

**PENGARUH BIAYA OPERASIONAL DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP
LABA BERSIH PERUSAHAAN
(Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-
2020)**

***THE INFLUENCE OF OPERATIONAL COSTS AND SALES VOLUME ON COMPANY
NET PROFIT
(Study on Consumer Sector Companies Listed on IDX 2016-2020)***

Ahmad Arizki Andarrista¹, Leny Suzan²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

arizkisp@student.telkomuniversity.ac.id¹, lenysuzan@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Tujuan utama didirikannya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Dari metode tersebut diperoleh 24 perusahaan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020. Model analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi data panel, pengujian simultan dibuktikan dengan uji F dan pengujian parsial dengan uji t. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara simultan volume penjualan dan biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih. Secara parsial, volume penjuolann berpengaruh dan mempunyai hubungan arah positif terhadap laba bersih sedangkan biaya operasional berpengaruh dan mempunyai hubungan arah negatif terhadap laba bersih.

Kata Kunci : Biaya Operasional, Laba Bersih dan Volume Penjualan

Abstract

The main purpose of establishing a company is to obtain the maximum profit, so as to ensure the survival of the company. The purpose of this study was to examine the effect of Sales Volume and Operating Costs on Net Profit. Sampling in this research using purposive sampling method. From this method, 24 companies in the consumer goods industry sector were obtained that were listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2020. The analytical model used is descriptive statistical analysis, classical assumption test, panel data regression analysis, simultaneous testing as evidenced by the F test and partial testing by t test. The results showed that simultaneously sales volume and operating costs had an effect on net income. Partially, sales volume has an effect and has a positive directional relationship to net income while operating costs have an effect and have a negative directional relationship to net income.

Keywords: Operating Costs, Net Profit and Sales Volume

1. Pendahuluan

Secara umum tujuan utama didirikannya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan dan mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Untuk memperoleh laba yang maksimal perlu adanya perencanaan baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek untuk menghadapi rencana bersaing dengan industri sejenis. Keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya dapat dilihat dari jumlah laba yang diperoleh pada periode tertentu Laba bersih merupakan hasil dari transaksi antara pendapatan, beban, keuntungan dan juga kerugian. Dalam memperoleh laba yang sesuai dengan target manajemen perusahaan perlu menyusun perencanaan laba yang baik. Manajemen juga harus memprediksi kondisi perusahaannya untuk masa yang akan datang dan mengamati faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi laba [3].

Semakin berkembangnya atau besarnya suatu perusahaan maka semakin meningkat pula aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan. Apabila biaya operasional terjadi pemborosan yang berlebih akan mengakibatkan

penurunan laba bersih [4].Namun, terdapat fenomena perusahaan manufaktur subsektor barang dan konsumsi dapat menekan biaya operasional dari tahun sebelumnya tetapi laba yang dihasilkan menurun. . Ini terjadi pada PT. Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (ICBP) 2016 - 2017 dan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INBF) pada tahun 2017 -2018 dimana mengalami penurunan biaya operasional dan menghasilkan laba bersih yang menurun dari tahun sebelumnya. Hal ini seharusnya tidak terjadi, karena pada dasarnya apabila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih. Berdasarkan uraian di atas menurut penelitian terdahulu [2] bahwa biaya operasional memiliki pengaruh positif terhadap laba bersih.

Selain biaya operasional, volume penjualan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi laba bersih. [5]menyatakan “Semakin besar jumlah penjualan yang dilakukan, maka semakin besar kemungkinan laba yang akan diperoleh perusahaan”. Volume penjualan dapat disimpulkan sebagai keseluruhan jumlah yang dihasilkan dari penjualan barang dan semakin besar jumlah penjualan yang berhasil dilakukan perusahaan maka kemungkinan memperoleh laba yang optimal juga semakin besar. Namun, terdapat fenomena dimana ada beberapa perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi mengalami penurunan laba bersih tetapi volume penjualan mengalami kenaikan dibandingkan periode sebelumnya, hal ini terjadi pada PT Wilmar Cahaya Indonesia tahun 2016 sampai 2018 dan PT indofood CBP Sukses pada tahun 2016 – 2017 dan beberapa perusahaan lainnya.

2. Kerangka Penelitian Dan Metode Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu tujuan deskriptif. Tujuan deskriptif adalah untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau penghubung dengan variabel yang lain [1] Jadi penelitian deskriptif dalam penelitian ini akan digunakan untuk menjelaskan serta menganalisis mengenai biaya operasional dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan. .Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020 yaitu sebanyak 24 perusahaan dalam 5 tahun. Jadi total sampel adalah $24 \times 5 = 120$.

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan teknik perhitungan statistik deskriptif, selanjutnya peneliti menggunakan aplikasi berupa Eviews 10. Teknik pengambilan sampel metode *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan kriteria yaitu (1) Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang konsisten terdaftar di BEI tahun 2016-2020. (2) Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang konsisten melaporkan laporan tahunan selama periode penelitian 2016-2020 dan memiliki data lengkap yang diperlukan dalam penelitian.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel yang persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$LB = -6.7911 + 0.3435 (VP) - 0.5707 (OPR) + e$$

3. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

3.1. Statistik Deskriptif

Berikut adalah hasil pengujian statistik deskriptif dari variabel Volume Penjualan, Biaya Operasional dan Laba Bersih:

Tabel 1(a) Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

	Volume Penjualan	Biaya Operasional	Laba Bersih
St.Dev	12,002,044,218,440.30	2,845,196,619,228.92	1,835,922,390,267.48
Mean	8,060,310,221,013.16	1,923,251,508,083.21	991,986,326,196.89
Max	46,641,048,000,000.00	13,005,978,000,000.00	9,081,187,000,000.00
Min	546,336,411.00	18,425,881,500.00	-446,599,426,588.00

Sumber: data yang diolah oleh pribadi (2021)

Berdasarkan tabel 1(a), hasil nilai rata-rata Volume Penjualan lebih kecil dari nilai standar deviasi. Hal ini menunjukkan bahwa data Volume Penjualan dalam penelitian ini cenderung tidak berkelompok atau bervariasi. Nilai rata-rata Biaya Operasional lebih kecil dari nilai standar deviasi. Hal ini menunjukkan bahwa data Volume Penjualan dalam penelitian ini cenderung tidak berkelompok atau bervariasi. Nilai rata-rata Laba Bersih lebih

kecil dari nilai standar deviasi. Hal ini menunjukkan bahwa data Volume Penjualan dalam penelitian ini cenderung tidak berkelompok atau bervariasi

3.2. Uji Asumsi Klasik

3.2.1. Uji Multikolinearitas

Tabel 1(a) Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Date: 08/08/21 Time: 14:48
Sample: 1 110
Included observations: 110

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	5.09E+21	1.472218	NA
VP	0.000211	12.71079	8.735005
OPR	0.003762	12.76289	8.735005

Sumber: Hasil Output Eviews 11 (data yang telah diolah)

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas antar variable independen.

3.2.2. Uji Heteroskedasitas

Tabel 1(b) Hasil Uji Heteroskedasitas

Heteroskedasticity Test: ARCH

F-statistic	2.604472	Prob. F(1,107)	0.1095
Obs*R-squared	2.590108	Prob. Chi-Square(1)	0.1075

Sumber: Hasil output Eviews 11, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari masing-masing variabel independen lebih besar dari nilai tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 ,sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen bebas dari heteroskedastisitas.

3.3. Analisis Data Panel

3.3.1 Uji signifikansi

Tabel 1(c) Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	30.215567	(21,86)	0.0000
Cross-section Chi-square	233.819900	21	0.0000

Sumber: Hasil output Eviews 11, 2021

Berdasarkan tabel diatas Hasil Uji Chow dengan nilai probability (p-value) cross section F sebesar 0,0000 < 0,05 dengan tarif signifikansi sebesar 5% dapat diputuskan bahwa H₀ ditolak dan model fixed effect lebih baik dari common effect. Selanjutnya akan dilaksanakan uji hausman.

