# PENGARUH MODAL KERJA, BIAYA PRODUKSI, DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BEI

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

**Diajukan oleh :**

**Ummi Hidayanti**
**NIM 18.011.20532**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**PALEMBANG**

**2022**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PALEMBANG**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

| | |
|---|---|
| Nama | : Ummi Hidayanti |
| Nomor Pokok/NIRM | : 18.011.20532 |
| Jurusan/Prog. Studi | : Akuntansi |
| Jenjang Pendidikan | : Starta I |
| Mata Kuliah Pokok | : Akuntansi Keuangan |
| Judul | : PENGARUH MODAL KERJA, BIAYA PRODUKSI, DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI |

Pembimbing Skripsi

Tanggal 10 / 10 / 22 Pembimbing I: Titi Suelmi, S.E, M.M, Ak. CA
NIDN: 0025075701

Tanggal 13 / 10 / 22 Pembimbing II: Yuni Rachmawati, SE, M.Si, Ak. CA
NIDN: 0219068804

Mengetahui,

| Dekan Fakultas Ekonomi | Ketua Program Studi |
|---|---|
| Dr.Msy.Mikial,SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS | Meti Zuliyana,SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS |
| NIDN: 0205026401 | NIDN: 0205056701 |

140/PS/DFE/22

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PALEMBANG**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

| | |
|---|---|
| Nama | : Ummi Hidayanti |
| Nomor Pokok/NIRM | : 18.011.20532 |
| Jurusan/Prog. Studi | : Akuntansi |
| Jenjang Pendidikan | : Starta I |
| Mata Kuliah Pokok | : Akuntansi Keuangan |
| Judul | : PENGARUH MODAL KERJA, BIAYA PRODUKSI, DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BEI |

Penguji Skripsi

Tanggal 10/10/22 Ketua Penguji : Titi Suelmi, S.E, M.M, Ak. CA
NIDN: 0025075701

Tanggal 13/10/22 Penguji I : Yuni Rachmawati, SE, M.Si, Ak. CA
NIDN: 0219068804

Tanggal 14/10/22 Penguji II : Kusminaini, SE, M.M
NIDN: 0222086301

Mengetahui,

| Dekan Fakultas Ekonomi | Ketua Program Studi |
|---|---|
| Dr.Msy.Mikial,SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS | Meti Zuliyana,SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS |
| NIDN: 0205026401 | NIDN: 0205056701 |



140 / PS / DFE / 22

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri" ( QS : Surah Ar-Ra'd : 11 )*

**Kupersembakan kepada**

- **Allah SWT**
- **Bapak dan Ibu tercinta**
- **Keluarga ku Tersayang**
- **Sahabatku yang selalu mendukung**
- **Almamater yang kubanggakan**

# PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ummi Hidayanti

Nomor pokok : 1801120532

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi ini telah di tulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplak karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuennya.

Palembang, September 2022

UMMI HIDAYANTI

# KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur bagi ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan petunjuk-Nya, Sholawat seiring salam marilah kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi Rahmatan lil'alamin bagi kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi tugas akhir dan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Sarjana Ekonomi (Strata satu) di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang. Keberhasilan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan banyak pihak, maka peneliti akan berterimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, MP selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK, CA.,CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti
3. Ibu Meti Zuliyana, SE.,M.Si.,Ak.,CA.,CSRS selaku ketua prodi Akuntansi yang telah membantu masa studi Rektor Universitas Tridinanti Palembang
4. Ibu Titi Suelmi, SE, MM, Ak. CA Selaku pembimbing utama yang telah memberikan pengarahan, dan saran dalam penelitian ini.
5. Ibu Yuni Rachmawati, SE, M.Si, Ak. CA Selaku pembimbing anggota yang telah memberikan pengarahan, dan saran dalam penelitian ini.

6. Kedua orang tua, keluarga, sahabat, dan teman-teman yang telah mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Selama proses penyusunan dan hasil yang disajikan dalam bentuk skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kesalahan. Tidak ada manusia yang sempurna, karena itu peneliti senantiasa memohon maaf kepada pembaca apabila masih menemukan kesalahan dalam penulisan. Peneliti juga mengharapkan adanya kritik dan saran membangun dari pembaca, dengan begitu dapat meningkatkan dan membantu peneliti untuk terus berkembang di masa depan.

