

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

ISSN (ONLINE) 2598-9936



INDONESIAN JOURNAL OF INNOVATION STUDIES
PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

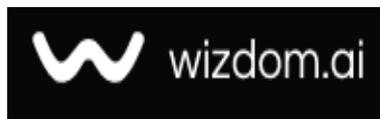
How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

**Analysis of Calculation of Production Costs and Operational Costs
Against Sales Results of PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.
2017-2019 period**

*Analisis Perhitungan Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap
Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Periode 2017-2019*

Savira Salsabillah, savirasalsabillah04@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Imelda Dian Rahmawati, imeldadian@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study aims to determine the analysis of the calculation of production costs and operating costs on the sales of PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. 2017-2019 period. This research method is a qualitative method. The object of this research is the company PT. Indofood. Tbk period 2017-2019. The data used is secondary data. Proceeds from the sale of PT. Indofood, Tbk. The 2017-2019 period has increased every year. This is due to the factors of production costs and operational costs. Sales can be said to be successful if a company is able to issue a budget that is in production costs such as raw material costs, direct labor costs and factory overhead costs.

Published date: 2021-10-30 00:00:00

Pendahuluan

Pada era globalisasi di masa sekarang ini pertumbuhan ekonomi dalam segala jenis bidang usaha bersaing dengan ketat [1]. Dalam hal ini biaya sangat dibutuhkan oleh pihak manajemen dalam melaksanakan seluruh fungsi-fungsinya untuk menjamin kesistematiskan operasi dan sebagai alat untuk mengawasi pelaksanaan aktivitas perusahaan yang telah direncanakan. Agar operasi perusahaan dapat dibuat dalam berbagai bidang dan berjalan dengan tingkat efisiensi yang tinggi. Bagi perusahaan hal itu merupakan suatu tantangan agar dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang memiliki ketidakpastian yang tinggi. Dunia bisnis yang ada di Indonesia saat ini sudah berkembang cukup pesat dan tidak bisa diremehkan lagi bisnis-bisnis yang ada di kota besar tidak terkecuali dengan perusahaan manufaktur. Sebagian perusahaan manufaktur, proses produksi akan menghasilkan beberapa produk yang berbeda [2].

Dalam suatu perusahaan, biaya merupakan salah satu komponen yang sangat penting oleh karena itu biaya harus mendapat perhatian yang lebih khusus [3]. Biaya juga sangat berpengaruh dalam mendukung kemajuan suatu perusahaan dalam melaksanakan aktifitas atau kegiatan operasi suatu perusahaan. Jika perusahaan dapat mengendalikan seminimal mungkin, maka perusahaan tersebut dapat bertahan dan mengoptimalkan hasil penjualannya.

Pengendalian terhadap biaya dapat diukur dengan tingkat efisiensi biaya yang dianggarkan dengan biaya sesungguhnya. Efisiensi biaya dapat diukur dengan cara membandingkan antara biaya sesungguhnya dengan biaya yang dianggarkan selanjutnya disebut biaya standar [4]. Dalam hal ini biaya standar yang telah ditetapkan perusahaan akan dibandingkan dengan biaya realisasi (biaya sesungguhnya yang terjadi) selama proses produksi.

Salah satu fungsi perusahaan yang paling penting dan perlu mendapat perhatian khusus dalam pengelolaan suatu usaha yaitu fungsi produksi [5]. Dalam fungsi inilah kegiatan produksi dilakukan yaitu mengolah bahan baku menjadi produk setengah jadi atau produk jadi yang menimbulkan sejumlah unsur-unsur biaya produksi yang membentuk harga pokok produksi. Penentuan harga pokok produksi yang tepat merupakan hal yang sangat penting, sebab harga jual produk yang ditetapkan perusahaan tergantung pada besar dan kecilnya harga pokok produksi. Perusahaan harus lebih cermat dan rinci dalam penyusunan laporan keuangan terutama yang berkaitan dengan biaya produksi agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan serta pemborosan biaya dalam proses produksi.

