

Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Penjualan (Studi Pada Perusahaan Yang Bergerak di Bidang Produk Konsumen Berbasis Minyak Kelapa Sawit yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)

Penulis:

Irene Yowina Maria
Tuerah¹
Maidani²
Cris Kuntadi³
Mulyadi⁴

Afiliasi:

Universitas
Bhayangkara Jakarta
Raya¹

Korespondensi:

irenyowina01@gmail.com

Histori Naskah:

Submit: 25-01-2023
Accepted: 27-01-2023
Published: 28-01-2023

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menjelaskan dan menganalisis apakah Biaya Produksi, dan Biaya Operasional berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Pada Perusahaan Yang Bergerak Di Bidang Produk Konsumen Berbasis Minyak Kelapa Sawit Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif Populasi penelitian ini adalah 3 (tiga) perusahaan yang bergerak di bidang produk konsumen berbasis Minyak Kelapa Sawit dan telah mempublikasikan laporan keuangan tahunan secara lengkap di Bursa Efek Indonesia dari periode triwulan pertama 2018 sampai dengan triwulan ketiga 2021. Dari pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil Biaya Produksi dan Biaya Operasional secara signifikan berpengaruh terhadap Penjualan pada perusahaan yang bergerak di bidang produk konsumen berbasis Minyak Kelapa Sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode triwulan pertama 2018 sampai triwulan ketiga 2021. Dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,996 atau 99,6% yang artinya terdapat pengaruh yang sangat kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel- variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, Skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan bidang akuntansi khususnya akuntansi keuangan.

Kata Kunci : *Biaya Produksi; Biaya Operasional; Penjualan*

Pendahuluan

Menurut Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian (PSEKP) Kementerian Pertanian melalui kajian yang dilakukan di tahun 2017, kelapa sawit Indonesia sudah menjadi salah satu komoditas yang sangat dibutuhkan di dunia. Hal ini tercermin dengan data produksi minyak sawit, dimana Indonesia berada di peringkat pertama yaitu dari 64 juta ton produksi sawit dunia, Indonesia berkontribusi sebesar 35 juta ton (54%). Diprediksi hingga tahun 2050 dunia membutuhkan tambahan 60 – 170 juta ton minyak nabati untuk mencukupi kebutuhan populasi dunia yang semakin meningkat. Namun saat ini, Indonesia mengalami krisis di mana harga minyak goreng kelapa sawit yang mengalami kenaikan harga signifikan serta menyebabkan ketersediaan stok minyak goreng kelapa sawit di pusat perbelanjaan menjadi langka. Menurut Menteri Perdagangan kelangkaan serta tingginya harga minyak goreng kelapa sawit adalah karena adanya permainan mafia minyak goreng. Dikatakannya, para mafia melakukan praktik penyelundupan minyak goreng kelapa sawit hingga ke mancanegara, Adapun cara yang digunakan adalah dengan mengemas ulang minyak goreng agar dapat dijual kembali dengan harga di luar ketentuan harga eceran tertinggi (HET). Mencermati masih langka dan tingginya harga minyak goreng sawit di Indonesia, Pemerintah melalui Kementerian Perdagangan menetapkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11 Tahun 2022 tentang Penetapan Harga Eceran Tertinggi (HET) minyak goreng kelapa sawit curah diatur sebesar Rp.14.000 per liter. Namun, berdasarkan pengamatan dari Dewan Pimpinan Pusat Ikatan Pedagang

Pasar Indonesia, pemerintah tidak berhasil dalam melakukan stabilisasi harga minyak goreng curah. Menurut Ekonom sekaligus Direktur *Center of Economics and Law Studies* Bhima Yudhistira menjelaskan bahwa *Crude Palm Oil* (CPO) menjadi penyebab minyak goreng menjadi mahal dan langka dikarenakan kenaikan harga CPO di level internasional serta suplai penggunaan CPO untuk pangan khususnya pada minyak goreng yang masih terbatas.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dari fenomena kelangkaan dan mahalnya Minyak Goreng Kelapa Sawit ini. Hal ini patut menjadi perhatian khusus dimana pada dasarnya dalam teori permintaan dinyatakan apabila harga naik, permintaan akan turun. Sebaliknya apabila harga turun, permintaan akan naik. Tetapi dari fenomena tersebut menggambarkan hasil yang berbeda, dimana dari sisi harga maupun jumlah permintaan atau konsumsi keduanya sama- sama mengalami peningkatan.

Oleh karena itu penulis akan membahas dua faktor diantaranya, yaitu biaya produksi dan biaya operasional. Biaya produksi dan biaya operasional mengalami naik turun setiap tahunnya. Begitu juga dengan penjualannya. Meskipun kenaikan dan penurunannya tidak begitu besar, namun hal ini menunjukkan adanya pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap penjualan. Perubahan biaya – biaya tersebut ternyata cenderung diikuti oleh perubahan penjualan. Berapa pun besarnya biaya produksi dan biaya operasional menyebabkan kenaikan ataupun penurunan penjualan. Karena biaya – biaya tersebut mempengaruhi penjualan, maka sebaiknya dalam penganggarannya harus dipertimbangkan secara cermat agar mengurangi kerugian. Dari latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka penulis mengambil judul “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Penjualan (Studi Kasus pada Perusahaan yang Bergerak di Bidang Produk Konsumen Berbasis Minyak Kelapa Sawit yang terdaftar di BEI)” untuk mendalami dan menganalisis sejauh mana pengaruh yang ditimbulkan oleh biaya terhadap penjualan.

Studi Literatur

Biaya Produksi

Menurut Ahman (2004), “menjelaskan pengertian tentang biaya produksi adalah biaya yang selalu berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan yang ada di perusahaan manufaktur sesuai dengan subjek dan objek dalam suatu produksi di perusahaan sesuai dengan karakteristik dan macam-macam biaya pengeluaran perusahaan”.

Biaya- biaya produksi digolongkan menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Langsung

Bahan langsung yang menjadi bagian tak terpisahkan dari produk jadi dan dapat ditelusuri secara fisik dan mudah ke produk tersebut (Garisson & Noreen 2000)

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Menurut Nafarin (2009) “tenaga kerja langsung adalah tenaga manusia yang bekerja langsung mengolah produk. Standar tenaga kerja langsung terdiri dari standar jam tenaga kerja langsung dan standar tarif upah tenaga kerja langsung”.

3. Biaya Overhead Pabrik

Terdiri atas semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke *output* tertentu. Overhead pabrik biasanya memasukkan semua biaya manufaktur kecuali bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Adapun elemen-elemen dari biaya overhead pabrik yaitu: biaya bahan baku tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya depresiasi dan amortisasi aktiva tetap, biaya reparasi dan pemeliharaan mesin, biaya listrik dan air pabrik, biaya asuransi pabrik, serta operasi lain-lain.

Biaya Operasional

Menurut Murhadi (2017), mengemukakan biaya operasional sebagai berikut: “Biaya operasi (*operating expense*) merupakan biaya yang terkait dengan operasional perusahaan yang meliputi biaya penjualan dan administrasi (*selling and administrative expense*), biaya iklan (*advertising expense*), biaya penyusutan (*depreciation and amortization expense*), serta perbaikan dan pemeliharaan (*repairs and maintenance expense*)”.

Biaya operasional untuk perusahaan yang memproduksi barang jadi pada umumnya terdiri dari:

1. Biaya administrasi umum

Secara garis besar menurut pendapat para ahli, biaya administrasi dan umum adalah biaya yang timbul diluar biaya produksi, biasanya berkaitan dengan aktivitas dari penjualan, pemasaran produk maupun aktivitas operasi perusahaan. Biaya administrasi dan umum ini juga dilampirkan ke dalam laporan laba rugi.

