



jurnal Ekonomika dan Bisnis

Journal homepage: <https://journal.feb-uniss.ac.id/home>
ISSN Paper : 2356-2439, ,ISSN Online : 2685-2446

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)

Dian Nofiana⁽¹⁾. Kuwatno⁽²⁾

Universitas Selamat Sri^(1,2)

[^{\(1\)}Diannofiana18@gmail.com](mailto:Diannofiana18@gmail.com)

[^{\(2\)}kuwatnohaydar@gmail.com](mailto:kuwatnohaydar@gmail.com)

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima pada 3 April 2024

Disetujui pada 10 April 2024

Dipublikasikan pada 24 April 2024

Kata Kunci:

Penjualan, Harga Pokok Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Operasional, Biaya Pemasaran, dan Laba Bersih

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Penjualan, Harga Pokok Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel penelitian 8 perusahaan yang memenuhi kriteria. Variabel dependen penelitian ini adalah laba bersih. Variabel independen penelitian ini adalah penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya pemasaran. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel penjualan, biaya operasional, dan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan harga pokok penjualan dan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional dan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih. Nilai koefisien determinasi menunjukkan *Adjusted R Square* sebesar 0,824 atau 82,4% sedangkan sisanya 17,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini, perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin tinggi dan tidak bisa dihindarkan lagi (Cahyo et al., 2023). Pada dasarnya tujuan utama didirikan suatu perusahaan, baik perusahaan besar, perusahaan menengah maupun Perusahaan kecil yaitu memperoleh laba, sehingga perusahaan selalu berusaha agar laba yang dihasilkan jauh lebih besar daripada pengeluaran biaya operasionalnya (Fitria Yuni Astuti & Mahfud Nugroho, 2023). Laba sendiri merupakan pengukur keberhasilan bagi suatu perusahaan karena keberhasilan dari suatu perusahaan dilihat dari jumlah laba yang diperolehnya pada periode tertentu (Junianingrum et al., 2023). Kebutuhan untuk menghasilkan laba usaha tersebut menjadi faktor penggerak utama seluruh aktivitas ekonomi yang dilakukan perusahaan mulai dari menentukan produk yang akan dihasilkan perusahaan, mencari dan mengumpulkan sumber daya yang diperlukan sehingga menggerakkan dan mengarahkan setiap sumber daya yang dimiliki tersebut untuk mencapai tujuan umum perusahaan (Rudianto, 2009).

Fenomena pada perusahaan-perusahaan manufaktur khususnya sub sektor logam dan sejenisnya sangat menarik untuk diuji (Prasetyo & Lukman Zaini Abdullah, 2023). Sektor ini merupakan salah satu sektor yang dapat bertahan ditengah kondisi perekonomian Indonesia. Pujiastuti et al., (2022). Industri manufaktur memberikan kontribusi terbesar atas kenaikan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 7,07% pada kuartal II- 2021. Sektor ini merupakan sumber pertumbuhan tertinggi, yaitu

sebesar 1,35%. Di periode ini, sektor manufaktur sendiri mencatatkan pertumbuhan sebesar 6,91% meskipun mengalami tekanan akibat

pandemi Covid-19.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi laba bersih suatu perusahaan yaitu Penjualan, Harga Pokok Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Operasional, Biaya Pemasaran dan lain sebagainya. Dalam kegiatan perusahaan melakukan kegiatan penjualan agar perusahaan memperoleh kembali dana yang telah digunakan untuk kegiatan produksi (Prasetyo & Lukman Zaini Abdullah, 2023). Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditunjukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua pihak (Moekijat, 2000:488). Hasil Penelitian dari Zeni Imrotin Silvia (2020), Faiz Satwika (2018) dan Agus Purwanto (2017) menyatakan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan, sedangkan penelitian Ani Zahara (2018) dan Diana (2020) menyatakan sebaliknya bahwa penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan.