Perusahaan yang bergerak di bidang pabrikasi melakukan kegiatan rutin produksi untuk menghasilkan suatu barang [6]. Kegiatan produksi dimulai dari pembelian bahan baku, membayar upah tenaga kerja untuk mengolah bahan baku dan mengeluarkan biaya-biaya yang diperlukan sehingga bahan-bahan tersebut dapat diubah menjadi produk jadi yang siap untuk dijual guna memperoleh hasil penjualan. Setiap hasil penjualan akan digunakan kembali untuk kegiatan usaha perusahaan. Pada perusahaan yang mengolah suatu bahan baku dalam satu proses produksi yang sama untuk menghasilkan beberapa jenis produk, dibutuhkan pengalokasian biaya secara tepat ke tiap produk yang dihasilkan, karena akan sulit untuk menelusuri biaya yang terjadi selama proses produksi bersama. Pengendalian biaya harus diselaraskan terhadap tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah memperoleh hasil penjualan yang maksimal dengan mengeluarkan biaya yang serendah-rendahnya, oleh karena itu dengan mengendalikan biaya produksi perusahaan berharap akan mendapatkan hasil penjualan yang besar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi berkembangnya suatu industri meliputi modal, tenaga kerja, bahan mentah atau bahan baku, transportasi, sumber energi atau bahan bakar, tenaga kerja dan pemasaran. *Input* merupakan jumlah produksi yang di hasilkan dalam suatu perusahaan. Semakin banyak *input* yang dihasilkan berarti semakin besar pula perusahaan tersebut. *Input* dapat berpengaruh terhadap produksi suatu barang atau jasa. Selain itu besarnya jumlah *input* yang di hasilkan akan berdampak pada input bahan baku yang dibutuhkan. Semakin besar *input* produksi yang di hasilkan maka *input* bahan baku yang dibutuhkan juga semakin banyak [7].

Barang dan jasa yang dipasarkan harus melalui suatu proses produksi, kegiatan memproduksi atau menghasilkan barang-barang dan jasa tersebut merupakan proses masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*). Proses tersebut membutuhkan suatu sistem produksi dan operasi, dimana proses masukan meliputi dana, tenaga dan peralatan, yang kemudian diolah dengan suatu organisasi untuk menghasilkan produk dalam jumlah yang besar.

Biaya operasional merupakan biaya yang memiliki peran besar dalam mempengaruhi keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuannya [8]. Karena produk yang dihasilkan sampai pada konsumen melalui serangkaian aktivitas yang saling menunjang. 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.

Suatu perusahaan tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang dan mencapai tujuan lain sebagai mana telah direncanakan apabila perusahaan tidak mampu meningkatkan penjualan karena akan menghasilkan bahkan meningkatkan laba bagi perusahaan, agar hal tersebut dapat tercapai maka perusahaan dituntut untuk harus lebih teliti dalam melakukan analisis terhadap semua aspek yang berhubungan dengan kegiatan, agar efisiensi dan

efektivitas dapat tercapai [9].

Pemasaran dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, melakukan perkembangan terhadap perusahaan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai target penjualan. Meningkatkan kinerja dan memilih pemasaran yang baik dalam menjalankan suatu usaha merupakan cara yang tepat agar tetap *eksis* dalam persaingan dan produknya bisa dikenal dan diminati konsumen. Kesuksesan kinerja pemasaran bukan sesuatu yang berdiri sendiri, tetapi lebih pada kerjasama antar fungsi dan bagian yang membentuk suatu rangkaian rantai nilai dalam pencapaian tujuan perusahaan [10].

PT Indofood Sukses Makmur, Tbk. Merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industry makanan dan minuman. Perusahaan ini merupakan salah satu cabang perusahaan yang dimiliki oleh Salim Grup dan bergerak sebagai perusahaan terkemuka dalam produksi mie instant dan makanan olahan lain di Indonesia. PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. merupakan salah satu perusahaan besar yang sangat terkenal di Indonesia yang didirikan pada tahun 1971 dan memiliki cabang hampir di semua daerah di Indonesia dengan mencanangkan suatu komitmen untuk menghasilkan produk makanan olahan bermutu, aman, dan halal untuk dikonsumsi. Aspek kesegaran, higienis, kandungan gizi, rasa, praktis, aman dan halal dikonsumsi senantiasa menjadi prioritas Indofood untuk menjamin mutu produk yang selalu prima.

