

Determinan Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Diana Marlyna¹⁾, Devi Famauli²⁾,

^{1), 2)} Akuntansi, Universitas Teknokrat Indonesia

Email : dianamarlyna@gmail.com¹⁾, delvifama1403@gmail.com²⁾

Abstrak

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama yaitu mencapai keuntungan setinggi mungkin melalui kenaikan jumlah laba yang diperoleh. Adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi fluktuasi laba seperti biaya dan volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan jumlah sebanyak 23 perusahaan, namun hanya 14 perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi yang memenuhi kriteria untuk digunakan sebagai sampel pada penelitian ini. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda melalui pengolahan data SPSS 26.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah secara simultan biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Secara parsial, biaya produksi dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.

Kata kunci: Biaya Produksi, Biaya Promosi, Volume Penjualan, Laba Bersih

Abstract

The goal of each company is to obtain high profits which are influenced by several factors such as costs and sales volume. This study aims to determine the effect of production costs, promotion costs and sales volume on net income. The population in this study are manufacturing companies in the automotive subsector and its components and pharmaceutical companies listed on the Indonesia Stock Exchange with a total sample of 23 companies, but only 14 manufacturing companies in the automotive subsector and its components and the pharmaceutical subsector meet the criteria to be used as samples in this study. The data analysis used in this study is the classical assumption test and multiple linear regression analysis through SPSS 26. The results obtained from this study are from the simultaneous test of production costs, promotional costs, and sales volumes that affect the net profit of manufacturing companies in the automotive sub-sector and their components and the pharmaceutical sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange. In a partial test, production costs and sales volume have an effect on the company's net profit while promotion costs have no effect on the net profit of manufacturing companies in the automotive sub-sector and its components and the pharmaceutical sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2019.

Keywords: Production Costs, Promotional Costs, Salesolume, Net Profit

PENDAHULUAN

Era globalisasi mengakibatkan banyak perubahan pada bidang perekonomian, luasnya pasar saat ini memberi peluang besar bagi perusahaan terutama yang bergerak di bidang manufaktur. Perusahaan harus melakukan perencanaan yang matang untuk

menghadapi berbagai macam masalah dan rintangan yang akan timbul, perencanaan tersebut yang akan menjadi alat perusahaan untuk memberikan kinerja dan perfoma yang baik sehingga perusahaan akan dapat bertahan di masa saat ini yang tingkat persaingannya tinggi (Sukriyadi, 2016). Perusahaan memiliki target yang ingin dicapai untuk menghasilkan

keuntungan, hal tersebut menuntut manajemen perusahaan untuk meningkatkan promosi dan strategi-strategi pemasarannya (Rahmanita, 2017).

Menurut Syaifullah (2016), laba bersih atau *Net Profit* adalah laba yang diperoleh dari pengurangan laba operasional dengan biaya lain-lain atau penambahan laba operasional dengan pendapatan lain-lain.

Menurut Mulyadi (2014) dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum, sehingga biaya dari fungsi tersebut dikelompokkan menjadi tiga golongan yaitu, biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

Biaya produksi merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi bahan siap dijual. Biaya promosi merupakan biaya yang digunakan untuk memberikan informasi secara jelas dan menarik kepada para pembeli dan pengguna produk sehingga produk dapat terjual sesuai dengan target manajemen (Rahma, 2019). Volume penjualan merupakan salah satu target perusahaan yang harus dicapai untuk mencapai laba yang maksimal. Tingkat volume penjualan dilihat dari pendapatan yang diperoleh perusahaan pada laporan keuangan perusahaan tahunan.

Pada akhir tahun 2018 sektor manufaktur melemah dimana adanya penurunan pada jumlah laba perusahaan, seperti yang terjadi pada dua subsektor yang menjadi subsektor dengan kontribusi cukup besar bagi perekonomian Indonesia yaitu subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi.

Penelitian ini akan mengkaji pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan perusahaan subsektor farmasi. pentingnya dilakukan penelitian ini guna mendapatkan hasil yang dapat

menjadi informasi bagi peneliti saat ini dan menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya.

KAJIAN PUSTAKA

Meningkatnya biaya produksi maka akan meningkatkan laba perusahaan dengan ketentuan marginal tambahan biaya lebih kecil dibandingkan dengan marginal tambahan volume. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk, yang digunakan untuk menghitung biaya produk jadi dan biaya produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses (Yuda dan Sanjaya, 2020). Pada penelitian Yuda dan Sanjaya (2020) menyatakan biaya produksi berpengaruh terhadap laba perusahaan hasil tersebut sejalan dengan penelitian Rahma (2019) dan penelitian Felicia, Gultom (2018) adanya pengaruh biaya produk terhadap laba perusahaan. Maka hipotesis pertama yaitu :

