga kerja administrasi dan umum, serta fungsi keuangan. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas

jasa yang diberikan kepada karyawan yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan oleh perusahaan (Kasmir, 2017).

## 2.4 Profitabilitas

Untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba, alat yang sering digunakan adalah profitabilitas. Suatu perusahaan menunjukkan perbandingan laba dengan aktivitas atau modal yang menghasilkan aktivitas tersebut, dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Pengertian profitabilitas sebagai indikator terhadap hasil pelaksanaan operasi perusahaan menitikberatkan pada aspek ekonominya. Efektivitas ekonomi suatu perusahaan bergantung kepada kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Penggunaan profitabilitas sebagai indikator penilaian hasil operasi perusahaan dapat dipakai sebagai berikut:

1. Suatu indikasi tentang efektivitas manajemen.
2. Suatu alat untuk membuat proyeksi laba perusahaan.
3. Suatu alat pengendalian manajemen.

Profitabilitas itu sendiri memiliki berbagai macam rasio-rasio dalam pengukurannya masing-masing yang akan dibahas lebih jelas pada bagian rasio-rasio keuangan. Pada intinya profitabilitas suatu perusahaan merupakan gambaran yang mengukur seberapa mampu perusahaan menghasilkan laba dari proses operasional yang telah dilaksanakan untuk menjamin kelangsungan perusahaan di masa yang akan datang.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan aktiva perusahaan memperoleh laba dari operasi perusahaan. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan beberapa indikator yaitu *Gross Profit Margin*, *Return On Asset*, *Return On Equity*, *Return On Investment*, *Profit Margin*, perputaran aktiva, perputaran piutang, dan perputaran persediaan.

## 3. METODE

Populasi merupakan keseluruhan unsur-unsur yang dimiliki satu atau beberapa ciri dan karakteristik yang sama. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Usaha Roti Bakery tahun 2019 sampai dengan 2021. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini Sampel dalam penelitian ini adalah laporan biaya bahan produksi, biaya pemasaran, biaya gaji dan profitabilitas Usaha Roti Bakery selama 3 Tahun (36 bulan) tahun 2019 – 2021

Teknik pengampilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan pencatatan dokumen. Tujuan menggunakan metode ini adalah untuk memperoleh data riil yang dipergunakan dalam penelitian, sehingga dapat digunakan sebagai bahan untuk penarikan kesimpulan. Data yang dikumpulkan berupa data-data dari Usaha Roti Bakery yang berkaitan dengan biaya bahan produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji

Persamaan estimasi data panel dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y : Profitabilitas  
X<sub>1</sub> : Biaya Bahan Produksi  
X<sub>2</sub> : Biaya Pemasaran  
X<sub>3</sub> : Biaya Gaji  
α : Konstanta  
e : Error term  
β<sub>1</sub>, β<sub>2</sub>, β<sub>3</sub> : Koefisien regresi variabel bebas

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel  $X_1, X_2, X_3$  terhadap variabel  $Y$ . Persamaan yang menyatakan bentuk hubungan antara variable independent ( $X$ ) dan variable dependent ( $Y$ ) disebut dengan persamaan regresi.

Dari persamaan regresi di atas terlihat:

1. Nilai Konstanta, hal ini berarti apabila tidak ada biaya bahan produksi ( $X_1$ ), biaya pemasaran ( $X_2$ ), biaya gaji ( $X_3$ ) maka nilai *return on asset (ROA)* sebesar nilai konstanta.

2.  $b_1X_1$

Biaya bahan produksi merupakan variabel yang mempengaruhi *return on asset (ROA)* dengan koefisien regresi sebesar nilai  $X_1$ . hal ini berarti apabila biaya pemasaran meningkat sebesar satu satuan, maka *return on asset (ROA)* akan naik sebesar nilai  $X_1$  dengan anggapan bahwa variabel  $X_2$  (biaya pemasaran) dan  $X_3$  (biaya gaji) konstan atau tetap.

3.  $b_2X_2$

Biaya pemasaran merupakan variabel yang mempengaruhi *return on asset (ROA)* dengan koefisien regresi sebesar nilai  $X_2$ . hal ini berarti apabila biaya pemasaran meningkat sebesar satu satuan, maka *return on asset (ROA)* akan naik sebesar nilai  $X_2$  dengan anggapan bahwa variabel  $X_1$  (biaya produksi) dan  $X_3$  (biaya gaji) konstan atau tetap

4.  $b_3X_3$

Biaya gaji merupakan variabel yang mempengaruhi *return on asset (ROA)* dengan koefisien regresi sebesar nilai  $X_3$ . hal ini berarti apabila biaya gaji meningkat sebesar satu satuan, maka *return on asset (ROA)* akan naik sebesar nilai  $X_3$  dengan anggapan bahwa variabel  $X_1$  (biaya bahan produksi) dan  $X_2$  (biaya pemasaran) konstan atau tetap