Indofood adalah perusahaan makanan perdana di Indonesia, dan menguasai pasaran dalam negeri melalui berbagai produknya, termasuk mi instan, tepung terigu, berbagai merek minyak dan lemak nabati, makanan bayi, serta makanan ringan. Indofood juga memproduksi produk bumbu makanan. Merek-merek yang memainkan peranan penting dalam menopang stabilitas bisnis Indofood dan kekuatan fundamental Indofood antara lain mi instan *Indomie*, *Supermi*, *Sarimi* dan *Sakura*, minyak sayur *Bimoli* dan *Sunrise*, margarin *Royal Palmia* dan *Simas*, makanan ringan *Chiki*, *Chitato* dan *Jet-Z*, produk makanan bayi *Promina* dan *Sun*, serta kecap Indofood dan Piring Lombok.

Saat ini, Indofood adalah perusahaan pembuat mi instan terbesar dan pembuat bumbu terbesar di dunia, dengan kapasitas produksi sekitar 13 milyar bungkus mie dan 3,6 juta ton tepung terigu per tahun. Indofood memiliki jaringan distribusi terluas di Indonesia. Produk yang menjadi andalan dari perusahaan ini adalah produk mie instan yang dikenal dengan merek "Indomie". Sekitar tahun 1990-an perusahaan ini menguasai produksi mie instandi seluruh Indonesia, dengan segala sumber bahan dasar yang bermutu dan didatangkan dari berbagai daerah di Indonesia maupun dari luar negeri. Produkmi instan lain sempat dipasarkan, tetapi tetap kalah dibandingkan dengan Indomie. Baik naik atau turunnya penjualan tergantung juga kepada persepsi konsumen terhadap produk tertentu. Persepsi konsumen mengenai suatu produk sangat menentukan bagaimana penilaian konsumen terhadap produk tersebut, apakah baik atau buruk, sesuai atau tidak sesuai dengan kebutuhan mereka [11].

Pada saat ini Divisi *Noodle*, PT ISM memiliki lebih dari 1.500 karyawan yaitu sekitar 70% merupakan pegawai pabrik dan 30% adalah staff manajemen. Dalam rangka memperbaiki atau meningkatkan komitmen perusahaan terhadap kepercayaan pelanggan, maka perusahaan berusaha untuk meningkatkan mutu dan inovasi tenaga kerja adalah melalui pelatihan. Pelatihan yang dilakukan perusahaan terdiri dari tiga kategori, yaitu pelatihan dasar, pelatihan teknis fungsional, dan pelatihan manajerial. Sumber daya yang terlibat dalam proses produksi pembuatan mie instan ini tidak membutuhkan sumber daya manusia yang terlalu banyak karena pengerjaan produksi dilakukan oleh teknologi mesin sehingga SDM yang dibutuhkan pada proses produksi sebatas pengawas jalannya produksi. Karakteristik perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi yang dimiliki PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. yakni bersifat *mass production*, yaitu jenis barang yang diproduksi relatif sedikit tetapi dengan volume produksi yang besar, permintaan produk tetap/stabil demikian juga desain produk jarang sekali berubah bentuk dalam jangka waktu pendek atau menengah. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. memiliki orientasi pasar, dimana produksi yang dilakukan oleh perusahaan disesuaikan dengan permintaan pasar. Perusahaan selalu berusaha memenuhi kebutuhan konsumen, baik dalam kuantitas maupun kualitas produk. Oleh karena itu, perusahaan selalu mengembangkan inovasi guna memenuhi kepuasan pelanggan, khususnya selera konsumen.

Usaha yang sudah lama dikembangkan tentu sudah memiliki banyak pelanggan. Hal ini membuat hasil penjualan produk akan tetap stabil meskipun terjadi perubahan biaya produksi dan biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan. Semakin banyak produk makanan olahan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. tetapi juga semakin meningkat harga dari makanan tersebut. Seperti salah satu produknya yaitu Mie Indomie dulu yang harganya hanya Rp. 1.500,- menjadi Rp. 2.500,-. Dan ada produk makanan ringan terkenal hingga saat ini adalah *Lays*, *Chitato*, *Qtela*, *JetZ*, *Cheetos* semakin lama isinya semakin menyusut dan harga jual meningkat pula seiring berkembangnya teknologi dan keinginan manusia. Maka biaya produksi dan biaya operasional pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. membengkak hampir mendekati dengan nilai hasil penjualan setiap tahunnya. Perlu adanya pengendalian dari manajemen yang berperan dalam kegiatan perusahaan harus mampu melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang bertanggung jawab dalam setiap keputusan yang diambilnya. Salah satu fungsi manajemen produksi adalah mengupayakan terciptanya sistem produksi yang baik untuk keberhasilan perusahaan dengan cara melakukan pengendalian produksi. Pengendalian biaya produksi pada perusahaan selanjutnya akan berpengaruh pada tingkat penjualan dan berimbas pada hasil penjualan usaha.

