PENGARUH HARGA POKOK PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PT UNILEVER INDONESIA & PT INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR PERIODE 2022-2025

Marvella Yael Gomulja[1], Elizabeth Tiur Manurung[2]
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Kota Bandung, Indonesia[1],
Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Kota Bandung, Indonesia[2]
email: 6042401104@student.unpar.ac.id[1], eliz@unpar.ac.id[2]

ABSTRACT
This study analyzes the effect of Cost of Goods Sold on net profit in two large consumer goods companies in Indonesia, namely PT Unilever Indonesia Tbk and PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Financial data were taken from interim financial reports for 32 quarters and analyzed using simple linear regression. The results show that Cost of Goods Sold has a positive and significant effect on net profit. The resulting linear regression equation shows that an increase in Cost of Goods Sold will increase net profit by 0.177714397 units. If Cost of Goods Sold is zero, the net profit of both companies will be 1002073.70 units. The results show that the increase in Cost of Goods Sold in both companies reflects the increase in the company's production and sales activities so that the company's net profit also increases. This study strengthens the understanding of optimizing Cost of Goods Sold control in supporting company financial performance.

Keywords: *Cost of Goods Sold; Net Profit; Consumer Goods*

PENDAHULUAN
PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk merupakan dua perusahaan manufaktur terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang produksi, pemasaran, dan distribusi barang konsumsi. Kedua perusahaan ini sudah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia dan memberikan pelayanan terbaik melalui berbagai produk yang diproduksi, didistribusikan, dan dijual dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari mereka. Setiap produk yang dijual oleh kedua perusahaan ini akan menghasilkan laba dalam kegiatan operasionalnya.

Kegiatan operasional PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk menitikberatkan pada tiga kegiatan utama, yaitu kegiatan produksi, pemasaran, dan distribusi barang konsumsi, mencakup sabun, deterjen, es krim, bumbu masak, kecap, kosmetik, minuman dengan bahan pokok teh, dan minuman sari buah oleh PT Unilever Indonesia Tbk, serta mi instan, *dairy*, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi serta makanan khusus, dan minuman oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Kegiatan-kegiatan utama tersebut memiliki pengaruh dalam menghasilkan laba dari perusahaan, terutama dari tiga kegiatan intinya.

Tentunya dalam menghasilkan produk, terdapat biaya-biaya yang dikeluarkan oleh kedua perusahaan tersebut yang tidak kalah penting dalam memengaruhi tinggi rendahnya laba. Komponen biaya utama yang berkaitan langsung dengan proses produksi barang yang dijual kepada konsumen oleh kedua perusahaan adalah Harga Pokok Penjualan. Harga Pokok Penjualan mencerminkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk, seperti biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya *manufacturing overhead*.

Perusahaan yang bergerak di bidang barang konsumsi seperti PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk ini tentu memiliki tingkat penjualan dan

aktivitas produksi yang tinggi. Tingginya aktivitas produksi menyebabkan Harga Pokok Penjualan kedua perusahaan mengalami perubahan dari periode ke periode. Perubahan tersebut turut memengaruhi perolehan laba bersih perusahaan. Hal ini menjadi tantangan yang dihadapi oleh perusahaan ini dalam beberapa tahun terakhir, mulai dari pemulihan pascapandemi COVID-19, fluktuasi harga bahan baku, perubahan daya beli masyarakat, meningkatnya biaya distribusi, perubahan strategi pemasaran, persaingan pasar, inflasi, serta perubahan kondisi ekonomi yang menyebabkan perusahaan harus mengelola biaya produksi secara efisien agar tetap memperoleh laba yang optimal. Perusahaan perlu memperhatikan pengendalian Harga Pokok Penjualan karena komponen biaya tersebut memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, khususnya laba bersih.

PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk tentu memiliki Harga Pokok Penjualan dan laba bersih yang besar dan fluktuatif pada beberapa periode kuartalan. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh dari Harga Pokok Penjualan terhadap laba bersih PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk periode 2022-2025. Penulis bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari Harga Pokok Penjualan terhadap laba bersih PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.

TINJAUAN PUSTAKA

Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan (HPP) merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan barang yang dijual selama suatu periode tertentu. Pada perusahaan manufaktur barang konsumsi, HPP menjadi komponen biaya utama karena berkaitan langsung dengan proses produksi barang. Menurut Mulyadi (2016), HPP terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang digunakan dalam proses produksi. Ketiga unsur tersebut digunakan perusahaan dalam menghasilkan produk yang akan dijual kepada konsumen. Secara umum, HPP dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$HPP = Persediaan\ Awal + Pembelian\ Bersih - Persediaan\ Akhir$$

Bagi perusahaan manufaktur, HPP dihitung dari akumulasi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang melekat pada produk yang terjual, sehingga besarannya berbanding lurus dengan volume produksi dan penjualan perusahaan pada periode tersebut. Horngren (2015) menyatakan bahwa HPP berfungsi sebagai penghubung antara laporan biaya produksi dan laporan laba rugi, karena HPP menjadi pengurang pertama atas pendapatan penjualan untuk memperoleh laba kotor. Pengelolaan HPP secara efisien merupakan salah satu faktor penentu kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang optimal.

