



Pengaruh Biaya Produksi dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih di Padu Padan Tenun

Anastasya Debora Benyamin¹, Herly M. Oematan², Rikhard T. C. Bolang³

¹²³Universitas Nusa Cendana

Alamat: Jl. Adisucipto Penfui, Kupang, NTT, Indonesia
Korespondensi penulis: tasyabenyamin27@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine the effects of production costs and sales volume on net profit at Padu Padan Tenun in Kupang City, East Nusa Tenggara. The sample comprises monthly data on production costs, sales volume, and net profit for the period 2020–2023, totaling 48 observations. The data used are secondary data obtained from Padu Padan Tenun. The data analysis techniques employed are the classical assumption test and multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that, simultaneously, production costs and sales volume have a significant effect on net profit. Partially, production costs have a negative and significant effect on net profit, while sales volume has a positive and significant effect.*

Keywords: *Production Cos; Sales Volume; Net Income*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya produksi dan volume penjualan terhadap laba bersih di padu padan tenun di Kota Kupang-Nusa Tenggara Timur. Sampel penelitian ini adalah biaya produksi, volume penjualan dan laba bersih setiap bulannya periode 2020-2023 yang berjumlah 48 sampel. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari Padu Padan Tenun dan teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji signifikansi (uji t, uji f dan R²). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan biaya produksi dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara parsial biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih, sedangkan volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Biaya Produksi; Volume Penjualan; Laba Bersih

LATAR BELAKANG

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya pada skala lokal. Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor strategis yang mampu mengoptimalkan potensi daerah serta membuka peluang usaha yang luas bagi masyarakat. Menurut Syauqi (2016), ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang mengandalkan gagasan sebagai input dan output utamanya. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dapat menjadi modal utama untuk menghasilkan pendapatan yang signifikan. Sejalan dengan itu, Supriyanto & Hana

(2020) menegaskan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam pengembangan potensi lokal serta mendorong pertumbuhan usaha masyarakat.

Salah satu sektor yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hidayat et al. (2022) menyatakan bahwa UMKM berperan sebagai ujung tombak pembangunan ekonomi karena kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja, mendistribusikan hasil pembangunan, serta memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian nasional, termasuk dalam kondisi perekonomian yang terbatas. Kinerja UMKM sering kali diukur melalui laba yang dihasilkan, yang mencerminkan tingkat efisiensi dan keberhasilan operasional usaha tersebut. Laba perusahaan, yang diartikan sebagai selisih antara pendapatan dan biaya, sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu biaya produksi dan volume penjualan.

Biaya produksi merupakan seluruh pengeluaran yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi, dan efisiensi dalam pengelolaan biaya produksi dapat berpengaruh langsung terhadap peningkatan laba (Rusatami, 2014). Harga jual suatu produk, yang sangat dipengaruhi oleh besarnya biaya produksi, menjadi pertimbangan penting dalam kompetisi pasar. Apabila harga jual lebih rendah dari biaya produksi, maka perusahaan akan mengalami kerugian (Slamet & Sumarli, 2022). Di sisi lain, volume penjualan menggambarkan jumlah produk atau jasa yang berhasil dijual dalam periode tertentu. Menurut Kusuma (2015) dan Effendy (2019), semakin tinggi volume penjualan, maka potensi peningkatan laba perusahaan juga semakin besar.

Penelitian ini berfokus pada Padu Padan Tenun, sebuah UMKM yang bergerak di bidang fashion dengan memadukan kain tenun tradisional khas Nusa Tenggara Timur (NTT) dan desain modern. Perusahaan ini menghadapi dinamika pasar yang fluktuatif, baik dari sisi permintaan maupun biaya produksi.