Berdasarkan penjelasan dan yang pernah diamati sebelumnya pada objek yang diteliti, peneliti tertarik untuk membuat sebuah penelitian dengan berjudul "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Hasil

Penjualan (Studi Kasus PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.)”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana perhitungan Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Periode 2017-2019?”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu “Untuk menganalisis perhitungan Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Periode 2017-2019”.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan data sekunder sebagai sumber data [12]. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan tahunan Perusahaan PT. Indofood , Tbk Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2019. Penelitian ini menganalisis perhitungan Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Periode 2017-2019.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data [13]. Adapun cara untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pada tahap ini, penulis berusaha untuk memperoleh berbagai informasi sebanyak-banyaknya untuk dijadikan sebagai dasar teori dan acuan dalam mengolah data, dengan cara membaca, mempelajari, menelaah dan mengkaji literatur-literatur berupa buku-buku, jurnal, makalah, dokumen-dokumen dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penulis berusaha mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data primer yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

2. Riset Internet (*Online Research*)

Pada tahap ini, penulis berusaha untuk memperoleh berbagai data dan informasi tambahan dari situs-situs yang berhubungan dengan penelitian. Teknik atau metode ini dilakukan untuk memperoleh data yang bersifat teori yang kemudian digunakan sebagai literatur penunjang guna mendukung penelitian yang dilakukan. Penulis juga mengumpulkan data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian kepustakaan (*library research*) dan riset internet (*online research*). Teknik penelitian kepustakaan merupakan cara pengumpulan data melalui dokumen-dokumen yang dimiliki oleh perusahaan, seperti data laporan keuangan yang terdapat biaya produksi, biaya operasional, dan hasil penjualan pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. tahun 2017 hingga tahun 2019. Riset internet merupakan cara pengumpulan data melalui internet, seperti data profil PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk.

Teknik Analisis

Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama dalam penelitian ini, digunakan analisis data kualitatif. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama, langkah-langkah yang digunakan untuk mengetahui Analisis perhitungan Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Periode 2017-2019, adalah:

1. Menganalisa data perhitungan Biaya Produksi PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Periode 2017-2019
2. Menganalisa data perhitungan Biaya Operasional PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Periode 2017-2019
3. Menganalisa data data perhitungan Hasil Penjualan PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Periode 2017-2019 [14]

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Dalam penelitian ini, uji keabsahan data menggunakan Triangulasi sumber dan triangulasi teori. Dimana informannya adalah orang-orang tertentu yang menguasai masalah penelitian. Data tanggapan dari informan akan di *crosscheck* dengan hasil dokumentasi dan observasi. Berikut disajikan data dokumentasi dan data observasi.

No	Dokumentasi	Sumber
1	Sejarah perusahaan	Profil Perusahaan
2	Visi-misi perusahaan	Profil Perusahaan
3	Struktur organisasi perusahaan	Profil Perusahaan
4	Kegiatan usaha	Profil Perusahaan
5	Data Utama	Profil Perusahaan

Table 1. *Data Dokumentasi*

No	Observasi	Sumber
1	perhitungan Biaya Produksi PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019	Laporan keuangan
2	Perhitungan Biaya Operasional PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019	Laporan keuangan
3	Perhitungan Hasil Penjualan PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019	Laporan keuangan

Table 2. *Data Observasi*

Setelah melalui tahapan *Data Collection*, langkah selanjutnya yaitu tahapan *Data Reduction*. Pada tahapan ini, penulis merangkum dan memfokuskan pada hal-hal yang penting serta dicari tema dan pola yang sama. Merangkum data dilakukan dengan cara *Coding* seperti berikut :

Coding	Tema atau Pola yang sama
1	Menganalisa perhitungan Biaya Produksi PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019
2	Menganalisa Perhitungan Biaya Operasional PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019
3	Menganalisa Perhitungan Hasil Penjualan PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019

