

Cost Efficiency and Sales Effectiveness as Determinants of Profitability in Indonesian FMCG Companies

(Efisiensi Biaya dan Efektivitas Penjualan sebagai Determinan Profitabilitas pada Perusahaan FMCG di Indonesia)

Rizka Afifah Azhar Salsabila, Isyrohil Muyassaroh, Mahfudhotin

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

rizkaafifah812@gmail.com, isyrohil@uinkediri.ac.id, mahfudhotin@uinkediri.ac.id

Abstract: This study examines the effect of cost efficiency and sales effectiveness on firm profitability in the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) sector in Indonesia, a topic that remains inconclusive in prior empirical studies. Using a quantitative approach with an associative research design, this study analyzes secondary data derived from the annual financial statements of 41 FMCG companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021–2024 period. Multiple linear regression analysis was employed using SPSS 27.0, supported by classical assumptions and hypothesis testing. The results indicate that operating expenses have a positive and significant effect on net profit, suggesting that efficient cost allocation contributes to improved profitability. Sales also exhibit a positive and significant effect on net profit, confirming the critical role of revenue generation in enhancing firm performance. Simultaneously, operating expenses and sales significantly influence net profit. The coefficient of determination shows that these variables explain a substantial proportion of profitability variation, while the remainder is influenced by other factors not examined in this study. These findings contribute to the empirical literature on financial performance in the FMCG sector and provide practical insights for managerial decision-making related to cost management and sales optimization.

Abstrak: Penelitian ini menganalisis pengaruh efisiensi biaya dan efektivitas penjualan terhadap profitabilitas perusahaan pada sektor *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) di Indonesia, yang dalam penelitian sebelumnya masih menunjukkan hasil yang belum konsisten. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif dan memanfaatkan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan 41 perusahaan FMCG yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 27.0, disertai pengujian asumsi klasik dan hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, yang menunjukkan bahwa pengelolaan biaya yang efisien dapat meningkatkan profitabilitas. Penjualan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba

bersih, yang menegaskan perannya dalam mendorong kinerja perusahaan. Secara simultan, biaya operasional dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi profitabilitas, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini memperkaya kajian empiris mengenai kinerja keuangan sektor FMCG serta memberikan implikasi praktis bagi manajemen dalam pengendalian biaya dan peningkatan penjualan.

Keywords: cost efficiency, profitability, financial performance, FMCG sector

A. Pendahuluan

Salah satu sektor industri yang secara konsisten menunjukkan resiliensi terhadap dinamika ekonomi adalah sektor makanan dan minuman (*food and beverages*). Di Indonesia, sektor ini tergolong dalam kategori *fast moving consumer goods* (FMCG), yaitu barang yang cepat terjual dan dikonsumsi secara rutin oleh.¹ Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), kontribusi sektor industri makanan dan minuman terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas mencapai 38,38% pada tahun 2022, menjadikannya sebagai penyumbang terbesar dibandingkan sektor industri lainnya. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya daya beli masyarakat serta perilaku konsumtif, terutama di kalangan generasi muda yang lebih sering terpengaruh oleh tren gaya hidup dan kemudahan akses melalui teknologi.²

Dalam industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), laba merupakan indikator utama kinerja keuangan yang mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aktivitas operasional dan strategi pemasarannya. Secara teoritis, laba didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan penjualan dan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Karakteristik industri FMCG yang ditandai dengan volume penjualan tinggi, margin relatif rendah, serta tingkat persaingan yang ketat menuntut perusahaan untuk menjaga

¹ Purnomo Fatimah dan S. Nurhalimah, "Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis* 9, no. 2 (2021).

² Gustika Nurmalia, Mutiasari Nur Wulan, dan Zathu Restie Utamie, "Gaya Hidup Berbasis Digital dan Perilaku Konsumtif pada Gen Z di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee," *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2024): 22–32, <https://doi.org/10.34001/jrei.v3i01.846>

keseimbangan antara peningkatan penjualan dan efisiensi biaya agar laba dapat dicapai secara optimal dan berkelanjutan. Biaya operasional merupakan komponen penting yang secara langsung memengaruhi besar kecilnya laba perusahaan. Biaya yang tidak dikelola secara efisien berpotensi menekan laba meskipun perusahaan mengalami pertumbuhan. Dalam perusahaan FMCG, biaya distribusi dan pemasaran sering menjadi komponen dominan akibat luasnya jaringan pasar dan tingginya intensitas persaingan. Oleh karena itu, efektivitas pengendalian biaya menjadi faktor kunci dalam menjaga profitabilitas perusahaan. Perusahaan mengalami tantangan dalam mengelola biaya produksi, pemasaran, dan distribusi. Kenaikan biaya produksi akibat fluktuasi harga bahan baku, serta persaingan yang semakin ketat dalam hal harga jual, memaksa perusahaan untuk mencari cara-cara efisiensi dalam menjalankan operasionalnya.³

