



PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL TBK PERIODE TAHUN 2014-2024

Kartika Ratsetyo Putri

Universitas Pamulang

Hadijah Febriana

Universitas Pamulang

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang Barat, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan,
Banten 15417

kartikaratsetyop@gmail.com, dosen02182@unpam.ac.id

Abstrak. *This study aims to determine the effect of production costs and promotional costs on net profit at PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk during the period 2014 to 2024. The research employs a quantitative method with a statistical quantitative data analysis approach. The type of data used is secondary data, obtained from the company's annual income statements and supported by the Notes to the Financial Statements (CALK) to clarify the details of cost accounts. The data were tested using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 26.0. Production costs have a significant effect on net profit, with a t-count of 3,147 > t-table 2.306 and a significance value of 0.014 < 0.05. Promotional costs have a significant effect on net profit, as shown by a t-count of 6,922 > t-table 2.306 and a significance value of 0.000 < 0.05. Simultaneously, production and promotional costs have a significant effect on net profit, with an F-count of 101.446 > F-table 4.26 and a significance value of 0.000 < 0.05. Production costs are proven to have a significant influence on the increase in net profit, while promotional costs do not have a significant individual effect. However, when combined, production and promotional costs simultaneously show a significant effect on the company's net profit.*

Keywords: *Production Costs, Promotional Costs, Net Profit*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk selama periode 2014 hingga 2024. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data bersifat kuantitatif statistik. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yang diperoleh dari laporan laba rugi tahunan perusahaan serta didukung dengan Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK) untuk memperjelas rincian akun biaya. Pengujian data dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda melalui SPSS versi 26.0. Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan nilai t-hitung sebesar 3,147 > t-tabel 2,306 dan nilai signifikansi 0,014 < 0,05. Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih karena nilai t-hitung sebesar 6,922 > t-tabel 2,306 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Secara simultan, biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan nilai F-hitung 101,446 > F-tabel 4,26 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Biaya produksi terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih perusahaan, biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan.

Kata Kunci: *Biaya Produksi, Biaya Promosi, Laba Bersih*

PENDAHULUAN

Industri barang konsumsi, khususnya farmasi dan herbal, merupakan sektor penting di Indonesia yang tumbuh seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan. PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk adalah pemain utama di sektor ini, dikenal dengan produk andalannya seperti Tolak Angin. Meskipun permintaan

pasar meningkat, perusahaan menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga bahan baku, persaingan ketat, dan melemahnya daya beli. Meskipun demikian, Sido Muncul berhasil mencatatkan pertumbuhan pendapatan dan laba bersih di tahun 2024 berkat strategi manajemen yang tepat, termasuk menekan beban operasional dan meningkatkan efektivitas pemasaran.

Untuk mempertahankan profitabilitas dan daya saing, perusahaan harus mengelola biayanya secara efektif. Dua komponen biaya yang sangat penting adalah Biaya Produksi dan Biaya Promosi. Biaya produksi mencakup seluruh pengeluaran dalam mengolah bahan baku menjadi produk jadi, yang secara langsung memengaruhi laba perusahaan. Sementara itu, biaya promosi mencakup pengeluaran untuk iklan, kampanye pemasaran, dan kegiatan promosi lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan membangun kesadaran merek. Menentukan anggaran yang tepat untuk kedua biaya ini sangat krusial agar tidak terjadi pemborosan dan perusahaan tetap efisien.

Data keuangan Sido Muncul dari 2014-2024 menunjukkan fluktuasi signifikan pada Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Laba Bersih. Biaya Produksi mengalami penurunan dan kenaikan yang tajam, terutama lonjakan signifikan pada tahun 2021. Demikian pula, Biaya Promosi juga menunjukkan tren yang tidak stabil, meskipun terus meningkat secara bertahap. Fluktuasi ini secara langsung memengaruhi Laba Bersih perusahaan. Meskipun laba bersih Sido Muncul secara umum menunjukkan tren kenaikan, ada penurunan signifikan pada tahun 2022-2023, yang dipicu oleh tingginya biaya produksi dan ketidakstabilan harga bahan baku.

