Jurnal Kajian Ilmu Manajemen
Vol. 5 No.4 Maret 2025, hlm. 363-370
https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim

Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan terhadap Laba Bersih

Fadjar Maulana[1], Mochamad Reza Adiyanto [2]
[1,2] Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Keywords:

production costs, promotion costs, sales, net profit, cosmetic companies

Abstract

This study aims to analyze the effect of production costs, promotion costs, and sales on net profit in cosmetic and household goods sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2019–2023 period. This study uses a quantitative approach with a population consisting of six companies that meet the purposive sampling criteria. Data were obtained from the company's financial statements published on the IDX. Data analysis was carried out using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS) using SmartPLS software. The results of the study show: (1) Production costs do not have a significant effect on net profit. (2) Promotion costs have a negative and significant effect on net profit. (3) Sales have a positive and significant effect on net profit. (4) Simultaneously, production costs, promotion costs, and sales have a significant effect on net profit with an R^2 value of 0.970, indicating that the three variables are able to explain 97% of the variation in net profit. These findings provide practical implications for companies in optimizing sales strategies and promotion cost efficiency to increase profitability.

✉ Penulis Korespondensi*
Mochamad Reza Adiyanto

Email:
reza.adiyanto@trunojoyo.ac.id

P-ISSN: 2775-3093
E-ISSN: 2797-0167

DOI :

PENDAHULUAN

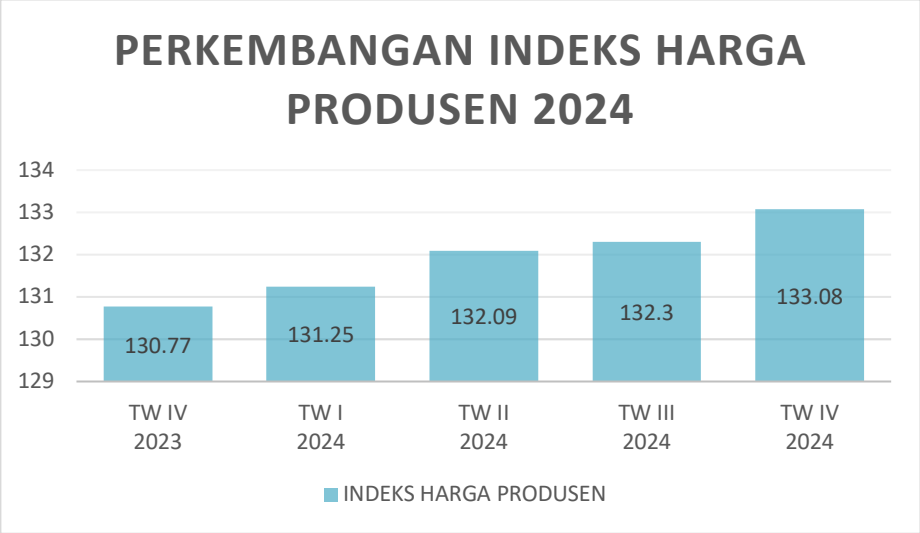
Analisis laporan keuangan merupakan alat penting untuk memahami kondisi dan kinerja perusahaan. Najdmudin dalam Fitriana (2024) menyatakan bahwa analisis laporan keuangan bertujuan menelaah hubungan antar-komponen laporan keuangan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai informasi keuangan, sedangkan Kasmir dalam Fitriana (2024) menjelaskan bahwa analisis tersebut berfungsi untuk menilai kinerja suatu perusahaan pada periode tertentu. Salah satu komponen penting dalam analisis keuangan adalah biaya produksi, yang dapat menentukan tingkat profitabilitas perusahaan melalui perubahan harga bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya distribusi. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi memiliki dampak yang signifikan terhadap laba bersih. Marismiati dan Ziddan (2022) menemukan bahwa biaya produksi berperan penting dalam memengaruhi laba pada perusahaan manufaktur, sedangkan Marlina (2024)

menjelaskan bahwa kenaikan biaya produksi cenderung menurunkan laba bersih. Janurini et al. (2024) juga menemukan pengaruh negatif signifikan biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan subsektor kosmetik dan rumah tangga. Namun, temuan penelitian tidak selalu konsisten. Ainur dan Bahri (2023) serta Marismiati dan Maulid (2023) menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, sementara Antono et al. (2021) dan Manurung et al. (2024) menemukan pengaruh positif. Perbedaan ini menunjukkan masih adanya gap penelitian terkait hubungan antara biaya produksi dan profitabilitas.

Selain biaya produksi, biaya promosi juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Yuliana dan Mubarokah (2021) menemukan bahwa peningkatan biaya promosi dapat meningkatkan laba bersih melalui peningkatan kesadaran konsumen, yang diperkuat oleh temuan Casmadi dan Aulia (2021) bahwa biaya promosi berhubungan positif dengan peningkatan penjualan. Peningkatan belanja iklan digital secara global juga menunjukkan bahwa perusahaan kini semakin bergantung pada promosi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Penjualan merupakan faktor lain yang berkontribusi langsung terhadap peningkatan laba bersih. Zahara dan Zannati dalam Diana et al. (2021) menyatakan bahwa kenaikan penjualan akan meningkatkan laba bersih selama biaya operasional tidak meningkat secara proporsional. Namun, penelitian Angraini et al. (2024) menunjukkan bahwa tidak semua variabel pemasaran berpengaruh signifikan, karena harga jual tidak terbukti memengaruhi laba bersih secara langsung.

Industri kosmetik di Indonesia menjadi konteks yang menarik untuk meneliti hubungan antara biaya produksi, biaya promosi, penjualan, dan laba bersih. Industri ini mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran perawatan diri, perkembangan media sosial, dan maraknya brand kosmetik baru yang dikembangkan publik figur. Kompas (2024) melaporkan bahwa industri kosmetik terus bertumbuh secara signifikan, sementara Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2024) mencatat peningkatan jumlah industri kosmetik nasional serta tingginya nilai ekspor. Namun, pertumbuhan tersebut dihadapkan pada tantangan peningkatan biaya produksi, yang terlihat dari meningkatnya Indeks Harga Produsen menurut BPS (2025). Kenaikan biaya bahan baku dan logistik dapat mengurangi margin laba jika tidak diimbangi dengan strategi promosi yang efektif dan peningkatan penjualan. Berdasarkan kondisi tersebut, penting untuk melakukan penelitian yang mengkaji secara simultan pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan terhadap laba bersih pada industri kosmetik. Penelitian sebelumnya masih menunjukkan hasil yang beragam, dan belum banyak yang memasukkan variabel biaya promosi sekaligus penjualan dalam satu model analisis, terutama pada subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang pertumbuhannya pesat namun sensitif terhadap perubahan biaya.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor penentu profitabilitas di industri yang kompetitif dan dinamis serta memberikan implikasi bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pengelolaan biaya dan promosi yang lebih efektif.



Gambar 1. Data Perkembangan Indeks Harga Produsen 2024
Sumber: BPS (2025)