Menurut Wiratna (2016:97), "harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual". Dapat diartikan bahwa harga pokok penjualan adalah biaya barang atau jasa sebagai bahan baku atau jasa untuk menjadi barang dengan ditambah biaya-biaya yang berkaitan dengan harga pokok penjualan tersebut. Hasil penelitian dari Denisa Nurazhari, Dailibas (2021) menyatakan bahwa harga pokok penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan, sedangkan penelitian Eko Purwanto (2021) menyatakan sebaliknya bahwa harga pokok penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Biaya Produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung dan biaya *overhead* pabrik (Bustami 2009). Biaya produksi merupakan sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran, nilai keluaran diharapkan lebih besar dari pada masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba. Hasil penelitian dari Agus Putranto (2017) menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, sedangkan penelitian Endang Susilawati (2019) menyatakan sebaliknya bahwa biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Biaya operasional adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan aktivitas perusahaan diluar aktivitas produksi guna mencapai tujuan perusahaan yaitu laba (Apriliyanto, 2023). Biaya operasional merupakan biaya yang dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, oleh sebab itu semakin meningkat tingkat aktivitasnya, maka semakin meningkat juga biaya operasinya. Hasil penelitian dari Fipin Hidayanti (2018), Faiz Satwika (2018) dan Gusganda Suria Manda (2018) menyatakan bahwa biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan penelitian Rostiati (2019) menyatakan sebaliknya bahwa biaya operasional tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan pemasaran suatu produk mulai dari persiapan penjualan barang/jasa kepada pelanggan sampai dengan pascajual sehingga perusahaan dapat memperoleh laba (Purwaji et al., 2016). Semakin tinggi biaya pemasaran akan menurunkan laba bersih perusahaan. Hasil penelitian dari Irpan Januarsah, Jubi, Ady Inrawan, Debi Eka Putri (2018) dan Agus Putranto (2017) menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan penelitian Zeni Imrotin Silvia (2020) menyatakan sebaliknya bahwa biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Penelitian ini berfokus pada perusahaan-perusahaan manufaktur sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Patmasari et al., 2023). Peneliti memilih meneliti pada perusahaan manufaktur sektor logam dan sejenisnya dikarenakan industri manufaktur yang memiliki perkembangan pesat di Indonesia. Dan sub sektor ini membutuhkan dana yang tidak sedikit dikarenakan pada umumnya jenis industri ini harus memiliki alat-alat dan mesin-mesin berteknologi canggih, ditambah dengan biaya produksi yang memang tidak biasa karena industri logam dan sejenisnya sebagian besar masih mengandalkan bahan baku impor. Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka dilakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Penjualan, Harga Pokok Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Logam dan Sejenisnya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021".

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan mengambil data laporan keuangan perusahaan manufaktur sub sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 (Astuti & Nugroho, 2021). Data tersebut diperoleh dari website www.idx.com dan www.idnfinancials.com.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 sebanyak 15 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria pengambilan sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sub sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di BEI periode 2017-2021, menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut, menyajikan data lengkap mengenai variabel yang diteliti, dan menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah. Berdasarkan kriteria diatas dalam pengambilan sampel, peneliti menemukan 8 perusahaan yang masuk kedalam kriteria sampel, sehingga jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 5 tahun dikali 8 perusahaan yaitu 40 data sampel.

Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan adalah laba bersih.

Laba Bersih = Laba Sebelum Pajak – Pajak Penghasilan

Sumber : Felicia & Gultom (2018)

Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional dan biaya pemasaran.

Penjualan

Penjualan adalah jumlah yang dibebankan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli atas barang atau jasa yang dijual perusahaan dengan harapan akan memperoleh laba.

Penjualan Bersih : Penjualan Kotor – Retur – Potongan Penjualan

Sumber : Fraser, dkk (2018)

Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah harga beli (perolehan) dari barang yang dijual.

Harga Pokok Penjualan (HPP) = Pembelian Bersih + Persediaan Awal – Persediaan Akhir

Sumber : Mohamadi (2022)

Biaya Produksi

Menurut Supriyono (2015:19) biaya produksi adalah biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai.

Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Overhead Pabrik

Sumber : Nafarin (2009)

Biaya Operasional

Menurut Wardiyah (2017:13), menyatakan biaya operasional adalah biaya yang menunjukkan sejauh mana efisiensi pengelolaan usaha. Biaya operasional atau biaya usaha (*Operating Expense*) adalah biaya-biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas perusahaan sehari-hari.

Biaya Operasional = Biaya Penjualan + Biaya Administrasi

Sumber : Wardiyah (2017:30)

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 2018:487).

Biaya Pemasaran = Biaya Iklan + Biaya Promosi Penjualan + Biaya Personal Selling

Sumber : Mulyadi (2018)

Metode Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak (Ghozali, 2011). Pengujian normalitas data dapat juga dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, bila nilai signifikansi *unstandardized-residual* > 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal (Putra, 2022).

Uji Multikolinearitas

Menurut (Suliyanto, 2011:88) uji multikolonieritas merupakan uji ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Uji multikolinearitas diuji dengan metode korelasi parsial (*Examination of Parsial Correlations*) ini dilakukan dengan membandingkan antara koefisien determinasi (R^2) keseluruhan dengan nilai koefisien korelasi parsial semua variabel bebasnya. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) > nilai koefisien korelasi parsial semua variabel bebasnya maka model tersebut tidak mengandung gejala multikolinearitas (Cahyo et al., 2023).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi penelitian ini terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji Park yaitu dengan meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat ($\ln e^2$) dengan variabel independen. Apabila nilai signifikansi > 0,05 berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*. Hasil regresi dengan nilai signifikansi 0,05 dengan jumlah variabel ($k=5$) dan banyaknya data ($n=40$).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan sebuah metode yang dapat digunakan untuk mengembangkan sebuah model atau persamaan yang menjelaskan hubungan antar variabel (Santoso, 2010). Model dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y : Laba Bersih