Hubungan antara biaya-biaya ini dengan laba bersih menunjukkan bahwa ketika perusahaan dapat menekan biaya produksi dan promosi secara efektif, laba bersih cenderung meningkat. Namun, ada inkonsistensi dalam hasil penelitian terdahulu. Beberapa penelitian menyatakan bahwa biaya produksi dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, sementara penelitian lain menemukan hasil yang bertentangan. Kesenjangan ini menjadi dasar bagi penelitian ini untuk mengkaji kembali hubungan tersebut dalam konteks Sido Muncul.

Berdasarkan fenomena fluktuasi biaya dan laba bersih Sido Muncul serta inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih perusahaan. Penelitian ini akan menggunakan data dari periode 2014-2024 untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana pengelolaan biaya operasional dan pemasaran memengaruhi profitabilitas perusahaan di sektor farmasi dan herbal.

KAJIAN TEORI

Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2018:14) biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memperkenalkan atau dalam rangka menganjurkan pemakaian produk baik secara langsung ataupun tidak untuk mempertahankan atau meningkatkan penjualan. (Yulia, dkk. 2020).

Laba Bersih

Laba bersih biasanya mengacu jumlah uang yang diperoleh bisnis setelah dikurangi bunga, biaya operasional, dan pajak selama periode tertentu (Kledo, 2022).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang diteliti ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument peneliti, analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2014-2024 dalam bentuk data tahunan yang diperoleh dari website resmi PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk (https://investor.sidomuncul.co.id/id/annual_reports.html).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan PT Industri Jamu Dan Farmasi Sido Muncul Tbk periode tahun 2014 hingga 2024.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan laba rugi tahunan PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk, dengan fokus pada pos beban pokok penjualan sebagai representasi dari biaya produksi, serta beban penjualan dan pemasaran sebagai representasi biaya promosi sehingga jumlah sampel yang dianalisis adalah sebanyak 11 tahun pengamatan.

Variabel Penelitian

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Biaya Produksi (X1) dan Biaya Promosi (X2). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Laba Bersih.

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup berdasarkan indikator yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Kuesioner disusun dengan skala Likert dari 1 hingga 5. Reliabilitas diuji dengan indikator dari masing-masing variabel penelitian.

Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mencakup beberapa tahapan penting. Pertama, Analisis Statistik Deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum data melalui nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum, dan minimum. Selanjutnya, dilakukan Uji Asumsi Klasik, yang meliputi uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji Multikolinearitas (VIF dan Tolerance), uji Heteroskedastisitas (scatterplot), dan uji Autokorelasi (Durbin-Watson), untuk memastikan model regresi memenuhi persyaratan statistik. Setelah asumsi klasik

terpenuhi, Uji Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen (Biaya Produksi dan Biaya Promosi) terhadap variabel dependen (Laba Bersih). Pengujian hipotesis dilakukan secara parsial dengan Uji-t dan secara simultan dengan Uji-F. Terakhir, Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL ANALISIS

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.1
Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Produksi	11	1326721	1775005	1493767.36	157342.390
Biaya Promosi	11	183501	456881	319059.27	91520.819
Laba Bersih	11	417511	1260898	796559.09	308659.752
Valid N (listwise)	11				

Berdasarkan Hasil analisis statistik dari tabel di atas, distribusi yang didapat oleh peneliti adalah:

1. Variabel Biaya Produksi (X1) dengan jumlah datanya yaitu 11, mean biaya produksinya adalah sebesar 1,493,767.36 standar deviasinya adalah sebesar 157,342.309 nilai minimumnya adalah sebesar 1,322,6721 dan nilai maksimumnya adalah sebesar 1,775,005.
2. Variabel Biaya Promosi (X2) dengan jumlah datanya yaitu 11, mean biaya promosinya adalah sebesar 319,059.27 standar deviasinya adalah sebesar 91,520.819 nilai minimumnya adalah sebesar 183,501 dan nilai maksimumnya adalah sebesar 456,881.
3. Variabel Laba bersih (Y) dengan jumlah datanya yaitu 11, mean biaya laba laba bersihnya adalah sebesar 796,559.09 standar deviasinya adalah sebesar 308,659.752 nilai minimumnya adalah sebesar 417,511 dan nilai maksimumnya adalah sebesar 1,260,898.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4.2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Biaya Produksi	Biaya Promosi	Laba Bersih
N		11	11	11
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1493767.36	319059.27	796559.09
	Std. Deviation	157342.390	91520.819	308659.752
Most Extreme Differences	Absolute	.178	.207	.166
	Positive	.178	.156	.166
	Negative	-.144	-.207	-.127
Test Statistic		.178	.207	.166
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.5, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 untuk seluruh variabel (X1, X2, dan Y). Nilai signifikansi ini lebih besar

dari tingkat signifikansi (α) yang digunakan, yaitu 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel memiliki distribusi data yang normal.