Tabel 1(d) Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	46.889454	2	0.0000

Sumber: Hasil output Eviews 11, 2021

Berdasarkan Tabel diatas Hasil Uji Hausman dengan nilai probability (p-value) *cross section* $F < 0,05$ maka diputuskan bahwa H_0 dapat diterima dan model *fixed effect*.

3.3.2. Hasil Penelitian Model Regresi Data Panel

Tabel 1(e) Hasil Pengujian Signifikansi Model Fixed Effect

Dependent Variable: LB
Method: Panel Least Squares
Date: 08/07/21 Time: 21:36
Sample: 2016 2020
Periods included: 5
Cross-sections included: 22
Total panel (balanced) observations: 110

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.79E+11	1.44E+11	-4.702483	0.0000
VP	0.343537	0.023421	14.66806	0.0000
OPR	-0.570729	0.068389	-8.345293	0.0000

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)			
Root MSE	2.10E+11	R-squared	0.986791
Mean dependent var	9.92E+11	Adjusted R-squared	0.983258
S.D. dependent var	1.84E+12	S.E. of regression	2.38E+11
Akaike info criterion	55.41538	Sum squared resid	4.85E+24
Schwarz criterion	56.00458	Log likelihood	-3023.846
Hannan-Quinn criter.	55.65436	F-statistic	279.3373
Durbin-Watson stat	1.865246	Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Hasil output Eviews 11, 2021

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dirumuskan persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$LB = -6.7911 + 0.3435 (VP) - 0.5707 (OPR) + e$$

Persamaan regresi data panel dapat diartikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -6.7911 artinya Volume Penjualan dan Biaya Operasional dianggap bernilai tetap maka Laba Bersih akan bernilai -6.7911
2. Nilai koefisien regresi variabel Volume Penjualan sebesar 0.3435 maka, apabila Volume Penjualan mengalami peningkatan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap atau 0, Laba Bersih pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2019 akan mengalami peningkatan sebesar 0.3435.
3. Nilai koefisien regresi variabel Biaya Operasional sebesar - 0.5707 maka, apabila Biaya Operasional mengalami peningkatan sebesar satu satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap atau 0, maka Laba

Bersih pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2019 akan mengalami penurunan sebesar 0.5707.

3.3.3. Pengujian Simultan (Uji Statistik F)

Berdasarkan hasil data statistik pada tabel 1(e) menunjukkan bahwa nilai F-Statistic sebesar $0.0000 > 0.05$ yang artinya hasil tersebut menunjukkan Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih menunjukkan berpengaruh secara simultan.

3.3.4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 1(e) menunjukkan bahwa nilai Adjusted R-Squared dalam model penelitian ini adalah sebesar 0.98325 atau 98,32%. Dengan hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel dalam penelitian ini yaitu Volume Penjualan dan Biaya Operasional dapat menjelaskan variabel terikat yaitu Laba Bersih Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020 sebesar 98,32%, sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

3.3.5. Pengujian Parsial (Uji Statistik t)

1. Nilai probabilitas Volume Penjualan adalah sebesar 0.0000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa $0.0000 < 0.05$ dengan koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima sehingga Volume Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap Laba Bersih Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020.
2. Nilai probabilitas biaya operasional adalah sebesar 0.0000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa $0.0000 < 0.05$ dengan koefisien regresi bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima sehingga Biaya Operasional berpengaruh negatif signifikan terhadap Laba Bersih Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020.

Hasil Pembahasan:

1. Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih

Pada table 1(e) dapat dilihat bahwa hasil uji variable Volume Penjualan secara signifikan bernilai kurang dari 0.05, yang berarti bahwa volume penjualan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Nilai koefisien regresi volume penjualan sebesar 0.34353 yang menunjukkan arah positif terhadap laba bersih artinya terdapat hubungan yang searah antara volume penjualan dengan laba bersih dimana jika nilai volume penjualan mengalami peningkatan satu satuan maka laba bersih akan meningkat sebesar atau semakin tinggi volume penjualan maka laba bersih akan meningkat. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang sudah dibangun sebelumnya yaitu ada nya hubungan arah positif antara volume penjualan dengan laba bersih.