α : konstanta persamaan regresi

β : koefisien regresi

X_1 : Penjualan

X_2 : Harga Pokok Penjualan

X_3 : Biaya Produksi

X_4 : Biaya Operasional

X_5 : Biaya Pemasaran

e : Error

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan pengukuran yang menjelaskan kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2011). Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Ketika R^2 kecil atau mendekati nol maka variabel dependen dijelaskan dengan

kemampuan variabel independen sangat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Apabila variabel independent (x) jumlahnya lebih dari 2 untuk membaca koefisien determinasi R^2 digunakan nilai *adjusted r square*.

Pengujian Hipotesis

Uji T

Uji beda t-test digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen (Penjualan, Harga Pokok Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Biaya Pemasaran) berpengaruh terhadap variabel dependen (pertumbuhan Laba) (Ghozali, 2011). jika signifikansi $\leq 0,05$ artinya signifikan. Jika $t_{hit} > t_{tab}$ artinya berada di daerah H_a diterima dan H_0 ditolak maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Uji F

Uji Statistik F bertujuan mengetahui apakah semua variabel independent atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Uji F didengan langkah membandingkan dari Fhitung dengan Ftabel dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian anova. Dengan memenuhi kriteria jika F-hitung $>$ F-tabel dan tingkat signifikansi $< 0,05$, variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat (dependen).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Deskriptif variabel dalam statistik deskriptif yang digunakan adalah nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean), standar deviasi, variabel independen penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya pemasaran dengan variabel dependen laba bersih. Distribusi statistik deskriptif masing-masing variabel pada table sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PENJUALAN	40	8801086298 0.000	53788080000 00.000	1201181054 000.00000	1359027141000. 000000
HARGA POKOK PENJUALAN	40	6801144276 0.000	42587940000 00.000	1049407568 000.00000	1153624235000. 000000
BIAYA PRODUKSI	40	5181037539 0.000	45893080000 00.000	1046111882 000.00000	1181235431000. 000000
BIAYA OPERASIONAL	40	7718920824 .000	62928000000 0.000	1247028587 00.00000	179460299200.0 00000
BIAYA PEMASARAN	40	230898438. 000	19651800000 0.000	3112492288 0.00000	45188250500.00 0000
LABA BERSIH	40	926463199. 000	48606100000 0.000	4629382355 0.00000	83389600310.00 0000
Valid N (listwise)	40				

Sumber : Data yang diolah SPSS 24, 2023.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitaas

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000004
	Std. Deviation	32681796380.00000000
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.063
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data yang diolah SPSS 24, 2021.

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan nilai 0,200 > 0,05 yang menunjukkan data tersebut berdistribusi normal dan model regresi dapat digunakan sebagai pengujian selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas
Metode Korelasi Parsial (*Examination Of Parsial Correlation*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.920 ^a	.846	.824	35002475860.000000
a. Predictors: (Constant), BIAYA PEMASARAN, HARGA POKOK PENJUALAN, BIAYA OPERASIONAL, BIAYA PRODUKSI, PENJUALAN				

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-4960721981.000	7937083628.000		-.625	.536			
	PENJUALAN	.223	.086	.3637	2.609	.013	.723	.408	.175
	HARGA POKOK PENJUALAN	-.204	.115	-.2816	-1.776	.085	.695	-.291	-.119
	BIAYA PRODUKSI	.022	.082	.313	.271	.788	.710	.046	.018
	BIAYA OPERASIONAL	-.934	.141	-2.009	-6.611	.000	.599	-.750	-.444
	BIAYA PEMASARAN	2.895	.697	1.569	4.153	.000	.735	.580	.279
a. Dependent Variable: LABA BERSIH									

Sumber : Data yang diolah SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 3 dalam model *summary* terlihat bahwa koefisien determinasi R^2 sebesar 0,846. Output pada *Coefficients* terlihat bahwa nilai *correlations partial* penjualan sebesar 0,408, harga pokok penjualan sebesar -0,291, biaya produksi sebesar 0,046, biaya operasional sebesar -0,750, dan biaya pemasaran sebesar 0,580. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) > nilai koefisien korelasi parsial semua variabel bebasnya, maka model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Park

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	46.695	.596		78.309	.000
	PENJUALAN	-1.808E-12	.000	-.978	-.281	.780
	HARGA POKOK PENJUALAN	5.580E-13	.000	.256	.065	.949
	BIAYA PRODUKSI	1.701E-12	.000	.799	.278	.783
	BIAYA OPERASIONAL	-8.815E-12	.000	-.629	-.831	.412
	BIAYA PEMASARAN	3.870E-11	.000	.696	.739	.465
a. Dependent Variable: LNRES_2						

Sumber : Data yang diolah SPSS 24, 2023.

