



**PENGARUH BIAYA TENAGA KERJA, BIAYA PEMASARAN DAN VOLUME PENJUALAN
TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2024**

Riska Diva Pertiwi^{a*}, Hadi Samanto^b, Maya Widyana Dewi^c

^a Fakultas Ekonomi dan Bisnis /Akuntansi, riskadiva7@gmail.com, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Sukoharjo, Jawa Tengah

^b Fakultas Ekonomi dan Bisnis /Akuntansi, hadisamanto6110@gmail.com, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Sukoharjo, Jawa Tengah

^c Fakultas Ekonomi dan Bisnis /Akuntansi, widyamine77@gmail.com, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Sukoharjo, Jawa Tengah

* Korespondensi

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of labor costs, marketing costs, and sales volume on the net profit of manufacturing companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the years 2020-2024. This research utilizes a descriptive research type with a quantitative approach. The population of this study includes manufacturing companies in the food and beverage sub-sector that are listed on the IDX for the years 2020-2024, totaling 48 companies. The sampling technique employed is purposive sampling, involving 20 companies. The data source for this research utilizes secondary data. Data collection methods are obtained from the Indonesian Stock Exchange (IDX). This study employs data analysis methods, which include descriptive statistical tests, classical assumption tests, and hypothesis testing, comprising multiple linear regression analysis, F test, t test, and the coefficient of determination (R²) test. The results of this study indicate that labor costs do not have a significant effect, while marketing costs and sales volume do have a significant effect.

Keywords: Labor Costs, Marketing Costs, Sales Volume, Net Profit, Manufacturing Companies, Food and Beverage Subsector Companies, Indonesia Stock Exchange.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh biaya tenaga kerja, biaya pemasaran, dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman terdaftar di BEI tahun 2020-2024. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini meliputi perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024 yang berjumlah 48 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan yaitu metode *purposive sampling* sebanyak 20 perusahaan. Sumber data penelitian ini menggunakan data sekunder. Metode pengumpulan data diperoleh dari *Indonesian Stock Exchange* (IDX). Penelitian ini menggunakan metode analisis data yaitu uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis, meliputi analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi (R²). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan, sedangkan biaya pemasaran dan volume penjualan berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Biaya Tenaga Kerja, Biaya Pemasaran, Volume Penjualan, Laba Bersih, Perusahaan Manufaktur, Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman, Bursa Efek Indonesia.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, perkembangan dunia usaha semakin pesat dan ketat. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan perusahaan yang efektif dan efisien, perusahaan mempunyai tujuan utama yang harus dicapai yaitu untuk memperoleh laba, laba yang dicapai dapat menjadi tolak ukur keberhasilan kegiatan usaha perusahaan. Dalam hal ini manajemen perusahaan perlu merencanakan dan mengendalikan laba semaksimal mungkin untuk menjamin perusahaan memperoleh laba yang maksimal. Laba bersih adalah keuntungan yang diperoleh dari selisih seluruh pendapatan dan seluruh biaya termasuk pajak dalam suatu periode tertentu. Laba bersih ini digunakan sebagai perencanaan penggunaan dana perusahaan di masa mendatang, serta untuk menentukan strategi yang akan diterapkan oleh manajemen melalui laporan keuangan sebagai antisipasi di masa mendatang.

Laba bersih digunakan sebagai indikator untuk mengukur atau mengevaluasi keberhasilan kinerja suatu perusahaan. Untuk mencapai laba yang diharapkan, suatu perusahaan perlu merencanakan laba dengan baik. Hal ini ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam mengamati faktor-faktor yang mempengaruhi laba. Menurut [1] faktor-faktor yang mempengaruhi laba bersih adalah biaya, harga jual, volume penjualan, dan produksi. Salah satu faktor yang mempengaruhi laba bersih adalah biaya, terdapat berbagai macam biaya, salah satunya adalah biaya tenaga kerja. Biaya tenaga kerja yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membayar usaha fisik atau usaha mental yang dikeluarkan di dalam produksi suatu produk [2]. Tenaga kerja merupakan satu elemen terpenting dalam setiap perusahaan atau entitas perusahaan. Oleh karena itu, keberadaan tenaga kerja sangatlah vital dalam sebuah perusahaan, salah satunya perusahaan sub sektor makanan dan minuman.

Tenaga kerja yang telah mengabdikan pada perusahaan berhak atas imbalan berupa gaji atau upah sesuai kinerja. Penelitian menunjukkan hasil berbeda terkait pengaruh biaya tenaga kerja terhadap laba bersih (Ayu, 2021) menyatakan ada pengaruh signifikan, sedangkan (Kristiani, 2020) menyatakan sebaliknya. Selain itu, biaya pemasaran juga termasuk faktor yang mempengaruhi laba bersih. Pemasaran diperlukan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. [5] menyebut biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba, namun [6] menemukan tidak ada pengaruh signifikan.

Faktor lain yang memengaruhi laba bersih adalah volume penjualan. Volume penjualan yang tinggi akan berdampak positif pada laba. [7] menemukan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan tahunan perusahaan sub sektor makanan dan minuman di BEI. Selama periode penelitian dan adanya pandemi COVID-19, perusahaan sub sektor makanan dan minuman di BEI mengalami kerugian yang signifikan. Meskipun terdampak pandemi COVID-19, sektor ini tetap memberikan kontribusi besar terhadap PDB, sehingga dipilih sebagai objek penelitian karena relevansinya dalam mengukur kondisi ekonomi nasional. Berikut data laba bersih beberapa perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang mengalami kerugian pada tahun 2020-2024:

Tabel 1.1 Data Laba Bersih Perusahaan

Nama Perusahaan	2020	2021	2022	2023	2024
PT FKS Food	1.958.000.	18.138.000	62.359.000	18.796.000	69.482.000.
Sejahreta Tbk	000	.000	.000	.000	000
PT Wahana	2.738.128.	8.532.631.	6.621.236.	50.439.861	52.561.224.
Interfood	648	708	433	.088	677
Nusantara Tbk					
PT Bumi	509.507.89	106.511.98	133.469.25	114.047.78	719.271050
Teknokultura	0.912	9.327	3.051	5.478	228
Unggul Tbk					
PT Sentra Food	17.810.103	14.658.771	22.085.241	20.207.914	23.569.874.
Indonesia Tbk	.616	261	.136	.387	414

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan uraian diatas, maka ada ketertarikan untuk melihat bagaimana pengaruh yang terjadi pada variabel biaya tenaga kerja, biaya pemasaran dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini dituangkan dalam judul “Pengaruh Biaya Tenaga Kerja, Biaya Pemasaran, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman di BEI Tahun 2020-2024”. Hasil penelitian yang dimaksud adalah untuk mengetahui pengaruh Biaya Tenaga

Kerja, Biaya Pemasaran dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman di BEI Tahun 2020-2024.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Laba Bersih

Laba bersih yaitu laba yang dikurangi biaya-biaya yang termasuk beban perusahaan dalam suatu periode tertentu [8]. Namun, menurut [9] laba bersih merupakan laba yang menunjukkan bagian laba yang akan ditahan di dalam perusahaan dan yang dibagikan sebagai deviden.

Laba bersih dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Sebelum Pajak} - \text{Beban Pajak Penghasilan}$$

Gambar 2.1 Indikator Laba Bersih

2.2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar usaha fisik atau usaha mental yang dikeluarkan di dalam produksi suatu produk [2]. Namun, [10] biaya tenaga kerja adalah nilai yang dibayar dari penggunaan sumber daya manusia atau kompensasi yang diberikan kepada karyawan dalam kegiatan produksi.

Pada penelitian ini, biaya tenaga kerja dihitung berdasarkan gaji pokok karyawan, biaya jasa dan upah karyawan yang terlibat langsung pada proses produksi dan nonproduksi dalam kurun waktu 60 bulan dari tahun 2020-2024.

