

DAMPAK STRUKTUR BIAYA PRODUKSI TERHADAP KINERJA PENJUALAN PERUSAHAAN MANUFAKTUR MAKANAN DAN MINUMAN DI BURSA EFEK INDONESIA

Dikdik Maulana¹; Yana Maulana²

Universitas Sangga Buana YPKP¹; Politeknik Praktisi²

dikdik.maulana@usbypkp.ac.id

ABSTRACT

Manufacturing Company is a company that produces raw materials into finished products, one of the sectors of a manufacturing company, namely a company engaged in the food and beverage industry. One of the important aspects in buying and selling is the cost of production, where the production cost itself includes the cost of raw materials, labor costs and factory overhead costs. All these costs are very influential on determining the selling price of a product and the level of product sales. If Production Costs Rise and Sales Increase, the Company will benefit, however, sales in the last 2 years at the Food and Beverage Sub-Sector Company have experienced a decrease in sales which resulted in a loss for the Company. The purpose of this study is to find out how the Effect of Production Costs on Sales in Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector for the period 2019 to 2021. This research method is a quantitative method using secondary data. The analytical techniques used are Person Product Moment Correlation, Simple Regression Analysis, Coefficient of Determination and T Test. Statistical calculations using SPSS for windows Version 25. The results show that there is a significant positive effect between Production Costs on Sales.

Keywords: *Production Costs and Sales*

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di berbagai sektor menuntut perusahaan untuk lebih memacu dan mengembangkan usahanya demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Setiap perusahaan didirikan tentu memiliki berbagai tujuan dan alasan, namun tujuan utama dari pendirian perusahaan adalah untuk memperoleh laba sebesar-besarnya guna mencapai tingkat keuntungan yang maksimal. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan sangat memerlukan strategi-strategi yang tidak hanya membuatnya mampu bertahan, tetapi juga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Dalam menjalankan strategi, perusahaan sering menghadapi berbagai kendala, salah satunya adalah masalah pendanaan. Pasar modal hadir sebagai salah satu solusi yang dapat dipertimbangkan dalam hal pendanaan, yaitu dengan mengubah status perusahaan dari perusahaan tertutup menjadi perusahaan terbuka melalui penawaran saham kepada publik atau yang dikenal dengan istilah go public (Maulana, D, 2024). Penawaran umum perdana (*initial public offering/IPO*) adalah kegiatan penawaran efek yang dilakukan oleh emiten untuk menjual efek kepada masyarakat, sesuai dengan tata cara yang diatur dalam Undang-Undang Pasar Modal dan peraturan pelaksanaannya (Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal sebagaimana telah diubah oleh Undang-Undang No. 4 Tahun 2023).

Perusahaan manufaktur merupakan kelompok emiten dengan jumlah terbanyak yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan jumlah yang besar tersebut, perusahaan manufaktur memiliki peran yang signifikan baik bagi produsen maupun konsumen. Salah satu subsektor industri manufaktur yang sangat berkembang di banyak negara, termasuk Indonesia, adalah industri

makanan dan minuman. Sepanjang tahun 2020, industri makanan dan minuman menunjukkan pertumbuhan yang positif. Meskipun kinerjanya masih lebih baik dibandingkan beberapa sektor industri lainnya yang mengalami penurunan, namun tingkat pertumbuhannya pada tahun 2020 masih lebih rendah jika dibandingkan dengan tahun 2019 dan tahun-tahun sebelumnya.

Tabel 1. Perbandingan Penjualan Perusahaan Makanan dan Minuman

Nama Perusahaan	Kode	Penjualan	
		2020	2021
PT Sentra Food Indonesia Tbk	FOOD	94.563.258.607	91.560.431.563
PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk	BTEK	1.013.029.439.944	146.942.545.316
PT Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI	1.173.189.488.88	933.597.187.58
PT Prashida Aneka Niaga Tbk	PSDN	895.456.045.999	868.091.474.06

Sumber : www.idx.com (data diolah)