Penjualan memiliki peran strategis dalam pembentukan laba karena merupakan sumber utama pendapatan perusahaan. Menurut teori *Volume–Cost–Profit* (VCP), peningkatan volume penjualan akan meningkatkan laba selama pendapatan yang dihasilkan mampu menutup biaya variabel dan biaya tetap. Dalam konteks FMCG, peningkatan penjualan sering dicapai melalui perluasan distribusi, promosi intensif, dan inovasi produk. Namun, strategi tersebut umumnya diikuti oleh peningkatan biaya produksi, distribusi, dan pemasaran, sehingga hubungan antara penjualan dan laba tidak bersifat linier.

Teori sinyal menjelaskan motivasi perusahaan dalam menyajikan informasi kepada pasar modal sebagai upaya untuk mengurangi ketimpangan informasi antara manajemen dan pihak-pihak yang berkepentingan. Wolk menyatakan bahwa dalam praktik pelaporan, manajemen memiliki akses informasi yang lebih lengkap dibandingkan investor dan pemangku kepentingan lainnya, sehingga menimbulkan kondisi asimetri. Kondisi tersebut sejalan dengan pandangan Hendriksen yang mendefinisikan asimetri informasi sebagai situasi di mana salah satu pihak dalam suatu transaksi atau hubungan ekonomi memiliki informasi yang lebih memadai dibandingkan pihak lainnya. Untuk meminimalkan asimetri informasi tersebut, perusahaan dapat menyampaikan sinyal kepada pasar melalui pengungkapan berbagai informasi relevan, seperti kinerja

³ Nur Avita Mahdhiyatul Aeni dan Nur Fadjrih Asyik, “Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan,” *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 8, no. 7 (2019): 1–17.

produksi, laba perusahaan, faktor lingkungan, tingkat penjualan, serta preferensi pelanggan, yang diharapkan mampu membantu investor dalam menilai prospek dan kinerja perusahaan secara lebih akurat.

Secara empiris, penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dkk. menyatakan bahwa biaya operasional tidak memiliki pengaruh terhadap laba bersih.⁴ Berbeda dengan temuan tersebut, penelitian Asmiati dan Ahmad Farhani menemukan bahwa biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih.⁵ Selanjutnya, penelitian oleh Hidayanti dkk. menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih.⁶ Namun, hasil yang berbeda dikemukakan oleh yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap laba bersih.

Menurut Teori Cost–Volume–Profit (CVP), biaya operasional merupakan komponen biaya yang secara langsung memengaruhi laba bersih karena berfungsi sebagai pengurang pendapatan. Efisiensi biaya operasional akan meningkatkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Peningkatan penjualan akan meningkatkan laba bersih setelah perusahaan melewati titik impas. Penjualan merupakan sumber utama pendapatan yang menentukan besarnya laba perusahaan. Laba bersih ditentukan oleh interaksi antara pendapatan penjualan dan biaya operasional. Kombinasi peningkatan penjualan dan efisiensi biaya operasional akan menghasilkan laba bersih yang optimal.

Dalam Teori Sinyal, informasi biaya operasional dalam laporan keuangan menjadi sinyal bagi pihak eksternal mengenai efisiensi pengelolaan perusahaan. Biaya operasional yang terkendali mencerminkan kinerja manajemen yang baik dan berimplikasi pada peningkatan laba bersih. Tingkat penjualan mencerminkan kinerja operasional perusahaan. Peningkatan penjualan memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih.

⁴ Fera Rahmawati, Yuliana Kurmiati Eka Sari, dan Dede Sopian, “Pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (Studi Kasus pada Perum Jasa Tirta II Jatiluhur Purwakarta Periode 2012–2019),” *Jurnal Bisnis* 9, no. 1 (2021): 75–86.

⁵ Asmiati dan Ahmad Farhani, “Pengaruh Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di BEI Tahun 2018–2021,” *JAPB* 7, no. 1 (2024): 458–470.

⁶ Fipin Hidayanti, M. Yahdi, dan Ratna Wiayanti DP, “Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012–2016),” *Jurnal Riset Akuntansi* 1, no. 3 (2019): 88–99.

Penjualan yang meningkat disertai pengendalian biaya operasional memberikan sinyal positif mengenai efektivitas dan efisiensi kinerja perusahaan, yang tercermin pada laba bersih.

Berdasarkan uraian teoritis tersebut, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Biaya operasional memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih.