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Hasil Analisis

1. Persamaan Regresi

**Tabel 1.** Hasil Regresi Berganda

Variabel bebas	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig-t
Biaya bahan produksi ( $X_1$ )	1.6327	2.828	.008
Biaya pemasaran ( $X_2$ )	4.9007	1.365	.182
Biaya gaji ( $X_3$ )	1.1696	4.948	.000
Konstan	56.506		
F-Hitung = 12,522	<i>R-Square</i> = 0,540		
<i>Sig F</i> = 0,000	<i>Adjust R-Square</i> = 0,597		

Sumber : Data diolah, 2021

Dari tabel 2 di atas diperoleh persamaan atau model regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 56,506 + 1,6327 X_1 + 4,9007 X_2 + 1,1696 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi di atas terlihat:

Persamaan regresi tersebut memiliki arti sebagai berikut :

- a. Nilai Konstanta sebesar 12,522, hal ini berarti apabila tidak ada biaya produksi ( $X_1$ ), biaya pemasaran ( $X_2$ ), biaya gaji ( $X_3$ ) maka nilai *return on asset (ROA)* sebesar Rp. 12.522.
- b.  $b_1X_1$ : 1.6327

Biaya bahan produksi merupakan variabel yang mempengaruhi *return on asset (ROA)* dengan koefisien regresi sebesar 1.6327. hal ini berarti apabila biaya pemasaran meningkat sebesar satu satuan, maka *return on asset (ROA)* akan naik sebesar 1.6327 dengan anggapan bahwa variabel  $X_2$  (biaya pemasaran) dan  $X_3$  (biaya gaji) konstan atau tetap.

- c.  $b_2X_2$ : 4.9007

Biaya pemasaran merupakan variabel yang mempengaruhi *return on asset (ROA)* dengan koefisien regresi sebesar 4.9007. hal ini berarti apabila biaya pemasaran

meningkat sebesar satu satuan, maka *return on asset (ROA)* akan naik sebesar 4.9007 dengan anggapan bahwa variabel  $X_1$  (biaya produksi) dan  $X_3$  (biaya gaji) konstan atau tetap.

d.  $b_3 \times X_3$ : 1.1696

Biaya gaji merupakan variabel yang mempengaruhi *return on asset (ROA)* dengan koefisien regresi sebesar 1.1696. hal ini berarti apabila biaya gaji meningkat sebesar satu satuan, maka *return on asset (ROA)* akan naik sebesar 1.1696 dengan anggapan bahwa variabel  $X_1$  (biaya produksi) dan  $X_2$  (biaya pemasaran) konstan atau tetap.

**Tabel 2.** Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

	Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
1	(Constant)	56.506	10.167	5.558	.000
	Biaya_produksi	1.6327	.000	2.828	.008
	Biaya_pemasaran	4.9007	.000	1.365	.182
	Biaya_gaji	1.1696	.000	4.948	.000

Sumber : Data Sekunder

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi dan biaya gaji berpengaruh positif terhadap Terhadap Profitabilitas Studi Kasus (Usaha Roti Bakery di Pangkalpinang).

**Tabel 3.** Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Effect Specification	
F.statistic	12,522
Prob (F-statistic)	0,000000

Sumber : Data Sekunder

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan secara simultan bahwa biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas *Studi Kasus (Usaha Roti Bakery di Pangkalpinang)*.

**Tabel 4.** Hasil Koefisien  $R^2$

<b>Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</b>	
Effect Specification	
<b>Adjusted R-squared</b>	0,735

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 5 hasil koefisien determinasi atau adjusted R-squared sebesar 0.735 atau 73,5 persen. Angka tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas dipengaruhi oleh biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji sebesar 73,5 persen dan sisanya 26,5 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel dalam penelitian ini.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Pengaruh Biaya bahan produksi terhadap profitabilitas

Berdasarkan Hasil Statistik di atas, diketahui bahwa  $t$  hitung (2,828) >  $t$  tabel (2,032) atau  $\alpha$  0,05 > 0,000, maka  $H_0$  ditolak, berarti  $H_a$  diterima jadi dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh secara parsial antara biaya bahan baku produksi ( $X_1$ ) terhadap profitabilitas ( $Y$ ).

Pengaruh biaya bahan baku produksi terhadap profitabilitas terbuktinya hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh biaya bahan produksi terhadap profitabilitas, karena

nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel atau nilai signifikan penelitian lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan standar uji,  $t$ -hitung (2,828) >  $t$ -tabel (2,032) atau nilai sig 0,008 kurang dari  $\alpha$  (0,05).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penting dalam menjalankan aktiva perusahaan adalah biaya produksi. Terkendalnya biaya produksi merupakan kunci keberhasilan produksi secara keseluruhan sehingga dapat memperoleh profitabilitas yg baik. Jadi, biaya produksi memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan

#### **4.2.2 Pengaruh biaya pemasaran secara Parsial Terhadap Profitabilitas**

Berdasarkan Hasil Statistik di atas, diketahui bahwa  $t$  hitung (1,365) <  $t$  tabel (2,032) atau  $\alpha$  0,05 < 0,182, maka  $H_0$  diterima, berarti  $H_a$  ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan tidak ada pengaruh secara parsial antara biaya pemasaran ( $X_2$ ) terhadap profitabilitas ( $Y$ ).

