

## ANALISIS PENGARUH PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI, DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGES* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2022-2024

Naomi Pramudyanti<sup>1</sup>

Diah Nurdiwati<sup>2</sup>

Linawati<sup>3</sup>

<sup>123</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Kediri, Indonesia

<sup>1</sup>naomipramudyanti20@gmail.com

<sup>2</sup>diahnurdiwati@gmail.com

<sup>2</sup>linawati@unpkediri.ac.id

### ABSTRACT

*Manufacturing companies, especially the food and beverage subsector, play an important role in national economic growth. This study aims to analyze the effect of sales volume, production costs, marketing costs, and administrative and general costs on the net profit of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2022–2024. Using a quantitative approach with multiple linear regression methods, this study involved 27 companies selected through purposive sampling techniques, resulting in 81 observation data over three years. Data were obtained from the company's annual financial reports through the website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) and processed using SPSS version 25. The results of the study show that partially, production costs, marketing costs, and administrative and general costs have a significant effect on net profit, while sales volume does not have a significant effect. Simultaneously, these four variables have a significant effect on net profit. This finding confirms that cost management efficiency plays a greater role in increasing net profit than increasing sales volume.*

**Keywords :** Sales Volume, Production Cost, Marketing Cost, Administrative and General Cost, Net Profit

### PENDAHULUAN

Dalam ekonomi global, sektor manufaktur Indonesia saat ini berkembang dengan terus meningkat, meskipun ekonomi global sedang tidak stabil (Yukha *et al.*, 2025). Sehingga Sektor manufaktur ini mempunyai efek secara nyata pada perekonomian Indonesia dikarenakan sifatnya yang tidak bisa diprediksi. Sektor manufaktur merupakan bidang yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Dalam negara berkembang investasi berperan penting dalam mendorong pembangunan ekonomi dan peningkatan produk domestik bruto (PDB), karena kenaikan investasi akan diikuti oleh kenaikan

PDB, dan sebaliknya (Sugiarto, 2019). Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan penjualan, meningkatkan nilai perusahaan, dan menghasilkan keuntungan sebanyak mungkin (Hadi *et al.*, 2025). Perusahaan harus mampu bersaing dengan bisnis lain untuk mencapai hal ini, khususnya dengan mempertahankan pangsa pasar, mengembangkan perusahaan, dan menyediakan dana untuk tetap beroperasi (Wibowo & Linawati, 2020). Dampak globalisasi saat ini membuat persaingan antar bisnis menjadi semakin ketat dan sulit, terlepas dari keinginan perusahaan, terutama di antara perusahaan-perusahaan di subsektor

*Food and Beverages*. Industri ini jadi satu diantara kontributor utama terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menyumbang lebih dari 38% pada PDB sector pemroduksi non-mineral dan 6,55% pada penghasilan kotor nasional pada 2023. Dengan nilai ekspor yang tinggi dan surplus neraca perdagangan, industri mamin telah berkembang menjadi sektor strategis yang mendorong ekonomi nasional dan menjadi pemain di pasar internasional. Pertumbuhan ini juga didukung oleh upaya pemerintah dalam mendorong adopsi teknologi dan inovasi menghadapi era Industri 4.0. Pada kuartal kedua 2024, sektor ini kembali mencatat pertumbuhan sebesar 5,53% dan kontribusi 40,33% terhadap PDB industri nonmigas, menegaskan peran vitalnya dalam perekonomian Indonesia. Penelitian ini secara teoritis mengacu pada teori *cost-volume-profit* (CVP) dan akuntansi manajemen untuk memeriksa bagaimana profit akhir perusahaan didampaki oleh volume penjualan, ongkos produksi, marketing dan cost umum dan administrasi. Secara praktis, penelitian ini bertujuan membantu perusahaan makanan dan minuman dalam mengidentifikasi elemen biaya yang paling berpengaruh terhadap laba, sehingga manajemen dapat menyusun strategi efisiensi biaya dan peningkatan penjualan yang lebih efektif. Dalam usaha untuk mendapatkan informasi tentang dampak parsial dan simultan variabel pada laba bersih, penelitian ini menganalisis finansial report perusahaan *food and beverage* terlisting di BEI untuk tahun 2022–2024. Kemudian dilakukan regresi linier berganda memakai alat pengujian elektronik SPSS.

#### Volume Penjualan

Volume penjualan ialah akumulasi total unit yang dipasarkan selama rentang waktu termasuk strategi layanan pelanggan yang efektif (Kotler, 2016). Volume penjualan dapat dihitung dengan rumus (An-nisa, 2024):

$$\text{Volume Penjualan} = \frac{\text{Kuantitas atau Total Penjualan}}{\text{Total Penjualan}}$$

Dalam penelitian Ratu & Rachmawati (2022) temuan analisis menunjukkan bahwa laba bersih secara signifikan dipengaruhi oleh volume penjualan. Berbeda dengan penelitian Purwanto (2021) yang mengarah pada kesimpulan bila total penjualan tidak memberikan efek yang signifikan pada laba bersih. Kajian yang dijabarkan dibuat menjadi hipotesis yaitu:

H1 : Diduga volume penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024.

#### Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan sejak awal pembuatan unit produksi sampai menjadi barang siap dipasarkan (Purwanto, 2021). Perhitungan cost produksi bisa menggunakan pengukuran berikut (Ratu & Rachmawati, 2022):

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

Penelitian Makalalag (2023), ongkos produksi memiliki dampak besar pada profit neto. Sebaliknya, riset Suharya (2021) menerangkan jika beban produksi tidak memberikan efek pada laba bersih.

Berdasarkan kajian teori tersebut disusun hipotesis berikut:

H2 : Laba bersih perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024 diprediksi terpengaruh oleh biaya produksi.

#### Biaya Pemasaran

Cost yang dihabiskan bisnis agar bisa menangani dan menyimpan produk untuk tujuan pemasaran dikenal sebagai biaya pemasaran (Wulandari & Arifin, 2025). Berikut ini adalah indikator biaya pemasaran yang dapat disimpulkan (Ginangjar, 2020):

Biaya Promosi = Total Biaya Kegiatan Promosi (pemasaran langsung, hubungan masyarakat, promosi penjualan, penjualan personal, dan biaya periklanan)

Dalam penelitian terdahulu yang Nofiana (2024) yang menerangkan bila biaya pemasaran mempengaruhi laba bersih perusahaan. Berdasarkan kajian teori tersebut disusun hipotesis berikut:

H3 : Laba bersih perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024 diperkirakan terpengaruh oleh beban pemasaran.

**Biaya Administrasi dan Umum**

Biaya yang terkait dengan aktivitas yang tidak terkait dengan penjualan, seperti gaji dan tunjangan staf, utilitas kantor, telepon, energi, dan udara, serta iklan dan promosi. (Sembiring & Sitanggang, 2024). Biaya-biaya berikut termasuk dalam biaya umum dan administrasi (Widearahim, 2019):

Biaya Administrasi Umum = Biaya pemasaran produk dan koordinasi kegiatan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anisa (2024) Temuan analisis menunjukkan bahwa biaya umum dan administrasi memiliki dampak langsung pada laba bersih bisnis. Berdasarkan kajian teori tersebut disusun hipotesis berikut:

H4 : Laba bersih perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2024 diprediksi terdampak oleh biaya administrasi dan umum.

**Laba Bersih**

Keuntungan setelah dikurangi berbagai biaya, termasuk pajak dan harga pokok, dikenal sebagai laba bersih. Jumlah penjualan dan biaya yang harus ditanggung bisnis berpengaruh pada laba bersih (Purwanto, 2021).Laba bersih dapat dilihat dengan gambaran seperti dibawah ini (Kasmir, 2018).

Lab Bersih = Laba Kotor - Beban Operasi - Beban Pajak

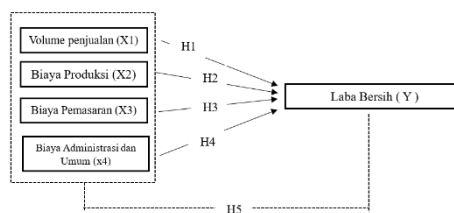
Pada penelitian Prasetya *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa meskipun biaya produksi tidak mempengaruhi laba secara signifikan, kombinasi antara penjualan yang sukses dan biaya operasi yang efisien sangat penting untuk meningkatkan laba bersih dalam bisnis di subsektor makanan dan minuman. Berdasarkan kajian teori tersebut disusun hipotesis berikut:

H5 : Diduga volume penjualan, biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya administrasi berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2022–2024.

**KERANGKA MODEL**

Gambar 1.

Kerangka Model Penelitian



**METODE**

Dampak dari variabel independen pada variabel laba bersih diteliti pada pengujian ini menggunakan metodologi positivis kuantitatif. Laporan keuangan tahunan dari 95 perusahaan yang berbeda menjadi sumber data sekunder. Sebanyak 81 unit data dengan observasi dikumpulkan dari 27 entitas FnB yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022 dan 2024. Pengambilan sampel secara purposif digunakan untuk proses pengambilan sampel, yang didasarkan pada sejumlah kriteria, termasuk keberhasilan laba dan kelengkapan pelaporan keuangan (Nurdiwaty & Zaman, 2021). Untuk memverifikasi kelayakan model, data yang dikumpulkan pertama-tama diperiksa menggunakan SPSS, dimulai

pengujian asumsi tradisional. Selain itu, dampak faktor-faktor independen terhadap laba bersih dinilai mempergunakan analisa regresi berganda yang memuat tes individual (parsial) serta tes bersamaan (simultan) Tingkat di mana variabel-variabel ini menjelaskan variasi laba bersih dievaluasi menggunakan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Situs web resmi BEI menyediakan data untuk uji coba empat bulan, yang berlangsung dari Maret hingga Juni 2025.

**HASIL PENELITIAN**

Dari 81 perusahaan, ditemukan 8 perusahaan outlier sehingga data yang diuji adalah sebanyak 73 perusahaan. Dari hasil temuan setelah diperlakukan outlier adalah sebagai berikut:

**Analisis Statistik**

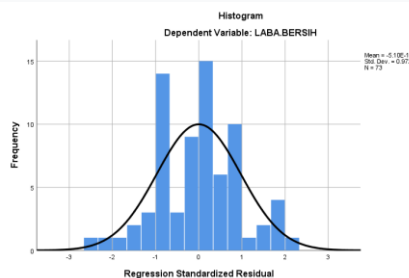
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual		
N	73	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0002609
	Std. Deviation	538074353194.5899700
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.056
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.

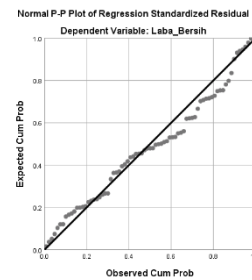
Taraf signifikan senilai 0,200 dimana melampaui standar signifikan 0,05 melalui pengkajian uji *one sample KS*. Karena hal ini menerangkan jika hipotesis nol (H<sub>0</sub>) diterima, dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal dan tidak ada penyimpangan yang signifikan secara statistik darinya.

**Analisis Grafik**



Karena bentuk pola grafiknya simetris dan stabil melengkung ditengah. Dapat dijabarkan dari gambar histogram bila

data terdistribusi secara teratur



Dari gambar grafik plot normal terlihat jelas bahwa data tidak menunjukkan pola distribusi normal, melainkan pola garis diagonal.

**Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	VOL.PENJUALAN	.999	1.001
	B.PRODUKSI	.159	6.272
	B.PEMASARAN	.376	2.660
	B.ADMUM	.108	9.271

a. Dependent Variable: LABA.BERSIH

Secara keseluruhan, variabel bebas mendapatkan nilai toleran melampaui standar 0,1 serta VIF dibawah batas 10. menurut hasil keluaran, yakni Volume Penjualan (0,999; VIF 1,001), Biaya Produksi (0,159; VIF 6,272), Biaya Pemasaran (0,376; VIF 2,660), dan Biaya Administrasi dan Umum (0,108; VIF 9,271). Hasil kajian menyatakan jika model regression digunakan tidak menunjukkan gejala multikolinieritas apa pun.

**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.978 <sup>a</sup>	.958	.955	553673941646.059	2.042

a. Predictors: (Constant), B.ADMUM, VOL.PENJUALAN, B.PEMASARAN, B.PRODUKSI  
 b. Dependent Variable: LABA.BERSIH

Nilai 2,042, terletak ditengah batas atas (dU = 1,7375) dan (4 - dU = 2,2625), ditunjukkan oleh hasil uji Durbin-Watson. Karena berada dalam rentang ini menandakan mustahil data yang diuji mengalami autokorelasi. Akibatnya, model regresi dianggap layak karena asumsi independensi residual terpenuhi.