Tabel 1. Data Penjualan Padu Padan Tenun

Bulan	Total jahitan terjual (unit)	Total kain terjual (unit)	Produk lainnya (unit)	Volume Penjualan (Unit)	Laba Bersih Perusahaan (Rp)
Mei	350	26	21	397	550.000.000
Juni	330	45	12	387	534.250.000
Juli	340	21	19	380	518.500.00

Agustus	320	32	16	368	502.750.00
September	300	20	17	337	487.000.000

Sumber : Padu Padan Tenun Mei 2024-September 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa persaingan industri yang semakin ketat, terutama dari kompetitor yang menawarkan harga lebih rendah, memengaruhi penurunan volume penjualan dan laba selama periode Mei hingga September 2024. Kondisi ini mendorong perlunya analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan, khususnya biaya produksi dan volume penjualan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh biaya produksi dan volume penjualan terhadap laba perusahaan, namun masih terbatas pada industri besar atau perusahaan manufaktur skala nasional. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengangkat konteks UMKM berbasis kearifan lokal yang beroperasi di sektor ekonomi kreatif, khususnya di industri fashion berbasis tenun tradisional. Pendekatan ini menjadi penting karena karakteristik UMKM, khususnya dalam industri kreatif lokal, memiliki tantangan dan peluang yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan besar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan volume penjualan terhadap laba bersih pada Padu Padan Tenun. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam memahami dinamika keuangan UMKM kreatif serta menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi efisiensi biaya dan peningkatan penjualan guna mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

KAJIAN TEORITIS

Laba Bersih

Menurut Hery (2018) laba bersih ialah laba sebelum pajak penghasilan yang dikurangi oleh pajak penghasilan. Namun menurut Sujerweni (2019) mengungkapkan bahwasannya laba bersih yakni angka terakhir pada perhitungan laba rugi, dimana guna menemukannya yakni laba operasi beserta pendapatan lain-lain dikurangi beban lain-lain. Kasmir (2016) mengungkapkan bahwasannya laba bersih yakni laba yang sudah

dikurangi semua anggaran yang perusahaan tanggung selama periode tertentu, mencakup pajak. Laba bersih adalah angka terakhir dalam perhitungan laba atau rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain (Supriyono, 2012).

Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2014) "biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk". Menurut Siregar & Siregar (2011) "biaya produksi adalah biaya untuk membuat bahan menjadi produk jadi". Menurut Ahman Eng (2004) "menjelaskan pengertian tentang biaya produksi adalah biaya yang selalu berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan yang ada di perusahaan manufaktur sesuai dengan subyek dan objek dalam suatu produksi di perusahaan sesuai dengan karakteristik dan macam-macam biaya pengeluaran perusahaan". Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat saya simpulkan bahawa biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengelolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Biaya produksi dapat dihitung dengan rumus : Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja + Biaya Overhead.

Volume Penjualan

Tujuan dari volume penjualan adalah untuk memperkirakan besarnya keuntungan yang diterima dengan menjual produk kepada konsumen serta biaya yang sudah dikeluarkan. Besarnya volume penjualan dapat dilihat dari banyaknya jumlah produk yang terjual. Menurut Daryanto (2011) mendefinisikan volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual". Volume Penjualan juga dapat diartikan sebagai jumlah unit produk atau jasa yang dapat dijual (Hartono Hendry et al., 2012). Rumus yang digunakan untuk menghitung volume penjualan : Kuantitas atau volume penjualan.

H₁: Biaya Produksi berpengaruh terhadap laba pada Padu Padan Tenun Kupang.

Menurut An-nisa et al. (2024), mengatakan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih sejalan dengan penelitian Pujihati et al. (2024) yang mengatakan Biaya produksi berpengaruh negatif yang signifikan terhadap laba perusahaan pada UMKM Semprong Amoundy Karawang. Dalam konteks ini, penurunan

biaya produksi akan berkontribusi pada peningkatan laba bersih, sesuai dengan pendapat Mulyadi (2018) yang mengungkapkan bahwasanya bilamana biaya produksi meningkat, alhasil laba bersih menurun, atau bilamana biaya produksi menurun alhasil laba bersih mengalami peningkatan.