Berhasil tidaknya suatu perusahaan pada umumnya ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang. Dalam perjalanannya, kegiatan pemasaran mengalami perubahan -perubahan sosial ekonomi yang membuahkan tantangan -tantangan yang tidak dapat dihindari oleh kalangan dunia bisnis saat ini diantaranya adanya persaingan yang ketat antar perusahaan. Untuk meningkatkan volume penjualan dan mencapai laba yang maksimal maka kegiatan pemasaran sangatlah penting peranannya. Akan tetapi agar kegiatan pemasaran tersebut berjalan dengan efektif maka harus ditunjang dengan biaya pemasaran yang memadai.

Dalam suatu perusahaan kegiatan pemasaran merupakan fungsi pokok utama bagi kelangsungan hidup perusahaan karena maju mundurnya perusahaan tergantung pada baik dan buruknya kegiatan pemasaran yang dilakukan. Untuk menunjang kegiatan pemasaran diperlukan suatu biaya yang disebut biaya pemasaran karena sedikit tidaknya biaya pemasaran mempunyai peranan yang penting bagi perusahaan karena dengan adanya biaya pemasaran produk yang telah selesai diproduksi akan sampai ke tangan konsumen yang memerlukannya. Dalam hal seperti ini biaya pemasaran dapat mengukur tingkat sukses tidaknya perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas untuk memperoleh laba yang diinginkan

#### **4.2.3 Pengaruh biaya gaji secara Parsial Terhadap Profitabilitas**

Berdasarkan Hasil Statistik di atas, diketahui bahwa  $t$  hitung (4,948) >  $t$  tabel (2,032) atau  $\alpha$  0,05 > 0,000, maka  $H_0$  ditolak, berarti  $H_a$  diterima jadi dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh secara parsial antara biaya gaji terhadap profitabilitas.

Pada proses pembuatan produk diperlukan biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Biaya tenaga kerja langsung akan mempengaruhi besar kecilnya keuntungan yang diperoleh perusahaan. Biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan perusahaan, akan membentuk harga pokok penjualan yang menjadi dasar penetapan harga jual produk di pasaran. Selisih antara harga pokok dengan harga jual produk di pasaran merupakan keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan.

Penelitian terdahulu sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa tenaga kerja yang handal merupakan salah satu sumber daya terpenting bagi perusahaan sebagai sebuah industri yang bergerak dalam bidang produksi. Sebagai suatu sumber daya, tenaga kerja memiliki kontribusi terhadap hasil produksi perusahaan. Perusahaan juga menentukan besarnya keuntungan atau kerugian dari hasil produksi yang dibandingkan dengan besarnya biaya tenaga kerja langsung yang telah dikeluarkan pada periode tertentu. Dalam hal ini perusahaan perlu mengukur besarnya pengaruh biaya tenaga kerja langsung terhadap profitabilitas, pengukuran tersebut berkaitan

dengan profitabilitas karena dengan mengetahui tingkat profitabilitas maka perusahaan akan mengetahui tingkat prestasi tenaga kerja dalam menghasilkan produk.

## **5. SIMPULAN DAN SARAN**

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan (bersama-sama) biaya bahan produksi, biaya pemasaran dan biaya gaji ada pengaruh terhadap profitabilitas, bahwa ada pengaruh signifikan biaya bahan produksi dan biaya gaji terhadap profitabilitas, tidak ada pengaruh signifikan biaya pemasaran terhadap profitabilitas.

### **SARAN**

Dari uraian kesimpulan diatas, berikut ini beberapa saran yang dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya dan antara lain : sebaiknya membuat perhitungan yang detil dalam penggunaan biaya bahan produksi agar dapat mengoptimalkan target produksi roti. lebih ekstra mengendalikan biaya pemasaran, agar kegiatan pemasaran dapat dilakukan tepat saran sehingga dapat memberikan profit yang lebih bagi perusahaan. Perlu memperhitungkan secara akurat dalam pengeluaran biaya tenaga gaji agar pemberian upah dan tambahan upah dapat meningkatkan produktivitas karyawan dalam meningkatkan produksi, sehingga akan bertambah pendapatan perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar menambah variabel lain untuk diteliti sehingga lebih dapat menjelaskan apa saja yang mempengaruhi variabel dependennya

## **REFERENSI**

- Aditya, Achmad Fathony. (2020). *Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada PT.Perkebunan Nusantara VIII*. Jurnal Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Bale : Bandung.
- Hanafi, Mamduh M.2017. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Halim, Abdul dan Syam Kusufi. 2017. *Teori Konsep dan Aplikasi Akuntansi Sektor Publik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Husnan, S. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi 5*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mankiw, N. Gregory. (2010). *Makroekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmawati, Dwi (2017). *Pengaruh Biaya Produksi Biaya Pemasaran dan Biaya Distribusi terhadap Profitabilitas pada CV. Citra Sari Makassar*. Repositori. Universitas Islam Negeri Alauddin : Makassar.
- Soekartawi. 2008. *Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglass*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Supriyono, R.A. (2011). *Akuntansi Manajemen. Edisi yang diperbaharui, Cetakan ke-14*. Yogyakarta: BPFE.
- Sutrisno. (2009). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.