Akhir kata, semoga skripsi yang ini dapat menambah wawasan bagi pembaca secara umum dan semoga dari skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti lain.

Palembang, September 2022

Penulis

# DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL** ..... **i**

**HALAMAN PERSETUJUAN** ..... **ii**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI** ..... **iii**

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT** ..... **iv**

**HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN** ..... **v**

**KATA PENGANTAR** ..... **vi**

**DAFTAR ISI** ..... **viii**

**DAFTAR GAMBAR** ..... **xi**

**DAFTAR TABEL** ..... **xii**

**ABSTRAK** ..... **xiii**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP** ..... **xv**

**BAB I PENDAHULUAN** ..... **1**

1.1 Latar Belakang ..... 1

1.2 Perumusan masalah ..... 7

1.3 Tujuan Penelitian ..... 7

1.4 Manfaat Penelitian ..... 8

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** ..... **9**

2.1 Tinjauan Pustaka ..... 9

2.1.1 Teori Signal ..... 9

2.1.2 Modal Kerja ..... 10

2.1.3 Biaya Produksi ..... 15

2.1.4 Biaya Promosi ..... 19

2.1.5 Penjualan ..... 23
2.2 Penelitian Relevan ..... 25
2.3 Kerangka Berpikir ..... 26
2.4 Hipotesis ..... 26
**BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 28**
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian ..... 28
3.1.2 Tempat Penelitian ..... 28
3.1.2 Waktu Penelitian ..... 28
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan data ..... 28
3.2.1 Sumber data ..... 28
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data ..... 29
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian ..... 30
3.3.1 Populasi ..... 31
3.3.2 Sampel ..... 33
3.3.3 Sampling ..... 33
3.4 Rancangan Penelitian ..... 34
3.5 Variabel dan Definisi Operasinal ..... 35
3.5.1 Variabel Penelitian ..... 35
3.3.2 Definisi Operasional ..... 35
3.6 Instrumen Penelitian ..... 36
3.7 Teknik Analisis ..... 37
3.7.1 Uji Statistik Deskriptif ..... 37
3.7.2 Uji Asumsi Klasik ..... 38
3.7.3 Koefisien Determinasi ..... 41
3.7.4 Uji Regresi Liner Berganda ..... 42

3.7.5 Pegujian Hipotesis ..... 43

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 44**

4.1 Hasil Penelitian ..... 44

4.1.1 Gambaran Umum BEI ..... 44

4.1.2 Sampel Penelitian ..... 44

4.1.3 Hasil Uji Statistik Dekskriptif ..... 46

4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik ..... 48

4.1.5 Hasil Koefisien Determinasi ..... 55

4.1.6 Hasil Uji Regresi Liner Berganda ..... 56

4.1.7 Hasil Pegujian Hipotesis ..... 57

4.2 Pembahasan ..... 62

4.2.1 Pengaruh Modal Kerja, Biaya Produksi, dan Biaya Promosi secara simultan Terhadap Penjualan ..... 63

4.2.2 Pengaruh Modal Kerja, Biaya Produksi, dan Biaya Promosi secara parsial Terhadap Penjualan ..... 66

4.2.2.1 Pengaruh Modal Kerja Terhadap Penjualan ..... 66

4.2.2.2 Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan .... 67

4.2.2.3 Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan ..... 68

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 70**

5.1 Kesimpulan ..... 70

5.2 Saran ..... 70

**DAFTAR PUSTAKA ..... 72**

**LAMPIRAN**

# DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Kerangka Berpikir ..... 26

4.1 Hasil Uji Grafik Normalitas ..... 54

4.2 Scatter Plot Variabel Dependent ..... 57

# DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

2.1 Penelitian Relevan..... 25

3.1 Populasi Penelitan ..... 31

3.2 Sampel Penelitan ..... 33

3.3 Prosedur Pengambilan Sampel ..... 33

3.4 Variabel dan Definisi Operasional ..... 36

4.1 Sampel Penelitian..... 45

4.2 Sampel Data Modal Kerja Terhadap Penjualan..... 46

4.3 SampelData Biaya Produksi Terhadap Penjualan..... 47

4.4 SampelData Biaya Promosi Terhadap Penjualan ..... 48

4.5 Statistik Deskriptif ..... 50

4.6 Hasil Uji Normalitas ..... 53

4.7 Hasil Uji Multikolinearitas ..... 55

4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 58

4.9 Hasil Uji Autokorelasi..... 59

4.10 Hasil Koefisien Determinasi..... 59

4.11 Hasil Regresi Linear Berganda ..... 60

4.12 Hasil Uji Parsial ..... 63

4.13 Hasil Uji Simultan..... 65

# ABSTRAK

**UMMI HIDAYANTI, Pengaruh Modal Kerja, Biaya Produksi, dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Industri Food and Baverages yang terdaftar di BEI. (Di bawah bimbingan IbuTiti Suelmi, SE, MM, Ak. CA dan Ibu Yuni Rachmawati, SE, M.Si, Ak. CA)**

Penelitian ini dasarnya membahas Pengaruh modal kerja, biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada perusahaan industri food and baverages yang terdaftar di BEI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independent modal kerja (X1), biaya produksi (X2) dan biaya promosi (X3) secara parsial dan secara simultan terhadap variabel dependen penjualan (Y).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan. Sampel dalam penelitian sebanyak 12 perusahaan. Data yang digunakan untuk penelitian ini adala laporan keuangan tahunan perusahaan industri food and baverages yang terdaftar di BEI. Penelitian dengan menggunakan program *SPSS Version 26 for windows.*

Hasil penelitian menunjukan variabel Modal Kerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 6.801< t tabel (2.036). Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel Modal Kerja berpengaruh terhadap variabel Penjualan. Variabel Biaya Produksimemiliki nilai signifikansi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 5.103> t tabel (2.036). Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel Biaya Produksiberpengaruh terhadap variabel Penjualan.Variabel Biaya Promosi memiliki nilai signifikansi sebesar 0.399, nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar -0.854 > t tabel (-2.036). Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel Biaya Promosi tidak berpengaruh terhadap variabel Penjualan. Sedangkan variabel independen yang berupa Modal Kerja, Biaya Produksi dan Biaya Promosi secara simultan terhadap variabel dependent berupa Penjualan berpengaruh signifikan.

*Kata kunci : Modal Kerja, Biaya Produksi, Biaya Promosi, Penjualan.*

# ABSTRACT

**UMMI HIDAYANTI, Effect of Working Capital, Production Costs, and Promotional Costs on Sales in Food and Baverages Industrial Companies listed on the IDX. (Under the guidance of Mrs Titi Suelmi, SE, MM, Ak. CA and Mrs Yuni Rachmawati, SE, M.Si, Ak. CA)**

This research basically discusses the effect of working capital, production costs and promotion costs on sales in food and beverage industry companies listed on the IDX. This study aims to determine whether there is an effect between the independent variables working capital (X1), production costs (X2) and promotion costs (X3) partially and simultaneously on the dependent variable sales (Y).

The data collection technique used is literature study. The sample in the study were 12 companies. The data used for this research is the annual financial statements of food and beverage industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Research using SPSS Version 26 for windows program.

The results showed that the Working Capital variable had a significance value of 0.000, the value was smaller than 0.05. Meanwhile, for t count, the value is 6.801 < t table (2.036). Based on this, it can be said that the Working Capital variable has an effect on the Sales variable. Variable Production Costs has a significance value of 0.000, the value is greater than 0.05. Meanwhile, for t count, the value is 5,103 > t table (2,036). Based on this, it can be said that the Production Cost variable has an effect on the Sales variable. The Promotional Cost variable has a significance value of 0.399, the value is greater than 0.05. Meanwhile, for t count, the value is -0.854 > t table (-2.036). Based on this, it can be said that the Promotional Cost variable has no effect on the Sales variable. While the independent variables in the form of working capital, production costs and promotion costs simultaneously on the dependent variable in the form of sales have a significant effect.

*Keywords: Working Capital, Production Costs, Promotional Costs, Sales.*

# RIWAYAT HIDUP

Ummi Hidayanti, dilahirkan di Palembang pada tanggal 19 Januari 2000 yang merupakan anak kedua dari Sidik Hartoyo dan Suhartini.

Sekolah Dasar yang diselesaikan pada tahun 2011 di SD Negeri 50 Palembang melanjutkan pedidikan Sekolah Menengah Pertama yang diselesaikan pada tahun 2014 di SMP Negeri 29 Palembang, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 7 Palembang jurusan IPA yang diselesaikan pada tahun 2017. Pada tahun yang sama selesainya Sekolah Menengah Atas mulai bekerja di PT Dexa Medica. Pada tahun 2018 melanjutkan ke Perguruan Tinggi di Universitas Tridinanti Palembang Program Studi Strata I pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi.

Palembang, September 2022

Penulis

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan. Keuntungan maksimal untuk memperoleh laba dapat dicapai melalui peningkatan kinerja perusahaan terutama penjualan. Penjualan merupakan suatu unsur penting dalam suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri, karena dengan penjualan perusahaan bisa mempertahankan usahanya.

Era gobalisasi saat ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan dengan beragam bentuk usaha, yang menandakan imdustri Indonesia semakin maju. Barang konsumsi menjadi industri yang penting bagi perkembangan perekonomian bangsa. Hal ini tidak terlepas dari perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri barang konsumsi di Indonesia. Bahwasanya dalam proses produksi barang konsumsi dibutuhkan banyak sumber daya termasuk di dalamnya sumber daya manusia. Industri barang konsumsi mempunyai peranan dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan pada suatu negara.

Pada sektor industri makanan dan minuman di Indonesia mengalamipeningkatan bisnis cukup pesat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Banyaknya perusahaan yang muncul dan terusberkembang pada sektor industri makanan dan minuman mendorong suatuperusahaan berusaha untuk mempunyai nilai yang tinggi di mata para investor maupun kalangan masyarakat sehingga perusahaan tersebut dapat tetap bertahan.

Berbagai produk makanan dan minuman dalam negeri banyak yang telah mencapai pasar internasional dengan pencapaian yang cukup baik. Sehingga produk-produk yang telah mendunia tersebut secara konsisten menjadi komoditas ekspor yang turut mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Semakin baik dan besar nilai ekspor yang dicapai maka akan semakin baik pula peningkatan ekonomi dan penilaian pasar terhadap produk dalam negeri.

Persaingan dunia bisnis saat ini sangatlah ketat seiring dengan semakin meningkat dan berkembangnya dunia bisnis modern. Masyarakat juga dimudahkan dengan adanya bahan yang siap digunakan serta dilengkapi dengan berbagai kandungan yang dibutuhkan seperti vitamin dan mineral. Meski sebagian masih menggunakan bahan alami yang diambil langsung dari alam, namun produk dari perusahaan manufaktur bahan pangan tetap mendominasi suplai makanan seluruh kalangan dan wilayah. Dengan bertambahnya jumlah pelaku bisnis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik berupa barang atau jasa, para pelaku bisnis memiliki tantangan untuk bersaing tetap mempertahankan konsumen.

Mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran produk maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya, di mana dalam penerapan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menetapkan harga yang mampu bersaing dengan pesaing bisnis, sehingga peningkatan penjualan terus meningkat.

Perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk peningkatan produktifitas, untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumennya

atau calon konsumen lain. Perusahaan juga dituntut untuk mempersiapkan diri terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan bisnis. Salah satunya adalah ketepatan dalam pengelolaan penjualan.

Laba yang optimal dapat diperoleh dengan memperhatikan penjualan serta menekan biaya-biaya yang akan dikeluarkan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan diharuskan agar selektif dalam menjual produk kepada konsumen, sehingga target penjualan yang telah direncanakan sesuai dengan strategi yang dibuat oleh perusahaan.

Penjualan yang optimal dan biaya yang efisien merupakan target perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus melakukan banyak cara dalam mencapai target yang telah direncanakan. Penjualan dan biaya sangatlah berpengaruh terhadap laba. Penjualan yang meningkat serta biaya yang efisien mestinya berpengaruh terhadap peningkatan laba yang diperoleh perusahaan dan demikian pula sebaliknya

Menghadapi persaingan bisnis, perusahaan tentu saja harus melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang diantaranya meliputi perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian secara baik. Disamping itu pula perusahaan perlu melakukan pengelolaan modal dengan baik agar tersedia modal yang cukup dalam melaksanakan peningkatan kegiatan operasi.

Modal kerja diperlukan untuk meningkatkan penjualan karena dengan adanya pertumbuhan penjualan perusahaan harus memliki dana untuk membiayai aktiva lancar. Misalnya untuk pembelian bahan baku, membayar upah buruh dan karyawan,dan lain-lain.Sumber modal kerja dapat diperoleh dari modal sendiri,

laba perusahaan, hutang jangka pendek, hutang jangka panjang, penjualan obligasi, penjualan saham, pinjaman dari bank, dan kredit dari supplier.

Perancangan strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis akan mengeluarkan biaya terutama biaya produksi dan biaya promosi. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi dibagi menjadi tiga bagian yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Setelah memproduksi barang adalah dengan mempromosikan produk tersebut kepada konsumen. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Dengan keberhasilan tersebut akan menaikkan permintaan produk dan akan mempengaruhi penjualan dari perusahaan.

Suatu perusahaan dalam memproduksi barang pasti mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan dengan laba yang di dapatkan, maka pemakaian sejumlah bahan baku dan penggunaan sumber daya tenaga kerja dan kapasitas pabrik seperti mesin harus diperhatikan. Untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan.

Biaya produksi merupakan biaya untuk mengolah bahan dari mentah menjadi barang jadi. Menekan biaya produksi merupakan suatu pengendalian biaya yang penting untuk dilakukan agar tidak terjadi pemborosan, dengan harus tetap memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan. Dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat mempertahankan pangsa pasar dalam jangka panjang. Kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya

produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh.Biaya produksi merupakan sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan output, nilai output diharapkan lebih besar dari pada input yang dikorbankan sehingga perusahaan dapat menghasilkan laba.

Mengingat betapa kompleksnya masalah modal dan biaya-biaya dalam suatu perusahaan dan betapa pentingnya sistem dan strategi yang tepat dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Penjualan dan fenomena yang terjadi di perusahaan adalah meningkatnya modal dan biaya dari tahun ke tahun diikuti dengan meningkatnya hasil penjualan. Permintaan produk pangan pada pasar domestik maupun internasional mengalami tren peningkatan yang relatif stabil. Kinerja sektor industri makanan dan minuman terus menunjukkan sisi positifnya. Industri mamin terbukti menjadi salah satu sektor unggulan dengan kinerjanya yang gemilang. Industri makanan dan minuman nasional saat ini perlu terus melakukan upaya-upaya strategis untuk semakin memacu daya saingnya agar mampu berkompetisi di tingkat global. Industri makanan dan minuman diproyeksi masih menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional.

Penelitian terkait penjualan menggunakan variabel modal kerja pernah dilakukan sebelumnya, menurut hasil penelitian yang pernah dilakukan Riani Tanjung (2019), dan Atin Ari Mawar Astuti, Andria Referli, & Milka Susana Theorupun (2020) menunjukkan adanya pengaruh modal kerja terhadap penjualan secara signifikan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Deni Faisal (2018)Modal kerja berpengaruh tidak terlalu signifikan terhadap penjualan.

Menurut hasil penelitian jurnal Riani Tanjung, Azra Velda Wijayanti (2019)& Deden Edwar Yokeu Bernardin (2016) Biaya Produksi menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Zildan Nur Islam Setiawan (2021) Biaya Produksi tidak menunjukkan pengaruh secara signifikan terhadap Penjualan.

Menurut hasil penelitian jurnal Silva Anne Rupaida & Deden Edwar Yokeu Bernardin (2016) dan Riani Tanjung, Azra Velda Wijayanti (2019) Biaya Promosi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Zulfa Husnia (2017) Biaya Promosi menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Penjualan.

Berdasarkan latarbelakang yang telah diapaparkan sebelumnya peneliti akan melakukan penelitian yang berhubungan dengan pengaruh modal, biaya produksi, dan biaya promosi. Peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul "PENGARUH MODAL KERJA, BIAYA PRODUKSI, DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BEI"

## 1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasikan berbagai masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh modal kerja secara parsial terhadap penjualan perusahaan?
2. Bagaimanapengaruh biaya produksi secara parsial terhadap penjualan perusahaan?