H₂: Volume Penjualan berpengaruh terhadap laba pada Padu Padan Tenun Kupang.

Menurut An-nisa et al. (2024), mengatakan secara parsial volume penjualan membawa pengaruh positif signifikan pada laba bersih, sejalan dengan penelitian Pujihati et al. (2024) Volume Penjualan berpengaruh positif yang signifikan terhadap laba perusahaan pada UMKM Semprong Amoundy Karawang. Dampak positif ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan volume penjualan akan berkontribusi pada kenaikan laba bersih. Hal ini disebabkan oleh jumlah produk yang terjual semakin banyak, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan dan berdampak pada peningkatan laba bersih perusahaan.

H₃: Biaya Produksi dan Volume Penjualan signifikan terhadap Laba perusahaan pada Padu Padan Tenun Kupang.

Menurut Pujihati et al. (2024), biaya produksi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Laba perusahaan UMKM Semprong Amoundy di Kabupaten Karawang. Berdasarkan hasil analisis biaya variabel biaya produksi dan volume penjualan secara simultan memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap laba, sejalan dengan Nastiti (2019) yang mengatakan bahwa diketahui biaya produksi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh positif terhadap laba CV. Tunik Putri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari Padu Padan Tenun. Sampel dalam penelitian ini adalah penelitian ini adalah data bulanan biaya produksi, volume penjualan dan laba bersih perusahaan periode 2020-2023. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji signifikansi (uji t, uji f dan R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	<i>Unstandardized Residual</i>
N	48
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.065

Sumber : SPSS IMBV.30 diolah (2025)

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov dengan nilai signifikan sebesar 0.065. Dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan nilai signifikan $0.065 > 0.05$

Uji Multikolineritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolineritas

Model	Tolerance	VIF
Biaya Produksi	.942	1.062
Volume Penjualan	.942	1.062

Sumber : SPSS IMBV.30 diolah (2025)

Berdasarkan tabel uji multikolineritas diatas, diketahui bahwa semua variabel independent memiliki nilai tolerance > 0.10 yakni sebesar 0.942 dan memiliki nilai VIF < 10 yakni 1.062. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig
Biaya Produksi	.382
Volume Penjualan	.904

Sumber : SPSS IMBV.30 diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji Glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastitas. Hal ini dikarenakan nilai Sig > 0.05 yaitu X1 sebesar $0.382 > 0.05$ dan X2 sebesar $0.904 > 0.05$

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error
(Constant)	133077775.973	5520697.996
Biaya Produksi	-.192	.024
Volume Penjualan	.048	.010

Sumber : SPSS IMBV.30 diolah (2025)

Dari tabel diatas, dihasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 133077775.973 - 0.192 X_1 + 0.048 X_2$$

- a) Berdasarkan regresi yang diperoleh, nilai konstanta (a) sebesar 133077775.973 yang artinya jika nilai variabel biaya produksi (X_1) dan volume penjualan (X_2) bernilai 0, maka nilai laba bersih (Y) adalah sebesar 133077775.973 poin.
- b) Variabel biaya produksi (X_1) mempunyai nilai koefisien (B) sebesar (-) 0.192 artinya, apabila biaya produksi mengalami kenaikan 1 poin, sementara volume penjualan (X_2) tetap maka laba bersih (Y) menurun sebesar (-) 0.192 poin.
- c) Variabel volume penjualan (X_2) mempunyai nilai koefisien (B) sebesar 0.048 artinya, apabila volume penjualan mengalami kenaikan 1 poin, sementara biaya produksi (X_1) tetap maka laba bersih (Y) meningkat 0,048 poin.