Berdasarkan tabel 4 dengan uji park diperoleh tabel *coefficients* dengan nilai signifikansi penjualan sebesar 0,780, nilai signifikansi harga pokok penjualan sebesar 0,949, nilai signifikansi biaya produksi

sebesar 0,783, nilai signifikansi biaya operasional sebesar 0,412, dan nilai signifikansi biaya pemasaran sebesar 0,465.

Nilai signifikansi semua variabel independen lebih besar dari 0,05 maka dari hasil pengujian semua variabel independen penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya pemasaran terhadap laba bersih tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.920 ^a	.846	.824	35002475860.000000	2.124
a. Predictors: (Constant), BIAYA PEMASARAN, HARGA POKOK PENJUALAN, BIAYA OPERASIONAL, BIAYA PRODUKSI, PENJUALAN					
b. Dependent Variable: LABA BERSIH					

Sumber : Data yang diolah SPSS 24, 2023.

Dari hasil uji autokorelasi diatas, diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,124. Dari tabel *Durbin-Watson* dengan signifikansi 0,05 dengan jumlah data 40 dan jumlah variabel independen 5 diperoleh nilai dL sebesar 1,2305 dan dU sebesar 1,7859. Nilai *Durbin-Watson* lebih besar dari dU (1,7859) dan lebih kecil dari 4-dU= 4 - 1,7859= 2,2141 atau dU < DW < 4-dU (1,7859 < 2,124 < 2,2141). Nilai DW berada pada daerah antara dU dan 4-dU, maka hipotesis nol diterima yang artinya tidak ada autokorelasi atau bebas dari autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4960721981.000	7937083628.000		-.625	.536
	PENJUALAN	.223	.086	3.637	2.609	.013
	HARGA POKOK PENJUALAN	-.204	.115	-2.816	-1.776	.085
	BIAYA PRODUKSI	.022	.082	.313	.271	.788
	BIAYA OPERASIONAL	-.934	.141	-2.009	-6.611	.000
	BIAYA PEMASARAN	2.895	.697	1.569	4.153	.000
a. Dependent Variable: LABA BERSIH						

Sumber : Data yang diolah SPSS 24, 2023.

Berdasarkan tabel 6 diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

Laba Bersih = -4960721981.000 + 0,223 penjualan - 0,204 harga pokok penjualan + 0,022 biaya produksi - 0,934 biaya operasional + 2,895 biaya pemasaran

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Konstanta a = -4960721981.000 menunjukkan apabila variabel independen penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional dan biaya pemasaran dianggap bernilai 0, maka variabel dependen yaitu laba bersih sebesar -4960721981.000.

Nilai koefisien variabel penjualan (β_1) sebesar 0,223 berarti setiap kenaikan penjualan sebesar satu satuan maka akan menaikkan laba bersih sebesar 0,223 sedangkan variabel yang lain tetap.

Nilai koefisien variabel harga pokok penjualan (β_2) sebesar -0,204 berarti setiap kenaikan harga pokok penjualan sebesar satu satuan maka akan menurunkan laba bersih sebesar -0,204 sedangkan variabel yang lain tetap.

Nilai koefisien variabel biaya produksi (β_3) sebesar 0,022 berarti setiap kenaikan biaya produksi sebesar satu satuan maka akan menaikkan laba bersih sebesar 0,022 sedangkan variabel yang lain tetap.

Nilai koefisien variabel biaya operasional (β_4) sebesar -0,934 berarti setiap kenaikan biaya operasional sebesar satu satuan maka akan menurunkan laba bersih sebesar -0,934 sedangkan variabel yang lain tetap.

Nilai koefisien variabel biaya pemasaran (β_5) sebesar 2,895 berarti setiap kenaikan biaya pemasaran sebesar satu satuan maka akan menaikkan laba bersih sebesar 2,895 sedangkan variabel yang lain tetap.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi terletak pada *Model Summary*^b dengan melihat *Adjusted R Square* karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 7
Hasil uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.920 ^a	.846	.824	35002475860.000000	2.124
a. Predictors: (Constant), BIAYA PEMASARAN, HARGA POKOK PENJUALAN, BIAYA OPERASIONAL, BIAYA PRODUKSI, PENJUALAN					
b. Dependent Variable: LABA BERSIH					

Sumber : Data yang diolah SPSS 24, 2023.

Berdasarkan tabel 7 diatas menunjukkan bahwa nilai melihat *Adjusted R Square* sebesar 0,824 atau sebesar 82,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya pemasaran terhadap laba bersih sebesar 82,4% dan sisanya 17,6% dipengaruhi oleh factor lain diluar variabel yang diteliti.