Berdasarkan data pada tabel yang disajikan di atas, dapat dilihat bahwa terdapat empat perusahaan yang mengalami penurunan penjualan selama dua tahun terakhir pada sub sektor makanan dan minuman. Mengacu pada berita dari Katadata.co.id tahun 2020, Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMNI) menyatakan bahwa penjualan makanan dan minuman pada tiga bulan pertama tahun ini hanya tumbuh sebesar 2% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Angka tersebut meleset dari target pertumbuhan yang ditetapkan oleh Gapmni di awal tahun, yaitu sebesar 2,5%. Wakil Ketua Umum Bidang Kebijakan Publik Gapmni, Rachmat Hidayat, menyatakan bahwa penurunan terjadi terutama pada air minum dalam kemasan dan minuman ringan, yang disebabkan oleh adanya kebijakan pembatasan kerumunan.

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan biaya produksi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana perkembangan penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X): Biaya Produksi Menurut Mulyadi (2018), "Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual." Biaya produksi biasanya meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
2. Variabel Dependen (Y): Penjualan Menurut Mulyadi (2018), "Penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara kredit maupun tunai."

STUDI LITERATUR

Konsep Biaya Produksi

Biaya produksi mencakup seluruh biaya yang terjadi dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi—baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung—dan menjadi basis utama dalam perhitungan harga pokok produk. Literatur menunjukkan bahwa biaya produksi

biasanya terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (Mulyadi, 2018). Menurut Hansen & Mowen (2021) pemahaman yang mendalam mengenai struktur biaya produksi sangatlah penting karena akan mempengaruhi banyak aspek manajerial, seperti penetapan harga jual, perencanaan anggaran, pengukuran efisiensi, hingga pengambilan keputusan strategis. Sebagai contoh, jika perusahaan mampu menekan biaya produksi melalui efisiensi penggunaan bahan baku atau peningkatan produktivitas tenaga kerja, maka perusahaan tersebut dapat meningkatkan margin keuntungan atau bahkan menawarkan harga jual yang lebih kompetitif di pasar.

Penelitian terdahulu Tuerah (2023) membuktikan bahwa biaya produksi dan biaya operasional secara signifikan mempengaruhi penjualan, dengan Adjusted R-Square mencapai 99,6%, menunjukkan hubungan yang sangat kuat dalam periode 2018–2021 pada perusahaan berbasis minyak kelapa sawit yang terdaftar di BEI. Penelitian Taufik, *et. al* (2023) meneliti metode full costing dan variable costing pada Toko Kartini yang memproduksi roti. Ditemukan bahwa hasil perhitungan biaya berbeda, di mana full costing menghasilkan angka lebih tinggi, sedangkan variable costing lebih rendah dibanding metode perusahaan (yaitu perusahaan tidak memasukkan semua komponen biaya ke dalam produk).

Konsep Penjualan

Menurut Mulyadi (2018), penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara kredit maupun tunai. Kegiatan ini menjadi indikator kinerja perusahaan karena mencerminkan seberapa besar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh pasar. Seiring dengan meningkatnya aktivitas penjualan, maka potensi laba yang diperoleh perusahaan juga semakin besar. Penjualan merupakan salah satu aktivitas utama dalam operasional perusahaan yang secara langsung berkaitan dengan pencapaian pendapatan. Dalam konteks bisnis modern yang semakin kompetitif, penjualan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh strategi harga dan pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan (Sari dan Firmansyah, 2020).

Penjualan juga erat kaitannya dengan efisiensi biaya produksi, karena biaya produksi yang tinggi akan mempengaruhi harga jual, dan pada akhirnya berdampak pada tingkat daya saing produk di pasar. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Tuerah (2023), yang menyatakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara biaya produksi dan volume penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Indonesia. Sari dan Firmansyah (2020) menyimpulkan bahwa kombinasi antara strategi harga yang tepat dan peningkatan kualitas pelayanan merupakan kunci dalam mengoptimalkan kinerja penjualan perusahaan. Implikasi dari temuan ini sangat relevan khususnya bagi perusahaan kecil dan menengah (UMKM).