2.3. Biaya Pemasaran

Menurut [11] biaya pemasaran adalah aktivitas pemasaran secara terus menerus untuk memikat pelanggan lebih banyak dan untuk meningkatkan laba yang diperoleh. Pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis [12].

Biaya pemasaran dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Biaya Pemasaran} = \text{Biaya Periklanan} + \text{Biaya Promosi}$$

Gambar 2.2 Indikator Biaya Pemasaran

2.4. Volume Penjualan

[13] volume penjualan merupakan jumlah produk atau barang yang berhasil terjual dalam periode waktu tertentu dan melibatkan strategi pelayanan yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Namun, untuk mencegah terjadinya kerugian, volume penjualan harus menjadi tujuan utama perusahaan, bukan kepentingan volume penjualan itu sendiri.

Volume penjualan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Volume Penjualan} = \text{Kuantitas atau Total Penjualan}$$

Gambar 2.3 Indikator Volume Penjualan

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data sekunder. Populasi pada penelitian ini terdiri dari 48 perusahaan yang tercatat di BEI dalam sub makanan dan minuman selama lima tahun. Dengan demikian, total populasi dalam penelitian ini mencakup 240 data. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini melalui pendekatan *Purposive Sampling*. Menurut kriteria yang ditentukan, alhasil yang memenuhi syarat guna menjadi sampel penelitian yakni 20 perusahaan, sehingga jumlah perusahaan yang dikaji pada penelitian ini sejumlah 100 data. Metode analisis yang dipakai yaitu uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi).

Sedangkan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Statistik Deskriptif

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
Biaya Tenaga Kerja	86	6	5.648	794.56	1263.005
Biaya Pemasaran	86	1	3.631	538.79	872.764
Volume Penjualan	86	397	679.099	20197.94	74483.663
Laba Bersih	86	6	13.077	1407.17	2770.085

Hasil pengolahan data tersebut memperlihatkan bahwasanya jumlah observasi (N) yang diteliti mencakup 86 data, melalui deskripsi tiap variabel sebagai berikut:

a. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja mempunyai nilai minimum 6 yang merupakan milik PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk pada tahun 2021, serta nilai maksimum 5.648 milik Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2023. Rata-rata dari variabel ini yaitu 794.56 dengan standar deviasi senilai 1263.005. Dengan demikian, menunjukkan bahwa penyebaran data bervariasi sebab nilai standar deviasi melebihi nilai rata-rata.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran mempunyai nilai minimum 1 yang merupakan milik PT. Buyung Poetra Sembada Tbk pada tahun 2020, serta nilai maksimum 3.631 milik Mayora Indah Tbk pada tahun 2021. Rata-rata dari variabel ini yaitu 538.79 dengan standar deviasi senilai 872.764. Dengan demikian, menunjukkan bahwa penyebaran data bervariasi sebab nilai standar deviasi melebihi nilai rata-rata.

c. Volume Penjualan

Volume penjualan mempunyai nilai minimum 397 yang merupakan milik Bisi International Tbk pada tahun 2023, serta nilai maksimum 679.099 milik Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2023. Rata-rata dari variabel ini yaitu 20197.94 dengan standar deviasi senilai 74483.663. Dengan demikian, menunjukkan bahwa penyebaran data bervariasi sebab nilai standar deviasi melebihi nilai rata-rata.

d. Laba Bersih

Laba bersih mempunyai nilai minimum 6 yang merupakan milik Malindo Feedmill Tbk pada tahun 2023, serta nilai maksimum 13.077 milik Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2024. Rata-rata dari variabel ini yaitu 1407.17 dengan standar deviasi senilai 2770.085. Dengan demikian, menunjukkan bahwa penyebaran data bervariasi sebab nilai standar deviasi melebihi nilai rata-rata.

4.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	307722.92465154
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,353
	Positive	0,353
	Negative	-0,257
Test Statistic		0,353
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,000 ^c

Sumber: Output SPSS, 2025

Hasil uji normalitas melewati *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* memperlihatkan bahwa data tidak berdistribusi normal, yang bernilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* senilai 0,000 artinya nilai signifikan dibawah 0,05. Untuk menangani hal tersebut, dilakukan dengan cara metode data *outlier* yaitu dengan mengeluarkan sampel-sampel yang bernilai ekstrim (residual yang tinggi), dari metode tersebut ditemukan data *outlier*

sebanyak 14 data. Hasil uji normalitas sesudah mengeluarkan data *outlier* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas Setelah *Outlier*

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,94784146
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,067
	Positive	0,067
	Negative	-0,055
Test Statistic		0,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS, 2025

Sesudah melakukan metode data *outlier* didapat *Asymp. Sig. (2-tailed)* senilai 0,200 yang mana mengindikasikan jika nilai signifikan melebihi 0,05. Dengan demikian, variabel pada penelitian ini sudah berdistribusi normal dengan jumlah data sebanyak 86 data.

4.2.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Biaya Tenaga Kerja	0,637	1,570
Biaya Pemasaran	0,553	1,810
Volume Penjualan	0,479	2,089

Sumber: Output SPSS, 2025

Dari tabel hasil uji multikolinieritas diatas, didapat nilai tolerance beserta VIF untuk variabel biaya tenaga kerja adalah 0,637 serta VIF 1,570, untuk variabel biaya pemasaran didapat nilai tolerance adalah 0,533 serta VIF 1,810, serta untuk variabel volume penjualan didapat nilai tolerance 0,479 serta VIF 2,089. Dari hasil tersebut, bahwa nilai tolerance semua variabel melebihi 0,10 serta nilai VIF setiap variabel dibawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwasanya tidak terjadi multikolinieritas pada model penelitian ini.

4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
Biaya Tenaga Kerja	0,206
Biaya Pemasaran	0,683
Volume Penjualan	0,541

Sumber: Output SPSS, 2025

Dari hasil tabel uji diatas, dapat dilihat untuk nilai signifikan variabel biaya tenaga kerja adalah 0,206 yang artinya melebihi 0,05, untuk variabel biaya pemasaran nilai signifikan sebesar 0,683 yang artinya melebihi 0,05, sedangkan untuk variabel volume penjualan nilai signifikan sebesar 0,541 yang artinya juga melebihi 0,05. Dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki nilai signifikan melebihi 0,05. Oleh karena itu, memperlihatkan bahwasanya tiap variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dengan demikian persamaan pada analisis regresi terpenuhi.

4.2.4 Uji Autokorelasi

Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	2,194

Sumber: Output SPSS, 2025

Dari hasil uji diatas, hasil uji autokorelasi memperlihatkan nilai DW senilai 2,194. Nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan tabel alpha 5%, yang mempunyai jumlah sampel (n) sejumlah 86 serta variabel independen sejumlah 3. Dari perbandingan ini, diperoleh nilai tabel DW yakni du: 1,7221 dan dl: 1,5780, sedangkan nilai DW yang diamati adalah 2,194. Dapat disimpulkan bahwa, $1,7221 < 2,194 < 2,2779$ (du < DW < 4-du) yang artinya nilai DW tidak ada masalah autokorelasi.

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	B	Std. Error
(Constant)	0,876	0,600
Biaya Tenaga Kerja	0,061	0,082
Biaya Pemasaran	0,549	0,072
Volume Penjualan	0,236	0,098

Sumber: Output SPSS, 2025

Dari tabel uji diatas, dihasilkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,876 + 0,061(BTK) + 0,549 (BP) + 0,236 (VP) + e$$

Keterangan:

- α = Memiliki nilai positif sebesar 0,876. Nilai positif ini menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel dependen dengan variabel independen, hal ini menunjukkan bahwasanya semua variabel biaya tenaga kerja (X_1), biaya pemasaran (X_2), dan volume penjualan (X_3) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan (konstan), maka laba bersih (Y) akan bernilai 0,876.
- β_1 = Biaya tenaga kerja (X_1) memiliki nilai koefisien regresi 0,061 yang menunjukkan setiap kenaikan satu satuan variabel biaya tenaga kerja maka variabel laba bersih akan naik sebesar 0,061. Sebaliknya, jika setiap penurunan satu satuan variabel biaya tenaga kerja maka variabel laba bersih akan turun sebesar 0,061.
- β_2 = Biaya pemasaran (X_2) memiliki nilai koefisien regresi 0,549 yang menunjukkan setiap kenaikan satu satuan variabel biaya pemasaran maka variabel laba bersih akan naik sebesar 0,549. Sebaliknya, jika setiap penurunan satu satuan variabel biaya pemasaran maka variabel laba bersih akan turun sebesar 0,549.
- β_3 = Volume penjualan (X_3) memiliki nilai koefisien regresi 0,236 yang menunjukkan setiap kenaikan satu satuan variabel volume penjualan maka variabel laba bersih akan naik sebesar 0,236. Sebaliknya, jika setiap penurunan satu satuan variabel volume penjualan maka variabel laba bersih akan turun sebesar 0,236.

4.4 Uji F

Tabel 4.8 Hasil Uji F

Model	Fhitung	Ftabel	Sig
Regression	58,966	2,72	0,000

Sumber: Output SPSS, 2025

Untuk melangsungkan pengujian hipotesis diatas, nilai F_{hitung} untuk $n = 86$, yaitu:

$$F_{tabel} = n - k = 86 - 4 = 82$$

$$F_{hitung} = 58,966 \text{ dan } F_{tabel} = 2,72$$

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa variabel independen berpengaruh secara bersama-sama (simultan) dan signifikan terhadap variabel dependen. Yaitu $F_{hitung} = 58,966$ dan nilai signifikan 0,000 yang artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan kurang dari 0,05. Hasil ini menjelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, menunjukkan bahwa uji model tersebut layak dipergunakan untuk memperkirakan pengaruh dari biaya tenaga kerja, biaya pemasaran, serta volume penjualan terhadap laba bersih.

4.5 Uji t

Untuk penetapan t_{tabel} menggunakan tingkat signifikan 5%, yaitu:

$$df = n - k$$

$$df = 86 - 4 = 82$$

$$\text{Nilai } t_{tabel} = 1,98932$$

Hasil uji t dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji t

Model	t hitung	t tabel	Sig
Biaya Tenaga Kerja	0,749	1,98932	0,456
Biaya Pemasaran	7,579	1,98932	0,000
Volume Penjualan	2,414	1,98932	0,018

Sumber: Output SPSS, 2025

Berikut hasil penjelasan untuk setiap variabel independen terhadap variabel dependen:

a. Biaya Tenaga Kerja

Dari tabel diatas, nilai $t_{hitung} 0,749 < t_{tabel} 1,98932$, dan nilai signifikan $0,456 > 0,05$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Oleh karena itu, biaya tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

b. Biaya Pemasaran

Dari tabel diatas, nilai $t_{hitung} 7,579 > t_{tabel} 1,98932$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu, biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

c. Volume Penjualan

Dari tabel diatas nilai $t_{hitung} 2,414 > t_{tabel} 1,98932$, dan nilai signifikan $0,018 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu, volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

4.6 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square	R
1	0,683	0,672	

Sumber: Output SPSS, 2025

Dilihat dari nilai Adjusted R square sebesar 0,672. Yang artinya prosentase 100%, biaya tenaga kerja, biaya pemasaran, dan volume penjualan hanya memiliki proporsi pengaruh terhadap laba bersih sebesar 67,2%, sedangkan sisanya 32,8% dipengaruhi variabel lain yang diluar penelitian ini.

4.7 Hasil Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih

Dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya variabel biaya tenaga kerja mempunyai nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,061. Nilai $t_{hitung} 0,749 < t_{tabel} 1,98932$, dan nilai signifikan sebesar 0,456 yang artinya nilai signifikan $> 0,05$ oleh karena itu, H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa biaya tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Biaya tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan dikarenakan biaya tersebut bersifat tetap atau rutin, tidak berubah meskipun volume produksi meningkat atau menurun, sehingga tidak memengaruhi laba. Jika perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, maka biaya tenaga kerja yang tinggi dapat diimbangi dengan peningkatan produktivitas. Efisiensi dalam penggunaan tenaga kerja dapat meningkatkan output tanpa meningkatkan biaya, sehingga laba bersih tetap terjaga [1]. Dengan demikian, biaya tenaga kerja merupakan komponen penting dalam struktur biaya perusahaan, pengelolaan yang baik dan efisiensi operasional dapat membuat biaya tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Penelitian ini mendukung penelitian (Kristiani, 2020) yang mendapatkan hasil bahwa biaya tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Namun, penelitian ini tidak mendukung (Ayu, 2021) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu biaya tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

4.7.2 Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwasanya variabel biaya pemasaran mempunyai nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,549. Nilai $t_{hitung} 7,579 > t_{tabel} 1,98932$, dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya signifikan $< 0,05$, oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan dikarenakan pemasaran yang efektif dapat meningkatkan penjualan dan kesadaran merek. Sesuai dengan pendapat [11] biaya pemasaran adalah

aktivitas promosi secara terus menerus untuk memikat pelanggan lebih banyak dan untuk meningkatkan laba yang diperoleh, sehingga biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Penelitian ini mendukung penelitian [5] dengan hasil bahwa biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Namun, penelitian ini tidak mendukung [6] mendapatkan hasil yang berbeda yaitu biaya pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

4.7.3 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih

Penelitian ini menunjukkan bahwasanya variabel volume penjualan mempunyai nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,236. Nilai $t_{hitung} 2,414 > t_{tabel} 1,98932$, dan nilai signifikan sebesar 0,018 yang artinya nilai signifikan $< 0,05$, oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Volume penjualan yang meningkat tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga dapat mengoptimalkan biaya, sehingga berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini sejalan dengan pendapat [14] yang menyatakan bahwa volume penjualan yang tinggi dapat meningkatkan laba bersih. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian [7] dan [6] dengan hasil bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

- a. Variabel biaya tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Apabila biaya tenaga kerja mengalami kenaikan ataupun penurunan, tidak berdampak besar terhadap laba bersih secara keseluruhan. Biaya tenaga kerja, sebagai biaya tetap atau rutin, tidak secara langsung mempengaruhi laba bersih perusahaan. Dengan meningkatkan efisiensi operasional, perusahaan dapat mengimbangi biaya tenaga kerja yang tinggi dengan meningkatkan produktivitas. Pengelolaan yang baik terhadap biaya tenaga kerja dan penerapan efisiensi dalam penggunaan tenaga kerja sangat penting untuk menjaga laba bersih perusahaan. Dengan demikian, biaya tenaga kerja dapat dikelola dengan baik sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
- b. Variabel biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Apabila biaya pemasaran meningkat maka laba bersih yang didapat perusahaan akan meningkat, sementara ketika biaya pemasaran menurun maka laba bersih perusahaan juga menurun. Biaya pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Pemasaran yang efektif tidak hanya dapat meningkatkan penjualan, tetapi juga meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen. Dengan melakukan aktivitas pemasaran secara terus-menerus, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan pada akhirnya, meningkatkan laba yang diperoleh.
- c. Variabel volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Apabila volume penjualan meningkat maka laba bersih yang diperoleh akan meningkat, sementara saat volume penjualan menurun maka laba bersih yang diperoleh akan menurun. Volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Selain meningkatkan pendapatan, volume penjualan yang tinggi juga dapat mengoptimalkan biaya, sehingga berkontribusi pada peningkatan laba bersih.

Saran

- a. Bagi Perusahaan

Terdapat beberapa rekomendasi bagi perusahaan, yakni:

- 1) Perusahaan diharapkan lebih memperhatikan mengenai efisiensi biaya tenaga kerja, sehingga dapat memaksimalkan laba bersih yang diperoleh.
- 2) Perusahaan mengembangkan strategi pemasaran yang terintegrasi dan berkelanjutan, dengan memanfaatkan berbagai saluran pemasaran yang ada. Dengan begitu, laba bersih yang dihasilkan akan meningkat.
- 3) Perusahaan dapat memperhatikan dan meningkatkan volume penjualan untuk memaksimalkan laba bersih yang diperoleh.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Beberapa rekomendasi untuk peneliti selanjutnya sebagai berikut:

- 1) Dapat menggunakan objek penelitian lain selain perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Misalnya: perusahaan sektor jasa sub sektor keuangan.
- 2) Menggunakan variabel-variabel yang lain, selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini yang kemungkinan dapat berpengaruh terhadap laba bersih. Seperti, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya kualitas.

- 3) Penelitian selanjutnya diharapkan menambah rentang waktu penelitian, agar sampel yang digunakan lebih banyak sehingga mendapatkan hasil penelitian yang komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mulyadi, *Akuntansi Biaya, Sistem Akuntansi*, 5th ed. Yogyakarta: UPP STIM KPN, 2020.
- [2] Melina, Anton, F. Satriya, and F. Satriya, *Akuntansi Biaya*, vol. 5, no. 3. 2022. [Online]. Available: <https://badanpenerbit.org/index.php/dpipress/article/download/15/13>
- [3] Rika Ayu Tiara, “Pengaruh Biaya Tenaga Kerja, Biaya Promosi, Terhadap Laba Bersih Bank Syariah Mandiri Tahun 2017-2019,” 2021.
- [4] Kristiani Rini, “Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Tenaga Kerja Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Catering Snack Box Tahub 2015-2018,” 2020.
- [5] I. M. A. Yuda and I. K. P. W. Sanjaya, “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017,” *WACANA Ekon. (Jurnal Ekon. Bisnis dan Akuntansi)*, vol. 19, no. 1, pp. 35–42, 2020, doi: 10.22225/we.19.1.1406.35-42.
- [6] D. Marlyna and D. Famauli, “Determinan Laba Bersih Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia,” *EKOMBIS Sains J. Ekon. Keuang. dan Bisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 61–68, 2022.
- [7] A. A. R. Siregar, B. M. Ginting, W. S. Febrianti, and H. T. Kurnia Ningsih, “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei,” *Bisnis-Net J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 16–29, 2023, doi: 10.46576/bn.v6i1.3382.
- [8] E. M. W. dan N. H. Pasaribu, “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada Sektor Industri Barang Konsumsi Periode 2015-2019,” *J. Ekon. Bisnis dan Akunt.*, vol. 4, 2021.
- [9] A. S. Ningsih and Y. Epi, “Analisis Pengaruh Biaya Operasional terhadap Pendapatan dan Dampaknya Terhadap Laba Bersih pada CV. Arif Jaya Motor Medan,” *J. Ekon. Bisnis, Manaj. dan Akunt.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–15, 2021, doi: 10.47709/jebma.v1i1.973.
- [10] M. Bahri. S, Mariani. W.E, *Akuntansi Biaya (E. Risanto (ed.); 1 ed.)*. 2021.
- [11] Y. Suharya, S. Sutrisno, and R. Nurmilah, “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Cv. Berkah Jaya General Supplier Snack Food,” *J. Bina Akunt.*, vol. 8, no. 2, pp. 145–167, 2021, doi: 10.52859/jba.v8i2.161.
- [12] A. D. Tjiptono Fandy, *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2020.
- [13] N. Sonani and I. A. Yulia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Bagian Pelayanan Administrasi Kependudukan,” *J. Visionida*, vol. 7, no. 1, pp. 15–21, 2021.
- [14] Suyanto, *Implikasi Kebijakan Merdeka Belajar*. KOMPAS, 2020.