Uji Heteroskedasitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	32358365202.701	40984231088.60		7.895	.000
	VOL.PENJUALAN	-7.319E-5	.000	-.122	-1.190	.238
	B.PRODUKSI	-.005	.004	-.315	-1.227	.224
	B.PEMASARAN	.132	.079	.280	1.675	.098
	B.ADMUM	.181	.096	.525	1.679	.098

a. Dependent Variable: ABRESID

Melihat keluaran heterokedastisitas memaparkan output variabel bebas mempunyai taraf signifikan diatas 0,05 yang mana tidak terindikasi mengalami heterokedastisitas pada model regresi. Model ini sesuai untuk studi tambahan karena varians residual konsisten di seluruh data dan memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-154268636214.446	79127177233.789		-1.975	.052
	VOL.PENJUALAN	.00014	.000	.030	1.205	.232
	B.PRODUKSI	-.02992	.008	-.235	-3.753	.000
	B.PEMASARAN	1.13198	.150	.307	7.528	.000
	B.ADMUM	2.21918	.182	.926	12.165	.000

a. Dependent Variable: LABA.BERSIH

Output interpretasi koefisien regresi menerangkan bila konstanta bernilai negatif, yaitu -15.426.963.621,446, mengindikasikan kerugian saat seluruh variabel independen bernilai nol. Meskipun memiliki koefisien kecil sebesar 0,00014, volume penjualan (X<sub>1</sub>) memiliki dampak positif pada laba bersih. Laba bersih dan biaya produksi (X<sub>2</sub>) memiliki hubungan negatif; untuk setiap kenaikan biaya produksi per unit, laba turun sebesar 0,02992. Namun, dengan koefisien sebesar 1,13198 dan 2,21918, biaya pemasaran (X<sub>3</sub>) dan biaya umum dan administrasi (X<sub>4</sub>) keduanya berdampak positif pada laba bersih, yang menunjukkan bahwa, dengan manajemen jaminan yang tepat, pengeluaran pada kedua area ini dapat meningkatkan laba (Widiawati & Linawati, 2022).

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.979 <sup>a</sup>	.958	.955	553673941646.059	2.042

a. Predictors: (Constant), B.ADMUM, VOL.PENJUALAN, B.PEMASARAN, B.PRODUKSI  
b. Dependent Variable: LABA.BERSIH

Tabel tersebut menerangkan bila empat variabel bebas volume penjualan, biaya produksi, biaya pemasaran, dan biaya umum dan administrasi

menyumbang 95,5% dari variasi laba bersih. Namun, karakteristik lain yang tidak termasuk dalam analisis ini menyumbang 4,5% dari perbedaan tersebut.

Uji t (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-154268636214.446	79127177233.789		-1.975	.052
	VOL.PENJUALAN	.00014	.000	.030	1.205	.232
	B.PRODUKSI	-.02992	.008	-.235	-3.753	.000
	B.PEMASARAN	1.13198	.150	.307	7.528	.000
	B.ADMUM	2.21918	.182	.926	12.165	.000

a. Dependent Variable: LABA.BERSIH

Karena nilai signifikansi uji parsial (uji-t) adalah 0,232 > 0,05, bisa diartikan jika variabel volume penjualan (X<sub>1</sub>) tidak memberikan efek yang nyata pada laba bersih (Y). Namun, variabel biaya administrasi dan umum (X<sub>2</sub>), biaya pemasaran (X<sub>3</sub>), dan biaya produksi (X<sub>4</sub>) semuanya mempunyai taraf sig 0,000 yang mana dibawah standar 0,05 yang menandakan semuanya secara signifikan memengaruhi laba bersih. Dengan demikian, hanya volume penjualan yang tidak berpengaruh, sementara tiga variabel lainnya secara signifikan memengaruhi laba bersih perusahaan.

Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	478060015246398000000000.000	4	11951500283115996000000000.000	383.341	.000 <sup>b</sup>
	Residual	28447286887365300000000.000	68	3065483365788320000000.000		
	Total	4999057481327590000000000.000	72			

a. Dependent Variable: LABA.BERSIH  
b. Predictors: (Constant), B.ADMUM, VOL.PENJUALAN, B.PEMASARAN, B.PRODUKSI

Output di atas menunjukkan bahwa 0,000 adalah nilai signifikan. Ho ditolak karena hasil 0,000 kurang dari 0,05, menurut alasan di balik kesimpulan uji F. Ini menjelaskan bagaimana variabel bebas yang dijelaskan semuanya memberikan efek pada laba bersih entitas perusahaan