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) melalui Standar Akuntansi Keuangan (SAK) mengatur bahwa persediaan dan HPP harus diukur dan disajikan secara konsisten agar laporan keuangan mencerminkan kondisi ekonomi perusahaan yang sebenarnya (Dewan Standar Akuntansi Keuangan IAI, 2022). Ketepatan pengukuran HPP itu penting karena kesalahan dalam menentukan HPP akan berdampak langsung pada penyajian laba kotor maupun laba bersih perusahaan.

Laba

Laba merupakan selisih dari pendapatan (*revenue*) dengan jumlah biaya *(costs)* yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan tersebut dalam periode tertentu. Laba dikategorikan menjadi beberapa jenis, seperti laba kotor (penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan), laba operasional (laba kotor dikurangi biaya operasional), laba sebelum pajak, dan laba bersih.

Laba Bersih

Laba bersih adalah selisih antara seluruh pendapatan yang diperoleh perusahaan dengan seluruh biaya yang dikeluarkan, termasuk HPP, biaya operasional, biaya lain-lain, dan pajak penghasilan, dalam satu periode akuntansi (Kieso, 2018). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 201 menyatakan bahwa laba bersih adalah total pendapatan perusahaan dikurangi beban-beban dan pajak, namun komponen *other comprehensive income* atau *owner changes* tidak termasuk. Laba bersih dibuat untuk mewakili ukuran pendapatan akhir yang dihasilkan dari transaksi yang terjadi di suatu periode. Hery (2016) menjelaskan bahwa laba bersih merupakan indikator akhir kinerja keuangan perusahaan yang paling banyak digunakan oleh investor, kreditor, dan manajemen untuk menilai efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya. Laba bersih harus dapat dikelola dengan baik agar perusahaan bisa mempertahankan kegiatan operasional berkelanjutan, (Manurung, 2019). Semakin besar laba bersih yang diperoleh, semakin baik juga pandangan pasar terhadap kinerja dan harapan perusahaan ke depan.

Hubungan Harga Pokok Penjualan dengan Laba Bersih

Harga Pokok Penjualan memiliki hubungan erat dengan laba bersih perusahaan karena HPP merupakan komponen utama pengurang pendapatan dalam laporan laba rugi. Secara teori, semakin besar Harga Pokok Penjualan maka laba perusahaan dapat menurun apabila biaya yang meningkat tidak diikuti dengan penjualan yang meningkat (Horngren, 2015). Namun, pada perusahaan manufaktur dan barang konsumsi dengan tingkat permintaan produk yang tinggi dan stabil, peningkatan Harga Pokok Penjualan juga dapat menunjukkan meningkatnya volume produksi dan penjualan perusahaan.

Ketika perusahaan menjual lebih banyak produk, maka biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan juga meningkat, sehingga Harga Pokok Penjualan ikut meningkat. Akan tetapi, apabila peningkatan penjualan lebih besar dibandingkan peningkatan biaya produksi, maka laba bersih perusahaan tetap dapat meningkat. Hubungan antara Harga Pokok Penjualan dan laba bersih dapat bersifat positif maupun negatif tergantung pada kondisi operasional perusahaan. Selain itu, hubungan antara pengendalian biaya dan perencanaan laba ini juga ditegaskan oleh Sitanggang (2023) dalam penelitiannya, yang menunjukkan bahwa pemahaman atas struktur biaya, termasuk HPP, merupakan dasar penting bagi perusahaan dalam menyusun perencanaan laba yang realistis.

Penelitian Terdahulu

Malau dan Parhusip (2015) meneliti pengaruh asimetri informasi dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan *Food & Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menemukan bahwa kedua faktor tersebut dapat memengaruhi cara manajemen menyajikan angka laba, termasuk laba bersih. Temuan tersebut sesuai dengan penelitian ini karena menunjukkan bahwa angka laba bersih perusahaan barang konsumsi tidak semata-mata ditentukan oleh komponen biaya seperti HPP, tetapi juga oleh kebijakan dan pertimbangan manajemen.

Sembiring dan Hutabalian (2022) menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap penghindaran pajak pada perusahaan properti dan *real estate*, dan menemukan bahwa profitabilitas perusahaan, yang salah satunya dipengaruhi oleh besaran laba bersih, berperan penting dalam keputusan-keputusan keuangan perusahaan. Hal ini memperkuat pentingnya memahami faktor penentu laba bersih, termasuk peran HPP, sebagai bagian dari analisis kinerja keuangan perusahaan secara menyeluruh.

Pujia et al. (2026) meneliti peran struktur modal dan likuiditas terhadap profitabilitas pada industri subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode

2019-2023, dan menemukan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh signifikan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa profitabilitas perusahaan barang konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor internal, sehingga penelitian ini melengkapi literatur dengan berfokus secara khusus pada peran HPP sebagai faktor penentu laba bersih.