Table 3. *Proses Coding*

Biaya Produksi		2017	2018	2019
	Biaya Bahan Baku	31,361,851,000,000	34,662,360,000,000	36,730,003,000,000
	Biaya Tenaga Kerja Langsung	1,353,392,000,000	1,428,406,000,000	1,608,483,000,000
Biaya Overhead Pabrik	Biaya Bahan Penolong	14,279,658,000,000	16,267,787,000,000	15,740,844,000,000
	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	102,809,000,000	103,873,000,000	110,071,000,000
	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	2,552,326,000,000	2,637,762,000,000	2,816,577,000,000
	TOTAL	49,650,036,000,000	55,100,188,000,000	57,005,978,000,000

Table 4. *Hasil Perhitungan Biaya Produksi*

Biaya Operasional		2017	2018	2019
	Biaya Penjualan dan	7,237,120,000,000	7,817,444,000,000	8,489,356,000,000

Distribusi			
Biaya Umum dan Administrasi	4,070,151,000,000	4,466,279,000,000	4,697,173,000,000
Biaya Keuangan	1,486,027,000,000	2,022,215,000,000	1,727,018,000,000
Biaya Operasi Lain	702,612,000,000	278,450,000,000	759,131,000,000
Total	13,495,910,000,000	14,584,388,000,000	15,672,678,000,000

Table 5. Hasil Perhitungan Biaya Operasional

Periode	Hasil Penjualan (Tot. Penjualan)
2017	70,186,618,000,000
2018	73,394,728,000,000
2019	76,592,955,000,000

Table 6. Hasil Perhitungan Biaya Operasional

Pembahasan

Semua perusahaan baik itu perusahaan besar ataupun kecil, biasanya selalu berusaha meningkatkan hasil penjualan yang diperolehnya. Banyak cara akan ditempuh untuk mendapatkan hasil penjualan yang lebih besar. Perolehan hasil penjualan Salah satunya yang dapat digunakan untuk memperoleh laba yang optimal adalah dengan menekan biaya produksi dan biaya operasional yang akan dikeluarkan perusahaan. 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.

Pentingnya menekan biaya produksi karena berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah pesanan tertentu mampu menghasilkan laba bruto atau mengakibatkan rugi bruto, manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tertentu. Bila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan hasil penjualan, demikian juga sebaliknya, bila terjadi pemborosan biaya akan mengakibatkan menurunnya hasil penjualan.

Industri makanan dan minuman sebagai salah satu industri yang ada di Indonesia telah memberikan kontribusi bagi negara Indonesia berupa masukan berbagai pajak. Industri ini mengalami kenaikan hampir setiap tahun. Produsen merupakan salah satu pihak yang mendapat kesulitan atau kerugian jika terjadi kenaikan harga. Bagi perusahaan atau pabrik pengolah bahan mentah atau bahan setengah jadi menjadi barang bernilai ekonomi, maka masalah kenaikan harga berhubungan dengan biaya produksi. Jika sudah rugi industri akan dengan terpaksa harus mengurangi biaya produksi yang salah satunya adalah dengan melakukan efisiensi tenaga kerja dan memicu terjadinya PHK massal. Dan negara juga akan merugi karena setoran pajak akan berkurang yang berarti pemasukkan negara juga berkurang. Perolehan hasil penjualan sangat ditentukan oleh besar kecilnya biaya yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Semakin biaya itu bisa ditekan mestinya akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan perusahaan.

Berikut pembahasan dalam penelitian ini:

1. Perhitungan Biaya Produksi PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019

Hasil perhitungan Biaya Produksi PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019 disajikan pada tabel di bawah ini:

Biaya Produksi		2017	2018	2019
Biaya Bahan Baku		31,361,851,000,000	34,662,360,000,000	36,730,003,000,000
Biaya Tenaga Kerja Langsung		1,353,392,000,000	1,428,406,000,000	1,608,483,000,000
Biaya Overhead Pabrik	Biaya Bahan Penolong	14,279,658,000,000	16,267,787,000,000	15,740,844,000,000
	Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	102,809,000,000	103,873,000,000	110,071,000,000
	Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	2,552,326,000,000	2,637,762,000,000	2,816,577,000,000

