

## PENGARUH MANAJEMEN BIAYA TERHADAP PROFITABILITAS DI PT. TAKA ADVERTISING MAKASSAR

**Attillah Aulia Haris**

Universitas Indonesia Timur

Corresponding author: Auliaharis0906@gmail.com

### ABSTRACT

**Attillah Aulia Haris, 2025.** *The Effect of Cost Management on Profitability at PT. Taka Advertising Makassar. Thesis. Faculty of Economics, University of East Indonesia.*

*This study seeks to understand how managing expenses affects profits at PT Taka Advertising Makassar. The main reason for this study is the important need to manage costs well to make more money for the company in today's tough market. The way this study was done is by using numbers and a simple analysis to see how things are connected. The data was gathered from financial reports and talks with people from the company. The results of this study show that managing costs has a good and important effect on how profitable the company is. This means that when the company controls its costs better, it can make more money. Because of this, using smart cost management strategies can be a key step for PT Taka Advertising Makassar to improve its financial results and stay in business.*

Keywords: Cost management, Profitability, PT Taka Advertising Makassar

### ABSTRAK

**ATTILLAH AULIA HARIS, 2025.** Pengaruh Manajemen Biaya Terhadap Profitabilitas di PT.Taka Advertising Makassar. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Timur.

Studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengelolaan biaya memengaruhi laba di PT Taka Advertising Makassar. Alasan utama studi ini adalah pentingnya mengelola biaya dengan baik agar perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak keuntungan di tengah pasar yang sulit saat ini. Studi ini dilakukan dengan menggunakan angka dan analisis sederhana untuk melihat bagaimana berbagai hal saling terkait.

Data dikumpulkan dari laporan keuangan dan wawancara dengan pihak perusahaan. Hasil studi ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya memiliki pengaruh yang baik dan penting terhadap profitabilitas perusahaan. Artinya, ketika perusahaan mengendalikan biayanya dengan lebih baik, perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak keuntungan. Oleh karena itu, penerapan strategi manajemen biaya yang cerdas dapat menjadi langkah kunci bagi PT Taka Advertising Makassar untuk meningkatkan hasil keuangan dan mempertahankan bisnisnya.

Kata kunci: Manajemen biaya, Profitabilitas, PT Taka Advertising Makassar

## PENDAHULUAN

Selama beberapa tahun terakhir, bisnis periklanan di Indonesia telah berkembang pesat karena semakin banyak perusahaan yang ingin mempromosikan diri dan membangun merek mereka. Namun, meskipun pertumbuhan ini pesat, perusahaan periklanan menghadapi tantangan besar, yaitu persaingan yang sangat ketat. Perubahan ekonomi dapat membuat biaya operasional bisnis menjadi lebih mahal.

Selain itu, karena selera pelanggan terus berubah dan teknologi digital semakin canggih, perusahaan perlu terus menciptakan ide-ide pemasaran baru. PT. Taka Advertising Makassar perlu memaksimalkan pengeluarannya sambil tetap memberikan layanan yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan biaya sangat penting untuk mempertahankan bisnis. Jika perusahaan tidak memiliki rencana pengelolaan biaya yang baik, perusahaan dapat membuang-buang sumber daya, yang pada akhirnya dapat menurunkan keuntungan. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar pengaruh manajemen biaya terhadap profitabilitas PT. Taka Advertising Makassar.

Beberapa studi terdahulu telah membahas bagaimana pengelolaan biaya dan perolehan laba saling terkait bagi bisnis. Misalnya, studi oleh Handayani & Putra (2020) menunjukkan bahwa penggunaan metode biaya berbasis aktivitas (ABC) untuk mengelola biaya benar-benar membantu mengurangi pengeluaran dan meningkatkan laba perusahaan. Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang menggunakan metode pengelolaan biaya bertahap biasanya berkinerja lebih baik secara finansial.