Berbeda dari penelitian-penelitian tersebut yang menyoroti profitabilitas atau manajemen laba secara umum, penelitian ini secara spesifik menguji pengaruh HPP terhadap laba bersih pada dua perusahaan barang konsumsi besar di Indonesia, yaitu PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, menggunakan data interim selama 32 kuartal dan analisis regresi linear sederhana, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih terfokus mengenai hubungan HPP dan laba bersih pada sektor barang konsumsi.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Malau & Parhusip (2015)	Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan *Food* dan *Beverages* yang *Go Public* di BEI	Asimetri informasi dan ukuran perusahaan dapat memengaruhi cara manajemen menyajikan angka laba, termasuk laba bersih.
2	Sembiring & Hutabalian (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Penghindaran Pajak pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019	Profitabilitas perusahaan berperan penting dalam keputusan-keputusan keuangan perusahaan.
3	Sitanggang (2023)	Analisis Biaya-Volume dan Laba sebagai Alat Perencanaan Laba (Studi Kasus pada Unit Usaha Tahu Mas Ponimin Medan Polonia)	Pemahaman atas struktur biaya merupakan dasar penting dalam menyusun perencanaan laba yang realistis.
4	Pujia et al. (2026)	Peran Struktur Modal dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada Industri Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023	Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh signifikan.

Klasifikasi Biaya dalam Harga Pokok Penjualan

Mulyadi (2016) mengklasifikasikan biaya yang membentuk Harga Pokok Penjualan pada perusahaan manufaktur menjadi tiga unsur utama, yaitu biaya bahan baku langsung (*direct materials costs*), biaya tenaga kerja langsung (*direct labor costs*), dan biaya *overhead* pabrik (*manufacturing overhead costs*). Biaya bahan baku langsung merupakan seluruh biaya perolehan bahan yang secara fisik menjadi bagian dari produk jadi dan dapat ditelusuri secara langsung ke produk tersebut. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan yang secara langsung terlibat dalam proses produksi. Adapun biaya *overhead* pabrik mencakup seluruh biaya produksi selain bahan baku dan tenaga kerja langsung, seperti biaya penyusutan mesin, biaya listrik pabrik, dan biaya pemeliharaan peralatan produksi.

Secara sistematis, HPP pada perusahaan manufaktur dapat dihitung dengan rumus:

$$HPP = Persediaan\ Barang\ Jadi\ Awal + Harga\ Pokok\ Produksi - Persediaan\ Barang\ Jadi\ Akhir$$

di mana Harga Pokok Produksi sendiri merupakan akumulasi dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang telah selesai diproses menjadi barang jadi pada periode berjalan (Horngren, 2015). Ketiga unsur biaya tersebut bersifat variabel terhadap volume produksi, sehingga ketika perusahaan meningkatkan jumlah unit yang diproduksi untuk memenuhi permintaan pasar, HPP secara alami akan mengalami kenaikan meskipun efisiensi biaya per unit tetap terjaga.

Metode Penilaian Persediaan

Penentuan HPP juga dipengaruhi oleh metode penilaian persediaan yang digunakan perusahaan. Mulyadi (2016) menjelaskan tiga metode yang umum digunakan, yaitu metode *First In First Out* (FIFO), di mana persediaan yang pertama kali masuk dianggap sebagai yang pertama kali terjual sehingga HPP mencerminkan biaya perolehan persediaan yang lebih lama; metode *Last In First Out* (LIFO), yang mengasumsikan persediaan yang terakhir masuk terjual lebih dahulu; dan metode rata-rata tertimbang (*weighted average*), yang menghitung HPP berdasarkan biaya rata-rata seluruh persediaan yang tersedia untuk dijual. Pemilihan metode penilaian persediaan dapat memengaruhi besaran HPP yang dilaporkan, terutama pada kondisi harga bahan baku yang berfluktuasi, sehingga penerapan metode secara konsisten dari periode ke periode menjadi penting agar data HPP dapat dibandingkan secara wajar antarperiode, sebagaimana yang menjadi dasar pengambilan data dalam penelitian ini.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Laba Bersih

Kieso (2018) menjelaskan bahwa laba bersih dipengaruhi oleh beberapa komponen utama dalam laporan laba rugi, yaitu pendapatan penjualan, Harga Pokok Penjualan, beban operasional (beban penjualan dan beban administrasi umum), beban dan pendapatan non-operasional, serta beban pajak penghasilan. Laba bersih diperoleh setelah pendapatan dikurangi seluruh komponen beban tersebut. Oleh karena itu, meskipun HPP merupakan salah satu pengurang utama pendapatan, besar kecilnya laba bersih pada akhirnya juga ditentukan oleh seberapa efektif perusahaan mengendalikan beban-beban lain selain HPP, serta seberapa besar pertumbuhan pendapatan penjualan yang mampu dicapai perusahaan pada periode yang sama.

Hery (2016) menambahkan bahwa dalam praktiknya, kenaikan HPP pada perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan justru dapat menjadi sinyal positif mengenai perluasan kegiatan usaha, selama proporsi kenaikan HPP terhadap penjualan tetap terjaga atau bahkan menurun (efisiensi meningkat). Kondisi ini penting untuk dibedakan dari kenaikan HPP yang disebabkan oleh pemborosan atau inefisiensi produksi, yang justru akan menekan margin laba kotor dan laba bersih perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, penelitian ini disusun dengan kerangka pemikiran bahwa Harga Pokok Penjualan (variabel independen) diduga memiliki pengaruh terhadap Laba Bersih (variabel dependen) pada PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Hubungan antara kedua variabel tersebut diuji secara empiris menggunakan analisis regresi linear sederhana atas data interim selama 32 kuartal, dengan tujuan untuk mengetahui arah dan besar pengaruh Harga Pokok Penjualan terhadap Laba Bersih pada kedua perusahaan barang konsumsi tersebut.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0: Harga Pokok Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk periode 2022-2025.

H1: Harga Pokok Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk periode 2022-2025.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode kuantitatif deskriptif, di mana metode penelitian yang dilakukan adalah untuk menggambarkan fenomena atau kondisi tertentu secara nyata, dengan dukungan dan data numerik yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya. Penelitian dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana. Pengambilan data dilakukan dengan mengumpulkan data dokumen laporan keuangan interim PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk periode 2022-2025 yang memuat variabel dependen (laba bersih) dan independen (Harga Pokok Penjualan).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor barang konsumsi (*consumer goods*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) perusahaan merupakan salah satu emiten sektor barang konsumsi dengan kapitalisasi pasar terbesar di Indonesia, (2) perusahaan secara konsisten mempublikasikan laporan keuangan interim (triwulanan) selama periode 2022-2025, dan (3) laporan keuangan memuat data Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih secara lengkap. Berdasarkan kriteria tersebut, terpilih dua perusahaan sebagai sampel, yaitu PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, dengan total 32 data kuartalan (16 kuartal untuk masing-masing perusahaan).

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan interim (triwulanan) PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk periode 2022-2025, yang diperoleh dari situs resmi masing-masing perusahaan. Data yang digunakan bersifat kuantitatif berupa angka Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih yang dilaporkan pada setiap periode kuartalan.

Definisi Operasional Variabel

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah Harga Pokok Penjualan, yaitu seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi barang yang terjual pada suatu periode, sebagaimana dilaporkan dalam laporan laba rugi interim masing-masing perusahaan dan dinyatakan dalam satuan rupiah (dalam jutaan). Variabel dependen (Y) adalah Laba Bersih, yaitu selisih antara seluruh pendapatan dengan seluruh beban perusahaan, termasuk beban pajak, pada periode yang sama, yang juga dinyatakan dalam satuan rupiah (dalam jutaan).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi, yaitu menelusuri dan mencatat data Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih dari laporan keuangan interim yang dipublikasikan oleh PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk selama 16 kuartal berturut-turut untuk masing-masing perusahaan pada periode 2022-2025.

Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai sebaran data Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih, dilanjutkan dengan analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh Harga Pokok Penjualan terhadap Laba Bersih. Pengujian dilakukan dengan bantuan aplikasi Microsoft Excel, meliputi perhitungan koefisien regresi, koefisien determinasi (*R Square*), serta pengujian signifikansi melalui uji t dan uji F pada tingkat kepercayaan 95%. Kriteria pengujian hipotesis adalah H0 ditolak apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yang berarti Harga Pokok Penjualan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan perusahaan multinasional yang bergerak di bidang produksi dan distribusi produk perawatan pribadi, perawatan rumah tangga, serta makanan dan minuman, dengan sejumlah merek yang telah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Perusahaan ini telah tercatat di Bursa Efek Indonesia dan secara rutin mempublikasikan laporan keuangan interim setiap kuartal sebagai bentuk transparansi kepada publik dan pemegang saham.

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk merupakan salah satu produsen makanan dan minuman kemasan terbesar di Indonesia, dengan lini produk yang mencakup mi instan, *dairy*, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi, dan minuman. Sebagai bagian dari kelompok usaha Indofood, perusahaan ini memiliki jaringan distribusi yang luas di seluruh wilayah Indonesia dan juga mempublikasikan laporan keuangan interim secara berkala.

Data penelitian untuk menganalisis pengaruh Harga Pokok Penjualan terhadap Laba Bersih PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk disajikan dalam tabel, dan pengolahan data dimuat dalam 1 kesatuan tabel dengan membagi Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih kedua perusahaan dalam 32 kuartal (masing-masing 16 kuartal).

Statistik Deskriptif

Sebelum dilakukan pengujian regresi, data Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih pada kedua perusahaan diringkas secara deskriptif. Pada PT Unilever Indonesia Tbk, HPP selama 16 kuartal berkisar antara Rp4.906.354 juta hingga Rp22.153.944 juta, dengan rata-rata sebesar Rp12.395.926 juta dan simpangan baku Rp5.554.693 juta. Laba Bersih perusahaan pada periode yang sama berkisar antara Rp1.237.379 juta hingga Rp7.641.161 juta, dengan rata-rata Rp3.327.805 juta dan simpangan baku Rp1.696.467 juta.

Pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, HPP berkisar antara Rp11.312.337 juta hingga Rp48.490.503 juta, dengan rata-rata sebesar Rp28.569.753 juta dan simpangan baku Rp12.768.914 juta. Laba Bersih perusahaan berkisar antara Rp2.256.786 juta hingga Rp10.756.109 juta, dengan rata-rata Rp5.956.534 juta dan simpangan baku Rp2.745.453 juta.

Secara gabungan, dari 32 data kuartalan, rata-rata HPP kedua perusahaan adalah Rp20.482.839 juta dengan rentang Rp4.906.354 juta hingga Rp48.490.503 juta, sementara rata-rata Laba Bersih adalah Rp4.642.169 juta dengan rentang Rp1.237.379 juta hingga Rp10.756.109 juta. Rasio rata-rata Laba Bersih terhadap HPP pada PT Unilever Indonesia Tbk sebesar 27,20%, sedikit lebih tinggi dibandingkan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk sebesar 21,69%, yang menunjukkan bahwa secara proporsional PT Unilever Indonesia Tbk mampu menghasilkan Laba Bersih yang relatif lebih besar dari setiap rupiah HPP yang dikeluarkan dibandingkan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada periode penelitian ini.

Tabel 2. Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih PT Unilever Indonesia Tbk (No. 1-16) dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (No.17-32)

No	Periode (Tahun/Kuartal)	Harga Pokok Penjualan (dalam jutaan)	Laba Bersih (dalam jutaan)
1	2025/4	Rp 16.946.367	Rp 7.641.161
2	2025/3	Rp 14.227.345	Rp 3.335.249
3	2025/2	Rp 9.446.933	Rp 2.155.575
4	2025/1	Rp 4.906.354	Rp 1.237.379
5	2024/4	Rp 18.418.962	Rp 3.368.693
6	2024/3	Rp 14.136.555	Rp 3.009.698
7	2024/2	Rp 9.575.909	Rp 2.466.658
8	2024/1	Rp 5.046.838	Rp 1.448.717
9	2023/4	Rp 19.416.887	Rp 4.800.940
10	2023/3	Rp 15.231.852	Rp 4.188.857
11	2023/2	Rp 10.174.757	Rp 2.759.275
12	2023/1	Rp 5.374.913	Rp 1.405.283
13	2022/4	Rp 22.153.944	Rp 5.364.761
14	2022/3	Rp 16.593.907	Rp 4.611.485
15	2022/2	Rp 11.118.260	Rp 3.429.935
16	2022/1	Rp 5.565.037	Rp 2.021.207
17	2025/4	Rp 48.490.503	Rp 10.756.109
18	2025/3	Rp 36.362.243	Rp 8.188.821
19	2025/2	Rp 24.478.388	Rp 6.205.593
20	2025/1	Rp 12.891.456	Rp 3.034.571
21	2024/4	Rp 45.704.099	Rp 8.813.377
22	2024/3	Rp 34.842.387	Rp 9.372.831
23	2024/2	Rp 22.978.539	Rp 4.375.991
24	2024/1	Rp 12.320.546	Rp 2.723.925
25	2023/4	Rp 42.783.641	Rp 8.465.123
26	2023/3	Rp 32.701.975	Rp 8.110.260
27	2023/2	Rp 21.948.325	Rp 6.458.611
28	2023/1	Rp 12.182.253	Rp 4.328.133
29	2022/4	Rp 43.005.230	Rp 5.722.194
30	2022/3	Rp 32.922.878	Rp 4.080.398
31	2022/2	Rp 22.191.241	Rp 2.411.817
32	2022/1	Rp 11.312.337	Rp 2.256.786

Sumber: Laporan Keuangan Interim PT Unilever Indonesia Tbk & PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Periode 2022-2025

Hasil Pengujian Menggunakan Regresi Linear Sederhana

Hasil uji regresi linear sederhana dari aplikasi Microsoft Excel ditunjukkan dalam gambar berikut ini.