Hubungan ini menunjukkan bahwa volume penjualan dapat berfungsi sepenuhnya sebagai mekanisme untuk meningkatkan laba bersih. Hal ini dapat terjadi dikarenakan penjualan pada perusahaan yang menjadi sample penelitian ini memiliki kinerja yang baik sehingga meningkatkan laba bersihnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Risyana & Suzan (2018) [2] bahwa volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih yang artinya apabila perusahaan dapat menaikkan volume penjualan maka laba bersih perusahaan akan terdorong naik.

2. Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih

Pada table 1(e) dapat dilihat bahwa hasil uji variable Biaya Operasional secara signifikan bernilai kurang dari 0.05, yang berarti bahwa Biaya Operasional memiliki pengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Nilai koefisien regresi biaya operasional sebesar -0.57072 yang menunjukkan arah negatif terhadap laba bersih artinya terdapat hubungan yang tidak searah antara biaya operasional dengan laba bersih dimana jika nilai biaya operasional mengalami peningkatan satu satuan maka laba bersih akan menurun sebesar atau semakin tinggi biaya operasional maka laba bersih akan menurun. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang sudah dibangun sebelumnya yaitu ada nya hubungan arah negatif antara biaya operasional dengan laba bersih.

Hubungan ini menunjukkan bahwa aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan yang menjadi sample pada penelitian ini meningkatkan biaya yang harus dikeluarkan untuk operasional dan mengurangi laba bersih dari perusahaannya. Sehingga, agar tidak terjadi pemborosan dan penyelewengan biaya yang dikeluarkan harus dipergunakan dengan sebaik-baiknya untuk menekan biaya. Untuk itu perusahaan harus melakukan suatu perencanaan dan pengawasan biaya operasional dengan baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Satwika et al. (2018) bahwa biaya operasional memiliki pengaruh negatif secara parsial terhadap laba bersih.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa:

1. Laba Bersih memiliki rata-rata sebesar Rp991,986,326,196.89 sedangkan hasil dari standar deviasinya sebesar Rp 1,835,922,390,267.48 dengan hasil tersebut dimana nilai rata-rata lebih kecil dibandingkan dengan nilai standar deviasi sehingga data bervariasi atau tidak berkelompok.
2. Volume Penjualan memiliki rata-rata sebesar Rp 8,060,310,221,013.16 sedangkan hasil dari standar deviasinya sebesar Rp 1.200.2044.218.440.3 sehingga data bervariasi atau tidak berkelompok.
3. Biaya Operasional memiliki rata-rata sebesar Rp 1,923,251,508,083.21 sedangkan hasil dari standar deviasinya sebesar Rp 2,845,196,619,228.92 sehingga data bervariasi atau tidak berkelompok
4. Berdasarkan hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa variabel biaya oprasional dan volume penjualan berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel laba bersih pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bea selama periode 2016-2020

Berdasarkan hasil uji parsial dapat disimpulkan bahwa:

1. Biaya Operasional secara parsial berpengaruh negatif terhadap laba bersih pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bea selama periode 2016-2020.
2. Volume Penjualan secara parsial berpengaruh positif terhadap laba bersih pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bea selama periode 2016-2020.

Referensi

- [1] Siregar, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. C (Cetakan 4). Jakarta: Kencana.
- [2] Risyana, R., & Suzan, L. (2018). Ipengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). E-Proceeding Of Managemen, Vol.5(No.2), Page 2449. <https://Docplayer.Info/93745213-Rizki-Risyana-1-Leny-Suzan-Se-M-Si-2.Html>
- [3] Dewi, K. M. (2019). Pengaruh Volume Penjualan Kamar Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Hotel Grand Wijaya Singaraja Tahun 2014-2016 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja ISSN2599-1418.JurnalPendidikanEkonomiUndiksha,10(2),626-635.
- [4]Jusuf, Jopie. (2016). Analisis Kredit : Untuk Credit Account Officer. Gramedia Pustaka Utama.
- [5] Rangkuti, F. (2015). Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta PT. Gramediapustakautama.