PEMBAHASAN

Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih

Mengacu keluaran taraf Sig 0,232 > 0,05 ditemukan bila tak didapati pengaruh dari variabel volume penjualan pada peningkatan laba bersih sehingga menolak hipotesis pertama. Meskipun secara teoritis peningkatan volume penjualan seharusnya meningkatkan laba, temuan empiris di entitas FnB periode 2022–2024 yang terlist di BEI menunjukkan tidak adanya hubungan

signifikan antara keduanya. Temuan ini berbeda dengan Ratu & Rachmawati (2022) temuan analisis menunjukkan bahwa laba bersih secara signifikan dipengaruhi oleh volume penjualan, namun sejalan dengan Purwanto (2021) salah satu penyebab ketidaksesuaian ini bisa jadi karena perusahaan dalam industri ini memiliki sumber pendapatan lain di luar lini utama, sehingga volume penjualan tidak menjadi satu-satunya penentu profit neto.

#### **Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih**

Mengacu keluaran taraf *Sig*  $0,000 < 0,05$  ditemukan bila didapati dampak dari variabel biaya produksi pada peningkatan laba bersih berarti  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Relevansi ini menandakan jika profit neto suatu entitas secara *direct* diberikan efek dari keberadaan fluktuasi cost produksi. Kebaruan hasil sesuai kajian dari Makalalag (2023) yang memaparkan adanya koneksi cost produksi dan HPP. Penjualan memengaruhi profit neto. Jika efisiensi dan pengendalian biaya yang efektif tidak dibarengi dengan biaya produksi yang tinggi, margin laba dapat menjadi lebih rendah. Oleh karena itu, kunci untuk menjaga stabilitas laba adalah efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya dan teknologi industri. Namun, temuan ini berbeda dengan temuan Suharya (2021) dengan pengujiannya yang menghasilkan jika laba bersih tidak memiliki factor pemengaruh biaya produksi.

#### **Biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih**

Mengacu pada taraf *Sig*  $0,000 < 0,05$  ditemukan bila didapati pengaruh dari variabel biaya pemasaran pada peningkatan laba bersih; oleh karena itu,  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Relevansi ini menandakan bila variasi biaya pemasaran berdampak langsung pada variasi laba bersih bisnis. Biaya pemasaran yang efektif bisa menaikkan pendapatan melalui peningkatan kesadaran merek, citra positif, dan daya saing di pasar, yang kemungkinan besar mempengaruhi bagaimana tumbuhnya

laba bersih. Oleh karena itu, pengelolaan dan alokasi anggaran pemasaran yang tepat sangat penting dalam strategi peningkatan kinerja keuangan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Makalalag (2023) yang sepakat jika terdapat efek dari biaya pemasaran pada profit neto.

#### **Biaya administrasi dan umum berpengaruh terhadap laba bersih**

Mengacu pada taraf *Sig*  $0,000 < 0,05$  ditemukan bila didapati pengaruh dari variabel biaya administrasi dan umum pada peningkatan laba bersih. Dengan ini bisa dijawab  $H_4$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Gagasan bila level dari laba bersih entitas bisa dipengaruhi dari perubahan beban umum dan administrasi didukung oleh temuan ini. Laba bersih sering kali menurun jika beban tersebut meningkat tanpa diimbangi oleh pendapatan atau efisiensi yang lebih tinggi. Di sisi lain, pengendalian biaya umum dan administrasi yang efektif bisa berperan penting dalam menaikkan profit neto. Annisa (2024) juga sepakat dengan menemukan bahwa beban umum dan administrasi berdampak langsung pada profit neto di entitas FnB di BEI kurun waktu 2022–2024.

#### **Pengaruh volume penjualan, biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum terhadap laba**

Mengacu keluaran taraf *Sig*  $0,000 < 0,05$  ditemukan bila didapati pengaruh dari variabel variabel bebas secara simultan memberikan efek pada naiknya laba bersih sehingga bisa digarisbawahi jika  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Output menjabarkan jika selama periode 2022–2024, laba bersih entitas perusahaan FnB yang listing di BEI dipengaruhi secara signifikan oleh gabungan variabel independen yang dijabarkan diatas.