Berdasarkan apa yang terjadi dan temuan studi-studi terdahulu, diperkirakan bahwa cara penanganan biaya berpengaruh baik terhadap profitabilitas PT. Taka Advertising Makassar. Gagasan ini didukung oleh pemikiran bahwa perusahaan yang menangani biaya dengan baik akan mampu memangkas biaya operasional yang tidak perlu, memanfaatkan potensi yang dimiliki sebaik-baiknya, dan menghasilkan lebih banyak laba. Sederhananya, semakin baik perusahaan mengelola biayanya, semakin banyak laba yang dapat dihasilkan. Namun, penting untuk diingat bahwa pengelolaan biaya harus dilakukan dengan bijaksana agar kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan tidak menurun.

Studi ini sangat penting karena beberapa alasan. Pertama, hasil studi ini dapat membantu para manajer PT. Taka Advertising Makassar dalam mengambil keputusan tentang cara menangani biaya untuk menghasilkan lebih banyak laba. Kedua, temuan studi ini dapat digunakan sebagai panduan bagi perusahaan-perusahaan serupa di bisnis periklanan yang menghadapi masalah serupa. Ketiga, studi ini juga dapat menambah jumlah tulisan akademis, terutama di bidang manajemen keuangan dan akuntansi, dengan menunjukkan bukti nyata bagaimana penanganan biaya memengaruhi laba di bidang kreatif. Jadi, diharapkan penelitian ini bermanfaat baik untuk pembelajaran maupun penggunaan praktis.

## KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### Manajemen Biaya

Menurut Horngren, Datar, dan Rajan (2015) dalam buku *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*, manajemen biaya adalah suatu cara yang mencakup perencanaan dan pengawasan biaya untuk memastikan sumber daya digunakan dengan baik. Mereka menekankan pentingnya memperhatikan biaya ketika manajer membuat keputusan, sementara Hansen dan Mowen (2017) dalam buku mereka *Cost Management: Accounting and Control* menjelaskan manajemen biaya sebagai upaya menemukan, mengukur, mengamati, dan mengendalikan biaya untuk membantu bisnis menghasilkan lebih banyak uang dan bersaing lebih baik.

### Profitabilitas

Perusahaan yang menghasilkan banyak uang menunjukkan bahwa mereka pandai menjalankan bisnisnya, yang membantu mereka bertahan lama. Riyanto mengatakan pada tahun 2010 bahwa seberapa baik sebuah perusahaan menghasilkan uang adalah seberapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkannya dalam jangka waktu tertentu. Martono dan Agus mengatakan pada tahun 2010 bahwa seberapa baik sebuah perusahaan menghasilkan uang adalah seberapa baik ia memperoleh uang dari uang yang digunakannya. Agus Sartono mengatakan pada tahun 2008 bahwa seberapa baik sebuah perusahaan menghasilkan uang adalah seberapa baik ia menghasilkan uang dibandingkan dengan penjualannya, semua barangnya, dan uangnya sendiri.



Gambar 1. Kerangka Pikir

### Hipotesis

$H_0$  (Hipotesis nol): Manajemen biaya tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

$H_1$  (Hipotesis alternatif): Manajemen biaya berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

## METODE PENELITIAN

### Metode dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan metode yang disebut penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif mengandalkan cara berpikir yang disebut positivisme dan digunakan untuk mempelajari kelompok orang atau sampel tertentu; metode ini mengumpulkan informasi melalui perangkat penelitian dan menganalisis data menggunakan metode statistik numerik untuk memeriksa keakuratan prediksi tertentu.

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu kelompok, atau jumlah total, dari hal-hal atau orang-orang terpisah yang memiliki ciri-ciri untuk dikaji, seperti sifat dan standar, yang ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan laba rugi dari tindakan bisnis yang dilakukan dari tahun 2020 hingga 2024.

### Teknik Analisis

Pengambilan sampel secara purposif sampling adalah cara untuk memilih kelompok sampel yang melibatkan pengambilan keputusan tertentu. Peneliti memilih sampel berdasarkan aturan yang telah mereka tetapkan, seperti kemudahan mendapatkan data, seberapa dekat data tersebut dengan subjek penelitian, atau seberapa banyak informasi yang tersedia.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Bagaimana penerapan praktik manajemen biaya di PT. Taka Advertising Makassar.