METODE PENELITIAN

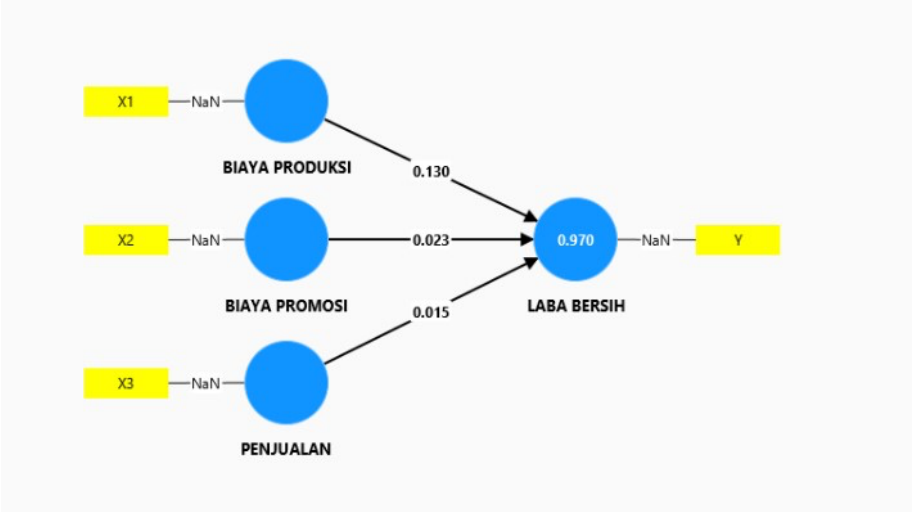
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek perusahaan-perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 2019–2023. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diambil dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan melalui situs resmi BEI. Seluruh data dianalisis dalam bentuk angka sehingga termasuk kategori data kuantitatif. Populasi penelitian terdiri atas tujuh perusahaan dalam sub sektor tersebut. Sampel ditentukan menggunakan metode purposive sampling berdasarkan kriteria perusahaan yang konsisten terdaftar dan memiliki laporan keuangan lengkap selama periode penelitian. Melalui proses seleksi, enam perusahaan memenuhi kriteria dan digunakan sebagai sampel.

Variabel penelitian mencakup biaya produksi, biaya promosi, penjualan, dan laba bersih. Masing-masing variabel diukur berdasarkan definisi operasional yang merujuk pada indikator-indikator laporan keuangan, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya promosi, penjualan bersih, serta laba setelah pajak. Analisis data dilakukan dengan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Metode ini dipilih karena tidak mensyaratkan distribusi normal, mampu digunakan pada sampel kecil, dan dapat menguji hubungan kausal antar variabel secara simultan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping untuk memperoleh nilai t-statistic dan p-value, sementara kelayakan model dievaluasi melalui nilai R-square dan koefisien jalur.

HASIL

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi inner model dilakukan untuk menguji hubungan kausal antar variabel laten menggunakan metode bootstrapping pada SmartPLS. Metode ini menghasilkan pendugaan distribusi sampel secara acak sehingga dapat meningkatkan reliabilitas hasil pengujian, terutama ketika data tidak berdistribusi normal. Hasil bootstrapping menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antar variabel sesuai hipotesis penelitian.



Gambar 1. Hasil Bootstrapping Model
Keterangan: gambar berisi model PLS lengkap dengan nilai koefisien jalur dan T-statistics.

Koefisien Determinasi (R-Square)
Koefisien determinasi digunakan untuk menilai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R-Square dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Uji R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Laba Bersih	0,970	0,966

Tabel 1 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang sangat kuat, di mana variabel-variabel independen mampu menjelaskan 97% variasi laba bersih. Nilai ini mengindikasikan bahwa kombinasi biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan memberikan kontribusi substantif terhadap pembentukan laba bersih pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Selanjuutnya, Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antar konstruk dengan melihat nilai koefisien jalur, T-statistics, dan P-Values. Ringkasan hasil pengujian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Result Of The Path Coefficients

	Hipotesis	Coefficient	T Statistics	P Values
H1	**Biaya Produksi - > Laba Bersih**	-1,645	1,513	0,130
H2	**Biaya Promosi - > Laba Bersih**	-1,861	2,270	0,023
H3	**Penjualan - > Laba Bersih**	4,452	2,424	0,015

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel—biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan—memiliki dinamika pengaruh yang berbeda terhadap laba bersih pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga periode 2019–2023. Pembahasan berikut menguraikan relevansi temuan empiris dengan teori dan penelitian sebelumnya serta menekankan kebaruan hasil penelitian.

Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih

Penelitian ini menemukan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, meskipun arah pengaruhnya negatif. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian Anggraini et al. (2024), yang menyatakan bahwa efisiensi biaya produksi dapat meningkatkan laba. Secara empiris, perusahaan-perusahaan sampel menunjukkan ketidaksesuaian pola antara biaya produksi dan laba, di mana penurunan biaya tidak selalu diikuti peningkatan laba, dan peningkatan biaya tidak selalu menurunkan laba. Beberapa contoh kasus seperti UNVR, KINO, MBTO, dan MRAT memperlihatkan bahwa fluktuasi biaya produksi tidak mampu menjelaskan perubahan laba secara konsisten karena laba lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti penjualan dan beban operasional lainnya. Sebaliknya, ADES menunjukkan bahwa peningkatan biaya produksi justru diikuti peningkatan laba karena penjualan juga meningkat signifikan. Pola ini menegaskan bahwa komponen biaya produksi meskipun penting bukan determinan utama profitabilitas, dan efektivitas biaya tersebut sangat bergantung pada kinerja penjualan. Kebaruan temuan: penelitian ini memperlihatkan bahwa dalam subsektor ini, biaya produksi bekerja tidak secara independen, sehingga pengaruhnya terhadap laba menjadi lemah atau tidak signifikan secara statistik.

Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan namun negatif terhadap laba bersih. Angka ini bertolak belakang dengan teori pemasaran yang menyatakan bahwa promosi merupakan investasi yang seharusnya meningkatkan penjualan dan laba. Penelitian sebelumnya oleh Yuda & Sanjaya (2020) serta Sudjana & Nur Fatimah (2022) juga menyimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap laba. Namun, data empiris pada sebagian besar perusahaan sampel menunjukkan bahwa peningkatan biaya promosi justru tidak menghasilkan peningkatan laba. Pada UNVR, KINO, dan MBTO, biaya promosi yang tinggi tidak diikuti peningkatan kinerja laba. Hal ini mengindikasikan bahwa alokasi promosi tidak selalu efektif dalam meningkatkan penjualan atau tidak mampu menutup beban promosi itu sendiri. Sebaliknya, ADES berhasil meningkatkan laba meskipun menurunkan biaya promosi, yang mengisyaratkan adanya efisiensi strategi promosi. Kebaruan temuan: penelitian ini menunjukkan bahwa dalam subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, promosi berpotensi menjadi beban yang menekan profitabilitas apabila tidak disertai efektivitas strategi pemasaran. Temuan ini menawarkan perspektif baru bahwa besar kecilnya anggaran promosi bukan faktor utama; efektivitas eksekusinya jauh lebih menentukan.

Pengaruh Penjualan terhadap Laba Bersih

Penelitian ini menemukan bahwa penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, mendukung teori dasar pemasaran dan temuan sebelumnya (Rozi & Bahri, 2023; Septiano et al., 2023). Decline dan peningkatan laba bersih pada seluruh perusahaan sampel secara konsisten sejalan dengan naik turunnya penjualan. UNVR, KINO, MBTO, dan MRAT mengalami penurunan penjualan dan diikuti penurunan laba, bahkan berujung pada kerugian. Sebaliknya, ADES menjadi contoh paling kuat bahwa peningkatan penjualan yang stabil mampu meningkatkan laba meskipun biaya produksi dan promosi berfluktuasi. Kebaruan temuan: Penelitian ini menegaskan bahwa penjualan adalah variabel paling determinan dalam model, menjadi faktor paling konsisten dalam menjelaskan perubahan laba bersih dibanding biaya produksi maupun promosi.

Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan secara Simultan

Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan nilai R-Square 0,970, menunjukkan bahwa 97% variasi laba dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut. Hasil ini sejalan dengan Siregar et al. (2023) yang menyatakan bahwa biaya produksi, promosi, dan penjualan merupakan determinan penting profitabilitas.

Namun, kebaruan penelitian ini terletak pada dominasi pengaruh penjualan, sementara biaya produksi dan biaya promosi tidak menunjukkan pola pengaruh yang konsisten secara parsial. Hal ini memperlihatkan bahwa dalam subsektor ini, profitabilitas lebih dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan meningkatkan pendapatan, bukan semata efisiensi biaya

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, sementara biaya promosi berpengaruh negatif signifikan dan penjualan berpengaruh positif signifikan; ketiganya secara simultan terbukti mampu menjelaskan variasi laba bersih perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas pengendalian biaya promosi dan optimalisasi penjualan menjadi faktor kunci dalam peningkatan laba, sehingga memberikan kontribusi teoritis mengenai dinamika struktur biaya dan profitabilitas pada industri tersebut. Secara praktis, perusahaan perlu meninjau strategi promosi agar lebih efisien dan menyelaraskan pengeluaran dengan potensi peningkatan penjualan. Keterbatasan penelitian terletak pada ruang lingkup sektor yang sempit dan periode observasi tertentu, sehingga penelitian selanjutnya disarankan memperluas sampel industri, menambah variabel lain seperti biaya distribusi atau strategi digital marketing, serta menggunakan pendekatan metodologis yang lebih komprehensif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, F., Putra, A. D., & Surahman, A. (2022). Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Berbasis Android (Studi Kasus: Pada Toko Murah Jaya Alumunium). J. Inform. dan Rekayasa Perangkat Lunak, 3(3), 316-329.

Angraini, A., & Fitri, N. A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga. Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Ekonomi Akuntansi, 8(1), 62-73.

Antono, Y. V., Suhendri, H., & Putri, S. A. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019). Inventory: Jurnal Akuntansi, 5(2), 144-151.

Casmadi,Y., & Aulia, R.F. (2021). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2020. Jurnal Akuntansi, 14(02), 23-33.

Diana M, Devi F. (2022). Pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahanaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Jurnal Saburai, 7(1).

Diana, D., Fani, J., Bangun, S., & Saragi, E. (2021). Pengaruh Hutang, Modal Kerja, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Sektor Food And Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2014-2018. Jurnal Manajemen, 1(1), 25-42.

Fathony, A. A., & Wulandari, Y. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII. Akurat| Jurnal Ilmiah Akuntansi Fe Unibba, 11(1), 43-54.

Fiqih, M. (2021). Pengaruh laba bersih dan arus kas operasi terhadap dividen kas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, 1(1), 31-46.

Fitriana, A. (2024). ANALISIS LAPORAN KEUANGAN. CV. Malik Rizki Amanah. Banyumas.

Gunawan, I. S., Abbas, D. S., & Aulia, T. Z. (2024). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi, 2(1), 39-55.

Handayani, V. A., & Hernando, L. (2022). Penerapan aplikasi uji hipotesis (one-tail dan two-tail) pada data simulasi. Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology), 3(2), 168-174.
Harahap, B., dan Tukino. 2020. Akuntansi Biaya. Batam Publisher. Batam
Harahap, L. K. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang, 1, 1.
Harefa, P. R. A., Zebua, S., & Bawamenewi, A. (2022). Analisis Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Dalam Perhitungan Harga Pokok Produksi. Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi, 1(2), 218-223.
Hutami, W. F. (2024). Populasi dan Sampel dalam Penelitian. Jurnal Public Relations Mercu Buana, Query date, 21, 23.
Indra, I., Pratiwi, W. A. A., & Putra, Y. D. (2022, October). Pengaruh biaya promosi terhadap penjualan. In FORUM EKONOMI (Vol. 24, No. 4, pp. 711-716).
Istiqomah, K., Kurniawan, B., & Wahyuda, T. (2024). Analisis kinerja keuangan bank pembangunan daerah Jambi syariah pada tahun 2019-2023. Bertuah Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam, 5(3), 465-476.
Janurini, N. W. P., Suryantari, E. P., & Wasita, P. A. A. (2024). Effect of Production Costs and Operational Cost on Profit Net Manufacturing Companies. Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora (JAKADARA), 3(2).
Lestari, P., Yohana, C., & Adha, M. A. (2023). Pengaruh fasilitas belajar, motivasi belajar, dan disiplin belajar terhadap hasil belajar mata pelajaran humas kelas XI OTKP di SMKN Jakarta barat. Jurnal media administrasi, 8(1), 35-47.
Manao, I. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Di Ud. Anis Berkat Kecamatan Telukdalam. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan, 7(2), 204-215.
Marismiati, M., & Azhar, A. (2022). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode 2019-2020. Land Journal, 3(1), 30-36.
Marismiati, M., & Maulid, A. (2023). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih PT. Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero). Land Journal, 4(2), 69-78.
Marlina, R. (2024). Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih. Jurnal Ekobistek, 13(4), 241-248.
Muhajir, A. (2020). Modal kerja, perputaran piutang, persediaan dan penjualan terhadap laba bersih. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, 10(1), 33-44.
Muhammad, M., & Indah, D. R. (2020). Analisis Biaya Produksi di UD. Berkat Jaya Mandiri Desa Simpang Jernih Kecamatan Simpang Jernih. Jurnal Samudra Ekonomika, 4(1), 1-11.
Mutiara, P. (2022). Pengaruh pendapatan dan biaya operasional terhadap laba bersih. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 7(1), 244-249.
Paramita, R.W.D, Rizal, N., & Sulistyan, R.B. (2021). WIDYA GAMA PRESS. Lumajang.
Prameswari, D. P. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Demokratis, Pengembangan Karir, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi Kasus pada Kantor Kelurahan Pondok Kelapa). 31–42.
Radella, L., Saebani, A., & Maulana, A. (2021). Pengaruh biaya promosi, biaya kualitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap perubahan laba bersih. Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi, 2(1), 59-70.
Ratu, E. C., & Rachmawati, T. (2022). Pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 2(1).
Rosidah, E., Almunawwaroh, M., & Marliana, R. (2018). Akuntansi Manajemen. Mujahid Press. Bandung.