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics

Multiple R	0,864154362
R Square	0,746762761
Adjusted R Square	0,738321519
Standard Error	1336205,337
Observations	32

ANOVA

	df	*SS*	*MS*	*F*	*Significance F*
Regression	1	1,57951E+14	1,58E+14	88,46599	1,86891E-10
Residual	30	5,35638E+13	1,79E+12		
Total	31	2,11514E+14			

	Coefficients	*Standard Error*	*t Stat*	*P-value*	*Lower 95%*	*Upper 95%*	*Lower 95,0%*	*Upper 95,0%*
Intercept	1002073,7	453402,1992	2,210121	0,034868	76102,87712	1928044,523	76102,87712	1928044,523
Harga Pokok Penjualan	0,177714397	0,018894458	9,405636	1,87E-10	0,139126765	0,216302029	0,139126765	0,216302029

Gambar 1. Hasil Analisa Regresi Linear Sederhana
Sumber: Microsoft Excel, 27 Mei 2026

Hasil analisis menunjukkan rumus persamaan regresi linear sederhana di bawah ini:

Laba Bersih = 1002073,70 + 0,177714397 Harga Pokok Penjualan

Hasil persamaan regresi linear sederhana ini menunjukkan bahwa ada konstanta 1002073,70 yang memiliki arti jika variabel Harga Pokok Penjualan bernilai nol, maka Laba Bersih perusahaan diperkirakan sebesar 1002073,70 satuan. Nilai koefisien Harga Pokok Penjualan sebesar 0,177714397 menunjukkan bahwa jika variabel ini naik satu satuan, maka akan berpengaruh positif untuk meningkatkan Laba Bersih sebesar 0,177714397 satuan. Pembahasan ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara Harga Pokok Penjualan terhadap Laba Bersih.

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Gambar 1, diperoleh nilai *Multiple R* sebesar 0,864154362 yang menunjukkan tingkat keeratan hubungan yang kuat antara Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih. Nilai R Square sebesar 0,746762761 (74,68%) menunjukkan bahwa variasi Laba Bersih pada kedua perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi Harga Pokok Penjualan sebesar 74,68%, sedangkan sisanya sebesar 25,32% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti beban operasional, beban pemasaran, dan kondisi ekonomi makro. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,738321519 menguatkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik dalam menjelaskan hubungan kedua variabel meskipun hanya menggunakan satu variabel independen.

Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F)

Pengujian signifikansi parsial (uji t) menunjukkan nilai t-hitung untuk variabel Harga Pokok Penjualan sebesar 9,405636 dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 1,87E-10, yang jauh lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa Harga Pokok Penjualan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Nilai konstanta (*intercept*) juga signifikan pada tingkat kepercayaan 95%, dengan t-hitung sebesar 2,210121 dan *p-value* sebesar 0,034868.

Pengujian signifikansi simultan (uji F) menghasilkan nilai F-hitung sebesar 88,46599 dengan *Significance F* sebesar 1,86891E-10, yang juga jauh lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menegaskan bahwa model regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini secara keseluruhan signifikan dan layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh Harga Pokok Penjualan terhadap Laba Bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Dengan *Standard Error* sebesar 1.336.205,337 dan jumlah observasi sebanyak 32 data kuartalan, model regresi ini dapat dikatakan cukup andal untuk menggambarkan

hubungan kedua variabel pada periode penelitian.

Analisis Akuntansi

Secara akuntansi, Harga Pokok Penjualan merupakan komponen utama biaya dalam perusahaan manufaktur dan barang konsumsi karena berkaitan langsung dengan proses produksi barang yang dijual kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga Pokok Penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Secara teori, Harga Pokok Penjualan merupakan pengurang pendapatan, sehingga peningkatan HPP dapat menurunkan laba perusahaan. Namun, pada penelitian ini, peningkatan HPP justru diikuti oleh peningkatan laba bersih perusahaan.

Kondisi tersebut dapat terjadi karena meningkatnya Harga Pokok Penjualan pada PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mencerminkan meningkatnya aktivitas produksi dan penjualan perusahaan. Ketika perusahaan menjual lebih banyak produk, maka biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan juga meningkat sehingga Harga Pokok Penjualan mengalami kenaikan. Akan tetapi, peningkatan penjualan perusahaan lebih besar dibandingkan peningkatan biaya produksi, sehingga laba bersih perusahaan tetap meningkat.

Selain itu, kedua perusahaan tersebut merupakan perusahan barang konsumsi besar di Indonesia yang memiliki tingkat permintaan produk yang relatif tinggi. Produk-produk kebutuhan sehari-hari yang dipasarkan perusahaan menyebabkan aktivitas produksi dan penjualan terus berjalan secara stabil.

Nilai *R Square* sebesar 74,68% menunjukkan bahwa Harga Pokok Penjualan memiliki hubungan yang kuat terhadap laba bersih perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perubahan biaya produksi berperan penting dalam memengaruhi kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan. Dengan demikian, perusahaan perlu mengelola biaya produksi secara efisien agar peningkatan Harga Pokok Penjualan tetap mampu menghasilkan laba bersih yang optimal.

Pembahasan per Perusahaan

Pada PT Unilever Indonesia Tbk (No. 1-16), data menunjukkan HPP bergerak dari sekitar Rp4,9 triliun pada kuartal pertama tiap tahun hingga mencapai puncaknya di kuartal keempat, sejalan dengan pola musiman penjualan produk konsumsi yang umumnya meningkat menjelang akhir tahun. Laba bersih perusahaan mengikuti pola serupa, dengan nilai tertinggi pada kuartal keempat 2025 sebesar Rp7,64 triliun. Pola pergerakan yang searah antara HPP dan laba bersih ini konsisten dengan hasil regresi yang menunjukkan hubungan positif antarkeduanya, dan menunjukkan bahwa kenaikan HPP pada PT Unilever Indonesia Tbk lebih banyak didorong oleh peningkatan volume produksi dan penjualan ketimbang oleh pemborosan biaya.

Pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (No. 17-32), skala HPP dan laba bersih jauh lebih besar dibandingkan PT Unilever Indonesia Tbk, dengan HPP tertinggi mencapai Rp48,49 triliun dan laba bersih tertinggi Rp10,76 triliun pada kuartal keempat 2025. Meskipun demikian, pola hubungan antara HPP dan laba bersih pada kedua perusahaan relatif konsisten, yaitu kenaikan HPP umumnya diikuti oleh kenaikan laba bersih. Perbedaan skala antara kedua perusahaan turut menunjukkan bahwa hasil regresi gabungan dalam penelitian ini lebih mencerminkan pola hubungan umum antara HPP dan laba bersih pada industri barang konsumsi, bukan besaran mutlak yang berlaku sama pada kedua perusahaan.

Perbandingan antara kedua perusahaan ini memperkuat temuan bahwa peningkatan HPP pada perusahaan barang konsumsi besar tidak serta-merta menurunkan laba, selama peningkatan tersebut diimbangi oleh pertumbuhan penjualan yang proporsional atau lebih besar. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Pujia et al. (2026) pada industri subsektor

makanan dan minuman, yang menunjukkan bahwa faktor internal perusahaan turut berperan penting dalam menentukan tingkat profitabilitas, sehingga interpretasi hubungan HPP dan laba bersih sebaiknya tetap mempertimbangkan karakteristik masing-masing perusahaan.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan Harga Pokok Penjualan terhadap Laba Bersih sejalan dengan temuan Sitanggang (2023) yang menegaskan pentingnya pemahaman struktur biaya dalam perencanaan laba, serta Pujia et al. (2026) yang menemukan bahwa faktor internal perusahaan, termasuk struktur modal, berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan sektor makanan dan minuman. Namun demikian, penelitian ini juga perlu mempertimbangkan temuan Malau dan Parhusip (2015) yang mengindikasikan bahwa angka laba bersih dapat dipengaruhi oleh kebijakan manajemen dan bukan semata-mata oleh komponen biaya, sehingga interpretasi hasil regresi dalam penelitian ini sebaiknya tidak dimaknai sebagai hubungan sebab-akibat yang mutlak, melainkan sebagai indikasi kuat adanya keterkaitan antara kedua variabel pada konteks perusahaan barang konsumsi besar di Indonesia.

Implikasi Teoretis

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat pandangan Horngren (2015) bahwa HPP merupakan komponen biaya yang secara alami akan meningkat seiring pertumbuhan volume produksi dan penjualan, dan bahwa kenaikan HPP tidak selalu berdampak negatif terhadap laba selama diimbangi oleh pertumbuhan pendapatan yang proporsional atau lebih besar. Temuan ini memberikan kontribusi pada literatur akuntansi biaya dengan menunjukkan bukti empiris pada dua perusahaan barang konsumsi besar di Indonesia, yang dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori mengenai hubungan biaya dan laba pada industri serupa.

Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi manajemen perusahaan barang konsumsi dalam menyusun kebijakan pengendalian biaya produksi, yaitu dengan tetap memastikan bahwa setiap kenaikan HPP diimbangi oleh strategi penjualan dan penetapan harga yang mampu menjaga atau meningkatkan margin laba. Bagi investor dan analis keuangan, penelitian ini menunjukkan pentingnya mencermati rasio HPP terhadap penjualan dari waktu ke waktu sebagai salah satu indikator kualitas pertumbuhan laba perusahaan, selain sekadar melihat besaran laba bersih itu sendiri.

Bagi pemerintah dan pembuat kebijakan, hasil penelitian ini turut menegaskan pentingnya standar pengungkapan yang konsisten atas komponen Harga Pokok Penjualan dalam laporan keuangan interim perusahaan publik, mengingat komponen ini menjadi salah satu indikator utama yang digunakan pemangku kepentingan dalam menilai kinerja keuangan emiten sektor barang konsumsi. Pengungkapan yang konsisten dan transparan akan memudahkan investor, analis, maupun pemerintah dalam melakukan pemantauan terhadap kualitas laba perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasilnya. Pertama, penelitian hanya menggunakan dua perusahaan sebagai sampel, sehingga hasilnya belum tentu dapat disamaratakan pada seluruh perusahaan di sektor barang konsumsi. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen, yaitu Harga Pokok Penjualan, sehingga belum memperhitungkan faktor-faktor lain yang turut memengaruhi Laba Bersih, seperti beban operasional, beban pemasaran, kondisi makroekonomi, maupun kebijakan manajemen. Ketiga, data yang digunakan bersumber dari

laporan keuangan interim yang belum tentu diaudit secara penuh sebagaimana laporan keuangan tahunan, sehingga terdapat kemungkinan penyesuaian pada laporan keuangan final. Keempat, penelitian ini menggunakan pendekatan regresi linear sederhana dengan satu variabel independen, sehingga tidak dapat menangkap kemungkinan interaksi antarvariabel maupun pengaruh nonlinear yang mungkin terjadi antara Harga Pokok Penjualan dan Laba Bersih. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan model regresi berganda atau pendekatan analisis data panel agar dapat menangkap dinamika hubungan antarvariabel secara lebih menyeluruh.