Studi ini mengkaji laporan keuangan PT Taka Advertising Makassar dari tahun 2020 hingga 2023 dan menemukan bahwa perusahaan telah menerapkan manajemen biaya, tetapi sebenarnya dapat lebih baik dalam menghemat biaya dan mengendalikan pengeluaran untuk menjalankan bisnis.

Dalam studi ini, manajemen biaya berarti mengendalikan biaya operasional, yang ditunjukkan oleh Rasio Biaya Operasional (OPR). Rasio ini membandingkan total biaya operasional dengan total pendapatan perusahaan. Analisis menunjukkan bahwa OER perusahaan naik turun setiap tahun, dan pada beberapa tahun justru naik, yang berarti biaya operasional lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan yang dihasilkan.

Naik turunnya biaya operasional ini menunjukkan bahwa penanganan biaya operasional perusahaan tidak stabil selama bertahun-tahun. Biaya seperti iklan, pembuatan media, pengaturan logistik, dan biaya umum lainnya masih naik, tetapi tidak selalu sejalan dengan jumlah uang yang masuk. Hal ini menunjukkan bahwa cara perencanaan, pengawasan, dan penilaian biaya masih perlu ditingkatkan, baik dengan menggunakan sistem anggaran yang lebih ketat, melihat mengapa biaya berubah, atau memeriksa seberapa baik kinerja berbagai bagian perusahaan secara berkala.

Selain itu, cara-cara pengelolaan biaya terkini, seperti biaya berbasis aktivitas (ABC), membandingkan biaya dengan yang lain, atau biaya kaizen, tampaknya tidak sepenuhnya digunakan ketika perusahaan mengendalikan biaya. Namun, penerapan ide-ide ini dapat membuat perusahaan bekerja lebih baik dan bersaing lebih kuat ketika menghadapi pasar periklanan yang sangat kompetitif.

Berdasarkan hasil wawancara dan melihat catatan keuangan, tampaknya para pemimpin kini memahami pentingnya menghemat dana, tetapi mereka belum memiliki cara yang jelas dan tertulis untuk mengendalikan biaya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa penerapan metode penghematan uang di PT Taka Advertising Makassar sudah dimulai, tetapi belum sempurna. Masih ada peluang untuk meningkatkan cara mereka mengelola biaya dan membuat semuanya berjalan lebih lancar.

## 2. Sejauh Mana praktik manajemen biaya berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana yang telah dilakukan, ditemukan bahwa variabel Rasio Biaya Operasional (OPR), yang menunjukkan bagaimana biaya dikelola, memengaruhi seberapa baik perusahaan menghasilkan laba, yang diukur dengan Margin Laba Bersih (NPM). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar -0,84, yang berarti bahwa untuk setiap kenaikan OER satu unit, NPM akan turun sebesar 0,84 unit, dengan asumsi semua variabel lainnya tetap sama.

Selain itu, hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai p sebesar 0,0608 lebih kecil dari tingkat signifikansi 10% (0,10), tetapi masih lebih dari 5%. Oleh karena itu, pada tingkat signifikansi 10%, dapat dikatakan bahwa pengaruh OER terhadap NPM signifikan secara statistik. Artinya, dalam praktiknya, terdapat cukup bukti untuk menyatakan bahwa bagaimana biaya dikelola benar-benar memengaruhi profitabilitas perusahaan.

Temuan ini didukung oleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,6518, yang menunjukkan bahwa 65,18% perubahan profitabilitas (NPM) dapat dipahami melalui perubahan praktik manajemen biaya (OER). Sisanya, yaitu 34,82%, dijelaskan oleh berbagai hal yang tidak ada dalam model, seperti rencana pemasaran, seberapa baik kinerjanya, situasi pasar, atau faktor eksternal lainnya. Selain itu, model regresi ini diperiksa untuk asumsi standar, terutama pengujian korelasi diri menggunakan metode Durbin-Watson, yang menghasilkan nilai 1,747. Angka ini berada dalam rentang normal (1,5 hingga 2,5), sehingga dapat dikatakan tidak ada korelasi diri pada variabel yang tersisa, dan model telah memenuhi aturan galat independen.