Uji Multikolinearitas

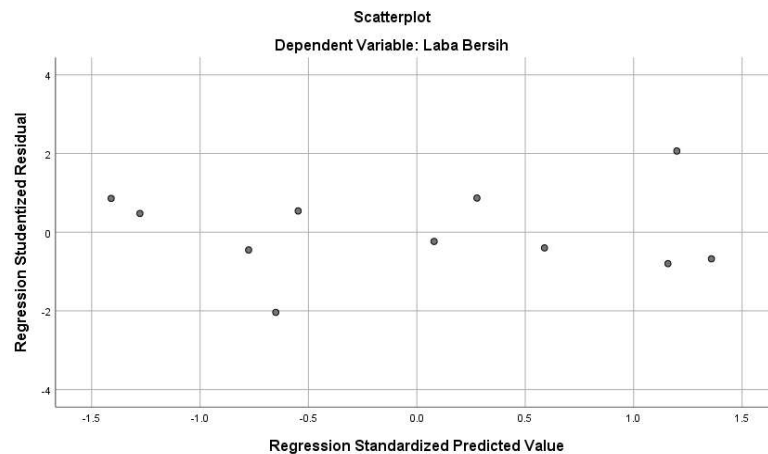
Tabel 4.3
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Biaya Produksi	.445	2.248
	Biaya Promosi	.445	2.248

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan data diatas menunjukkan nilai VIF diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 2,337. Nilai ini masih berada di bawah ambang batas yang ditetapkan, yaitu 10, Selain itu, nilai Tolerance yang diperoleh dari hasil output adalah sebesar 0,428. Nilai ini juga melebihi batas minimal Tolerance yaitu 0,10. Dalam hal ini, Tolerance yang lebih besar dari 0,10 menunjukkan bahwa tidak terjadi korelasi tinggi antara variabel independen, sehingga asumsi multikolinearitas tidak terpenuhi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen, karena nilai VIF berada dalam rentang yang wajar.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan data pada tabel dan grafik scatterplot yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Hal ini ditunjukkan dengan tidak adanya pola tertentu atau pola sistematis yang terbentuk dari penyebaran titik-titik residual. Titik-titik tersebut tersebar secara acak, baik di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu Y, serta membentuk pola yang tidak beraturan. Penyebaran ini mengindikasikan bahwa varians dari residual (kesalahan) bersifat konstan di seluruh nilai prediksi variabel independen, atau dengan kata lain memenuhi asumsi homoskedastisitas. Oleh karena itu, model ini dianggap layak untuk

digunakan dalam analisis karena salah satu asumsi klasik, yaitu tidak adanya heteroskedastisitas, telah terpenuhi.

Uji Autokorelasi

Tabel 4.4
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.981 ^a	.962	.953	67212.330	1.769

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

b. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan tabel distribusi Durbin-Watson, diperoleh nilai batas bawah (dL) sebesar 0,7580 dan batas atas (dU) sebesar 1,6044. Untuk mendeteksi kemungkinan adanya autokorelasi negatif, digunakan nilai $4 - dU = 2,3956$ dan $4 - dL = 3,242$. Dalam hal ini, nilai $dU < DW < 4 - dU$ ($1,6044 < 1,769 < 2,3956$), yang menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi baik negatif maupun positif. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini telah memenuhi salah satu asumsi klasik, yaitu bebas dari autokorelasi. Dengan demikian, data yang digunakan layak untuk dianalisis lebih lanjut dan hasil regresi dapat diinterpretasikan dengan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.5
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-924286.323	232796.528		-3.970	.004
	Biaya Produksi	.637	.203	.325	3.147	.014
	Biaya Promosi	2.410	.348	.715	6.922	.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = -924286.323 (C) + 0.637 (X_1) + 2.410 (X_2)$$

Keterangan:

Y = Laba Bersih

X₁ = Biaya Produksi

X₂ = Biaya Promosi

b₀ = Konstanta regresi = -924286.323

b₁ = Koefisien regresi Biaya Produksi = 0.637

b₂ = Koefisien regresi Biaya Promosi = 2.410

Dari persamaan regresi linear berganda sebelumnya dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta (b_0) sebesar -924286.323, artinya apabila variabel Biaya Produksi (X_1) dan Biaya Promosi (X_2) bernilai nol (0) atau konstan, maka Laba bersih adalah sebesar -924286.323. Nilai negatif pada konstanta ini menunjukkan bahwa tanpa adanya biaya produksi dan biaya promosi, perusahaan akan mengalami kerugian atau tidak memperoleh laba. Dengan kata lain, laba bersih akan berada pada posisi negatif apabila kedua variabel tersebut tidak dikeluarkan sama sekali.
2. Nilai koefisien regresi Biaya Produksi (b_1) sebesar 0.637, ini menunjukkan bahwa variabel biaya produksi mempunyai pengaruh positif terhadap laba bersih yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 jutaan variabel biaya produksi maka akan memengaruhi laba bersih sebesar 0.637 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain bernilai 0.
3. Nilai koefisien regresi Biaya Promosi (b_2) sebesar 2.410 ini menunjukkan bahwa variabel biaya promosi mempunyai pengaruh positif terhadap laba bersih yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 jutaan variabel biaya promosi, maka laba bersih akan naik sebesar 2,410 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain bernilai 1.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.6
Uji Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-924286.323	232796.528		-3.970	.004
	Biaya Produksi	.637	.203	.325	3.147	.014
	Biaya Promosi	2.410	.348	.715	6.922	.000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan hasil olahan data statistik maka dapat dilihat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

- a. Biaya Produksi terhadap Laba Bersih
Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah Biaya Produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Variabel Biaya Produksi mempunyai nilai t-hitung sebesar 3,147 dan nilai t-tabel sebesar 2,306 menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel yaitu $3,147 > 2,306$. Pada tabel dapat dilihat bahwa nilai signifikan yang dihasilkan adalah $0,014 < 0,05$ maka hipotesis (H_0) ditolak dan (H_a) diterima. Sehingga dapat disimpulkan Biaya Produksi berpengaruh terhadap Laba Bersih. Dengan kata lain, semakin besar Biaya Produksi yang dikeluarkan, maka potensi untuk memperoleh laba bersih yang lebih tinggi juga semakin besar.
- b. Biaya Promosi terhadap Laba Bersih
Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah Biaya Promosi berpengaruh terhadap laba bersih. Variabel Biaya Promosi mempunyai nilai t-hitung sebesar 6,922 dan nilai t-tabel sebesar 2,306 menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel yaitu $6,922 > 2,306$. Pada tabel dapat dilihat bahwa nilai signifikan

yang dihasilkan adalah $0,000 < 0,05$ maka (H_0) ditolak dan (H_a) diterima. Sehingga dapat disimpulkan Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba Bersih. Dengan kata lain, semakin besar Biaya Promosi yang dikeluarkan maka potensi untuk memperoleh laba bersih yang lebih tinggi juga semakin besar.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.7
Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.166E+11	2	4.583E+11	101.446	.000 ^b
	Residual	3.614E+10	8	4517497346		
	Total	9.527E+11	10			

a. Dependent Variable: Laba Bersih

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

Dari tabel di atas dapat diperoleh Adjusted R Square yaitu sebesar 0,953 atau 95,3%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sambungan pengaruh variabel independen (Biaya Produksi, Biaya Promosi) terhadap dependen (Laba Bersih) sebesar 95,3% artinya bahwa Biaya Produksi dan Biaya Promosi memengaruhi laba bersih sebesar 95,3% sedangkan sisanya $100\% - 95,3\% = 4,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis statistik, penelitian ini menemukan bahwa Biaya Produksi memiliki pengaruh signifikan terhadap Laba Bersih PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. Hal ini didukung oleh hasil uji-t parsial dengan nilai thitung sebesar 3,147 yang lebih besar dari ttabel sebesar 2,306, serta nilai signifikansi 0,014 yang kurang dari 0,05. Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa pengelolaan biaya produksi secara efektif dapat secara langsung memengaruhi profitabilitas perusahaan.

Demikian pula, Biaya Promosi juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Laba Bersih. Hasil uji-t parsial menunjukkan nilai thitung sebesar 6,922 yang jauh melampaui ttabel sebesar 2,306, dengan nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Ini mengindikasikan bahwa investasi dalam kegiatan promosi secara signifikan berkontribusi pada peningkatan laba bersih. Temuan ini konsisten dengan studi-studi terdahulu yang juga menemukan hubungan signifikan antara biaya promosi dan profitabilitas perusahaan.

Secara simultan, Biaya Produksi dan Biaya Promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Laba Bersih. Nilai Fhitung sebesar 101,446 yang jauh lebih besar dari Ftabel sebesar 4,26, dengan nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05, membuktikan bahwa model regresi secara keseluruhan valid. Ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya produksi dan promosi secara kolektif merupakan faktor penentu utama dalam profitabilitas PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk pada periode 2014-2024, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial (Uji t) diperoleh hasil bahwa variabel Biaya Produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk periode 2014–2024. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 3,147 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 2,306 serta nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Biaya Produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.
2. Berdasarkan uji parsial (Uji t) diperoleh hasil bahwa variabel Biaya Promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk periode 2014–2024. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 6,922 yang lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 2,306 serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Biaya Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.
3. Berdasarkan uji simultan (uji F) diperoleh hasil bahwa variabel Biaya Produksi dan Biaya Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk periode 2014–2024. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar 101,446 yang lebih besar dari F-tabel yaitu sebesar 4,26, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_3 diterima, artinya Biaya Produksi dan Biaya Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk periode 2014–2024.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Perusahaan diharapkan agar dapat lebih memperhatikan pengelolaan biaya produksi secara efektif dan efisien. Berdasarkan hasil penelitian, biaya produksi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya melakukan pengendalian yang lebih optimal terhadap elemen-elemen biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Pengelolaan yang baik terhadap biaya produksi dapat membantu perusahaan dalam menekan pengeluaran serta meningkatkan kinerja keuangan, sehingga mampu meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.
2. Perusahaan tetap disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap kegiatan promosi yang telah dilaksanakan. Biaya promosi merupakan salah satu bentuk investasi jangka panjang dalam membangun citra dan pengenalan produk di pasar. Dengan strategi promosi yang lebih tepat sasaran, menarik, dan sesuai dengan perkembangan media digital, diharapkan biaya promosi dapat lebih berdampak terhadap peningkatan penjualan dan secara tidak langsung berkontribusi terhadap

peningkatan laba bersih di masa mendatang. Sebagai peneliti, saya memberikan saran agar PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk mulai mengarahkan strategi promosi ke media digital yang lebih relevan dengan perkembangan zaman serta kebiasaan konsumen saat ini, terutama generasi milenial dan Gen Z. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah menggandeng micro-influencer atau konten kreator yang menyisipkan promosi produk melalui kontennya pada beberapa platform seperti TikTok dan Instagram Reels. Konten yang dibuat bisa berupa video singkat yang menarik, lucu dan mudah dipahami. Metode ini dinilai lebih hemat biaya dibandingkan dengan promosi menggunakan selebriti nasional, tetapi tetap efektif dalam menjangkau pasar secara luas dengan pendekatan yang lebih personal dan sesuai gaya hidup masa kini

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi laba bersih, seperti biaya distribusi, biaya operasional, volume penjualan, atau bahkan kondisi makroekonomi seperti inflasi dan nilai tukar rupiah. Selain itu, penambahan jumlah sampel perusahaan maupun perpanjangan periode penelitian juga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif serta meningkatkan validitas penelitian guna memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi laba bersih suatu perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Apriadi, D., Nuryakin, R. A., Sariwardani, A., Dawud, M. Y., Syamsuddin, F. R., Supangat., Rottie, R. F. I., Nurjannah, D. R., Bonok, Z., Nirwani, A., Suryaningsih., Supriyadi, I. (2024). *Manajemen Produksi dan Operasi: Era Revolusi Industri 4.0*. Padang: Gita Lentera. ISBN: 978-634-7072-02-3
- Dewi, S. R. (2019). *Buku Ajar Akuntansi Biaya*. Sidoarjo: UMSIDA Press. ISBN: 978-623-6833-85-8
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: DEEPPUBLISH. ISBN: 978-623-02-5422-2
- Febriana, H., Rismanty, V. A., Bertuah, E., Permata, S. U., Anismadiyah, V., Sembiring, L. D., Dewi, N. S., Jamaludin, J., Jatmiko, N. S., Inrawan, A., Astuti, W., & Dewi, I. K. (2022). *Dasar-dasar analisis laporan keuangan*. Dalam J. Irnawati (Ed.), Bandung: Media Sains Indonesia. ISBN: 978-623-362-063-5
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. ISBN: 979-704-015-1
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. ISBN: 979-704-015-1
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., Marsin, I. S., Safitri, M., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., Jamal, I., Firmanda, R., Suparno, Aman, Herman, H. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Strategy Cita Semesta. ISBN: 978-623-88061-1-9
- Hery. (2015). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Grasindo. ISBN: 978-602-9324-61-7
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2018). *Dasar-dasar manajemen keuangan (Edisi ke-7)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. ISBN: 978-602-8740-57-4

- Indrawati, F. (2023). Heterokedastisitas dan Multikolinieritas. Dalam Haryanti, S. (Ed.), *Statistika Pendidikan*. Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI. ISBN: 978-623-195-321-6.
- Kartajaya, H. (2017). *Marketing 4.0: Bergerak dari tradisional ke digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. ISBN: 978-602-03-6503-0
- Kasmir. (2023). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajawali Pers. ISBN: 978-979-769-216-2
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran (Edisi 13, Jilid 1 & 2)*. Jakarta: Erlangga. ISBN: 978-0-13-600998-6
- Misra, I., Wulandari, D., Rahma, E. (2024). *Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori*. Yogyakarta: K-Media. ISBN: 978-623-174-381-7
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi biaya (Edisi 5)*. Jakarta: Salemba Empat. ISBN: 978-979-3532-84-4
- Purwanti, P. (2023). Normalitas. Dalam Haryanti, S. (Ed.), *Statistika Pendidikan*. Jakarta: Universitas Indraprasta PGRI. ISBN: 978-623-195-321-6.
- Sinaga, D. (2014). *Buku Ajar Statistik Dasar*. Jakarta: UKI PRESS. ISBN: 978-623-6963-47-0
- Siswanto, E. (2021). *Buku Ajar Manajemen Keuangan Dasar*. Malang: Universitas Negeri Malang. ISBN: 978-602-470-395-0
- Sudianto, S., Suyatni, S., & Mulyadi, M. (2022). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika. ISBN: 978-623-5528-23-6
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. ISBN: 978-602-289-533-6
- Supiyanto, Y., Martadinata, I. P. H., Adipta, M., Rozali, M. R., Idris, A., Nurfauzi, Y., Fahmi, M., Sundari, S., Adria, A., Mamuki, E., & Supriadi, S. (2023). *Dasar-dasar manajemen keuangan*. Sanabil Publishing. ISBN: 978-623-317-368-1
- Suprihartini, L., Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. Padang: Gita Lentera. ISBN: 978-623-88909-7-2
- Taswan. (2019). *Akuntansi Perbankan: Transaksi dalam valuta rupiah (Edisi ke-3)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. ISBN 978-602-1286-82-1
- Yuliara, D. (2016). *Modul Regresi Linier Berganda*. Universitas Terbuka.

JURNAL

- Abdullah, M. W., & Syukriadi, M. (2016). Pengaruh komponen biaya terhadap laba dengan volume penjualan sebagai variabel moderasi. *ASSETS: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(1), 75-88. E-ISSN: 2580-5746
- Adihesti, S. W. (2022). Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar pada BEI 2016–2020. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Magister*, 1(1), 12-20 E-ISSN: 2830-0548
- Akbar, M. A., & Noviyanty, I. (2024). Pengaruh kepemimpinan dan deskripsi pekerjaan terhadap kinerja karyawan pada PT Teknoplant Tangerang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 2(1), 1–13. E-ISSN: 2614-5758
- Ambarini, M. M. (2020). Pengaruh biaya produksi dan volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

- periode 2012–2016. *International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development*, 2(4), 49–56. E-ISSN: 2620-6269
- Anggraini, A., & Indawati, I. (2020). Perputaran Persediaan Memoderasi Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Pulp & Paper. *Kreatif : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 8(2), 39–56. E-ISSN: 2406-8616
- Antono, Y. V., Suhendri, H., & Putri, S. A. (2021). Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih (Studi pada perusahaan roti PT Nippon Indosari Corpindo Tbk). yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014–2019). *INVENTORY: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 144–151. ISSN: 2622-9810
- Casmadi, Y., & Aulia, R. F. (2021). Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan (pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017–2020). *Jurnal Akuntansi*, 14(2), 24–33. ISSN: 1979-8334
- Dewi, N. P. S., & Dewi, N. W. Y. (2023). Pengaruh biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi terhadap perubahan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018–2021. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 13(3). ISSN: 2089-3310
- Febriana, H., Irnawati, J., & Novyanhagi, A. F. (2022). Pengaruh current ratio (CR) dan debt to equity ratio (DER) terhadap laba bersih pada PT Darya-Varia Laboratoria Tbk. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 6(2), 123–134. E-ISSN: 2549-2284
- Felicia & Gultom, R. (2018). Pengaruh biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013–2015. *Jurnal Ilmu Manajemen Methonomix*, 1(1), 1–12. ISSN: 2621-7040
- Fitri, N. & Salsabilla, F.A. (2024). Pengaruh pengendalian biaya produksi dan efisiensi operasional terhadap profitabilitas perusahaan pulp kertas. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12). E-ISSN: 3031-5220
- Juwariyah, N., & Rosyati, R. (2021). Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih yang dimediasi oleh volume penjualan (Studi pada PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 4(1). E-ISSN: 2655-1306
- Laili, I. A. N., & Nugroho, H. S. (2022). Pengaruh biaya produksi dan promosi terhadap laba bersih. *Journal Competency of Business*, 6(2). E-ISSN: 2777-1156
- Lara, R. (2021). Pengaruh pendapatan usaha dan biaya operasional terhadap laba bersih pada perusahaan sektor pertambangan batu bara periode 2016–2020. *EKLETIK: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 4(2), 159–167. E-ISSN: 2549-791X
- Juwita, R., Sundari, R., & Fadila, I. A. (2025). Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan sub industri makanan olahan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2023. *Land Journal*, 6(1). E-ISSN: 2715-9590
- Magfiroh, L. N., & Sugijanto. (2023). Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada UD. Seha Barokah Ngingas. *Journal of Sustainability Business Research*, 4(1). E-ISSN: 2746-8607
- Manein, J. O., Saerang, D. P. E., & Runtu, T. (2020). Penentuan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing pada pembuatan rumah kayu (Studi kasus