2. Biaya pemasaran

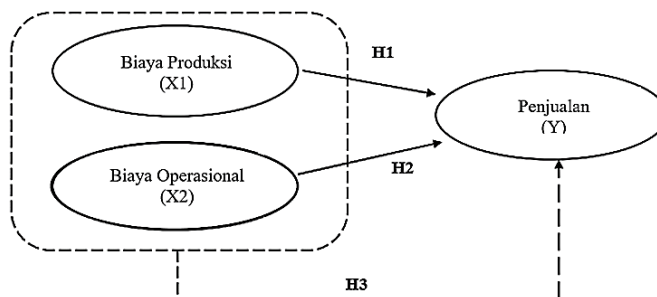
Biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi sejak barang selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang dan barang tersebut diubah kembali dalam bentuk yang tunai.

Penjualan

Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkret yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang atau jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya, penjualan sendiri tak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja di dalamnya seperti agen, pedagang, dan tenaga pemasaran.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian tinjauan pustaka yang telah dikembangkan sebelumnya maka dapat dirumuskan suatu model konseptual pada penelitian ini dapat ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar II.1
Model Konseptual Penelitian
Sumber: Diolah Peneliti, 2022

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) “metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Dengan kata lain metode kuantitatif, yakni menjelaskan pengaruh variabel satu sama lain yang dinyatakan dengan angka lalu memasarkannya melalui perbandingan dengan teori-teori yang sudah ada. Kemudian dilakukan analisa

dengan teknik analisis data yang tepat untuk diterapkan pada variabel penelitian. Pengumpulan data diperoleh dari media internet dengan cara mengunduh laporan keuangan melalui *website* resmi Bursa Efek Indonesia.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dari 3 perusahaan yang bergerak di bidang produk konsumen berbasis minyak kelapa sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode triwulan pertama 2018 sampai triwulan ketiga 2021.

Tabel 1. Daftar Nama Perusahaan yang menjadi Populasi Penelitian

No.	Kode	Nama Emiten
1.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk
2.	SMAR	PT. Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk
3.	TBLA	PT. Tunas Baru Lampung Tbk

Sumber: Diolah Peneliti 2022

Sampel dalam penelitian ini adalah biaya produksi, biaya operasional, dan penjualan pada perusahaan yang bergerak di bidang produk konsumen berbasis minyak kelapa sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang diambil untuk diteliti berjumlah 36 sampel yang dikalikan 3 periode penelitian.

Hasil

Untuk menguji data yang sudah dikumpulkan maka peneliti menggunakan aplikasi bantu berupa SPSS versi 26 untuk menganalisis pengaruh dari setiap variabel dalam penelitian ini.

Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali & Adityamurti (2017)) analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum dan standar deviasi. Statistik deskriptif adalah statistika yang digunakan dalam mendeskripsikan data menjadi informasi yang lebih jelas serta mudah dipahami yang memberikan gambaran mengenai penelitian berupa hubungan dari variabel-variabel independen dengan dewan direksi dan ukuran perusahaan. Berikut merupakan hasil data statistik secara umum dari seluruh data yang digunakan:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Produksi	36	627733530641	31470627000000	6911616417495	8079736266261.29200
Biaya Operasional	36	12088625361	4493803000000	519636662969	899166433248
Penjualan	36	737471166532	40380135000000	7977861169895	10214108839829
Valid N (listwise)	36				

Sumber: Output SPSS 2022

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa Biaya Produksi memiliki nilai minimum sebesar 627,733,530,641, nilai maksimum 31,470,627,000,000, nilai rata-rata sebesar 69,116,164,174,945 dengan standar deviasi sebesar 8,079,736,266,261.29 dan jumlah data yang ada sebanyak 36.

Biaya Operasional memiliki nilai minimum sebesar 12,088,625,361, nilai maksimum sebesar 4,493,803,000,000, nilai rata-rata sebesar 51,9636,662,969 dengan standar deviasi sebesar 899,166,433,248 dan jumlah data yang ada sebanyak 36.