Uji T

Tabel 8
Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-4960721981.000	7937083628.000		.625
	PENJUALAN	.223	.086	3.637	2.609
	HARGA POKOK PENJUALAN	-.204	.115	-2.816	1.776
	BIAYA PRODUKSI	.022	.082	.313	.271
	BIAYA OPERASIONAL	-.934	.141	-2.009	6.611
	BIAYA PEMASARAN	2.895	.697	1.569	4.153
a. Dependent Variable: LABA BERSIH					

Sumber : Data yang diolah SPSS 24, 2023

Uji t dilakukan untuk mengetahui mana diantara lima variabel independen yang berpengaruh terhadap laba bersih. Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} , taraf signifikansi 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k-1 yaitu 40-5-1 = 34. Dari pengujian 2 sisi (signifikansi 0,025) maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,03224.

Berdasarkan tabel 8 diperoleh hasil secara parsial bahwa variabel harga pokok penjualan dan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih karena masing-masing variabel bebas tersebut mempunyai nilai signifikansi lebih dari 0,05 dan t_{hitung} kurang dari t_{tabel} maka t_{hitung} berada didaerah H_0 diterima dan H_2 , H_3 ditolak. Sedangkan variabel penjualan, biaya operasional, dan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih karena masing-masing variabel bebas tersebut mempunyai nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan t_{hitung} lebih dari t_{tabel} maka t_{hitung} berada didaerah H_0 ditolak dan H_1 , H_4 , H_5 diterima.

Uji F

Tabel 9
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229543299400000000 000000.000	5	459086598700 000000000000.0 00	37.471	.000 ^b
	Residual	416558927600000000 00000.000	34	122517331600 00000000000.00 0		
	Total	271199192100000000 000000.000	39			
a. Dependent Variable: LABA BERSIH						
b. Predictors: (Constant), BIAYA PEMASARAN, HARGA POKOK PENJUALAN, BIAYA OPERASIONAL, BIAYA PRODUKSI, PENJUALAN						

Sumber : Data yang diolah SPSS 24, 2023.

Berdasarkan tabel 9 hipotesis uji f didapat nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai ini lebih kecil dari nilai *significance level* 0,05 atau $0,000 < 0,05$. Jika dilihat dari hasil perbandingan antara f_{hitung} dan f_{tabel} menunjukkan f_{hitung} sebesar 37,471 dan f_{tabel} diperoleh dari $(k; n-k) = (5; 35)$ sebesar 2,49. Dari hasil tersebut terlihat bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($37,471 > 2,49$), maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih.

PEMBAHASAN

Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Bersih

Perusahaan melakukan kegiatan penjualan agar perusahaan memperoleh kembali dana yang telah digunakan untuk kegiatan produksi. Dalam tabel 8 variabel penjualan menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,609 > 2,03224$) dan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

Dalam memprediksi laba yang akan diperoleh perusahaan dalam kegiatan penjualan dapat dilihat dari volume penjualan yang terjual. Total volume penjualan menjadi acuan penjualan secara keseluruhan agar harapan mencapai target laba terpenuhi (Putra et al., 2023). Bila penjualan meningkat maka laba yang diperoleh dari penjualan pun akan meningkat demikian juga sebaliknya. Menurut Riszana dan Suzan (2018:8), ketika penjualan semakin tinggi, maka laba bersih perusahaan akan semakin tinggi, karena perusahaan akan memperhatikan volume penjualannya untuk meningkatkan laba bersih perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Zeni Imrotin Silvia (2020), Faiz Satwika (2018) dan Agus Purwanto (2017) menyatakan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan.

Pengaruh Harga Pokok Penjualan Terhadap Laba Bersih

Harga pokok penjualan adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual. Dalam tabel 8 variabel harga pokok penjualan menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,776 < 2,03224$) dan nilai signifikansi $0,085 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga pokok penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Biaya pembelian material pada supplier mencakup sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan

supplier untuk melaksanakan proses produksinya. Oleh karena untuk memperoleh dan mengolah bahan-bahan menjadi produk jadi dalam kegiatan proses produksi diperlukan dana atau biaya-biaya, maka untuk menutup pengeluaran biaya-biaya tersebut biasanya perusahaan memperhitungkannya dalam penetapan harga pokok penjualan. Kebijakan manajemen dalam penetapan harga jual produk belum dapat memadai jika hanya ditujukan untuk mengganti atau menutup semua biaya yang telah dikeluarkan, tetapi juga harus dapat menjamin adanya laba yang diharapkan, meskipun keadaan yang dihadapi tidak menguntungkan. Walaupun permintaan dan penawaran biasanya merupakan faktor yang menentukan dalam penetapan harga, namun penetapan harga jual produk yang menguntungkan akan tergantung pula pada pertimbangan mengenai biaya. Bila perusahaan dapat menekan biaya produksi sampai pada batas minimal maka nilai keuntungan yang diperoleh perusahaan akan meningkat. Oleh karena itu, selain dari harga pokok penjualan, harga juga dapat ditentukan dari permintaan dan penawaran. Jadi, untuk menghasilkan keuntungan perusahaan harus bisa meminimalisir biaya, sedangkan perusahaan dalam penelitian ini belum bisa meminimalisir biaya sehingga belum menghasilkan laba.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Eko Purwanto (2021) menyatakan bahwa harga pokok penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih

Biaya produksi merupakan sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran, nilai keluaran diharapkan lebih besar dari pada masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut. Dalam tabel 8 variabel biaya produksi menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,271 < 2,03224$) dan nilai signifikansi $0,788 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh dalam meningkatkan laba bersih. Hal itu terjadi karena tidak dilakukannya strategi yang baik dan benar dalam biaya produksi dan tidak efisiennya biaya yang dilakukan dalam biaya produksi. Biaya produksi terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Tidak berpengaruhnya biaya produksi dalam hal bahan baku salah satunya pemborosan bahan baku yang berlebihan. Pembelian bahan baku dan penyimpanan persediaan yang berlebihan akan menyebabkan laba bersih yang turun dan pastinya akan mengeluarkan banyak biaya yang digunakan sehingga tidak efisien (Astuti, 2023). Sebaiknya biaya tersebut digunakan untuk keperluan lain yang menunjang kegiatan produksi. Jika bahan baku digunakan dengan efisien akan menambah volume produk untuk dijual. Jika volume produksi meningkat akan meningkatkan laba bersih perusahaan.

Tidak berpengaruhnya biaya produksi dalam hal tenaga kerja langsung salah satunya biaya tenaga kerja yang berlebihan yang digunakan oleh perusahaan. Biaya tenaga kerja langsung yang digunakan tidak sesuai dengan kinerja pegawai tersebut. Pemborosan biaya tenaga kerja langsung sebaiknya diminimalisir dan biaya tersebut digunakan untuk kegiatan yang menunjang laba bersih perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Endang Susilawati (2019) menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih

Biaya operasional adalah biaya yang menunjukkan sejauh mana efisiensi pengelolaan usaha dan biaya-biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas perusahaan sehari-hari. Dalam tabel 8 variabel biaya operasional menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-6,611 > 2,03224$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih.

Biaya operasional timbul sehubungan dengan penjualan atau pemasaran barang atau jasa dan penyelenggaraan fungsi administrasi dan umum dari perusahaan yang bersangkutan. Bila perusahaan dapat menekan biaya operasional maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih. Semakin tinggi biaya operasional perusahaan maka akan terjadi penurunan laba, begitupun sebaliknya semakin rendah biaya operasional perusahaan maka laba akan meningkat.

Untuk menghasilkan laba atau pendapatan tentunya perusahaan harus rela mengeluarkan biaya yang berhubungan dengan kegiatan operasi perusahaan tersebut (Junianingrum, 2022). Pendapatan dan beban

tidak dapat dipisahkan, di mana pendapatan adalah hasil yang dapat diperoleh dari kegiatan operasi yang dilakukan perusahaan sedangkan beban adalah biaya yang dikeluarkan atau digunakan untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan oleh perusahaan. Perusahaan akan menunjukkan besarnya laba perusahaan apabila dapat menekan biaya operasionalnya (Astuti, 2023). Menurut Kuswadi (2007) dalam perhitungan laba rugi, besarnya biaya ini akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan. Maka, semakin besar nilai biaya operasionalnya maka laba yang didapat akan semakin kecil begitu pula sebaliknya jika biaya operasionalnya dapat diminimalkan maka laba yang dihasilkan akan lebih maksimal pula.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Fipin Hidayanti (2018), Faiz Satwika (2018) dan Gusganda Suria Manda (2018) menunjukkan bahwa biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih.

Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan pemasaran suatu produk mulai dari persiapan penjualan barang/jasa kepada pelanggan sampai dengan pascajual sehingga perusahaan dapat memperoleh laba (Purwaji et al., 2016). Dalam tabel 8 variabel biaya pemasaran menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,153 > 2,03224$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih.

Biaya pemasaran perusahaan menjadi bagian penting dalam biaya yang dikeluarkan perusahaan karena dapat mempengaruhi keuntungan yang di dapat melalui kegiatan pemasaran. (Mulyadi, 2014). Semakin tinggi biaya pemasaran akan menurunkan laba bersih perusahaan.