	TOTAL		49,650,036,000,000	55,100,188,000,000	57,005,978,000,000
--	-------	--	--------------------	--------------------	--------------------

Table 7. Hasil Perhitungan Biaya Produksi

Biaya produksi pada tahun 2017 sebesar Rp. 49,650,036,000,000 , pada tahun 2018 Rp. 55,100,188,000,000, sedangkan pada tahun 2019 sebesar Rp. 57,005,978,000,000. Sehingga dapat di simpulkan bahwa Biaya produksi dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan. Hal ini di karenakan beberapa hal :

1. Turunnya jumlah nilai tukar mata uang dalam negeri dengan mata uang asing atau depresiasi.
2. Inflasi di luar negeri khususnya negara partner dagang menjadikan barang dan produk dari luar negeri juga semakin mahal.
3. Ketidakstabilan antara jumlah tenaga kerja dan permintaan barang produksi membuat pemerintah menaikkan harga produksi.

Menurut [15] "Pola produksi termasuk dalam perencanaan produksi adalah penentuan tentang tingkah laku produksi untuk menentukan besaran produksi dengan kapasitas yang ada". Pada kondisi sekarang ini akan nampak sekali bahwa tingkat persaingan dalam pemasaran atau penjualan hasil produksi perusahaan cukup ketat. Sehingga memaksa setiap perusahaan mengadakan perencanaan produksi berdasarkan pada perencanaan penjualan yang akan dicapai perusahaan pada periode tertentu.

[16] "setiap perusahaan tentu akan berusaha mempertahankan kelangsungan hidupnya agar tetap menghasilkan keuntungan". Pada dasarnya keuntungan ini dapat diraih ketika perusahaan dapat memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan. Hal ini juga terjadi pada PT. Indofood Sukses Makmur,Tbk. ini masih cenderung tinggi. Agar permintaan konsumen terhadap produk makanan dan minumannya semakin tinggi maka PT Indofood SuksesMakmur,Tbk. harus memperhatikan harga pokok produksinya. Biaya produksi harus ditekan agar harga pokok produksi semakin rendah.Berhasil atau tidaknya PT. Indofood Sukses Makmur,Tbk. harus dapat menawarkan produk yang tetap dapat diminati pasar meskipun terjadi peningkatan biaya produksi terutama biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

Menurut [17] mengenai pengaruh biaya produksi terhadap hasil penjualan menjelaskan bahwa "Berhasil atau tidaknya suatu penjualan dikaitkan dengan besar kecilnya biaya produksi". Dalam perusahaan manufaktur biaya produksi merupakan sumber biaya yang paling besar sehingga penekanan biaya dan efisiensi produksi sangat penting agar dapat meningkatkan hasil penjualan. Hasil penjualan akan berubah jika unsur-unsur produksi mengalami perubahan. Jadi, semakin kecil biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan, semakin besar hasil penjualan yang diperoleh perusahaan. Dan sebaliknya semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan maka semakin kecil hasil penjualan yang diperoleh perusahaan.

2. Perhitungan Biaya Operasional PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019

Hasil perhitungan Biaya Operasional PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019 disajikan pada tabel di bawah ini:

Biaya Operasional	2017	2018	2019
Biaya Penjualan dan Distribusi	7,237,120,000,000	7,817,444,000,000	8,489,356,000,000
Biaya Umum dan Administrasi	4,070,151,000,000	4,466,279,000,000	4,697,173,000,000
Biaya Keuangan	1,486,027,000,000	2,022,215,000,000	1,727,018,000,000
Biaya Operasi Lain	702,612,000,000	278,450,000,000	759,131,000,000
Total	13,495,910,000,000	14,584,388,000,000	15,672,678,000,000

Table 8. Hasil Perhitungan Biaya Operasional

Biaya operasional pada tahun 2017 sebesar Rp. 13,495,910,000,000 , pada tahun 2018 sebesar Rp. 14,584,388,000,000 , sedangkan pada tahun 2019 sebesar Rp. 15,672,678,000,000. Sehingga dapat di katakan bahwa biaya operasional perusahaan PT. Indofood selalu mengalami kenaikan dari tahun ketahun. Hal ini di sebabkan beberapa hal, yaitu :

1. Biaya produksi meningkat
2. Permintaan meningkat

Menurut [18] ada hubungan biaya operasional terhadap hasil penjualan mengemukakan bahwa "Bila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan hasil penjualan. Demikian juga sebaliknya, bila terjadi pemborosan biaya (seperti pemakaian alat kantor yang berlebihan) akan mengakibatkan menurunnya hasil penjualan".

Penelitian mengenai pengaruh biaya operasional sudah pernah dilakukan oleh [19] menyatakan bahwa “biaya operasional mempunyai pengaruh yang negatif terhadap penjualan. Artinya semakin besar biaya operasional yang dikeluarkan maka semakin kecil laba bersih yang diperoleh demikian pula sebaliknya semakin kecil biaya operasional yang digunakan maka semakin besar laba bersih yang diperoleh”.

Perusahaan harus bisa mengendalikan biaya-biaya operasi / biaya operasional seperti beban penjualan. Dalam beban penjualan yaitu perusahaan harus mengeluarkan biaya promosi dan iklan dalam menerjunkan tenaga penjualan langsung kelapangan dengan membawa produk atau katalog produk untuk ditawarkan kepada calon pembeli dan mengirimkan sampel produk atau katalog produk melalui jasa pengiriman.

Promosi mempunyai peranan sangat penting dalam penjualan produk, karena dengan promosi perusahaan bisa mengenalkan, mempengaruhi serta membujuk khalayak umum agar bisa mengenal, tertarik dan akhirnya akan mau membeli produk yang ditawarkan. Anggaran atau cadangan biaya untuk promosinya perlu pembatasan atau melakukan penekanan biaya promosi tetap harus dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu agar tujuan promosi tetap tercapai. Sehingga iklan promosi efektif dan efisien tetap tercapai dengan optimal dan berpengaruh positif terhadap hasil penjualan.

Pada kegiatan pengiriman produk dari gudang ke tempat pembeli atau pemesan melalui jasa *expedisi* yang terpercaya atau juga bisa dikirim langsung dengan menempatkan tenaga kerja yang tugasnya khusus melakukan pengiriman barang. Cara melakukan efisiensi biaya penjualan jika dengan jasa *expedisi* dilakukan dengan mencari informasi biaya termurah dari beberapa *expedisi*, namun yang perlu diperhatikan adalah bahwa harga rendah bukan berarti murah. Diperhatikan keamanan dan kecepatan pengirimannya. Dan pajak secara langsung berhubungan dengan produksi dan penjualan produk.

Beban administrasi dan umum digunakan untuk menampung keseluruhan beban operasi kantor guna perencanaan dan pengendalian secara umum. Seperti beban sewa kantor, beban kendaraan operasional, beban listrik, air, telepon, beban bunga, beban perlengkapan, beban depresiasi gedung, kendaraan dan peralatan kantor. Jika perusahaan tidak mampu mengeluarkan dana untuk biaya-biaya operasional pada setiap bulan atau setiap tahunnya, maka perusahaan juga tidak mampu meneruskan kegiatan penjualan produknya dan berpengaruh terhadap hasil penjualan. Jadi perlu diperhatikan dan melakukan pengendalian terhadap biaya operasional setiap bulan atau tahunnya agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti perekrutan biaya dan pembengkakan biaya. Jika biaya operasional tinggi maka hasil penjualan yang diperoleh perusahaan akan rendah, dan jika biaya operasional rendah maka hasil penjualan yang diperoleh perusahaan akan tinggi.

3. Perhitungan Hasil Penjualan PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019

Hasil perhitungan Hasil Penjualan PT. Indofood, Tbk tahun 2017-2019 disajikan pada tabel di bawah ini:

Periode	Hasil Penjualan (Tot. Penjualan)
2017	70,186,618,000,000
2018	73,394,728,000,000
2019	76,592,955,000,000

Table 9. Hasil Perhitungan Hasil Penjualan Sumber : Data diolah (2021)

Hasil penjualan tahun 2017 sebesar Rp. 70,186,618,000,000, tahun 2018 sebesar Rp. 73,394,728,000,000, sedangkan pada tahun 2019 sebesar Rp. 76,592,955,000,000, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap tahunnya PT. Indofood, Tbk selalu mengalami kenaikan hasil penjualan. Dalam penelitian ini hasil penjualan meningkat karena di pengaruh oleh Biaya Produksi dan Biaya Operasional. Penjualan dapat dikatakan berhasil jika suatu perusahaan mampu mengeluarkan besarnya anggaran yang ada didalam biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Jika perusahaan semakin banyak mengeluarkan biaya bahan baku untuk proses mengolah bahan baku menjadi produk jadi berupa makanan yang siap untuk dijual, biaya tenaga kerja langsung yang semakin banyak tenaganya, biaya *overhead* pabrik yang semakin banyak biaya penolong yang tidak secara langsung, menjadi semakin banyak produk yang diproduksi oleh perusahaan terhadap permintaan konsumen, maka perusahaan akan meningkatkan hasil penjualan.

Kesimpulan

Dari hasil analisis data, hipotesis penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil penjualan PT. Indofood, Tbk. Periode 2017-2019 mengalami kenaikan tiap tahunnya. Hal ini di karena faktor biaya produksi dan biaya opsional. Penjualan dapat dikatakan berhasil jika suatu perusahaan mampu mengeluarkan besarnya anggaran yang ada didalam biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Jika perusahaan semakin banyak mengeluarkan biaya bahan baku untuk proses mengolah bahan baku menjadi produk jadi berupa makanan yang siap untuk dijual,

biaya tenaga kerja langsung yang semakin banyak tenaga kerjanya, biaya overhead pabrik yang semakin banyak biaya penolong yang tidak secara langsung, menjadi semakin banyak produk yang diproduksi oleh perusahaan terhadap permintaan konsumen, maka perusahaan akan meningkatkan hasil penjualan.

References

1. Rudianto, Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis. 2015.
2. C. R. Putri and M. A. Putri, "Pengaruh Karakteristik Eksekutif, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Tax Avoidance Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variable Intervening," *J. Ekon. Manaj. Univ. Pandanaran Semarang*, vol. 2, no. 2, pp. 21-31, 2017.
3. Mulyadi, Sistem Akuntansi, 3rd ed. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
4. D. A. Carter, B. J. Simkins, and W. G. Simpson, "Corporate governance, board diversity, and firm value," *Financ. Rev.*, vol. 38, no. 1, pp. 33-53, 2003.
5. Sugiartonos Edi, Akuntansi-Biaya-Penggolongan-Biaya. .
6. Sadono Sukirno, Mikro Ekonomi : Teori Pengantar. Jakarta, 2008.
7. E. Mutia, Zuraida, and D. Andriani, "PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN UKURAN DEWAN KOMISARIS TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA," vol. 4, no. 2, 2011.
8. D. Andhani, "Pengaruh Debt To Total Asset Ratio (DAR) dan Debt To Equity Ratio (DER) Terhadap Net Profit Margin (NPM) Serta dampaknya terhadap Harga Saham pada Perusahaan Elektronik di Bursa Efek Tokyo tahun 2007-2016," *J. SEKURITAS (Saham, Ekon. Keuang. dan Investasi)*, vol. 3, no. 1, p. 45, 2019.
9. S. ROCHMANA, "MENGUNAKAN METODE FTA DAN FMEA PADA PROSES PRODUKSI PABRIK AMDK K3PG," 2017.
10. Tjiptono, Strategi Pemasaran. 2008.
11. E. B. Santoso and J. Samboro, "Pengaruh promosi penjualan dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan," pp. 1-8.
12. S. Hermawan and Amirullah, Metode Penelitian. 2016.
13. Ghozali, "Metode Penelitian," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689-1699, 2018.
14. Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Cv Alfabeta. 2017.
15. S. Sundjoto, "Role of Trade Unions and Competitors on the Performance of Employees on Compensation Indirect (Case Study on Textile Company in East Java)," *IOSR J. Econ. Financ.*, vol. 8, no. 1, pp. 58-64, 2017.
16. Mankiw, *Mankiw Principles of Economics*, vol. 53, no. 9. 2013.
17. Manullang, "Manajemen Personalia," *Ghalia Indonesia*, vol., no. p. , 1991.
18. A. Khusna, "Biaya Operasional," *Jurnal Ilmiah Konseling*, vol. 2. pp. 1-6, 2016.
19. D. U. Dianti and N. Suprayogi, "PENGELOLAAN BIAYA OPERASIONAL LAZNAS SURABAYA," *J. Ekon. Syariah Teor. dan Terap.*, vol. 5, no. 8, p. 634, 2019.