KESIMPULAN

Kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan yang telah dilakukan, maka Harga Pokok Penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap Laba Bersih PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk periode 2022-2025. Harga Pokok Penjualan. Hasil penelitian ini menunjukkan Harga Pokok Penjualan pada kedua perusahaan lebih mencerminkan meningkatnya aktivitas produksi dan penjualan perusahaan. Ketika volume penjualan meningkat, perusahaan memproduksi lebih banyak barang sehingga Harga Pokok Penjualan ikut meningkat. Namun, peningkatan penjualan tersebut mampu menghasilkan laba bersih yang lebih besar. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa Harga Pokok Penjualan memiliki hubungan yang kuat terhadap laba bersih perusahaan pada PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk periode 2022-2025.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar perusahaan dapat terus melakukan pengendalian dan pengelolaan Harga Pokok Penjualan secara efektif, efisien, serta mengoptimalkan biaya produksi agar peningkatan biaya tidak melebihi peningkatan pendapatan yang diperoleh. Manajer perlu terus meningkatkan efektivitas proses produksi, penggunaan bahan baku, dan pengendalian biaya operasional, serta mempertahankan strategi penjualan yang mampu menghasilkan pendapatan lebih besar dibandingkan peningkatan Harga Pokok Penjualan, sehingga laba bersih perusahaan dapat terus meningkat. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi laba bersih, seperti penjualan bersih (*net sales*), beban operasional, laba kotor, biaya pemasaran, atau rasio profitabilitas. Selain itu, peneliti dapat menggunakan periode yang lebih panjang dan jumlah perusahaan yang lebih banyak agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan memiliki tingkat keberhasilan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia. (2022). *Standar Akuntansi Keuangan Efektif per 1 Januari 2022.* Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.

Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan.* Jakarta: Grasindo.

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2015). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis.* Pearson.

Kieso, D. E. (2018). *Intermediate Accounting.* Wiley.

Malau, E., & Parhusip, P. (2015). Malau, E., PENGARUH ASIMETRI INFORMASI DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN FOOD DAN BEVERAGES YANG GO PUBLIC DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan, 2*(1), 83-106. doi:https://doi.org/10.54367/jrak.v2i1.175

Manurung, E. T., & Manurung, E. M. (2019). Managing Income Creativity by Young Entrepreneurs in Bandung. *International Review of Management and Marketing, 9*(2), 113-118. Retrieved May 27, 2026, from https://www.econjournals.com/index.php/irmm/article/view/7669

Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya* (5 ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (n.d.). *Annual Report | Indofood CBP*. Retrieved May 27, 2026, from PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk: https://www.indofoodcbp.com/investor-relation/annual-report

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (n.d.). *Financial Statements | Indofood CBP*. Retrieved May 27, 2026, from PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk: https://www.indofoodcbp.com/menu/financial-statements

PT Unilever Indonesia Tbk. (n.d.). *Financial Statements | Unilever*. Retrieved May 27, 2026, from PT Unilever Indonesia Tbk: https://www.unilever.co.id/en//investors/annual-financial-and-sustainability-report/financial-statements/

PT Unilever Indonesia Tbk. (n.d.). *Laporan Tahunan | Unilever*. Retrieved May 27, 2026, from PT Unilever Indonesia Tbk: https://www.unilever.co.id/investor/laporan-tahunan-keuangan-dan-keberlanjutan/laporan-tahunan/

Pujia, D. P., Saputri, D., Fitria, D., & Pangaribuan, M. N. (2026). PERAN STRUKTUR MODAL DAN LIKUIDITAS TERHADAP PROFITABILITAS PADA INDUSTRI SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2019-2023. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan, 12*(1), 83-97. Retrieved from https://ejournal.ust.ac.id/index.php/JRAK/article/view/6120

Sembiring, Y. B., & Hutabalian, N. Y. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN LEVERAGE TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK PADA PERUSAHAANPROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2015-2019. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan, 8*(1), 156-171. doi:https://doi.org/10.54367/jrak.v8i1.1753

Sitanggang, A. (2023). NALISIS BIAYA-VOLUME DAN LABA SEBAGAI ALAT PERENCANAAN LABA : (Studi Kasus Pada Unit Usaha Tahu Mas Ponimin Medan Polonia). *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan, 9*(2), 217-227. doi:https://doi.org/10.54367/jrak.v9i2.2980