H2: Penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih.

H3: Biaya operasional dan penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Pengembangan Hipotesis

Biaya operasional merupakan biaya yang timbul dari aktivitas utama perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dalam konsep Cost–Volume–Profit (CVP), biaya operasional berperan sebagai faktor pengurang pendapatan yang secara langsung memengaruhi besarnya laba bersih. Peningkatan biaya operasional tanpa diimbangi dengan peningkatan pendapatan akan menurunkan laba bersih, sedangkan efisiensi biaya operasional dapat meningkatkan laba bersih perusahaan. Oleh karena itu, pengelolaan biaya operasional yang efektif menjadi faktor penting dalam pencapaian laba.⁷

Dalam perspektif manajemen bisnis syariah, biaya operasional harus dikelola berdasarkan prinsip ihsan, yaitu melakukan pengelolaan secara baik, profesional, dan efisien. Prinsip ihsan menuntut perusahaan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya tanpa pemborosan. Selain itu, Islam melarang praktik israf (pengeluaran berlebihan) karena dapat merugikan perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan.⁸ Biaya operasional yang tidak efisien mencerminkan pengelolaan yang bertentangan dengan prinsip syariah dan berpotensi menurunkan laba bersih. Sebaliknya, pengendalian biaya operasional yang sesuai dengan prinsip ihsan dan menjauhi israf akan meningkatkan efisiensi operasional

⁷ Gregory G. Dess, Gerry McNamara, Alan B. Eisner, dan Seung-Hyun Lee, *Strategic Management* (New York: McGraw-Hill Education, 2021).

⁸ Muslimin Z, Muhammad Zabir Zainuddin, dan Muhammad Kepin Saputra, “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha UMKM Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kecamatan Konda),” *Sultra Journal of Economic and Business* 3, no. 2 (2022): 133–146.

dan berdampak positif terhadap laba bersih perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Biaya operasional memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Penjualan merupakan sumber utama pendapatan perusahaan yang menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Berdasarkan Teori Cost–Volume–Profit (CVP), peningkatan penjualan setelah perusahaan mencapai titik impas akan memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan laba bersih. Semakin tinggi tingkat penjualan, semakin besar pendapatan yang diperoleh untuk menutup biaya dan menghasilkan keuntungan. Dengan demikian, penjualan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi laba bersih perusahaan.

Penjualan dalam perspektif syariah harus dilaksanakan secara adil, jujur, dan transparan, sehingga tidak merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Prinsip keadilan dalam transaksi menuntut adanya keseimbangan antara nilai yang diberikan dan nilai yang diterima, serta larangan praktik penipuan, gharar, dan manipulasi.⁹ Penjualan yang dilakukan secara sehat dan sesuai prinsip syariah akan meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas permintaan pasar, dan mendukung keberlanjutan pendapatan perusahaan. Dengan demikian, penjualan yang dijalankan berdasarkan prinsip keadilan dalam transaksi berkontribusi terhadap peningkatan laba bersih perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dirumuskan hipotesis:

H2: Penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Laba bersih perusahaan tidak hanya ditentukan oleh besarnya penjualan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya operasional. Dalam Teori Cost–Volume–Profit (CVP), laba merupakan hasil interaksi antara pendapatan dan biaya. Peningkatan penjualan yang disertai dengan efisiensi biaya operasional akan menghasilkan laba bersih yang optimal. Oleh karena itu, biaya operasional dan penjualan secara simultan menjadi faktor penting dalam menentukan laba bersih perusahaan.¹⁰

⁹ Syafii Jafri, *Fiqh Muamalah* (Pekanbaru: Suska Press, 2008)

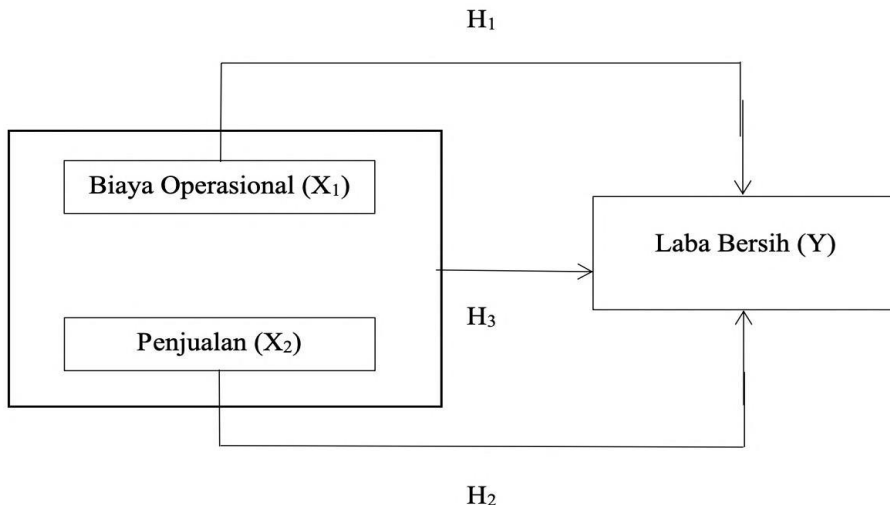
¹⁰ Sofyan Syafri Harahap, *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016).

Dalam kerangka manajemen syariah, laba bersih yang diperoleh perusahaan merupakan hasil dari keseimbangan antara efisiensi biaya dan aktivitas penjualan yang adil. Pengelolaan biaya operasional berdasarkan prinsip ihsan dan penghindaran israf, yang disertai dengan aktivitas penjualan yang sehat dan berkeadilan, akan menciptakan kinerja keuangan yang berkelanjutan.¹¹ Kombinasi tersebut mencerminkan tanggung jawab manajerial yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dan mendukung pencapaian laba yang halal dan optimal. Oleh karena itu, biaya operasional dan penjualan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Biaya operasional dan penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh parsial dan simultan biaya operasional dan penjualan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2021-2024, serta mengukur kontribusi relatif pada masing masing anggota variabel.

B. KerangkaTeoritis



Gambar 1.Kerangka Pikir

¹¹ Robert C. Higgins, *Analysis for Financial Management* (Jakarta: Erlangga, 2016).

C. Metode Riset

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* untuk menguji hipotesis serta menganalisis hubungan antarvariabel secara objektif dan berbasis statistik. Populasi penelitian terdiri atas data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan beberapa kriteria tertentu, yaitu perusahaan yang secara konsisten menerbitkan laporan keuangan selama periode pengamatan, tidak mengalami *delisting* sepanjang tahun penelitian, serta menyajikan laporan keuangan dalam mata

uang rupiah. Selain itu, perusahaan yang dipilih merupakan entitas yang mencatatkan nilai profitabilitas positif selama periode penelitian, menjalankan proses produksi dengan menggunakan bahan halal, dan memiliki nilai masing-masing variabel penelitian lebih dari satu miliar rupiah. Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan ketersediaan data yang memadai, konsistensi pengukuran variabel, serta kesesuaian dengan tujuan dan konteks penelitian.

Tabel 1. Jumlah dan Kriteria Sampel Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2024

Pernyataan	Jumlah
Populasi perusahaan makanan dan minuman pada BEI tahun 2021-2024	71
Perusahaan yang tidak memiliki laporan keuangan tahunan	1
Perusahaan yang disuspensi oleh BEI	1
Perusahaan yang laporan keuangan tahunan tidak menggunakan rupiah	2
Perusahaan yang mendapat kerugian pada laba bersih	21
Perusahaan yang tidak mencapai satu miliar pada setiap variabelnya	3
Perusahaan yang memproduksi produk non-halal	2
Total perusahaan yang memenuhi kriteria <i>purposive sampling</i> dari total populasi	41

Definisi Operasional

Pedoman untuk mengukur suatu variabel disediakan atau dapat disebut dengan definisi operasional. Rumus dalam menghitung biaya operasional, penjualan, dan laba bersih.

Rumus Biaya Operasional (*Operating Expense*):

Biaya Operasional = Biaya Penjualan + Biaya Administrasi + Biaya Umum

Rumus Penjualan Bersih (*Net Sales*)

Penjualan Bersih=Penjualan Kotor–(Retur Penjualan+Potongan Penjualan)

Rumus Rasio Laba Bersih (*Net Profit Margin*):

NPM = Laba Bersih/Pendapatan x 100%

D. Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
log_biayaoperasional	164	1.07	3.77	2.6194	.61046
log_penjualan1	164	1.87	5.06	3.6120	.60587
log_lababersih	164	1.03	4.06	2.6127	.61884
Valid N (listwise)	164				

Variabel di-transformasi dalam bentuk logaritma natural untuk menstabilkan varian dan menginterpretasikan koefisien sebagai elastisitas. Biaya operasional perusahaan cenderung bervariasi namun masih dalam rentang yang cukup terkonsentrasi di sekitar rata-ratanya. Variabel penjualan memiliki nilai minimum sebesar 1,03 dan maksimum sebesar 4,06. Rata-rata dari variabel ini adalah 2,6127 dengan standar deviasi sebesar 0,60587. Ini mengindikasikan bahwa nilai log penjualan juga memiliki penyebaran yang moderat, dengan mayoritas nilai tidak terlalu jauh dari rata-ratanya. variabel laba bersih nilai minimumnya adalah 0,43 dan nilai maksimumnya adalah 4,06. Rata-rata dari variabel ini adalah 2,6011 dengan standar deviasi sebesar 0,61884. Dibandingkan dua variabel sebelumnya, variabel ini memiliki penyebaran data yang sedikit lebih tinggi, yang menunjukkan adanya keragaman laba bersih antar perusahaan dalam sampel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		log_biayaope rasional	log_penjuala n1	log_lababersi h
N		164	164	164
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.6188	3.6120	2.6127
	Std. Deviation	.61207	.60587	.61884
Most Extreme Differences	Absolute	.068	.052	.063
	Positive	.055	.050	.063
	Negative	-.068	-.052	-.055
Test Statistic		.068	.052	.063
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.062	.200 ^e	.200 ^e
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.066	.344	.114
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.059	.331
		Upper Bound	.072	.356

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 112562564.
e. This is a lower bound of the true significance.

Variabel di-transformasi dalam bentuk logaritma natural untuk menstabilkan varian dan menginterpretasikan koefisien sebagai elastisitas. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai signifikansi masing-masing variabel (*Asymp. Sig. 2-tailed*), yaitu variabel biaya operasional $0,062 > 0,05$, variabel penjualan $0,200 > 0,05$, dan variabel laba bersih $0,200 > 0,05$. Seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data pada ketiga variabel tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

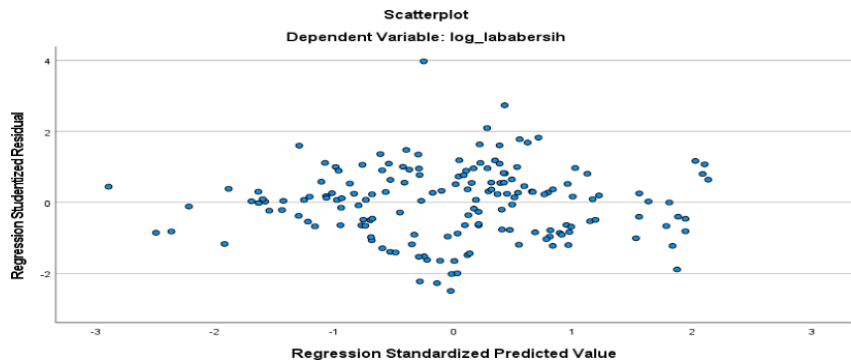
Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.401	.159		-2.521	.013		
	log_biayaoperasional	.215	.074	.212	2.910	.004	.331	3.025
	log_penjualan1	.678	.075	.664	9.105	<.001	.331	3.025

a. Dependent Variable: log_lababersih

Variabel di-transformasi dalam bentuk logaritma natural untuk menstabilkan varian dan menginterpretasikan koefisien sebagai elastisitas. Berdasarkan hasil analisis SPSS, seluruh variabel independen memiliki nilai VIF di bawah 10, yaitu 3.025 dan nilai Tolerance di atas 0,10, yaitu 0.331. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas



Variabel di-transformasi dalam bentuk logaritma natural untuk menstabilkan varian dan menginterpretasikan koefisien sebagai elastisitas. Berdasarkan hasil *scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas maupun di bawah garis nol, dan tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Penelitian ini menguji autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. Uji Autokorelasi Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.976 ^a	.952	.950	.47447	1.854

a. Predictors: (Constant), log_penjualan1, log_biayaoperasional

b. Dependent Variable: log_lababersih

Variabel di-transformasi dalam bentuk logaritma natural untuk menstabilkan varian dan menginterpretasikan koefisien sebagai elastisitas. Berdasarkan perhitungan dengan hasil $dU < d < 4 - dU = 1,7200 < 1,854 < 2,2307$, maka dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan kriteria Durbin-Watson, yaitu tidak terdapat autokorelasi pada data tersebut. Sehingga model regresi dalam penelitian ini layak untuk di uji pada analisis selanjutnya.

5. Analisis Korelasi Pearson

Korelasi pearson product moment ini digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara korelasi kedua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol).

Correlations				
		log_biayaope rasional	log_penjuala n1	log_lababersi h
log_biayaoperasional	Pearson Correlation	1	.818**	.756**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001
	N	164	164	164
log_penjualan1	Pearson Correlation	.818**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001
	N	164	164	164
log_lababersih	Pearson Correlation	.756**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	
	N	164	164	164

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel di-transformasi dalam bentuk logaritma natural untuk menstabilkan varian dan menginterpretasikan koefisien sebagai elastisitas. Berdasarkan tabel tersebut didapatkan hasil bahwa biaya operasional memiliki korelasi yang sangat kuat dengan penjualan, yaitu 0.818. Variabel biaya operasional memiliki korelasi yang kuat dengan laba bersih, yaitu 0.756. Sedangkan penjualan dan laba bersih memiliki korelasi yang sangat kuat, 0.838. Hasil tersebut berdasarkan tabel interpretasi koefisien pearson.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.399	.159		-2.506	.013
	log_biayaoperasional	.214	.074	.212	2.899	.004
	log_penjualan1	.678	.075	.664	9.089	<.001

a. Dependent Variable: log_lababersih

$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 +$

Menjadi

$Y = -0,399 + 0,214 + 0,678 + e$

- Konstanta (a) = -0,399 artinya apabila biaya operasional dan penjualan adalah nol (0) atau tetap, maka nilai laba bersih sebesar -0,399.
- $\beta_1 (X_1) = 0,214$ artinya, apabila biaya operasional meningkat satu (1) satuan, maka laba bersih akan mengalami peningkatan sebesar 0,214.
- $\beta_2 (X_2) = 0,678$ artinya, apabila penjualan meningkat satu (1) satuan, maka laba bersih juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,678.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.399	.159		.013
	log_biayaoperasional	.214	.074	.212	.004
	log_penjualan1	.678	.075	.664	<.001

a. Dependent Variable: log_lababersih

- a. Pengujian Hipotesis (H01 dan Ha1). Nilai sig. sebesar $0,004 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,899 > 1,975$ daripada t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H01 ditolak Ha1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan X1 terhadap Y.
- b. Pengujian Hipotesis (H02 dan Ha2). Nilai sig. sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,089 > 1,975$ daripada t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa H02 ditolak Ha2 diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan X2 terhadap Y.

Uji Simultan (Uji f)

Tabel 8. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.737	2	22.368	203.631	<.001 ^b
	Residual	17.686	161	.110		
	Total	62.423	163			

a. Dependent Variable: log_lababersih

b. Predictors: (Constant), log_penjualan1, log_biayaoperasional

Pengujian hipotesis (H03 dan Ha3) berdasarkan output SPSS tersebut diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama (simultan) terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F-hitung $203,631 > 2,66$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H03 diterima dan Ha3 ditolak yang berarti X1 dan X2 terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Y.

Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.976 ^a	.952	.950	.47447	1.854

a. Predictors: (Constant), log_penjualan1, log_biayaoperasional

b. Dependent Variable: log_lababersih

Berdasarkan tabel diatas nilai R Square sebesar 0,950. Hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 95% sementara sisanya 5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021–2024

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $2,899 > t\text{-tabel } 1,975$, sehingga H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa perubahan biaya operasional memiliki kontribusi nyata dalam memengaruhi laba bersih perusahaan FMCG.

Secara empiris, hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Rahmawati dkk. yang menyatakan bahwa biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih.¹² Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Asmiati dan Ahmad Farhani yang menyimpulkan bahwa biaya operasional tidak berpengaruh terhadap laba bersih.¹³ Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh karakteristik sektor FMCG yang memiliki tingkat aktivitas operasional tinggi, siklus produksi cepat, serta persaingan ketat, sehingga efisiensi biaya operasional menjadi faktor kunci dalam menjaga profitabilitas.

Berdasarkan Teori Cost–Volume–Profit (CVP), biaya operasional merupakan komponen biaya yang secara langsung mengurangi pendapatan. Pada perusahaan FMCG, pengendalian biaya distribusi, pemasaran, dan

¹² Rahmawati, dkk, “Pengaruh Biaya Operasional...”, 75–86.

¹³ Asmiati dan Ahmad Farhani, “Pengaruh Penjualan...”, 458–470.

administrasi sangat menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Efisiensi biaya operasional memungkinkan perusahaan mempertahankan margin laba meskipun menghadapi tekanan harga dan persaingan pasar.

Dalam Teori Sinyal, informasi biaya operasional yang terkendali memberikan sinyal positif kepada investor mengenai efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Biaya operasional yang efisien mencerminkan kinerja manajerial yang baik dan meningkatkan kepercayaan terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara berkelanjutan.

Dari perspektif manajemen bisnis syariah, pengelolaan biaya operasional harus didasarkan pada prinsip ihsan, yaitu pengelolaan yang baik, profesional, dan efisien, serta menjauhi praktik israf (pemborosan). Penerapan prinsip ini tidak hanya menciptakan efisiensi ekonomi, tetapi juga mendukung pencapaian laba bersih yang halal dan berkelanjutan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Natanagara & Mira Teram Terawati bahwa biaya operasional berpengaruh negatif secara signifikan terhadap laba bersih.¹⁴ Pengaruh negatif dalam penelitian tersebut berarti jika biaya operasional naik maka laba bersih akan mengalami penurunan, begitu pula sebaliknya. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari Ulya Rahmi bahwa baik secara parsial biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Penelitian ini juga menggunakan metode regresi linear berganda dengan pendekatan kuantitatif.¹⁵

Pengaruh Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021–2024

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t-hitung sebesar $9,089 > t\text{-tabel } 1,975$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini menunjukkan

¹⁴ Dian Natanagara dan Mira Teram Terawati, “Pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman (Studi Kasus Bursa Efek Indonesia),” *Prosiding FRIMA* 6 (2023): 65–72.

¹⁵ Ulya Rahmi, “Pengaruh Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di ISSI Periode 2018–2021” (skripsi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Padangsidimpuan, 2022).

bahwa peningkatan penjualan memiliki kontribusi yang kuat dalam meningkatkan laba bersih perusahaan FMCG.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nurmalia dkk. yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap laba bersih,¹⁶ namun berbeda dengan hasil penelitian Hidayanti dkk. yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh strategi penetapan harga, efisiensi biaya, serta skala operasi yang berbeda antarperusahaan.¹⁷

Menurut Teori Cost–Volume–Profit (CVP), penjualan merupakan sumber utama pendapatan perusahaan. Setelah perusahaan melewati titik impas, peningkatan penjualan akan secara langsung meningkatkan laba bersih. Dalam sektor FMCG yang memiliki volume penjualan tinggi dan permintaan relatif stabil, peningkatan penjualan menjadi faktor utama dalam pencapaian laba.

Dalam Teori Sinyal, peningkatan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar dan mempertahankan daya saing produk. Informasi penjualan yang meningkat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja operasional dan prospek keuntungan perusahaan di masa depan.

Dalam perspektif syariah, penjualan harus dilakukan secara adil, jujur, dan transparan, tanpa unsur penipuan, gharar, maupun manipulasi harga. Penjualan yang sehat dan berkeadilan akan meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas pasar, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan laba bersih perusahaan.

Pengaruh Biaya Operasional dan Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2021–2024

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa biaya operasional dan penjualan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F-hitung sebesar $203,631 > F\text{-tabel } 2,66$, sehingga H_0 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa laba bersih perusahaan FMCG tidak dapat

¹⁶ Nurmalia, dkk., “Gaya Hidup Berbasis Digital...”, 22–32.

¹⁷ Hidayanti, Dkk, “Pengaruh Volume Penjualan...”, 88–99.

dipisahkan dari interaksi antara efisiensi biaya operasional dan pencapaian penjualan.

Berdasarkan Teori Cost–Volume–Profit (CVP), laba bersih merupakan hasil dari keseimbangan antara pendapatan penjualan dan biaya operasional. Peningkatan penjualan yang tidak diimbangi dengan pengendalian biaya operasional tidak akan menghasilkan laba optimal. Sebaliknya, efisiensi biaya tanpa dukungan penjualan yang memadai juga tidak mampu meningkatkan laba secara signifikan.

Dalam Teori Sinyal, kombinasi penjualan yang meningkat dan biaya operasional yang terkendali memberikan sinyal positif kepada investor mengenai efektivitas dan efisiensi kinerja perusahaan. Hal ini mencerminkan kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai dan menjaga keberlanjutan laba.

Dalam kerangka manajemen bisnis syariah, laba bersih yang diperoleh perusahaan merupakan hasil dari keseimbangan antara efisiensi biaya berdasarkan prinsip ihsan dan aktivitas penjualan yang adil dan beretika. Keseimbangan ini mencerminkan tanggung jawab ekonomi dan moral perusahaan, serta mendukung pencapaian laba yang halal, optimal, dan berkelanjutan pada sektor FMCG.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulya Rahmi bahwa penjualan dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan nilai R^2 sebesar 81,3% sedangkan sisanya 18,7% dipengaruhi oleh faktor –faktor lain.¹⁸ Penelitian lain yang juga selaras dari Hidayanti & Wiayanti bahwa volume penjualan dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan nilai R^2 sebesar 84% sedangkan sisanya sebesar 16% dijelaskan oleh faktor –faktor lain.¹⁹

E. Conclusion

Berdasarkan hasil analisis regresi dengan transformasi data logaritma natural (Ln), dapat disimpulkan bahwa biaya operasional dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada sektor FMCG. Nilai R *Square* sebesar 0,950 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara simultan merupakan faktor utama yang mampu menjelaskan variasi laba

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Hidayanti, Dkk, “Pengaruh Volume Penjualan...”, 88–99.

bersih sebesar 95%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Transformasi logaritma natural terbukti meningkatkan kualitas model regresi melalui stabilisasi varian dan pemenuhan asumsi klasik, sehingga hubungan antarvariabel dapat dijelaskan secara proporsional. Temuan ini menegaskan bahwa efisiensi biaya operasional dan peningkatan penjualan merupakan determinan dominan dalam pembentukan laba bersih perusahaan FMCG, sementara faktor lain berperan sebagai pendukung.