Hasil penelitian menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh terhadap meningkatkan laba bersih. Bukti ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh perusahaan sudah baik dan benar dan juga dalam penggunaan biaya sudah efisien dilakukan dalam pemasaran. Efisien yang dimaksudkan yaitu tidak terjadinya pemborosan dalam biaya pemasaran dan dilakukan kegiatan-kegiatan yang memang sesuai dengan pemasaran. Salah satu contoh yang mendorongnya biaya pemasaran berpengaruh dalam meningkatkan laba bersih yaitu promosi dan iklan.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian dari Irpan Januarsah, Jubi, Ady Inrawan, Debi Eka Putri (2018) dan Agus Putranto (2017) menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih.

Pengaruh Penjualan, Harga Pokok Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Biaya Pemasaran secara Simultan Terhadap Laba Bersih

Berdasarkan tabel 9 pada uji f menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($37,471 > 2,49$), maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih.

Penjualan, Harga Pokok Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Biaya Pemasaran merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi besar kecilnya Laba. Semakin tinggi Penjualan dan Harga Pokok Penjualan maka akan semakin tinggi pula laba yang akan diperoleh, begitupun sebaliknya. Semakin rendah Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Biaya Pemasaran maka akan semakin tinggi laba yang diperoleh, begitupun sebaliknya. Hal ini didukung oleh penelitian Zeni Imrotin Silvia (2020), Faiz Satwika (2018) dan Agus Purwanto (2017) menyatakan bahwa penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih perusahaan. Agus Putranto (2017) menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih. Fipin Hidayanti (2018), Faiz Satwika (2018) dan Gusganda Suria Manda (2018) menunjukkan bahwa biaya operasional berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih. Irpan Januarsah, Jubi, Ady Inrawan, Debi Eka Putri (2018) dan Agus Putranto (2017) menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih. Maka kelima variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data mengenai pengaruh penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya pemasaran terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017-2021 dapat disimpulkan bahwa secara parsial penjualan, biaya operasional dan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih sedangkan harga pokok penjualan dan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan variabel penjualan, harga pokok penjualan, biaya produksi, biaya operasional dan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih.

SARAN

Bagi Pihak Perusahaan

Perusahaan menyediakan informasi keuangan yang lengkap dan jelas sebagai sumber informasi mengenai kondisi keuangan perusahaan. Selain itu perusahaan juga diharapkan dapat memperhatikan biaya-biaya diluar usaha yang melampaui target agar tidak berpotensi menurunkan laba operasi perusahaan.

Penelitian selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat memilih laporan keuangan dengan mata uang yang sama, memperbanyak sampel, memperluas jenis perusahaan, memperpanjang tahun penelitian serta mengganti atau menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi laba bersih sehingga nantinya diharapkan hasil yang diperoleh dapat memperluas penelitian dan menghasilkan analisis yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ani Zahara & Rachma Zannati. (2018). Pengaruh Total Hutang, Total Modal dan Penjualan terhadap Laba Bersih pada perusahaan Sub Sektor Batu Bara Terdaftar di BEI. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.3, No.2 Juni 2018.
- Diana. (2020). Pengaruh Biaya Operasional, Biaya Produksi, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sektor Dasar Industri dan Kimia Yang Tedaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX* Volume 3 Nomor 2 (2020).
- Faiz Satwika, Dr.Hendratno, SE, Ak., MM & Dr.Djusnimar Zutilisna, Dra, Ak., MM. (2018). Pengaruh Harga Pokok Produksi, Biaya Operasional dan Penjualan Bersih Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *E-Proceeding of Management* : Vol.5, No.2 Agustus 2018.
- Feren Daslim, Sunarji Harahap & Elidawati. (2019). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Pada PT. Sumatera Hakarindo Medan. *Jurnal Bisnis Kolega* : Vol. 5 No. 2. Des 2019.
- Fipin Hidayanti, M. Yahdi & Ratna Wiayanti DP. (2018). Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *E-Proceeding of Management* : Vol. 1, No. 1, Agustus 2018.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- GusGanda Suria Manda. (2018). Pengaruh Pendapatan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (Studi kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2012-2016). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 8 No. 1 Maret 2018.
- Irpan Januarsah, Jubi, Ady Inrawan & Debi Eka Putri. (2017). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia, TBK Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal FINANCIAL* ISSN : 2502-4574 Vol. 5, No. 1, Juni 2019.
- Kasmir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi, 2004. Akuntansi Biaya, Aditya Media, Yogyakarta.
- Mulyadi. 2010. Sistem Akuntansi, Edisi ke-3, Cetakan ke-5. Penerbit Salemba. Empat, Jakarta.
- Purwanto, Eko. (2021). Pengaruh Penjualan, Beban Pokok Penjualan dan Pajak Penghasilan terhadap Laba Bersih (Study Kasus Perusahaan di BEI Sektor Industri Makanan dan Minuman Periode 2014-2019). *Jurnal* : Volume 20 No. 01, April 2021.
- Putranto, Agus. (2017). Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Study Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Wonosobo Kabupaten Wonosobo). *Jurnal PPKM III (2017)*.
- Putu Rustami, I Ketut Kirya & Wayan Cipta. (2014). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan terhadap Laba pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen* (Volume 2 Tahun 2014).