Setelah melihat semua hasil analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan biaya memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja PT Taka Advertising Makassar. Ketika perusahaan mengeluarkan lebih banyak uang untuk menjalankan bisnisnya (ketika OER lebih tinggi), laba yang diperoleh perusahaan justru berkurang. Oleh karena itu, sangat penting untuk lebih efisien dalam mengelola biaya dan mengendalikan operasional untuk melindungi dan meningkatkan kinerja perusahaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh manajemen biaya terhadap laba pada PT Taka Advertising Makassar yang dilakukan dengan melihat angka-angka pada laporan laba rugi tahun 2020 sampai dengan tahun 2023 serta berdiskusi dengan para manajer perusahaan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

### 1. Praktik Manajemen Biaya di PT Taka Advertising Makassar

PT Taka Advertising mengelola pengeluarannya tidak hanya dengan memangkas biaya, tetapi juga dengan berfokus pada layanan yang baik dan menjaga kepuasan klien dalam jangka panjang. Rencana biaya yang digunakan meliputi pemberian layanan ahli, melakukan pekerjaan lebih baik dari yang diharapkan, dan membangun hubungan emosional dengan berkomunikasi dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa mengelola biaya di perusahaan jasa bukan hanya tentang angka, tetapi juga tentang membangun hubungan.

### 2. Pengaruh Manajemen Biaya terhadap Profitabilitas (Hasil Regresi Linear Sederhana)

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa cara penanganan biaya, yang diukur dengan Rasio Biaya Operasional (OER), memengaruhi Margin Laba Bersih (NPM). Artinya, semakin besar pengeluaran perusahaan untuk menjalankan bisnisnya, semakin sedikit keuntungan yang diperoleh.

Pada tingkat signifikansi 10%, pengaruh ini jelas penting karena nilai  $t$  hitung lebih tinggi daripada nilai  $t$  tabel. Hal ini menunjukkan bahwa pengeluaran yang lebih sedikit untuk operasional dapat sangat membantu perusahaan menghasilkan lebih banyak keuntungan.

### 3. Besar Pengaruh Manajemen Biaya terhadap Profitabilitas (Uji Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,65 berarti 65% perubahan tingkat laba (NPM) dapat dipahami dengan melihat bagaimana biaya dikelola (OER). Sisanya, yaitu 35%, dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak termasuk dalam perhitungan ini.

### 4. Hasil Uji Autokorelasi (Durbin-Watson)

Uji autokorelasi menghasilkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,747, yang berada dalam rentang yang dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif dalam model regresi, sehingga model regresi memenuhi aturan standar dan dapat digunakan secara andal.

Kesimpulan memuat 2 komponen utama meliputi: (1) Rangkuman dan kesimpulan, nyatakan kembali argumen utama, dan sajikan kesimpulan hasil analisis. (2) Jelaskan implikasi praktis dari hasil penelitian dan sejauh mana originalitas studi telah dijawab. Font Arial Narrow 11, line spacing 1.15.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan Terimakasih kepada PT.Taka Advertising, khususnya kepada Pimpinan Komisaris Yaitu Bapak Parinding Sallao yang telah memberikan kesempatan, dukungan dan Kerjasama selama proses penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

Bangkit Ary Pratama, Analisis Statistik Dan Implementasinya, ed. by K- Media (April 2019, 2019)

Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company.

Erni Kurniasari, Listiawati (2021) " PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, DAN STRUKTUR ASET

Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (2017). *Cost Management: Accounting and Control*. Cengage Learning.

Hopkin, P. (2018). *Fundamentals of Risk Management: Understanding, Evaluating and Implementing Effective Risk Management*. 5th Edition. Kogan Page.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson.