

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA OPERASIONAL  
DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN  
VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman  
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022)**

**SKRIPSI**

**POPI SOPIAH**

**20190070003**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
APRIL 2024**

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA OPERASIONAL DAN BIAYA  
PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN VOLUME  
PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa  
Efek Indonesia Periode 2018-2022)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar Sarjana  
Akuntansi*

**POPI SOPIAH**

**20190070003**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
APRIL 2024**

## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA OPERASIONAL DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022)

NAMA : POPI SOPIAH

NIM : 20190070003

"Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Akuntansi saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut".

Sukabumi, 26 April 2024



Penulis

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA OPERASIONAL DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022)

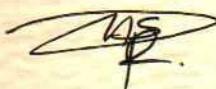
NAMA : POPI SOPIAH

NIM : 20190070003

Skripsi ini telah diajukan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 26 April 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Akuntansi (S. Ak)

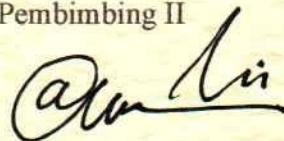
Sukabumi, 26 April 2024

Pembimbing I



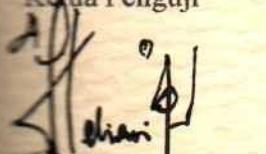
Nanan Sunandar, S.E, M.Akt  
NIDN. 0410128303

Pembimbing II

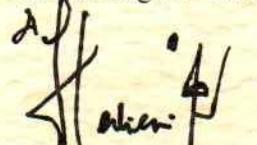


Nur Alim Bahri, S.Ak., M.Ak  
NIDN. 0412089502

Ketua Penguji

  
Heliani, S.E., M.Ak  
NIDN. 0419118903

Ketua Program Studi Akuntansi

  
Heliahi, S.E., M.Ak  
NIDN. 0419118903

PLH. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA Teddy Lesmana, SH., MH  
NIDN. 0414058705

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan khusus untuk kedua orang tua saya, Bapak Apud Saepudin dan Ibu Nani Sumarni yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan untuk saya dalam hal apapun, terima kasih karena telah menjadi orang tua hebat dan terima kasih juga karena telah berjuang sampai anakmu bisa ketahap skripsi dan meraih sarjana S1, tanpa ridho dan kekuatan do'amu Popi bukan lah apa-apa. Betapa bangga dan beruntungnya saya memiliki kedua orang tua seperti mereka, ma pa terima kasih banyak untuk semuanya.



## ABSTRACT

*Every company, whether large or small, always tries to increase the profits it earns. The profits obtained can be maximized by reducing production costs, operational costs and promotional costs that the company will incur. This research is motivated by the fact that the problem of competition between companies requires companies to continuously make improvements in the quality of goods and services as well as efficiency in reducing production costs, operational costs and promotional costs so that product selling prices can be competitive so that companies can generate optimal profits. This research aims to determine the influence of production costs, operational costs and promotional costs on net profit and determine the role of sales volume in moderating the influence of production costs, operational costs and promotional costs on net profit. The type of research in this research is quantitative with the type of data used is secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange (BEI) in the form of financial reports for 2018-2022 and obtained using documentation techniques. The population in this study was all 84 food and beverage subsector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) with a total sample of 23 companies obtained using purposive sampling techniques. The data analysis technique used consisted of multiple linear analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) and was tested using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 29.0 application. The results of this research show that partially the production cost variable has no effect on net profit, the operational cost variable partially has a positive effect on net profit, the promotional cost variable partially has a positive effect on net profit, simultaneously the production cost variable, operational costs and promotional costs have an effect on net profit, apart from that it is also known that sales volume moderates the influence of production costs, operational costs and promotional costs on net profit.*

—UNIVERSITY—

**Keywords:** Production Costs, Operational Costs, Promotion Costs, Sales Volume, Net Profit



## ABSTRAK

Setiap perusahaan, baik itu perusahaan besar atau kecil selalu berusaha meningkatkan laba yang diperolehnya. Laba yang diperoleh dapat dimaksimalkan dengan menekan biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi yang akan dikeluarkan perusahaan. Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa masalah persaingan antar perusahaan mengharuskan perusahaan untuk terus-menerus melakukan perbaikan dalam mutu barang dan layanan serta efisiensi dalam menekan biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi sehingga harga jual produk dapat bersaing dengan begitu perusahaan dapat menghasilkan laba yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi terhadap laba bersih dan mengetahui peran volume penjualan dalam memoderasi pengaruh biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi terhadap laba bersih. Jenis penelitian pada penelitian ini yaitu kuantitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) berupa laporan keuangan tahun 2018-2022 dan diperoleh dengan menggunakan teknik dokumentasi. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 84 perusahaan dengan jumlah sampel sebanyak 23 perusahaan yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan terdiri dari analisis linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dan diuji dengan menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 29.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, variabel biaya operasional secara parsial berpengaruh positif terhadap laba bersih, variabel biaya promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap laba bersih, secara simultan variabel biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih, selain itu juga diketahui bahwa volume penjualan memoderasi pengaruh biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi terhadap laba bersih.

**Kata Kunci:** Biaya Produksi, Biaya Operasional, Biaya Promosi, Volume Penjualan, Laba Bersih



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022”**. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra Sukabumi.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, bantuan serta bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan Skripsi ini. Sehubungan dengan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tersayang di dunia dan berjasa dalam hidup saya, Bapak Apud Saepudin dan Ibu Nani Sumarni yang telah memberikan dukungan, semangat dan do'a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Saudara kandung saya Kamal Sopian & Agung Muhammad Rizki Fauzi terima kasih atas do'a dan segala yang telah kalian berikan.
3. Bapak Dr. Kurniawan, ST., M.Si, M.M selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Bapak Anggy Praditha Junfithrana, S.Pd., M.T selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik.
5. Ibu Heliani, S.E., M.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi sekaligus Ketua Dosen Penguji dalam Sidang Skripsi ini.
6. Bapak Nanan Sunandar, S.E., M.Akt selaku Dosen Pembimbing I atas segala bimbingan dan arahan yang telah diberikan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Nur Alim Bahri, S.Ak., M.Ak selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan dan arahan yang telah diberikan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Para Dosen Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menempuh

pendidikan di Program Studi Akuntansi Universitas Nusa Putra Sukabumi.