Koefisien biaya operasional yang positif dan signifikan terhadap laba bersih menunjukkan bahwa pada sektor FMCG, peningkatan biaya operasional tidak mencerminkan inefisiensi, melainkan dinamika pertumbuhan dan strategi manajerial perusahaan. Dalam konteks *economies of scale*, kenaikan biaya operasional seiring perluasan skala usaha, seperti ekspansi distribusi dan pemasaran, mendorong peningkatan volume penjualan yang menurunkan biaya rata-rata per unit dan meningkatkan laba bersih. Biaya operasional yang lebih tinggi juga merepresentasikan investasi strategis pada pemasaran, riset dan pengembangan, serta penguatan merek yang secara teoritis meningkatkan permintaan dan daya saing produk. Berdasarkan Teori Cost–Volume–Profit (CVP), peningkatan biaya operasional tetap menghasilkan laba selama tambahan pendapatan dari penjualan melebihi tambahan biaya yang dikeluarkan. Karakteristik sektor FMCG dengan permintaan yang relatif stabil dan berulang memungkinkan perusahaan menyerap kenaikan biaya melalui peningkatan volume penjualan. Selain itu, dalam kerangka Teori Sinyal, peningkatan belanja operasional yang produktif dipersepsikan sebagai sinyal positif mengenai optimisme manajemen dan prospek pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian, biaya operasional berperan sebagai faktor pendorong pertumbuhan yang berkontribusi positif terhadap peningkatan laba bersih perusahaan FMCG.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga pokok penjualan, struktur biaya, strategi pemasaran, atau faktor makroekonomi, serta memperluas objek dan periode penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan metode analisis lain dapat dipertimbangkan untuk memperkaya temuan empiris terkait faktor-faktor yang memengaruhi laba bersih pada sektor FMCG.

Referensi

- Aeni, Nur Avita Mahdhiyatul, and Nur Fadjrih Asyik. “Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 8, no. 7 (2019): 1–17.
- Asmiati, and Ahmad Farhani. “Pengaruh Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di BEI Tahun 2018–2021.” *JAPB* 7, no. 1 (2024): 458–470.
- Dess, Gregory G., Gerry McNamara, Alan B. Eisner, and Seung-Hyun Lee. *Strategic Management*. New York: McGraw-Hill Education, 2021.
- Harahap, Sofyan Syafri. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016.
- Hidayanti, Fipin, M. Yahdi, and Ratna Wiayanti DP. “Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012–2016).” *Jurnal Riset Akuntansi* 1, no. 3 (2019): 88–99.
- Higgins, Robert C. *Analysis for Financial Management*. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Jafri, Syafii. *Fiqh Muamalah*. Pekanbaru: Suska Press, 2008.
- Kasmir. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi pertama, cet. ke-2. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Muslimin Z, Muhammad Zabir Zainuddin, and Muhammad Kepin Saputra. “Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha UMKM Sederhana (Studi Kasus Desa Konda Kecamatan Konda).” *Sultra Journal of Economic and Business* 3, no. 2 (2022): 133–146.
- Natanagara, Dian, and Mira Teram Terawati. “Pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman (Studi Kasus Bursa Efek Indonesia).” *Prosiding FRIMA* 6 (2023): 65–72.
- Nurmalia, Gustika, Mutiasari Nur Wulan, and Zathu Restie Utamie. “Gaya Hidup Berbasis Digital dan Perilaku Konsumtif pada Gen Z di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee.” *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2024): 22–32. <https://doi.org/10.34001/jrei.v3i01.846>.
- Purnomo, Fatimah, and S. Nurhalimah. “Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada

Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis* 9, no. 2 (2021).

Rahmi, Ulya. “Pengaruh Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di ISSI Periode 2018–2021.” Undergraduate thesis, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Padangsidempuan, 2022.

Rahmawati, Fera, Yuliana Kurmiati Eka Sari, and Dede Sopian. “Pengaruh Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (Studi Kasus pada Perum Jasa Tirta II Jatiluhur Purwakarta Periode 2012–2019).” *Jurnal Bisnis* 9, no. 1 (2021): 75–86.