Hubungan Antara Biaya Produksi dan Penjualan:

Hubungan antara biaya produksi dan penjualan merupakan aspek fundamental dalam analisis kinerja keuangan dan strategi operasional suatu entitas bisnis, khususnya dalam sektor manufaktur. Pemahaman mendalam mengenai interkoneksi ini esensial bagi pengambilan keputusan strategis yang berkelanjutan. Interaksi ini dijelaskan melalui beberapa teori dan konsep kunci yang saling terkait dan secara kolektif memengaruhi profitabilitas dan posisi kompetitif perusahaan.

Harga Pokok Produksi (HPP) merupakan elemen sentral yang menghubungkan biaya produksi dengan penjualan. Biaya produksi, yang mencakup biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, secara intrinsik membentuk total biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu unit produk. Sebagaimana dijelaskan oleh Mulyadi (2018) dalam Akuntansi Biaya, HPP merepresentasikan akumulasi seluruh biaya yang melekat pada produk hingga mencapai kondisi siap jual. Setelah proses produksi selesai, HPP ini beralih dari akun persediaan barang dalam proses menjadi persediaan barang jadi. Pada saat produk terjual, HPP tersebut diakui sebagai beban pokok penjualan (Maulana, Y., Maulana, D., & Maulana, J, 2024). Dengan demikian, HPP secara fundamental memengaruhi dua aspek krusial: penetapan harga jual dan margin keuntungan. Perusahaan pada umumnya menetapkan harga jual yang lebih tinggi dari

HPP untuk memperoleh laba. Semakin rendah HPP, dengan asumsi harga jual tetap, maka semakin besar margin keuntungan yang dapat dicapai, yang pada gilirannya memberikan fleksibilitas strategis dalam penetapan harga dan peningkatan daya saing di pasar. pemahaman yang mendalam mengenai struktur biaya produksi sangatlah penting karena akan mempengaruhi banyak aspek manajerial, seperti penetapan harga jual, perencanaan anggaran, pengukuran efisiensi, hingga pengambilan keputusan strategis (Maulana, D. ., Putri, W. F. S., & Rustandi, B, 2024). Sebagai contoh, jika perusahaan mampu menekan biaya produksi melalui efisiensi penggunaan bahan baku atau peningkatan produktivitas tenaga kerja, maka perusahaan tersebut dapat meningkatkan margin keuntungan atau bahkan menawarkan harga jual yang lebih kompetitif di pasar.

METODE PENELITIAN

Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, yaitu “Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penjualan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019 sampai Tahun 2021”, maka terdapat dua variabel dalam penelitian ini. Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah Biaya Produksi (X), sedangkan variabel dependen (terikat) adalah Penjualan (Y). Untuk menjelaskan indikator dari masing-masing variabel, berikut disajikan tabel operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Skala Ukur	Alat Analisis
(X) Biaya Produksi	Biaya Produksi = B. Bahan Baku + B. Tenaga Kerja Langsung + B.Overhead Variabel + B. Overhead Tetap (Mulyadi, 2018)	Rasio	1. Person Product Moment 2. Regresi sederhana 3. Koefisien Determinasi 4. Uji T
(Y) Penjualan	Penjualan = Penjualan Barang- Pemotongan Penjualan - Retur Penjualan (Susilawati dan Mulyana, 2018)	Rasio	1. Person Product Moment 2. Regresi Sederhana 3. Koefisien Determinasi

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder dengan metode dokumentasi. Data diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) yang memuat laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Selain itu, data juga dihimpun dari situs resmi masing-masing perusahaan guna melengkapi informasi laporan keuangan untuk periode tahun 2019 hingga tahun 2021. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menghimpun berbagai informasi yang relevan dari sumber-sumber yang memiliki keterkaitan langsung dengan topik