9. Teman-teman seperjuangan prodi Akuntansi AK19C yang telah menemani proses perkuliahan.
10. Sahabat, teman yang sudah penulis anggap seperti keluarga sendiri Siti Halimah Sadiah & Ayunda Fitra Utami yang sama-sama telah berjuang untuk bisa menyelesaikan Skripsi, terima kasih untuk semua dukungan dan semangat yang telah diberikan.
11. Popi Sopiah, *last but no least*, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih banyak karena sudah bertahan sampai dititik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan.



Sukabumi, 26 April 2024

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas Akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Popi Sopiah  
NIM : 20190070003  
Program Studi : Akuntansi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Rights*) atas karya ilmiah yang berjudul: **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ~~Non-exclusive~~ ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, ~~dan~~ dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas ~~saya~~ selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai ~~penulis~~ Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi  
Pada tanggal : 26 April 2024

Yang menyatakan



Popi Sopiah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
11.1    Latar belakang .....	1
11.2    Rumusan Masalah .....	11
11.3    Batasan Masalah .....	11
11.4    Tujuan Penelitian .....	12
11.5    Manfaat Penelitian .....	13
11.6    Sistematika Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSATAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1    Landasan Teori .....	14
2.2    Kerangka Penelitian .....	25
2.3    Pengembangan Hipotesis .....	26
2.4    Penelitian Terdahulu .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
3.1    Jenis Penelitian .....	41
3.2    Tempat dan Waktu Penelitian .....	41
3.3    Populasi dan Sampel .....	41
3.4    Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	43
3.5    Teknik Analisis Data .....	46

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1        Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	51
4.2        Bahasan Identifikasi .....	53
4.3        Hasil Uji Analisis Data Penelitian.....	73
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>87</b>
5.1        Kesimpulan.....	87
5.2        Saran.....	88
5.3        Keterbatasan Penelitian .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>93</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rata-Rata Biaya .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	34
Tabel 3.1 Kriteria Sampel Penelitian.....	42
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel .....	46
Tabel 3.3 Keputusan Uji Durbin – Watson .....	48
Tabel 4.1 Kriteria Sampel Penelitian.....	51
Tabel 4.2 Daftar Perusahaan Sampel.....	52
Tabel 4.3 Biaya Produksi Sub Sektor Makanan dan Minuman 2018-2022 .....	53
Tabel 4.4 Biaya Operasional Sub Sektor Makanan dan Minuman 2018-2022 .....	58
Tabel 4.5 Biaya Promosi Sub Sektor Makanan dan Minuman 2018-2022 .....	63
Tabel 4.6 Laba Bersih Sub Sektor Makanan dan Minuman 2018-2022.....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	73
Tabel 4.8 Uji <i>One Sample Kolmogrov Smirnov</i> .....	74
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas .....	75
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Park</i> .....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi .....	76
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 4.13 Analisis Regresi Moderasi.....	78
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi .....	79
Tabel 4.15 Uji Parsial <i>T-test</i> .....	79
Tabel 4.16 Uji Parsial <i>F-test</i> .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Pertumbuhan PDB .....	1
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Biaya Produksi Sub Sektor Makanan dan Minuman 2018-2022.....	56
Gambar 4.2 Biaya Operasional Sub Sektor Makanan dan Minuman 2018-2022.....	61
Gambar 4.3 Biaya Promosi Sub Sektor Makanan dan Minuman 2018-2022 .....	66
Gambar 4.4 Laba Bersih Sub Sektor Makanan dan Minuman 2018-2022.....	71
Gambar 4.5 Uji <i>P-Plot</i> .....	74



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Perusahaan yang Menjadi Populasi Penelitian .....	93
Lampiran 2. Daftar Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian .....	96
Lampiran 3. Laba Bersih Perusahaan .....	97
Lampiran 4. Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Biaya Promosi Perusahaan ...	101



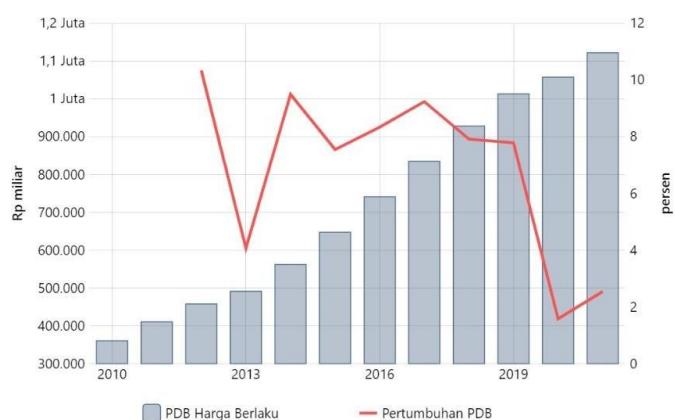
## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Suatu perusahaan industri manufaktur di Indonesia saat ini memiliki pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang di tengah perekonomian dunia yang sedang mengalami ketidakpastian, sehingga industri manufaktur ini memiliki pengaruh yang cukup penting terhadap perekonomian negara Indonesia. Apalagi perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tak pernah henti berkembang secara terus menerus, hal ini terjadi karena makanan dan minuman merupakan produk konsumtif bagi seluruh masyarakat. Bahkan saat terjadinya pandemi *covid-19* industri makanan dan minuman tetap tumbuh, meskipun melambat namun industri makanan dan minuman mampu bertahan.

Menteri Perindustrian yaitu Airlangga Hartanto mengatakan bahwa hingga triwulan I tahun 2019 pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) industri *food and beverage* mencapai 6,77%, angka tersebut merupakan pertumbuhan PDB industri nasional sebesar 5,07%. Hal ini menjadikan sektor *food and beverage* sebagai salah satu penyumbang terbesar kontribusi PDB. Industri *Food and Beverage* mengalami anomali pertumbuhan pada triwulan IV tahun 2019. Data kementerian perindustrian menunjukkan bahwa pada kuartal III/2019 industri *food and beverage* tumbuh 8,33% *year on year* (yoY) (Ramadhan Rizki, 2023). Tumbuhnya PDB industri makanan dan minuman selaras dengan tumbuhnya pengeluaran konsumsi masyarakat untuk kebutuhan makanan dan minuman (selain restoran) sebesar 1,44%. Berikut ini grafik nilai dan pertumbuhan PDB industri makanan dan minuman tahun 2010-2021.