- pada CV. Rajawali Tunggal Perkasa – Woloan 1 Utara). *Indonesia Accounting Journal*, 2(1), 37–43. P-ISSN: 2715-9590
- Manik, C. D. (2015). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap tingkat penjualan (Studi pada Perumahan Serpong Garden). *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 3(1), 1–10. E-ISSN: 2406-8616
- Marismiati, & Ziddan, A. A. (2022). Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman. *Land Journal*, 3(1), 30-36. P-ISSN: 2715-9590
- Maryana, D., & Febriliani, A. S. (2021). Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk. periode 2013–2020. *Jurnal Akuntansi*, 14(2), 43–53. ISSN: 1979-8334.
- Mulyanti, D. (2017). Manajemen Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 62-71. ISSN: 2086-4159
- Puspitasari, S. M. (2024). Analisis Faktor Keuangan terhadap Laba Bersih Perusahaan Consumer Non-Cyclicals di BEI. *Master Manajemen*, 2(4). E-ISSN: 3025-7433
- Putri, S. P. (2023). Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen, Hukum dan Sosial (JMHS)*, 1(1), 35–40. ISSN: 3021-8500
- Rahmawati, F., Sari, Y. K. E., Sopian, D. (2021). Pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih studi kasus pada Perum Jasa Tirta II Jatiluhur Purwakarta periode 2012-2019. *Jurnal Bisnis*, 9(1). ISSN: 2338-0411
- Ratu, E. C., & Rachmawati, T. (2023). Pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. *Jurnal Jebaku*, 3(1). E-ISSN: 2827-8372
- Rohani, C. A. (2021). Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada CV. NJ Food Industries. *Nusantara Hasana Journal*, 1(4), 55–66. ISSN: 2807-3705
- Sutisna, D., Nirwansyah, M., Ningrum, S. A., Anwar, S. (2024). Studi literatur terkait peranan teori agensi pada konteks berbagai *issue* di bidang akuntansi. *Karimah Tauhid*, 3(4). E-ISSN: 2963-590X
- Warits, M. A. A., & Sadikin, D. S. (2023). Pengaruh pertumbuhan biaya produksi dan biaya promosi terhadap pertumbuhan laba bersih dan penjualan. *Journal of Accounting, Management, and Islamic Economics*, 1(2), 457–468. E-ISSN: 3032-4289
- Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020). Pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015–2017. *Wacana Ekonomi*, 19(1), 35–42. E-ISSN: 2655-9943
- Yulia, H., Sulaeman, Suwiryono, D. H. (2020). Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada pt kimia farma tbk. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail*, 1(2). ISSN: 2746-1475

WEBSITE

- Badan Pusat Statistik (2023). *Pengeluaran rumah tangga untuk kesehatan*. Diakses dari [https://www.bps.go.id/id/statistics/table/2/MjAxNiMy/proporsi rumah tangga-dengan-akses-terhadap-pelayanan-dasar-menurut provinsi.html](https://www.bps.go.id/id/statistics/table/2/MjAxNiMy/proporsi%20rumah%20tangga-dengan-akses-terhadap-pelayanan-dasar-menurut-provinsi.html)

- Badan Standarisasi Instrumen Pertanian. (2024). *Harta karun tanaman obat Nusantara*. Diakses dari <https://perkebunan.bsip.pertanian.go.id/berita/harta-karun-tanaman-obat-nusantara>
- Accounting BINUS. (2021, Agustus 6). *Memahami uji heteroskedastisitas dalam model regresi*. BINUS University. Diakses dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-ujiheteroskedastisitas-dalam-model-regresi/>
- Accounting BINUS. (2021, Agustus 12). *Memahami koefisien determinasi dalam regresi linear*. BINUS University. Diakses dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-regresi-linear/>
- Investasiku.id. (2024). *Laba SIDO 2023 Turun Jadi Rp 950,6 Miliar*. Diakses dari <https://www.investasiku.id/eduvest/saham/laba-sido-2023-turun-jadi-rp950%2C6-miliar>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Penggunaan jamu di rumah tangga Indonesia*. Diakses dari <https://kemkes.go.id/id/konsumsi-jamu-jadi-upaya-promotif-preventif-ini-manfaatnya>
- Kontan.co.id (2025). *Sido lanjutkan buyback saham, begini rekomendasi analis*. Diakses dari <https://investasi.kontan.co.id/news/sido-lanjutkan-buyback-saham-begini-rekomendasi-analis>
- Kyrim. (2023). *Metode perhitungan persentase biaya promosi sebagai investasi strategis*. Diakses dari kyrim.co.id/blog/cara-menentukan-biaya-promosi/
- Raharjo, S. (2014). *Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov SPSS*. Diakses dari <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-normalitas-kolmogorov-smirnov-spss.html>
- SOS (2025). *7 Strategi Efisiensi Biaya Operasional Perusahaan dengan Outsourcing*. Diakses dari <https://www.sos.co.id/id/news/efisiensi-biaya-operasional>
- Pelatihan UI. (2021). *Uji Autokorelasi dalam Regresi Time Series Menggunakan Durbin-Watson*. Diakses dari <https://pelatihan-ui.com/uji-autokorelasi-berdasarkan-nilai-durbin-watson-dengan-spss-18/>
- PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. (2023). *Laporan tahunan 2023*. Diakses dari https://investor.sidomuncul.co.id/id/annual_reports.html
- PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. (2024). *Laporan tahunan 2024*. Diakses dari https://www.sidomuncul.co.id/id/bod_report.htm