Penjualan memiliki nilai minimum sebesar 737,471,166,532, nilai maksimum sebesar 40,380,135,000,000, nilai rata-rata sebesar 7,977,861,169,895 dengan nilai standar deviasi sebesar 10,214,108,839,829 dan jumlah data yang ada sebanyak 36.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak dapat dilihat dari hasil Kolmogorov Smirnov. Dikatakan memenuhi normalitas jika nilai residual yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2013). Untuk melihat hasil sampel dari populasi berdistribusi normal atau tidak, dapat dilihat pada hasil uji normalitas berikut:

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		36
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	864188.4789
	Std. Deviation	302413.6143
Most Extreme Differences	Absolute	0.137
	Positive	0.137
	Negative	-0.076
Test Statistic		0.137
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 ^c
a Test distribution is Normal.		
b Calculated from data.		
c Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Output SPSS 2022

Diperoleh hasil nilai signifikansi Kolmogorov Smirnov lebih besar dari taraf uji penelitian ($\text{Sig} > \alpha$ yaitu $0.200 > 0.05$) dapat disimpulkan bahwa data variabel yang diuji dalam penelitian ini yaitu variabel biaya produksi dan biaya operasional terhadap penjualan berdistribusi normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas, atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Jika tingkat signifikansi berada di atas 5% berarti tidak terjadi heteroskedastisitas tetapi jika berada di bawah 5% berarti terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Berikut merupakan Tabel hasil Uji Heteroskedastisitas:

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	847982.875	71101.294		11.926	.000		
	Biaya Produksi	4.174E-9	.000	.112	.310	.759	.233	4.297
	Biaya Operasional	-2.434E-8	.000	-.072	-.201	.842	.233	4.297

a Dependent Variable: abresid

Sumber: Output SPSS 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel biaya produksi dan biaya operasional lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	632776957 159.783	147985251 032.206		-4.276	0.000		
	Biaya Produksi	1.193	0.028	0.944	42.516	0.000	0.233	4.297
	Biaya Operasional	0.699	0.252	0.062	2.774	0.009	0.233	4.297

a Dependent Variable: Penjualan

Sumber: Output SPSS 2022

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, maka dapat diketahui bahwa nilai tolerance dan VIF Biaya Produksi sebesar 0.233 dan 4.297. Sedangkan Biaya Operasional sebesar 0.233 dan 4.297. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai tolerance kedua variabel baik Biaya Produksi dan Biaya Operasional lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka kedua variabel dalam penelitian ini dianggap bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Sehingga dalam uji ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, peneliti akan menggunakan uji Durbin Watson

(DW test). Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen (Ghozali, 2013). Uji autokorelasi dilakukan dengan membuat hipotesis :

H₀ : Tidak ada autokorelasi

H_a : Ada autokorelasi

Tabel 6. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.998 ^a	0.996	0.996	647068715112.225	1.899
a Predictors: (Constant), Biaya Operasional, Biaya Produksi					
b Dependent Variable: Penjualan					

Sumber: Output SPSS 2022

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat nilai Durbin Watson diperoleh sebesar 1,899. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai statistik pada tabel Durbin Watson dengan nilai signifikansi 5%., Jumlah sampel 36 (n) dan jumlah variabel independen 2 (k=2). Berdasarkan tabel Durbin Watson dengan signifikansi 5% diperoleh nilai dl= 1.3537 dan du= 1.5872. Dengan demikian nilai d (durbin watson) pada penelitian ini terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Juliandi et al. (2016) Analisis regresi bertujuan untuk memprediksi perubahan nilai variabel terikat akibat pengaruh dari nilai variabel bebas. Dalam garis besarnya, Analisis Regresi Linear Berganda adalah hubungan dalam konteks linear antara variabel terikat (Y), dengan dua atau lebih variabel bebas (X). Berikut merupakan tabel hasil analisis regresi linier berganda dari penelitian ini:

Tabel 7. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-630266573772.796	148070677947.993		-4.257	.000
	Biaya Produksi	1.193	0.028	0.944	42.482	.000
	Biaya Operasional	0.7	0.252	0.062	2.776	.009

a Dependent Variable: Penjualan

Sumber: Output SPSS 2022

Dari hasil regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta (a) bertanda negatif, yaitu -630266573772.796 artinya apabila Biaya produksi dan biaya operasional sama dengan nol (0) maka Penjualan mengalami penurunan.
2. Nilai koefisien regresi variabel Biaya Produksi (X₁) yaitu sebesar 1,193. Hal ini menyatakan bahwa jika biaya produksi mengalami kenaikan 0,001 maka penjualan akan naik sebesar 1,193 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

3. Nilai koefisien regresi variabel Biaya Operasional (X_2) yaitu sebesar 0,7 Hal ini menyatakan bahwa jika biaya operasional mengalami kenaikan 0,001 maka penjualan akan naik sebesar 0,7 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
4. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi Biaya Produksi (1.193), dan Biaya Operasional (0.7); karena $1.193 > 0.7$ maka Biaya Produksi merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap Penjualan.

Hasil Uji Hipotesis

Uji T

Uji t atau disebut juga dengan uji parsial, adalah uji untuk menentukan pengaruh dari setiap variabel bebas secara terpisah terhadap variabel terikat. Uji ini dapat diterapkan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung (dalam kalkulasi SPSS).

Tabel 8. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	630266573772.796	148070677947.993		-4.257	.000
	Biaya Produksi	1.193	0.028	0.944	42.482	.000
	Biaya Operasional	0.7	0.252	0.062	2.776	.009

a Dependent Variable: Penjualan

Sumber: Output SPSS 2022

Dari data di atas, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut ini:

1. Hasil t_{hitung} Biaya Produksi (X_1) sebesar 42.482 sedangkan $t_{tabel} = 0,682$, maka diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Kemudian, nilai signifikansi t_{hitung} variabel Biaya Produksi (X_1) sebesar 0,000, artinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang berarti Biaya Produksi (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Penjualan (Y).
2. Hasil t_{hitung} Biaya Operasional (X_2) sebesar 2.776 sedangkan $t_{tabel} = 0.682$, maka diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Kemudian nilai signifikansi t_{hitung} variabel Biaya Operasional (X_2) sebesar 0,009, artinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, yang berarti Biaya Operasional berpengaruh secara signifikan terhadap Penjualan (Y).

Uji F

Uji F atau disebut juga dengan Uji serentak atau uji ANOVA, adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat serta untuk mengetahui tingkat signifikansi model regresi. Jika model signifikan maka dapat dipakai untuk prediksi, sementara jika model non signifikan maka tidak dapat digunakan untuk prediksi. Uji ini dapat diterapkan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing F hitung. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36376418956935477 0000000000.000	2	1818820947846773 90000000000.000	4337.1 65	.000 ^b
	Residual	13838783021909724 00000000.000	33	4193570612699916 00000000.000		
	Total	36514806787154574 0000000000.000	35			
a Dependent Variable: Penjualan						
b Predictors: (Constant), Biaya Operasional, Biaya Produksi						

Sumber: Output SPSS 2022

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat hasil F_{hitung} menunjukkan nilai sebesar 4337.165 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,28 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel biaya produksi dan biaya operasional terhadap penjualan atau bisa juga dikatakan ada pengaruh secara simultan antara variabel biaya produksi dan biaya operasional terhadap penjualan. Berikut hasil Uji Koefisien Determinasi dari penelitian ini:

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependennya. Nilai R^2 adalah nol sampai dengan satu. Apabila nilai R^2 semakin mendekati satu, maka variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai R^2 , maka kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen semakin terbatas.

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.998 ^a	.996	.996	647577841861.495
a Predictors: (Constant), Biaya Operasional, Biaya Produksi				
b Dependent Variable: Penjualan				

Sumber: Output SPSS 2022

Dalam analisis tersebut, besarnya nilai adjusted R pada model regresi sebesar 0,996 yang mengindikasikan pengaruh variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat sebesar 99,6%. Sedangkan 0,4% (100%-99,6%) dipengaruhi oleh variabel lain. Kesimpulannya, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Penjualan sebesar 99,6% sedangkan 0,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan pedoman koefisien determinasi, dikarenakan koefisien determinasi senilai 0,996 maka tingkat pengaruh dari koefisien tersebut dapat digolongkan sebagai kategori yang sangat kuat. Artinya, kemampuan penelitian ini lebih besar dipengaruhi oleh variabel biaya produksi dan biaya operasional, bukan variabel lain.

Pembahasan

Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penjualan

Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penjualan pada penelitian ini dapat dilihat dari hasil Uji T didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 42.482 > t_{tabel} 0.682 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Biaya Produksi terhadap

Penjualan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima, yang berarti bahwa adanya pengaruh antara Biaya Produksi terhadap Penjualan pada Perusahaan yang bergerak di Bidang Produk Konsumen berbasis Minyak Kelapa Sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini diperkuat oleh Suwarsa & Nurandani (2020) yang menyatakan hasil penelitiannya menunjukkan Biaya Produksi mempunyai pengaruh terhadap Penjualan. Dalam penelitiannya variabel Biaya Produksi mempunyai pengaruh sebesar 99,7% terhadap variabel Penjualan. Hal ini juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Putra et al. (2016) yang menyatakan hasil penelitiannya juga menunjukkan variabel Biaya Produksi mempunyai pengaruh terhadap variabel penjualan. Dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa setiap kenaikan dalam Biaya Produksi akan selalu diikuti dengan kenaikan Penjualan

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Mulyadi (2012) menyatakan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang jadi siap untuk dijual. Dengan kata lain, semakin banyak biaya yang terkait dengan produk yang diproduksi perusahaan, semakin tinggi penjualan perusahaan. Pada umumnya setiap perusahaan berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, hal tersebut tidaklah mengherankan, karena keuntungan dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri dan menjadi acuan bagi perkembangan perusahaan.

Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penjualan

Pengaruh Biaya Operasional terhadap Penjualan pada penelitian ini dapat dilihat dari hasil Uji T didapatkan nilai t_{hitung} sebesar $2,776 > t_{tabel}$ 0.682 dengan nilai probabilitas sebesar 0,009 berarti lebih kecil dari 0,05 Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Biaya Operasional terhadap Penjualan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H2 diterima, yang berarti bahwa adanya pengaruh antara Biaya Operasional terhadap Penjualan pada Perusahaan yang bergerak di Bidang Produk Konsumen berbasis Minyak Kelapa Sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini diperkuat oleh Halijah (2015) yang mengungkapkan hasil penelitiannya menunjukkan Biaya Operasional mempunyai pengaruh terhadap Penjualan. Dalam penelitiannya variabel Biaya Operasional mempunyai pengaruh 97,6% terhadap variabel Penjualan. Hal ini juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2019) yang menyatakan hasil penelitiannya juga menunjukkan Biaya Operasional berpengaruh terhadap Penjualan. Berdasarkan data yang dijadikan dasar penelitian ini dapat dilihat bahwa Hubungan antara biaya operasional dengan penjualan bersifat stabil. Hal ini berarti pada saat dimana biaya operasional naik maka penjualan akan mengalami kenaikan. Kesimpulannya biaya operasional berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan.

Hal ini juga sejalan dengan teori yang diungkapkan (Winarso, 2014) yang menyimpulkan bahwa biaya operasional juga dapat mempengaruhi penjualan secara nyata. Dalam teorinya ia telah membuktikan bahwa adanya pengaruh biaya operasional terhadap penjualan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel biaya operasional berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Peningkatan biaya operasional sendiri menggambarkan peningkatan biaya pada perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa dengan kemampuan perusahaan yang meningkat, peningkatan kemampuan perusahaan tersebut biasanya akan selalu diikuti dengan peningkatan penjualan.

Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Penjualan

Setelah melakukan analisis data dari masing- masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dapat dilihat masing- masing variabel bebas baik dari Biaya Produksi atau Biaya Operasional mempunyai pengaruh terhadap Penjualan. Untuk mengetahui apakah Kedua variabel memiliki pengaruh secara bersama- sama terhadap Penjualan, maka dilakukanlah uji F. Dari hasil uji simultan tersebut dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 4337,165 sementara diperoleh F_{tabel} sebesar 3,28. Dengan demikian H3 diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi Biaya Produksi dan Biaya Operasional memiliki pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel dependen yaitu Penjualan.

Persentase dari pengaruh variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) seperti yang diketahui pada analisis koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,996. Artinya pengaruh variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat adalah sebesar 99,6 %. Sedangkan 0,4% (100%-99,6%) dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya di luar penelitian ini. Maka jika melihat pedoman dalam menginterpretasikan koefisien korelasi, Biaya Produksi dan Biaya Operasional memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Penjualan. Dengan kata lain terdapat pengaruh sangat kuat antara kedua variabel bebas dan variabel terikat. Kesimpulannya, kemampuan penelitian lebih besar dipengaruhi oleh Biaya Produksi dan Biaya Operasional, bukan dipengaruhi variabel lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya Produksi berpengaruh terhadap Penjualan pada Perusahaan yang bergerak di bidang Produk Konsumen berbasis Minyak Kelapa Sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya jika Biaya Produksi semakin baik dalam pelaksanaannya, maka Penjualan yang telah dilakukan semakin baik, begitu juga sebaliknya.
2. Biaya Operasional berpengaruh terhadap Penjualan pada Perusahaan yang bergerak di bidang Produk Konsumen berbasis Minyak Kelapa Sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Artinya jika Biaya Operasional semakin baik dalam pelaksanaannya, maka Penjualan yang telah dilakukan semakin baik, begitu juga sebaliknya.
3. Biaya Produksi dan Biaya Operasional; secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Variabel Penjualan pada Perusahaan yang bergerak di bidang Produk Konsumen berbasis Minyak Kelapa Sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sehingga dapat diartikan dari semua biaya yang telah terjadi di perusahaan ini, Biaya Produksi dan Biaya Operasional adalah salah satu biaya yang memiliki pengaruh sangat kuat terhadap Penjualan.

Referensi

- Ahman, E. (2004). *Ekonomi*. Bandung: Grafindo Media Pratama.
- Garrison, R. H., & Noreen, E. W. (2000). *Akuntansi Manajemen* (A. T. Budisantoso, Ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I., & Adityamurti, E. (2017). Pengaruh Penghindaran Pajak Dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–12. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/18228>
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* (7th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- HALIJAH. (2015). *Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Penjualan Pada Usaha Catering Cv. Attaufik Pratama Di Makassar*.
- Juliandi, A., Irfan, Manurung, S., & Satriawan, B. (2016). *Mengolah Data Penelitian Bisnis dengan SPSS*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: UPP STIM YKPM.
- Murhadi, W. R. (2017). *Analisis Laporan Keuangan (Proyeksi dan Valuasi Saham)*. Jakarta: Salemba Empat.

Nafarin, M. (2009). *Pengangguran perusahaan* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Nasution, M. M. (2019). Analisis Biaya Operasional Dan Modal Kerja Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Pt. Kamadjaloistics Medan. *Repository Universitas Dharmawangsa*.

Putra, I. G. E. S., Susila, G. P. A. J., & Yulianthini, N. N. (2016). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan. *Jurnal Manajemen Indonesia Universitas Pendidikan Ganesha*.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Suwarsa, T., & Nurandani, S. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Produk Baju Sn-11 (Baju Blouse) Pada Perusahaan Endomoda. *Politeknik Pos Indonesia Jurnal Akuntansi*.

Winarso, W. (2014). Pengaruh Biaya Operasional terhadap Profitabilitas (ROA). *Ecodemica*, 2(2).