#### **KESIMPULAN**

Tujuan pengujian ini ialah mengetahui bagaimana variabel independen bisa memberikan dampak pada variabel terikat dengan menggunakan data listing perusahaan

subsektor FnB yang terlist di BEI kurun waktu 2022–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian laba bersih tidak dipengaruhi oleh volume penjualan, sedangkan biaya produksi, biaya pemasaran, serta biaya administrasi dan umum memiliki pengaruh signifikan. Secara simultan, keempat variabel berkontribusi signifikan pada peningkatan laba bersih dengan keluaran sig. F senilai 0,000, dan model regresi yang digunakan mampu menjelaskan 95,5% variasi laba bersih perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- An-nisa, I. O. (2024). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2022. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi (JIMAT)*, Vol 1 No.4, Hal 179-188. <https://doi.org/https://doi.org/10.69714/pb7wxy81>
- Annisa, M. L. (2024). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(2), 602–608. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.278>
- Ginanjari, Y. (2020). Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Laba Bersih Dengan Biaya Promosi. *J-Aksi: Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 112–123.
- Hadi, P. R. F., Nurdiwati, D., & Sugeng. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Solvabilitas dan Aktivitas terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Sub Sektor Perkebunan yang Terdaftar di BEI Tahun 2019 – 2023. *Equivalent: Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(2), 503–520. <https://doi.org/10.61994/equivalent.v3i2.935>
- Kasmir. (2018). *Analisis laporan keuangan / Kasmir* (Cet,11). Rajawali Pers.
- Kotler, A. &. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Makalalag, A., Ilat, V., & Walandouw, S. K. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih (Studi pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2020). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 71–81. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49129>
- Nofiana, D. (2024). PENGARUH PENJUALAN, HARGA POKOK PENJUALAN, BIAYA PRODUKSI, BIAYA OPERASIONAL DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA BERSIH (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021) I. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(2), 227–239.
- Nurdiwati, D., & Zaman, B. (2021). Menguji Pengaruh Rasio Keuangan Perusahaan Terhadap Financial Distress. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 6(2), 150–167. <https://doi.org/10.51289/peta.v6i2.523>
- Prasetya, V., Meilia Puspitasari, S., Teknologi dan Bisnis ADIAS, I., Sindoro, J., & Jawa Tengah, P. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Penjualan terhadap Laba Bersih (Studi pada Sub Sektor Food And Beverage di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). *Journal on Education*, 05(01), 555–563.
- Purwanto, E. (2021). Pengaruh Volume

- Penjualan, Biaya Produksi, Dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih Di Bursa Efek Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(2), 215–224. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v10i2.422>
- Putri, M. M., Linawati, & Sugeng. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Perencanaan Pajak dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 56–70. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i3.2475>
- 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). <https://doi.org/10.55606/jebaku.v2i3.890>
- Sembiring, Y. C. B., & Sitanggang, S. (2024). PENGARUH PROFITABILITAS DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP PAJAK PENGHASILAN BADAN PADA PT MULTI BINTANG INDONESIA Tbk TAHUN 2012-2021. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 10(1), 63–72. <https://doi.org/10.54367/jrak.v10i1.3523>
- Sugiarto, E. C. (2019). *Investasi dan Indonesia Maju*. Humas Kemensetneg RI. [https://www.setneg.go.id/baca/index/investasi\\_dan\\_indonesia\\_maju](https://www.setneg.go.id/baca/index/investasi_dan_indonesia_maju)
- Suharya, Y., Sutrisno, S., & Nurmilah, R. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Cv. Berkah Jaya General Supplier Snack Food. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 145–167. <https://doi.org/10.52859/jba.v8i2.161>
- Wibowo, A. E., & Linawati, L. (2020). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Peringkat Obligasi Perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.32477/jrm.v7i2.201>
- Widearahim, S. (2019). *Pengaruh Biaya Operasional Dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas (Pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Batubara yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)*. 1, 1–104.
- Widiawati, H. S., & Linawati. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 7(1), 11–21. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17543>
- Wulandari, W., & Arifin, S. (2025). *Analisis Biaya Pemasaran dan Target Perolehan Berdasarkan Tipe Kamar Hotel Namira Syariah Surabaya*. 4(April).
- Yukha, F. L., Puspita, E., & Nurdiwaty, D. (2025). Pengaruh Struktur Aktiva (Fixed Asset Ratio), Profitability (Return on Asset) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal (Debt Equity Ratio) Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023. *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting and Management*, 3(1), 284–299. <http://jurnal.dokicti.org/index.php/equivalent/index>