penelitian. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. **Dokumentasi:** Pada tahapan ini, diupayakan mendapatkan informasi secara komprehensif sebagai dasar pengembangan teori serta acuan dalam proses analisis data. Informasi tersebut dihimpun melalui kegiatan telaah pustaka yang melibatkan pembacaan, pengkajian, dan penelaahan terhadap berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku akademik, jurnal ilmiah, makalah, serta hasil penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang diteliti (Ruseka, F. D., & Maulana, D, 2025). Selain itu, peneliti juga mengumpulkan dan mengkaji data sekunder yang berkaitan dengan objek penelitian guna mendukung validitas serta kelengkapan data yang akan dianalisis dalam penelitian ini.
2. **Studi Kepustakaan:** Penulis juga melakukan penelusuran terhadap literatur-literatur yang berkaitan dengan konsep biaya produksi dan penjualan, baik dari buku, jurnal ilmiah, maupun publikasi akademik lainnya guna memperkuat landasan teori penelitian.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2019 hingga tahun 2021. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus benar-benar representatif, yaitu mampu mewakili keseluruhan karakteristik populasi. Adapun sampel dalam penelitian ini terdiri atas 13 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019 hingga 2021.

Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari empat (4) metode, yaitu: analisis korelasi Pearson Product Moment, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien determinasi, dan uji-t. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Microsoft Excel dan SPSS for Windows versi 25 (*Statistical Product and Service Solutions*).

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk memperkuat dasar teori dan arah analisis, seperti dijelaskan pada uraian berikut:

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Metode	Temuan Utama
1	Sari & Firmansyah (2020)	Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penjualan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman	Kuantitatif, Regresi Sederhana	Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap penjualan secara positif.
2	Putra & Amelia (2021)	Analisis Biaya Produksi dan Pengaruhnya terhadap Penjualan pada Industri Makanan Ringan	Kuantitatif, SPSS	Terdapat hubungan yang kuat antara peningkatan biaya produksi dan peningkatan penjualan.
3	Lestari & Nugroho (2022)	Efektivitas Pengendalian Biaya Produksi terhadap Pertumbuhan Penjualan	Studi Kasus, Kualitatif	Efisiensi biaya produksi mampu meningkatkan margin laba dan volume penjualan.
4	Arifin dan Dewi (2019)	Hubungan antara Biaya Produksi dan Volume Penjualan di Perusahaan Minuman Terkemuka	Regresi Linier Berganda	Biaya tenaga kerja langsung sangat berpengaruh terhadap volume penjualan produk jadi.
5	Rahmawati & Yusuf (2023)	Pengaruh Struktur Biaya Produksi terhadap Kinerja Penjualan pada Perusahaan FMCG	Kuantitatif Deskriptif	Overhead pabrik yang tinggi dapat mengurangi efisiensi penjualan bila tidak dikelola dengan baik.

HASIL PENELITIAN

Analisis Korelasi Person Product Moment

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara dua variabel, yaitu antara biaya produksi dan penjualan, yang dinyatakan dalam bentuk koefisien korelasi (r). Oleh karena itu, untuk mengetahui hubungan tersebut, dilakukan pengolahan data menggunakan software IBM SPSS Statistics versi 25, sehingga diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Korelasi Product Moment

Correlations			
		Biaya Produksi	Penjualan
Biaya Produksi	Pearson Correlation	1	.994**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	39	39

Penjualan	Pearson Correlation	.994**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	39	39
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan hasil analisis korelasi Pearson Product Moment, diperoleh bahwa variabel biaya produksi terhadap penjualan menunjukkan hubungan yang positif dan sangat kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,994. Nilai tersebut berada pada interval 0,80–1,00, yang menurut klasifikasi tingkat hubungan korelasi (Sugiyono, 2024) dikategorikan sebagai hubungan yang sangat kuat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi biaya produksi, maka cenderung diikuti oleh peningkatan penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui dan menguji pengaruh variabel independen, yaitu biaya produksi (X) terhadap variabel dependen, yaitu penjualan (Y).

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5450.028	1359.294		.401	.691
	Biaya Produksi	1.409	.025	0.994	56.266	.000
a. Dependent Variable: Penjualan						

Dari hasil diatas, maka menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 5450,028 + 1,409X$$

Dimana:

Y = Penjualan

a = Konstanta (intersep), yaitu nilai penjualan ketika biaya produksi dianggap nol

b = Koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan penjualan terhadap satuan biaya produksi

X = Biaya Produksi

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan biaya produksi sebesar satu satuan akan meningkatkan penjualan sebesar 1,409 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

Nilai konstanta sebesar 54504,028 menunjukkan bahwa apabila biaya produksi bernilai nol, maka penjualan diprediksi berada pada angka tersebut.

Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam bentuk persentase. Koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2 (R-Square), yang mencerminkan proporsi variasi variabel dependen (Penjualan) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Biaya Produksi).

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.994 ^a	.988	.988	7620.996
a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi				

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,998. Nilai ini dikenal sebagai Koefisien Determinasi (Kd), yang menunjukkan tingkat kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dihitung dan diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\% = 0,998 \times 100\% = 99,8\%$$

Artinya, sebesar 99,8% variasi yang terjadi pada variabel Penjualan (Y) dapat dijelaskan oleh Biaya Produksi (X), sedangkan sisanya sebesar 0,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara Biaya Produksi dan Penjualan berada pada kategori sangat kuat, serta model regresi yang dibangun memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen.

Hipotesis Parsial (Uji t)

Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan Uji t dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% (0,05). Pengujian dilakukan secara satu arah (right-tailed test) karena hipotesis yang diajukan bersifat directional (pengaruh positif).

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5450.028	1359.294		.401	.691

	Biaya /Produksi	1.409	.025	.994	56.266	.000
a. Dependent Variable: Penjualan						

Berdasarkan output hasil perhitungan menggunakan program IBM SPSS for Windows versi 25, diperoleh nilai t-hitung sebesar 56,266 untuk variabel Biaya Produksi, dengan derajat kebebasan (df) sebesar 37 (dihitung dari $n - k = 39 - 2 = 37$). Pengujian dilakukan satu arah pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), sehingga diperoleh nilai t-tabel sebesar 1,68709. Karena t-hitung (56,266) > t-tabel (1,68709), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi terhadap Penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019–2021.

PEMBAHASAN

Biaya Produksi pada Perusahaan Bursa Efek Indonesia tahun 2019 sampai 2021

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa peningkatan biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat mendorong terjadinya peningkatan penjualan. Biaya produksi memiliki peran penting dalam membantu perusahaan menghitung secara akurat biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi setiap satuan barang. Penjualan dan biaya produksi merupakan dua komponen yang sangat berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Penjualan yang meningkat serta pengelolaan biaya produksi yang efisien secara teoritis akan berdampak positif terhadap peningkatan laba yang diperoleh perusahaan. Sebaliknya, apabila penjualan menurun dan biaya produksi tidak dikelola dengan baik, maka akan berdampak negatif terhadap perolehan laba (Butar, 2018).

Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penjualan Perusahaan Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2019 sampai 2021

Berdasarkan hasil analisis korelasi Pearson Product Moment, diketahui bahwa biaya produksi terhadap penjualan menunjukkan hubungan positif yang sangat kuat, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,994. Nilai tersebut berada dalam interval 0,80–1,00, yang menurut klasifikasi korelasi menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel. Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 54.504.434,028 + 1,409X$$

Artinya, apabila variabel biaya produksi (X) bernilai nol, maka nilai variabel penjualan (Y) adalah sebesar konstanta, yaitu Rp54.504.434,028. Selain itu, apabila biaya produksi meningkat sebesar satu satuan, maka penjualan akan meningkat sebesar 1,409 satuan. Nilai koefisien regresi yang positif mengindikasikan adanya pengaruh positif antara biaya produksi terhadap penjualan. Hasil perhitungan menggunakan program IBM SPSS for Windows versi 25 menunjukkan nilai R^2 (R Square) sebesar 0,998 atau 99,8%.

Hal ini berarti bahwa sebesar 99,8% variasi perubahan penjualan dapat dijelaskan oleh variabel biaya produksi, sementara sisanya sebesar 0,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa nilai t-hitung untuk variabel biaya produksi adalah 56,266 dengan derajat kebebasan (dk) sebesar 37 ($n - k$, yaitu $39 - 2$). Dengan pengujian satu sisi pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), diperoleh nilai t-tabel sebesar

1,68709. Karena $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($56,266 > 1,68709$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap penjualan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rupaida, Silva Anne, dan Bernardin (2016) penelitian tersebut menyatakan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap penjualan, artinya apabila biaya produksi meningkat, maka penjualan juga akan meningkat.