- Ramadhan F.Z. 2015. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih*.
Rudianto. Pengantar Akuntansi. Jakarta: Penerbit Erlangga (2012, hal. 18).
Silvia, Zeni Imrotin. (2020). Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan (Pada PT Bina Megah Indowood Gresik Tahun 2015-2018). *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMa)* :Volume 1 No. 4, Juli 2020.
Sugiono, Arief & Edy Untung. (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
Supriyono, R. 2011. Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengndalian Biaya, Serta Pengambilan Keputusan. Yogyakarta :BPFE
Susilawati, Endang. (2019). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT Gudang Garam TBK Yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017). *MANNERS*, Vol .II, No. 1, Maret 2019.
Wayan Bayu Wisesa, Anjuman Zukhri dan Kadek Rai Suwena. 2014. *pengaruh volume penjualan mente dan biaya operasional terhadap laba bersih pada UD. Agung Esha*. Singaraja, Indonesia.
www.idnfinancials.com
www.idx.co.id
- Astuti, F. Y. (2023). Analisis Manajemen Persediaan Bahan Baku Pada UKM Bolu Dan Donat “Putri” Dengan Metode Activity Based Costing (ABC). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 10(2), 13–20.
- Astuti, F. Y., & Nugroho, M. (2021). Analisis Pengaruh Firm Size, Leverage Dan Sale Growth Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode2016-2019). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 8(2), 83–102.
- Apriliyanto, N. (2023). Competitive Advantage As A Mediation Factor That Influences The Sustainability Of Halal SMEs. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2), 274–292.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i2.1564>
- Cahyo, S. D., Riyanti, A., & Kuwatno, K. (2023). THE RELATIONSHIP OF DIGITAL LITERACY, CREATIVITY, AND THE USE OF E-COMMERCE TO ONLINE ENTREPRENEURSHIP INTENTION. *JURNAL CAFETARIA*, 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.51742/akuntansi.v4i2.1026>
- Fitria Yuni Astuti, & Mahfud Nugroho. (2023). THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, LEVEL OF EDUCATION, FINANCIAL LITERACY AND BUSINESS SUSTAINABILITY ON THE PERFORMANCE MSMEs IN KENDAL DISTRICT. *Journal Economic Insights*, 2(1), 193–203.
<https://doi.org/10.51792/jei.v2i1.63>
- Junianingrum, S. (2022). Pengaruh Work Family Conflict Dan Beban Kerja Terhadap Intention To Quit (Studi Pada Karyawan Wanita Pada Asuransi Kesehatan Di Jawa Tengah). *Journal Economic Insights*, 1(2), 153–161. <https://doi.org/10.51792/jei.v1i2.40>
- Junianingrum, S., Apriliyanto, N., & Abdullah, L. Z. (2023). Repurchase Intention Based On E-Service Quality And Customer Trust At Three Top Brand E-Commerce Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(2), 226–240. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i2.1513>
- Patmasari, E. K., Nugroho, M., & Prasetyo, A. (2023). Upaya Meningkatkan Minat Investasi Pasar Modal Pada Tahun 2023. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 8(2), 27–41.
- Prasetyo, A., & Lukman Zaini Abdullah. (2023). Efek Promosi Terhadap Minat Beli Pada Krupuk Rambak “Dwi Joyo” Melalui Variabel Mediasi Kesadaran Merek. *Journal Economic Insights*, 2(1), 19–27.
<https://doi.org/10.51792/jei.v2i1.47>
- Putra, G. K. (2022). Investor’s Sentiment Against the Legislation of the Law on Relocating the State Capital (study on a state-owned construction company). *Journal Economic Insights*, 1(2), 1–26.
<https://jei.uniss.ac.id/index.php/v1n1/article/view/30>
- Putra, G. K., Khafid, A., & Hastuti, E. (2023). ANALISIS KEBANGKRUTAN DENGAN METODE SPRINGATE (STUDI KASUS PADA PT. PP PROPERTI TBK TAHUN 2020-2022). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 21(3), 270–277. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v21i3>
- Pujiastuti, A., Saefudin, S., Yunita, R. D. S., & Astuti, Y. (2022). Capital Structure Adjustment Speed in Indonesia: Does Sharia Compliance Matter? *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 7(3), 239–252.

<https://doi.org/10.22515/shirkah.v7i3.483>