Rozi, A., & Bahri, S. (2023). Pengaruh Biaya Operasional, Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih. RISTANSI: Riset Akuntansi, 4(2), 176-189.
Selay, A., Andigha, G. D., Alfarizi, A., Wahyudi, M. I. B., Falah, M. N., Encep, M., & Khaira, M. (2023). Sistem Informasi Penjualan. Karimah Tauhid, 2(1), 232-237.
Septiano, R., Anggriana, D., & Sari, L. (2023). Pengaruh modal kerja dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi, 3(2), 514-524.
Sugiyono. (2015). METODE PENELITIAN KUANTITATIF,KUALITATIF, DAN R& D (p. 346).
Suhaemi, U. (2021). Pengaruh pendapatan usaha dan biaya operasional terhadap laba bersih. COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 5(2), 35-40.
Sulistiani, H., Yanti, E. E., & Gunawan, R. D. (2021). Penerapan Metode Full Costing pada Sistem Informasi Akuntansi Biaya Produksi (Studi Kasus: Konveksi Serasi Bandar Lampung). J. Ilm. Sist. Inf. Akunt, 1(1), 35-47.
Syabania, R., & Rosmawarni, N. (2021). Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (Crm) Pada Penjualan Barang Pre-Order Berbasis Website. Jurnal Rekayasa Informasi, 10(1), 44-49.
Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran, 2(1), 160-166.
Syahputri, E. O., Sihombing, S. B., Nurhaliza, N., Wati, I., & Mariana, M. (2025). Pengendalian Biaya Produksi dalam Manufaktur: Teknik dan Tantangan. HEI EMA: Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 4(1), 30-41.
Wijayanti, R., Rizal, N., & Bahtiar, R. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen (Edisi Ketiga).
Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjulan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2017. WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi), 19(1), 35-42.
Yulia, H., Sulaeman, S., & Suwiryo, D. H. (2020). PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT KIMIA FARMA Tbk. Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi, 1(2), 33-40.
Yuliana, I. N., & Mubarokah, I. I. (2021). Pengaruh Pendapatan Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Pt Bank Bni Syariah Tahun 2012-2019. Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 5(01), 129-142.
Zahara, V.M., dan Anwar, C.J. 2021. MIKROEKONOMI. CV.MEDIA SAINS INDONESIA. Bandung.
Zebua, D. P. F., Gea, N. E., & Mendrofa, R. N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk di CV. Bintang Keramik Gunungsitoli. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 10(4), 1299-1307.