3. Bagaimana pengaruh biaya promosi secara parsial terhadap penjualan perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh modal kerja, biaya produksi, dan biaya promosi secara simultan terhadap penjualan perusahaan?

## 1.3 Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh modal kerja terhadap penjualan perusahaan
2. Pengaruh biaya produksi terhadap penjualan perusahaan
3. Pengaruh biaya promosi terhadap penjualan perusahaan
4. Pengaruh modal kerja, biaya produksi, dan biaya promosi terhadap penjualan perusahaan

## 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan masalah modal kerja, biaya produksi, biaya promosi serta penjualan perusahaan.

2. Manfaat Praktisi

Secara praktisi penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan sebagai berikut:

a. Bagi peneliti diharapkan menambah wawasan untuk mempraktekkan teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan sehingga penelitidapat

menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah – masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

b. Bagi akademisi penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai modal dan biaya-biaya sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama

# DAFTAR PUSTAKA


B.F. Pasaribu, Rownlad . (2018). *Literatur Pengajaran Ekonomi Pembangunan*. Depok: Universitas Gundarma.

Djaslim, Saladin. 2013 *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Hanafi, Mamduh M. 2016. *Analisis Laporan Keuangan.* Yogyakarta : UPP STIM YKPN

Harnanto, 2017.*Akuntansi Biaya*, Penerbit ANDI, kerjasama dengan BPFEUGM, Yogyakarta.

Hendra & Lusiah. 2017. *The Impact of Brand Image, Product Quality and SelfEfficacy on Purchase Decisions on Private Label Rights (PLR) Products among Medan City Community Members. Expert Journal of Business* : Vol.5, Issue 2.

Husnia, Siti Zulfa. 2017.*Pengaruh Biaya Periklanan, Biaya Promosi, dan Biaya Produksi Terhadap Penjualan Adzkia Hijab Syar'i Di Tulungagung*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri.

Ikatan Akuntan Indonesia, *"Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 23: Akuntansi Pendapatan",* Salemba Empat, Jakarta, 2009.

Jumingan. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Mirzaqon T. (2017). *Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori dan Praktik Konseling Expressive Writing*. Jurnal BK Unesa, 8(1), 1-8.

Mulyadi. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi.* Jakarta: Salemba Empat.

Mulyadi. 2016. *Akuntansi Biaya*, Edisi 5. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Ratnasari, M. A. I. (2017). *Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan dan Tingkat Suku Bungaterhadap Nilai Perusahaan Transportasi*. STIE PERBANAS SURABAYA.

Riwayadi. 2016. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.

Sahabuddin, Romansyah. 2016. D*evelopment of buvalue and behaviours*: Takalar district, South Sulawesi (Indonesia) case study. Journal: Actual Problems of Economics. Vol: 176.issue: 2016

Setiawan, Zildan Nur Islam. 2021. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan*. Jurnal Akuntansi. Universitas Siliwangi

Siregar, S. (2020). *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Non Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*.

Sujarweni, V. Wiratna. (2017). *Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi, & Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Suryono."Pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor pada PT Idama Megah Indah". *Skirpsi*. Karawang : Universitas Singaperbangsa Fakultas Ekonimi, 2010

Syamsul, Rivai. 2019. *Buku Ekonomi Peminatan Ilmu Sosial*. Jawa Timur : Uwais Inspirasi Indonesia.

Theorupun, SM & Astuti MAA. 2017. *Pengaruh Modal Kerja Terhadap Penjualan dan Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverages Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017*. Boyolali. Jurnal ilmu manaemen dan akuntansi, Vol. 8 No. 1 Juni 2020.

Widyamukti,ErlinaYunitasari dan B.Junianto Wibowo , 2018. *Pengaruh Modal KerjaTerhadap Penjualan dan Laba (Studi Kasus Pada Sektor Food and Beverages yang terdaftar di BEI 2011-2014)*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.Universitas Katholik Soegijapranata. ISSN:2622-612/Vol 1/No 1/April 2018

Wijayanti, Azra Velda & Tanjung Riani. 2021. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Penjualan pada PT. Arwana Citramulia Tbk*. Bandung. Jurnal D3 Akuntansi PoltekPos.

https://www.idx.co.id/