Hal ini diperkuat oleh teori yang dikemukakan oleh Sujarweni V.W. (2019) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi keputusan penjualan adalah biaya, di mana penggunaan biaya sebagai dasar dalam penentuan strategi penjualan telah banyak digunakan oleh berbagai entitas bisnis. Menurut Maulana, D. (2020) Penjualan merupakan salah satu aspek penting dalam kelangsungan operasional sebuah perusahaan. Oleh karena itu, pengelolaan perusahaan yang kurang optimal dapat berdampak negatif terhadap laba perusahaan dan pada akhirnya dapat mengurangi pendapatan secara keseluruhan.

PENUTUP

Berdasarkan identifikasi masalah, perumusan hipotesis, dan hasil pengujian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi (X) terhadap Penjualan (Y), maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman selama periode tahun 2019 hingga tahun 2021 mengalami fluktuasi, baik peningkatan maupun penurunan. Biaya produksi tertinggi tercatat pada perusahaan PT Mayora Indah Tbk (MYOR), yaitu sebesar Rp16.956.873.534 pada tahun 2019, Rp16.797.542.756 pada tahun 2020, dan meningkat menjadi Rp21.030.089.227 pada tahun 2021.
2. Penjualan yang dicapai oleh perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman selama periode tahun 2019 hingga 2021 menunjukkan adanya fluktuasi, baik peningkatan maupun penurunan. Penjualan tertinggi dicapai oleh PT Mayora Indah Tbk (MYOR), dengan nilai penjualan sebesar Rp25.026.739.472 pada tahun 2019, menurun menjadi Rp24.476.953.742 pada tahun 2020, dan kembali meningkat menjadi Rp27.904.558.322 pada tahun 2021.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial antara variabel Biaya Produksi (X) terhadap variabel Penjualan (Y) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Biaya Produksi terhadap Penjualan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

REFERENSI

- Butar, F. M. (2018). *Manajemen Biaya: Konsep dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ruseka, F. D., & Maulana, D. (2025). Perancangan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM Berbasis Microsoft Access Pada UMKM. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 3(2), 678–694.
- Maulana, D. (2020). Pengaruh Kompetensi, Etika dan Integritas Auditor terhadap Kualitas Audit. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*. 5. 1. Hal. 39-53.
- Maulana, D. (2024). Pengaruh Sales Growth dan Transfer Pricing terhadap Tax Avoidance. *LAND JOURNAL*, 5(2), 245 - 254. <https://doi.org/10.47491/landjournal.v5i2.3563>
- Maulana, D. ., Putri, W. F. S., & Rustandi, B. (2024). Perancangan Sistem Informasi dan Pencatatan Akuntansi pada Taman Kanak-Kanak di Kelurahan Babakan Surabaya Bandung.

- Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(1), 18–24.
<https://doi.org/10.31004/cdj.v5i1.23996>
- Maulana, Y., Maulana, D., & Maulana, J. (2024). Kualitas Audit: Fee Audit Dan Ukuran Kantor Akuntan Publik. LAND JOURNAL, 5(2), 411 - 422.
<https://doi.org/10.47491/landjournal.v5i2.3667>
- Mulyadi. (2018). Akuntansi Biaya. Edisi 5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Rustandi, B., Maulana, D., Putri, W. F. S., Ruseka, F. D., & Hafid, A. M. (2025). Strategi pengendalian internal aset tetap mendukung netral karbon di RS Mata Cicendo. Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik, 6(1), 123–129.
<https://doi.org/10.32897/sobat.2024.6.1.4172>
- Rupaida, Silva Anne, & Bernardin. (2016). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Penjualan pada PT Ultrajaya Milk Industry Tbk. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 13(2), 45–58.
- Sugiyono, P. D. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tuerah, V. R. (2023). Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI. Jurnal Akuntansi dan Pajak, 24(1), 45–54. <https://doi.org/10.33387/jap.v24i1.2045>
- Yuliana, Y., Rahmawati, C., Adamy, Y., Edwar, E., & Azlim, A. (2018). Analisis Efektivitas Perencanaan Pengelolaan Dana Desa. Prosiding AICS-Ilmu Sosial, 8, 37-43.