Hasil Uji T (parsial)

Tabel 6. Hasil Uji T (parsial)

Model	Coefficient.	Std.Error	t	Sig
Constant	133077775.973	5520697.996	24.105	<,001
Biaya Produksi	-.192	.024	-8.137	<,001
Volume Penjualan	.048	.010	4.661	<,001

Sumber : SPSS IMBV.30 diolah (2025)

- a) Biaya Produksi
t-hitung (-) 8,137 > t-tabel 2,012 dan signifikansi (<0,001) < alpha ($\alpha = 0,05$), H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti variabel biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih Padu Padan Tenun.
- b) Volume Penjualan
t-hitung 4.661 > t-tabel 2,012 dan signifikansi (<0,001) < alpha ($\alpha = 0,05$), H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti variabel volume penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih Padu Padan Tenun.

Hasil Uji F (simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (simultan)

Model	F-hitung	F-tabel	Sig
Regression	36.972	3.204	<,001 ^b

Sumber : SPSS IMBV.30 diolah (2025)

Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R square	Adjusted R Square
1	.622	.605

Sumber : SPSS IMBV.30 diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, pada kolom Ajusted R Square menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar 0,605. Jika di presentasekan akan menjadi 60,5%, sehingga hal ini menunjukkan biaya produksi dan volume penjualan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap laba bersih sebesar 60,5%, sedangkan sisanya sebesar 39,5% (100% - 60,5%) dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, secara parsial ditemukan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan sedangkan volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan biaya produksi dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Berdasarkan kesimpulan penelitian ini, disarankan untuk fokus pada pengendalian biaya produksi secara efisien tanpa mengurangi kualitas produk, seperti dengan mengoptimalkan sumber bahan baku, meminimalkan pemborosan, dan meningkatkan efisiensi proses kerja. Di sisi lain, upaya peningkatan volume penjualan juga perlu dengan memperhatikan faktor-faktor lain yang bisa dikembangkan. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan faktor-faktor lain yang mana ikut mempengaruhi laba bersih sebagai variabel lain untuk diteliti lebih lanjut seperti biaya operasional, biaya produksi, harga jual dan beban pajak.

DAFTAR REFERENSI

- Ahman Eng. (2004). *Ekonomi*. Grafindo Media Pratama.
- An-nisa Issulistaningtyas Okta, Utami Wikan Budi, & Kusuma Indra Lila. (2024). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2020-2022. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 179–188.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan . *Jurnal Ilmiah Feasible : Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi* , 1, 79–95.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan” Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review* , 3, 882–897.
- Hery. (2018). *Akuntansi Keuangan Menengah 1*. Bumi Aksara.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3, 6707–6714.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo .
- Kusuma, T. W. (2015). Penerapan Strageti Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hikmah Cipta Perkasa Jakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2, 111–126.
- Mulyadi. (2014). *Akuntansi Biaya : Edisi 5*. UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. (2018). *Akuntansi Biaya*. STIE Yayasan Keluarga Pahlawan .
- Nastiti, G. A. L. (2019). *Pengaruh Biaya Produksi, Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Study Pada CV. Tunik Putri, Surabaya)*. Universitas Bayangkara Surabaya.
- Pujihati, Sihabudin, & Fauji Robby. (2024). Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Umkm Semprong Amoundy Karawang. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7, 4019–4029.

- Rusatami, P. (2014). Pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan kopi bubuk Bayuatis. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, 2.
- Siregar, B., & Siregar, B. (2011). *Akuntansi Pemerintahan dengan Sistem Informasi Akuntansi Dana*. Sekolah Tinggi Ekonomi YKPN.
- Slamet, & Sumarli. (2022). Pengaruh Biaya Produksi Dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Insudstri Kecil Ganteng Pres. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Dinamika*, 11, 085–4292.
- Sujerweni, V. (2019). *Analisis Laporan Keuangan: Teori, Aplikasi & Hasil Penelitian* . Pustaka Baru Press.
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8640>
- Supriyono, W. (2012). *Akuntansi Biaya*.
- Syauqi, A. T. (2016). Startup sebagai Digitalisasi Ekonomi dan Dampaknya bagi Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Department of Electrical Engineering and Information Technology*.