**Gambar 1.1 Nilai Pertumbuhan PDB**

Meningkatnya jumlah perusahaan pada industri makanan dan minuman mendorong persaingan yang terjadi dalam dunia usaha dituntut untuk semakin ketat supaya dapat bertahan dan maju dalam rangka meningkatkan persaingan usaha, perlu adanya suatu antisipasi dalam menghadapi segala situasi serta kondisi. Salah satu upaya yang harus dilakukan perusahaan adalah membuat strategi bisnis yang lebih baik sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Perusahaan pada umumnya mempunyai target atau tujuan yang paling utama yaitu bagaimana perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba yang sebesar-besarnya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Laba merupakan selisih antara pendapatan atau penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, untuk memenuhi sumber daya dalam memproduksi suatu produk atau barang siap jual selama kurun waktu tertentu. Perkembangan laba yang dihasilkan oleh perusahaan menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasional dan menjadi alat ukur bagi *investor* dalam mengambil keputusan. Menurut Mayssara (2019) untuk mencapai laba yang diinginkan perusahaan perlu menyusun perencanaan laba dengan sebaik mungkin. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan atau kenaikan laba yaitu biaya, harga jual dan volume penjualan. Sehingga perusahaan harus mampu mengendalikan biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, dan menentukan banyaknya jumlah produk yang akan dijual dengan perhitungan harga yang sesuai agar memperoleh laba yang maksimum. Menurut Ammy (2021) berdasarkan banyaknya faktor yang mempengaruhi perubahan laba dalam perencanaan ataupun realisasinya, perusahaan harus menekan biaya produksi ataupun biaya operasional serendah mungkin agar dapat menimbulkan pengeluaran yang terjadi, dan meningkatkan volume penjualan semaksimal mungkin.

Persaingan ini juga menuntut para manajemen untuk meningkatkan kinerjanya supaya keberadaannya bisa tetap bertahan. Dalam hal ini perusahaan melakukan beberapa cara untuk bisa tetap mempertahankan performanya salah satunya dengan mengoptimalkan laba. Menurut PSAK 46 laba akuntansi didefinisikan sebagai laba bersih untuk waktu tertentu sebelum dikurangi biaya pajak. Laba adalah kelebihan total pendapatan dibandingkan dengan total beban, disebut juga pendapatan bersih atau *net earning* (Mayssara, 2019). Laba merupakan tujuan umum setiap perusahaan, laba sering digunakan untuk mengukur efektivitas maupun efisiensi dan parameter keberhasilan suatu organisasi. Laba juga dapat menentukan ukuran perusahaan, sehingga mengamati faktor-faktor laba merupakan hal fundamental bagi perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi laba bersih suatu perusahaan diantaranya biaya produksi, biaya

operasional dan penjualan.

Laba merupakan salah satu hal yang terpenting dalam menjalankan roda perusahaan. Laba merupakan tambahan pendapatan berupa harta, benda, dan uang yang dapat digunakan perusahaan untuk menjalankan aktivitas operasinya. Semua perusahaan baik itu perusahaan besar atau kecil selalu berusaha meningkatkan laba yang diperolehnya. Laba yang diperoleh dapat dimaksimalkan dengan menekan biaya produksi dan biaya operasional yang akan dikeluarkan perusahaan. Jika pertumbuhan positif terjadi maka perolehan akan mengalami perkembangan. Adanya laba yang maksimal maka perusahaan memiliki dana untuk perkembangan aktivitas perusahaan dan pada akhirnya akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan (F. M. Sari & Munandar, 2022).

Perolehan laba sangat ditentukan oleh pendapatan yang diperoleh dan biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Pada dasarnya tujuan akhir dari setiap perusahaan dalam hal ini tentu menginginkan hasil akhir yang sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu memperoleh pendapatan yang akhirnya diharapkan perusahaan akan memperoleh laba. Jika jumlah penghasilan yang diterima lebih besar dari jumlah pengeluaran (biaya) yang dikeluarkan dinyatakan sebagai laba. Perolehan laba bersih sangat ditentukan oleh besar kecilnya biaya yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Semakin biaya itu bisa ditekan seharusnya akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan laba bersih perusahaan. Jika perusahaan dapat menekan atau meminimalkan biaya produksi dan biaya operasional, maka akan terjadi peningkatan terhadap laba bersih. Begitu pula dengan sebaliknya, jika biaya produksi dan biaya operasional membesar tentu akan berdampak penurunan terhadap laba bersih. Sehingga perlunya menekan biaya, karena biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tentu saja mempunyai suatu tujuan dan tujuan tersebut tidak lain adalah untuk mendapatkan laba (Prasetya & Meilia Puspitasari, 2022).

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi yang melekat pada produk meliputi semua biaya baik secara langsung maupun tidak langsung dan dapat diidentifikasi dengan pengolahan bahan baku menjadi suatu produk. Biaya produksi membentuk kos produksi, yang digunakan untuk menghitung kos produk jadi dan kos produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses. Adapun beberapa tujuan biaya produksi adalah untuk menentukan jumlah biaya produksi secara tepat, untuk membantu manajemen mengadakan pengendalian biaya yang tepat, untuk membantu manajemen dalam

pengambilan keputusan jangka pendek dan untuk menentukan harga jual sebuah produk.

Dalam kegiatannya, perusahaan menghabiskan sebagian besar biayanya untuk kegiatan produksi. Perusahaan biasanya menekan biaya produksi untuk mengoptimalkan laba. Mengurangi biaya produksi sangatlah penting karena sebagai langkah untuk

mencegah pemborosan sekaligus menjaga kualitas produk akhir. Hal ini akan meningkatkan kepuasan *klien* dan memungkinkan untuk mempertahankan pangsa pasar dari waktu ke waktu (Rustami et al., 2014). Biaya yang tinggi tidak menjamin tingkat penjualan akan menjadi tinggi tetapi dengan efektivitas biaya akan membantu perusahaan dalam menentukan harga jual produk dan menghasilkan penjualan perusahaan yang konsisten.

Tingginya biaya produksi berdampak pada tingkat penjualan. Secara kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan pada biaya produksi yang harus dikeluarkan. Ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh. Pengelolaan biaya produksi yang kurang baik mengakibatkan turunnya pendapatan yang diterima. Penggunaan bahan baku yang berkualitas baik akan menghasilkan produk yang baik pula. Biaya produksi tersebut menjadi penentu besarnya harga jual dari suatu produk yang nantinya akan mempengaruhi besarnya laba yang diperoleh.

Biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan aktivitas dalam suatu proses produksi yang memiliki sifat habis pakai dalam jangka waktu yang relatif singkat (kurang dari satu tahun). Menurut Oktapia & Manullang (2017) biaya operasional merupakan biaya yang mempunyai peran aktif dan berpengaruh pada suatu kesuksesan perusahaan dalam memperoleh laba yang menjadi tujuan utama perusahaan. Biaya operasional atau biaya usaha (*operating expense*) adalah biaya-biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan sehari-hari. Biaya operasional merupakan sumber ekonomi dalam upaya mempertahankan dan menghasilkan pendapatan (Y. Casmadi & Irfan Azis, 2019). Biaya operasional merupakan biaya yang dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, oleh sebab itu semakin meningkat tingkat aktivitasnya, maka semakin meningkat juga biaya operasionalnya karena biaya operasional merupakan biaya yang terlibat langsung dalam kegiatan perusahaan, maka dalam menentukan biaya operasional tidak dapat dilakukan secara terpisah dengan serangkaian aktivitas-aktivitas perusahaan. Biaya operasional merupakan biaya yang memiliki peran besar dalam mempengaruhi keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya, tanpa aktivitas operasional yang terarah maka

produk yang dihasilkan tidak akan memiliki manfaat bagi perusahaan.

Semakin berkembang dan besarnya suatu perusahaan maka semakin meningkat pula aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin meningkatnya aktivitas perusahaan akan meningkatkan biaya yang dikeluarkan untuk operasional perusahaan. Jika perusahaan dapat menekan atau meminimalkan biaya produksi dan biaya operasional, maka akan terjadi peningkatan terhadap laba bersih. Begitu pula dengan sebaliknya, jika biaya produksi dan biaya operasional membesar tentu akan berdampak penurunan terhadap laba bersih. Biaya operasional terdiri dari dua bagian, yaitu biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

Suatu perusahaan memproduksi barang dengan kualitas yang baik, harga yang relatif murah dibandingkan dengan pesaing dan telah tersebar ke berbagai tempat tetapi apabila calon pembeli tidak diberi tahu dengan adanya produk tersebut, diingatkan ataupun dibujuk untuk membeli produk tersebut, maka produk tersebut besar kemungkinan tidak akan laku di pasaran dan segala sesuatu yang telah dilakukan akan sia-sia. Dalam hal ini manajemen perusahaan dituntut untuk dapat melahirkan strategi dalam mengatasi pasar dan salah satu yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan promosi yang digunakan untuk memperkenalkan produk yang telah dihasilkan. Promosi merupakan sebuah teknik komunikasi yang secara penggunaannya atau penyampaiannya dengan menggunakan media seperti: *pers*, televisi, radio, papan nama, poster dan lain-lain yang bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap hasil produksi suatu perusahaan.

Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli. Keputusan yang selalu diharapkan oleh produsen, apakah pesan yang telah disampaikan lewat promosinya sudah dapat menjangkau pasar yang telah diharapkan atau belum. Apabila telah menjangkau berarti mencerminkan keberhasilan dari promosi yang telah dilakukan dengan demikian sudah pasti akan meningkatkan permintaan serta penjualan. Besarnya biaya promosi yang ditetapkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk, berpengaruh terhadap perkembangan pemasaran.

Promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai tentunya akan membutuhkan biaya, biaya-biaya ini disebut dengan biaya promosi. Promosi juga berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk sasaran pasar untuk membelinya (Rustami et al., 2014). Oleh karena itu, perusahaan selalu membangun komunikasi sebaik mungkin kepada konsumen dan calon konsumennya melalui promosi. Sudah pasti perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualan untuk mendapatkan

laba yang lebih besar. Promosi diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan karena dengan meningkatnya volume penjualan maka laba yang diperoleh akan meningkat juga (Warmadewa, 2020).

Sesuai dengan teori sinyal, jika laba yang dilaporkan oleh sebuah perusahaan meningkat maka informasi tersebut bisa dikatakan sebagai sinyal positif yang menunjukkan kondisi perusahaan yang baik dan jika laba yang dilaporkan perusahaan menurun maka informasi tersebut bisa dikatakan sebagai sinyal negatif yang menunjukkan kondisi perusahaan yang tidak baik. Dengan meningkat atau menurunnya laba bersih bisa dikatakan bahwa ada faktor yang mempengaruhi laba bersih seperti volume penjualan maupun biaya-biaya yang dikelurkan oleh perusahaan. Ketika laba bersih yang dihasilkan besar, maka bagi hasil kepada investor akan lebih besar sehingga akan menarik investor lainnya dan meningkatkan investasi dalam perusahaan.

Indikator lain dari laba bersih yaitu penjualan. Munurut Nurhayati (2018) penjualan adalah suatu kegiatan terpadu yang bertujuan untuk mengembangkan rencana mengenai usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli, yang bertujuan untuk mendapat keuntungan atau laba. Dalam melaksanakan penjualan tentu saja perusahaan akan menetapkan harga jual atas produk yang mereka pasarkan, harga jual merupakan salah satu aspek yang sangat penting karena dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan dan menyampaikan kepada mereka nilai dari suatu barang tersebut. Secara umum tidak ada korporasi yang memiliki kendali langsung atas tinggi rendahnya harga jual barang atau jasa yang diberikannya. Keseimbangan antara penawaran dan permintaan barang atau jasa memiliki dampak yang begitu besar terhadap harga jual (Novialita et al., 2018).

Penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Penjualan merupakan faktor penentu atas pencapaian tujuan perusahaan yang optimal, sehingga perkembangan perusahaan dapat terus meningkat sesuai dengan apa yang diharapkan. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh sebab itu penjualan sangat penting untuk bisnis karena keuntungan atau kerugian nilai yang mereka hasilkan menjadi sumber yang membentuk nilai total perusahaan dan menentukan apakah dapat berkembang dan melanjutkan operasinya (Pengaruh et al., 2020).

Meningkatkan penjualan bukanlah tugas yang sederhana, tetapi korporasi harus melakukan segala upaya untuk melakukannya agar mendapatkan laba yang diinginkan,

kehawatiran umum korporasi dalam keadaan seperti ini selain penjualan adalah biaya. Biaya adalah pertukaran sumber daya keuangan untuk produk atau jasa yang diantisipasi untuk menghasilkan keuntungan segera atau di masa mendatang, namun persoalan mendasar yang sering muncul adalah perencanaan biaya yang tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi (kenyataan). Oleh karena itu, sangat penting untuk mengelola biaya produksi guna mencapai produksi yang efisien.

Selain faktor-faktor yang dapat berpengaruh terhadap laba bersih yang sudah dijelaskan di atas dalam penelitian ini terdapat volume penjualan yang dijadikan sebagai variabel moderasi. Makalalag & Ilat (2023) mengemukakan bahwa adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan, karena dalam hal ini laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Teori tersebut menunjukkan bahwa untuk meningkatkan laba bersih maka, volume penjualan pada suatu perusahaan harus meningkat serta biaya yang digunakan harus efisien dan biaya tersebut harus lebih kecil dari pendapatan yang diperoleh dengan meningkatnya volume penjualan, penggunaan biaya yang efisien serta laba bersih yang diperoleh meningkat maka akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Volume penjualan menggambarkan besarnya pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dari aktivitas operasi yang dilakukan perusahaan (Costs et al., 2018).

Penelitian ini mengambil sub sektor makanan dan minuman perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk diteliti. Perusahaan makanan dan minuman ini sifatnya *non siklikal* yang berarti bahwa sub sektor industri ini lebih stabil dan tidak terpengaruh oleh musim ataupun perubahan kondisi perekonomian secara inflasi, kelancaran produk industri makanan dan minuman akan tetap terjamin karena sub sektor ini bergerak dalam bidang industri pokok manusia, saat ini kecenderungan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan cepat saji menyebabkan banyaknya bermunculan perusahaan baru dalam sektor makanan dan minuman, hal ini terjadi karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok bagi manusia. Kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan dan minuman tidak akan berhenti meskipun dalam kondisi apapun. Pertumbuhan sektor industri ini dibilang cukup stabil dan terjamin. Melihat kondisi ini maka banyak perusahaan-perusahaan yang tertarik untuk masuk ke dalam sektor usaha ini (Ekonomi et al., 2020).

Bermunculannya perusahaan-perusahaan baru dibidang yang sejenis merupakan suatu ancaman tersendiri bagi perusahaan tersebut. Dengan persaingan yang semakin ketat ini perusahaan dituntut untuk memperkuat fundamental dan melakukan berbagai

inovasi ataupun strategi supaya perusahaan bisa bersaing dengan perusahaan sejenis yang sudah ada. Selain itu perusahaan harus dapat mengendalikan biaya yang dikeluarkan agar dapat mendapatkan laba maksimal sesuai dengan tujuan dari perusahaan. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk meneliti hal yang berhubungan dengan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman dengan menggunakan variabel independen yaitu biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi. Variabel independen tersebut merupakan beberapa biaya yang perlu dikorbankan oleh perusahaan manufaktur guna memproduksi suatu produk dan mempromosikan produk dengan harapan bisa meningkatkan volume penjualan dan memberikan dampak baik pada laba bersih perusahaan ketika perusahaan tersebut bisa mengoptimalkan biaya-biaya yang harus dikeluarkan.

Untuk menghindari kesalahan dan pemborosan biaya dalam proses produksi, perusahaan harus cermat dalam memperkirakan biaya produksi dan biaya operasional. Menentukan harga jual yang tepat dapat ditetapkan berdasarkan informasi tentang biaya produksi dengan cara yang menguntungkan bisnis dan mempertahankan keberlanjutannya. Ada dua jenis teknik untuk memperkirakan biaya produksi itu sendiri yaitu pendekatan penetapan biaya lengkap, yang mencakup semua biaya produksi baik tetap maupun variabel dalam perhitungan. Hanya biaya variabel yang dihitung dalam harga pokok produksi menggunakan pendekatan perhitungan biaya variabel (Warmadewa, 2020).

Menerapkan penjualan diperlukan untuk mempromosikan persaingan pasar yang kompetitif dan memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan baik barang maupun jasa yang berada di bawah lingkup perusahaan. Menurut Rustami et al., (2014), perusahaan didirikan dengan maksud untuk meningkatkan volume penjualan, meningkatkan daya saing, dan menekan biaya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Tentunya sangat penting untuk memahami seberapa besar dampak biaya produk yang dijual terhadap pendapatan perusahaan karena informasi ini akan digunakan oleh manajemen sebagai acuan saat membuat pilihan dalam menentukan keputusan. Jika tujuan perusahaan tercapai, maka akan mampu bersaing dengan bisnis lain dan mempertahankan eksistensinya. Tentu saja, masalah yang sering muncul ketika perusahaan mencoba meningkatkan volume penjualan adalah bagaimana meminimalkan biaya yang dikeluarkan dan menentukan harga pokok barang atau jasa (Novialita et al., 2018).

Sebuah bisnis harus mengatasi tantangan dan didukung oleh perencanaan yang matang agar dapat mengatasi berbagai macam kendala, seperti kendala operasional,

keuangan, dan pemasaran dengan barang-barang yang dihasilkannya. Isu persaingan antar pelaku usaha memaksa pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk dan jasanya serta efektifitasnya dalam menurunkan biaya produksi guna mempertahankan harga jual produk yang kompetitif. Menerapkan kesepakatan antara hubungan manajemen (agen) dengan pemilik perusahaan juga sejalan dengan *agency theory*. Hubungan keagenan adalah suatu kontrak antara sekurang-kurangnya satu orang (prinsipal) yang menghendaki individu lain (manajer) untuk melakukan jasa dengan cara mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen.

Usaha manufaktur mendapatkan penghasilan dari hasil penjualan barang yang diolah sendiri, artinya untuk menghasilkan barang yang siap dijual, maka usaha manufaktur terlebih dahulu harus mengolah bahan mentah melalui proses produksi. Akibatnya, untuk memaksimalkan keuntungan bisnis manufaktur harus memperhatikan biaya untuk dapat menetapkan harga produksi. Pengeluaran manufaktur ini mempengaruhi harga jual produk atau jasa, yang berdampak pada jumlah laba yang dihasilkan. Untuk memastikan harga jual yang adil, departemen pembelian harus mengevaluasi biaya bahan baku dan menetapkan harga standar sebagai harga patokan sebelum menentukan harga jual. Perusahaan akan dilindungi dari kerugian dengan perkiraan biaya produksi yang akurat. Harga yang ingin dibebankan oleh perusahaan juga bergantung pada laba yang ditargetkan, tentu saja setiap perusahaan ingin memperoleh keuntungan yang cukup besar dari operasi yang dilakukannya.

Adapun fenomena yang terjadi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022 tertera pada data di bawah ini:

**Tabel 1.1 Data Rata-Rata Biaya Produksi, Biaya Operasional, Biaya Promosi dan Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman 2018-2022**

Tahun	Biaya Produksi	Biaya Operasional	Biaya Promosi	Laba Bersih
2018	8.452.389.441.608	949.940.918.858	43.601.144.544	242.184.992.430
2019	8.439.286.437.780	912.715.282.644	95.117.020.673	398.973.833.346
2020	8.885.022.555.726	1.059.818.274.276	95.274.134.304	608.966.522.345
2021	12.148.651.863.953	1.963.377.640.195	93.159.486.661	972.695.922.230
2022	15.740.114.158.663	1.907.452.576.506	110.956.350.659	1.671.391.817.570

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan data rata-rata biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi dan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), setiap tahunnya menunjukkan terjadinya peningkatan pada biaya produksi, biaya operasional maupun biaya promosi namun peningkatan biaya tersebut dibarengi dengan peningkatan laba bersih setiap tahunnya, hal ini tentu saja tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa jika perusahaan dapat menekan atau meminimalkan biaya produksi dan biaya operasional, maka akan terjadi peningkatan terhadap laba bersih. Begitu pula dengan sebaliknya, jika biaya produksi dan biaya operasional membesar tentu akan berdampak penurunan terhadap laba bersih (Ayu, 2022).

Pada penelitian terdahulu mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih yang dilakukan oleh Meafrida et al., (2021) menyimpulkan bahwa biaya produksi dan biaya operasional berpengaruh signifikan secara simultan terhadap laba bersih. Namun penelitian yang dilakukan oleh Endang Susilawati (2019) menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Penelitian terdahulu oleh Maulid (2023) memberikan kesimpulan bahwa biaya operasional berpengaruh positif terhadap laba bersih berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya, (2022) yang menyimpulkan bahwa biaya operasional berpengaruh negatif terhadap laba bersih. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh M Tegar Muslim (2020) menunjukkan hasil bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih namun penelitian yang dilakukan oleh Radella, Saebani, Maulana, et al., (2021) menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yogi Ginanjar (2020) menyimpulkan bahwa volume penjualan dapat memoderasi hubungan pengaruh antara biaya promosi terhadap laba bersih.

Berdasarkan uraian di atas dan perbedaan hasil penelitian terdahulu maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Periode 2018-2022)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Sesuai pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yakni:

1. Apakah biaya produksi berpengaruh secara positif terhadap laba bersih?

2. Apakah biaya operasional berpengaruh secara positif terhadap laba bersih?
3. Apakah biaya promosi berpengaruh secara positif terhadap laba bersih?
4. Apakah biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi berpengaruh secara positif terhadap laba bersih?
5. Apakah volume penjualan memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih?
6. Apakah volume penjualan memoderasi pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih?
7. Apakah volume penjualan memoderasi pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih?

### 1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah dipakai agar dapat menghindari adanya penyimpangan ataupun pelebaran pokok masalah sehingga penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan supaya tujuan penelitian ini bisa tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi seputar biaya produksi, biaya operasional, biaya promosi dan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.
2. Informasi yang disajikan yaitu: Pengaruh biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022.
3. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi untuk diketahui pengaruhnya terhadap laba bersih.
4. Selain itu, penelitian ini menggunakan variabel moderasi yaitu volume penjualan untuk diketahui pengaruh moderasinya terhadap pengaruh variabel independen yang diteliti yaitu biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi terhadap variabel dependen yaitu laba bersih.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk melihat dan mengetahui sejauh mana biaya produksi berpengaruh secara positif terhadap laba bersih.
2. Untuk melihat dan mengetahui sejauh mana biaya operasional berpengaruh secara positif terhadap laba bersih.

3. Untuk melihat dan mengetahui sejauh mana biaya promosi berpengaruh secara positif terhadap laba bersih.
4. Untuk melihat dan mengetahui sejauh mana biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi berpengaruh secara positif terhadap laba bersih.
5. Untuk melihat dan mengetahui sejauh mana volume penjualan memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih.
6. Untuk melihat dan mengetahui sejauh mana volume penjualan memoderasi pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih
7. Untuk melihat dan mengetahui sejauh mana volume penjualan memoderasi pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Dari rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini mampu digunakan sebagai sumber literatur untuk penelitian berikutnya dan bisa meningkatkan wawasan mengenai peranan volume penjualan dalam memoderasi pengaruh biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan.

#### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini mampu dijadikan sebagai bahanmasukan bagi pihak perusahaan untuk memecahkan masalah yang sedangdihadapi perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara optimal.

### 1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dibuat untuk memudahkan dalam penyusunan skripsi ini maka perlu ditentukan sistematika penelitian yang baik. Sistematika penelitian adalah sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penelitian.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, perancangan dan

pembuatan sistem.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti mengemukakan metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan implementasi.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Memaparkan dari hasil-hasil tahapan penelitian, mulai dari analisis, desain, hasil testing dan implementasinya.

### **BAB V PENUTUP**

Berisi kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan.





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel moderasi pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 terdapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial biaya produksi tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Dengan hasil penelitian 1,391 dan tingkat signifikansi  $0,168 (>0,05)$ . Hal ini menunjukkan bahwa biaya produksi bukan merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi laba bersih suatu perusahaan.
2. Secara parsial biaya operasional memiliki pengaruh positif terhadap laba bersih. Dengan hasil penelitian 8,384 dan tingkat signifikansi  $<0,001 (<0,05)$ . Hal ini menunjukkan bahwa biaya operasional merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi laba bersih suatu perusahaan.
3. Secara parsial biaya promosi memiliki pengaruh positif terhadap laba bersih. Dengan hasil penelitian 3,443 dan tingkat signifikansi  $<0,001 (<0,05)$ . Hal ini menunjukkan bahwa biaya promosi merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi laba bersih suatu perusahaan.
4. Volume penjualan mampu memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan. Hal ini ditunjukan dari hasil analisis regresi moderasi dengan menggunakan pendekatan uji interaksi/MRA (*Moderated Regression Analysis*) menunjukan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari  $0,05 (<0,001 < 0,05)$ .
5. Volume penjualan mampu memoderasi pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan. Hal ini ditunjukan dari hasil analisis regresi moderasi dengan menggunakan pendekatan uji interaksi/MRA (*Moderated Regression Analysis*) menunjukan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari  $0,05 (<0,001 < 0,05)$ .
6. Volume penjualan mampu memoderasi pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan. Hal ini ditunjukan dari hasil analisis regresi moderasi dengan menggunakan pendekatan uji interaksi/MRA (*Moderated Regression Analysis*) menunjukan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari  $0,05 (<0,001 < 0,05)$ .

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memiliki beberapa saran diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan sebaiknya harus terus berupaya untuk meminimalkan biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi seefisien mungkin dengan tujuan meningkatkan pencapaian laba bersih dengan maksimal, karena laba merupakan hal pokok bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan ditengah persaingan seperti saat ini. Meskipun hasil penelitian menyatakan bahwa dengan bertambahnya biaya operasional dan biaya promosi akan berpengaruh pada meningkatnya laba, namun hal ini tidak akan tercapai jika dalam perusahaan tidak dilakukan pengendalian biaya yang baik dan tepat.
2. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya memasukan sampel perusahaan jenis sub sektor lain sehingga dapat diketahui pengaruh biaya produksi, biaya operasional dan biaya promosi terhadap laba bersih pada tiap-tiap sub sektor lainnya tidak hanya perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman. Dan disarankan juga untuk menambah variabel independen yang terkait yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada beberapa hal saja, sehingga dari adanya keterbatasan tersebut diharapkan bisa menjadi sebuah pertimbangan untuk peneliti selanjutnya supaya memperoleh hasil yang lebih optimal. Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut: Penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), penelitian ini hanya menggunakan lima tahun periode yaitu tahun 2018-2022 dan banyaknya angka *outlier* yang menyebabkan berkurangnya sampel penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achriani, N., Ruhyanto, A., & Yanti, R. A. E. (2021). Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Perusahaan Media Group Electronic and Celluler Malangbong. In *Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan* (Vol. 2, Issue 3).
- Amirwati, A. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Ammy, B. (2021a). *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating The Effect of Production Costs on Company Net Profit with Sales Volume as a Moderating Variable*. 2(2), 314–325.
- Ammy, B. (2021b). *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating The Effect of Production Costs on Company Net Profit with Sales Volume as a Moderating Variable* (Vol. 2, Issue 2).
- Andhika Pramudya. (2023, August 24). *Penjelasan Lengkap PSAK 46 Tentang Akuntansi Pajak Penghasilan*. Mekari Jurnal.
- Angga Pratama, AA. B., & Wiksuana, I. G. B. (2018). PENGARUH FIRM SIZE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5, 1289. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i05.p03>
- Anggadini, sri dewi. (2009). *akuntansi keuangan*. graha ilmu.
- Ardhianto. (2019). *pengantar akuntansi* ((p. xii-21). anakhebat indonesia.
- Ayu, F. (2022). *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi) Periode 2017-2021*. <https://www.researchgate.net/publication/366412781>
- Casmadi, Y., & Azis Irfan. (2019). Pengaruh Biaya Produksi & Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. *Jurnal Akuntansi*.
- Costs, S., Income, N., & Brebes, R. C. (2018). *Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan terhadap Laba Bersih pada Rocket Chicken Brebes*.
- Ekonomi, E., Universitas, B., Yulistiani, S. P., Manda, G. S., Ekonomi, F., Singaperbangsa, U., & Barat, J. (2020). ISSN : 2337-3067 *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LABA BERSIH PADA PENDAHULUAN* Perusahaan-perusahaan rokok yang telah go public merupakan salah satu perusahaan yang telah mampu beroperasi dalam jangka waktu yang relatif lama . Perusahaan rokok go public ya. 12, 1117–1126.
- Endang Susilawati (2019). (n.d.).
- Ginanjar, Y. (2020). Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Laba Bersih Dengan Biaya Promosi. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Sistem Informasi*, 1(1), 112–123.
- Gultom, F. 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.
- Harahap. (2018). *teori akuntansi edisi revisi*. PT. rajagrafindo persada.
- Harmanto. (2017). *akuntansi biaya*. penerbit andi, bekerjasama dengan bpfe-ugm.
- Hindi, N. M., & Yasa, I. N. P. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Farmasi Pada Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 14(03), 594–605.
- Islamiyah, N., Andini, R., & Oemar, A. (2018). Analisis Biaya Operasional dan Perputaran Persediaan Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016). In *Journal of Accounting*.
- Islamiyah, N., Andini, R., Oemar, A., Jurusan, M., Fakultas, A., Universitas, E., Semarang, P., Dosen, ), & Akuntansi, J. (2018). ANALISIS BIAYA OPERASIONAL DAN PERPUTARAN PERSEDIAAN TERHADAP LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

- Periode 2012-2016). In *Journal of Accounting*.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. In *Journal of Financial Economics* (Vol. 3). Q North-Holland Publishing Company.
- Jusuf, S. (2012). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Juwariyah, N., & Rosyati. (2021). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan (Studi Pada PT. Unilever Indonesia Tbk Periode Tahun 2015-2019. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 4(1), 55–64.
- Latifah, M. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Total Aktiva Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Garment dan Tekstil di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. *Business and Management Journal*, 1(1), 34–41. <https://doi.org/10.XXXXXX/XXXXXX>
- Makalalag, A., & Ilat, V. (2023). THE EFFECT OF PRODUCTION COSTS, MARKETING COSTS AND QUALITY COSTS ON NET PROFIT (STUDY OF FOOD AND BEVERAGE SUBSECTOR MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE IDX IN 2018-2020). *Waladow 71 Jurnal EMBA*, 11(3), 71–81.
- Mashuri. (2014). Sistem Keuangan Syariah Solusi Pengentasan Kemiskinan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 3(2), 839–849.
- Maulid, M. A. (2023a). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero). *Land Journal*, 4(2), 69–78. <https://doi.org/10.47491/landjournal.v4i1>
- Maulid, M. A. (2023b). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero). *Land Journal*, 4(2), 69–78. <https://doi.org/10.47491/landjournal.v4i1>
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, Affiifi., Munawarah, S. H., Misnaniarti, M., Isnurhadi, I., Komunitas, J. K., Rumbai, P., City, P., Komitmen, P., Kbpkp, P., Commitment, S., Kbpkp, F., Dewi, N. M. R., Hardy, I. P. D. K., Sugianto, M. A., 19, T., Ninla Elmawati Falabiba, Anton Kristijono, Sandra, C., Herawati, Y. T., ... Kesehatan, I. (2019). Standar Produk Perbankan Syariah Murabahah. *Ojk*, 7(1), 1–33.
- Meafrida, E., Pasaribu, W., Hasanuh, N., & Karawang, U. S. (2021a). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. *Business and Accounting*, 4.
- Meafrida, E., Pasaribu, W., Hasanuh, N., & Karawang, U. S. (2021b). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. *Business and Accounting*, 4.
- Mulyadi. (2013). *sistem akuntansi* (cetakan ke). Salemba Empat.
- Muniarty, P., & Yuliani, A. P. (2021). Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. *Pamator Journal*, 14(1), 22–26. <https://doi.org/10.21107/pamator.v14i1.10204>
- Muslim, M. T. (2020a). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2006-2013. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT)*, 1(2), 56–64.
- Muslim, M. T. (2020b). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih Pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Periode 2006-2013. *Jurnal Ilmu Manajemen Retail*, 1(2), 56–64.
- Namora, T. A., & Zulvia, D. (2023). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Tahun 2017-2021 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *JKA : Jurnal Kendali Akuntansi*, 1(2), 16–29.
- Novialita, W., Stan, S., Mandiri, I., Produsksi, B., & Bersih, L. (2018). *PENGARUH PENJUALAN DAN BIAYA PRODUKSI*. 1–28.
- Oktapia, N., & Manullang, R. R. (2017). Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada PT Mayora Indah Tbk di Bursa Efek Indonesia (Analysis of the Effect of Production Costs and Operational Costs on Net Profits at PT Mayora Indah Tbk on the Indonesia Stock Exchange). *J. Ilmiah Akuntansi Bisnis Dan Keuangan*, 11, 2.
- Pengaruh, P., Bersih, L., & Biaya, D. (2020). *JAKSI Jurnal Akuntansi Keuangan dan Sistem Informasi*. 1, 112–123.
- Philip, kotler dan. (2005). *prinsip-prinsip pemasaran* (jilid satu). erlangga.

- Prasetya, V., & Meilia Puspitasari, S. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Penjualan terhadap Laba Bersih (Studi pada Sub Sektor Food And Beverage di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). *Journal on Education*, 05(01), 555–563.
- Radella, L., Saebani, A., & Maulana, A. (2021). *Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih* (Vol. 2).
- Radella, L., Saebani, A., Maulana, A., & Korespondensi, P. (2021). *Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Kualitas dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Perubahan Laba Bersih* (Vol. 2).
- Ramadhan Rizki. (2023). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 10, 1–16.
- 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 Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 368–379.
- Rustami, P., Kirya, I. K., & Cipta, W. (2014). Pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan kopi bubuk banyuatis. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(1).
- Saepudin, M. S., & Nugraha, D. S. (2022). Biaya Produksi, Biaya Penjualan, Daya Beli dan Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2020. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 02(02), 278–285. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Sari, F. M., & Munandar, A. (2022). *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011-2020*. 1(2), 82–92.
- Sari, N., Rimawan, M., Bima, S., Monginsidi, J., Bima, K., Tenggara, N., & Indonesia, B. (2020). Efisiensi Biaya Operasional Terhadap Peningkatan Laba Bersih. In *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)* (Vol. 9, Issue 2).
- Saripah, E., & Harahap, M. N. (2021). Pengaruh Biaya Operasional dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2018. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 10(2).
- Sasongko, T., Iriani, N. I., & Ernawati, E. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2), 213–218.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Sugiyono. (2016). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF, KUANTITATIF, ACTION RESEARCH, RESEARCH AND DEVELOPMENT* (M. ASKARIA, Ed.; MEI 2016). YAYASAN PONDOK PESANTREN AL MAWADDAH WARRAHMAH.
- Susilawati, E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam Tbk yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017). *Manners*, II(1), 25–39.
- Syachfudiin, L. A., Airlangga, & Rosyidi, S. (2017). Pengaruh Faktor Makroekonomi, Dana Pihak Ketiga dan Pangsa Pembiayaan Terhadap Profitabilitas Industri Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2011-2015. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 4(12), 977–993.
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., & Mustikaningtiyas, F. (2021). GOOD CORPORATE GOVERNANCE AND CORPORATE SUSTAINABILITY PERFORMANCE IN INDONESIA: A TRIPLE BOTTOM LINE APPROACH. *Heliyon*, 7(3), e06453. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06453>
- Tjiptono. (2019). *strategi pemasaran: prinsip dan penerapan* (edisi 1). andi.
- Tsalatsa, A. (2018). *Pengaruh Sustainability Report terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan*. Universitas Islam Indonesia.
- Warmadewa, U. (2020). Pengaruh Biaya Produksi , Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015 -. 19, 35–42.
- Wijaya, R. S. (2022a). Pengaruh Perputaran Persediaan, Laba Produksi, dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di

- Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019). *JURNAL PUNDI*, 6(1).  
<https://doi.org/10.31575/jp.v6i1.414>
- Wijaya, R. S. (2022b). Pengaruh Perputaran Persediaan, Laba Produksi, dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019). *JURNAL PUNDI*, 6(1).  
<https://doi.org/10.31575/jp.v6i1.414>
- Y. Casmadi & Irfan Azis (2019).* (n.d.).





## ***CURRICULUM VITAE***

Nama	: Popi Sopiah
NIM	20190070003
Tempat, Tanggal Lahir	: Sukabumi, 22 Mei 1998
Alamat	: Jalan Pelabuhan II, KM. 7. Sukabumi, Jawa Barat
Email	: <a href="mailto:popi.sopiah_ak19@nusaputra.ac.id">popi.sopiah_ak19@nusaputra.ac.id</a>
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah
Tinggi/Berat Badan	: 156 cm/60 kg
Golongan Darah	: A
Pendidikan	<p>: 2005-2011 SD Negeri Nanggerang</p> <p>—UNIVERSITY—</p> <p>2011-2014 SMP Negeri 13 Kota Sukabumi</p> <p>2014-2017 SMK Negeri 2 Kota Sukabumi</p> <p>2019-2024 Universitas Nusa Putra Sukabumi</p>
Publikasi Karya Ilmiah	<p>: <i>The Influence of Motivation on the Interest of Accounting Student to Join the Tax Brevet Program (Case Study on Accounting Students at Nusa Putra University Class of 2019 and 2020)</i></p>