H₁: Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan

Promosi dibutuhkan oleh perusahaan guna memperkenalkan produknya ke konsumen dengan memberikan informasi secara menarik salah satu tujuan promosi adalah untuk meningkatkan penjualan, setiap promosi yang dilakukan akan menimbulkan biaya promosi yang diharapkan biaya promosi tersebut akan meningkatkan laba bersih melalui peningkatan volume penjualan. Hal tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian Rahma (2019) menyatakan keberadaan biaya promosi tidak menjamin tingginya laba bersih yang berarti biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba perusahaan. Pada penelitian Felicia, Gultom (2020, dan penelitian oleh Yuda, Sanjaya (2020) menyatakan hasil yang berbeda bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap

laba perusahaan. Maka hipotesis kedua yaitu:

H₂: Biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan

Jika suatu perusahaan dengan volume penjualan yang tinggi, maka akan mendapatkan laba bersih yang tinggi pula. Ini karena laba dipengaruhi oleh pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan (Noviani dan Tipa, 2018). Semakin tinggi jumlah penjualan, maka laba yang diperoleh akan tinggi karena perusahaan akan lebih memperhatikan volume penjualannya untuk meningkatkan laba bersih perusahaan (Felicia dan Gultom, 2018). Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Noviani, Tipa (2018) dan peneliti Yuda, Sanjaya (2020) Pengaruh volume penjualan signifikan terhadap laba. Maka hipotesis ketiga yaitu :

H₃: Volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan

Laba merupakan tujuan tujuan perusahaan, dimana dengan laba perusahaan dapat memperluas usahanya, untuk mencapai laba yang tinggi perusahaan harus memperoleh pendapatan sebesar mungkin dan menekan biaya sekecil mungkin (Mulyana, 2017). Menurut Noviani dan Tipa (2020) biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel laba. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan mempengaruhi nilai laba perusahaan dimana setiap biaya produksi yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku dan biaya promosi guna memperkenalkan produk sehingga dapat meningkatkan volume penjualan yang akan mempengaruhi fluktuasi dari nilai laba. Maka hipotesis keempat yaitu:

H₄: Biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan secara bersama-sama

berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu metode yang didasarkan pada ukuran kuantitas atau jumlah yang mana dapat di aplikasikan pada fenomena yang di observasi (Fauzi Dkk, 2019). penelitian ini peneliti menggunakan 4 variabel yaitu, biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan sebagai variabel independen, sedangkan laba bersih sebagai variabel dependen. Jenis data pada penelitian ini ialah data skunder yang sumber datanya diperoleh bukan dari peneliti itu sendiri, data ini dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang di publikasikan pada website resmi Bursa Efek Indonesia. sampel yang digunakan merupakan perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan kriteria sampel ialah laporan keuangan tahunan yang memuat biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan dan laba bersih tahun 2017 sampai tahun 2019 yang berjumlah 14 sampel perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi. Penelitian ini menggunakan dengan aplikasi SPSS 26.0 untuk mengolah data dengan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskeditas, dan uji multikolonieritas, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji statistik deskriptif di dapat nilai tertinggi berada pada variabel biaya produksi dengan jumlah Rp193.161.000 dari perusahaan subsektor otomotif beserta komponennya PT Astra International Tbk pada tahun 2018, dan nilai terkecil berada pada variabel biaya

promosi yaitu Rp101 perusahaan subsektor otomotif beserta komponennya Garuda Metalindo Tbk pada tahun 2019. Berikut **Hasil uji Statistik Deskriptif** Tabel 1

Tabel 1. Tabel Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum
Biaya Produksi	42	Rp 9.318	Rp193.161.000
Biaya Promosi	42	Rp 101	Rp 1.797.834
Volume Penjualan	42	Rp88.358	Rp 90.507.000
Laba Bersih	42	Rp 7.127	Rp 2.537.602

Hasil perhitungan dengan uji Komolgorov Smirnov pada tabel 4.5 diatas nilai Asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0,07 atau > 0,05 dengan jumlah data yang di uji sebanyak 27 data. Sehingga dapat disimpulkan model regresi dapat digunakan dengan jumlah 27 data yang memenuhi asumsi normalitas atau data yang berdistribusi dengan normal. Berikut **Hasil Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov** Tabel 2.

Tabel 2. Tabel Hasil Uji One Sample Kolmogorov- Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		27
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	178,5275

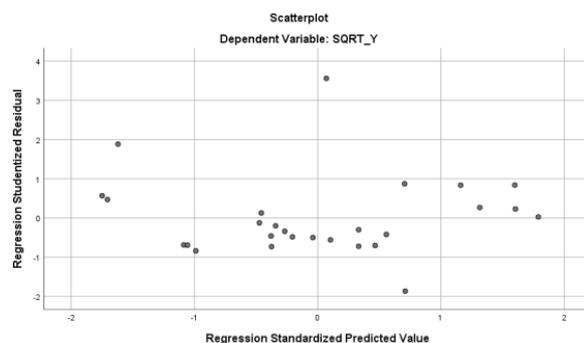
Hasil uji autokorelasi dengan uji Durbin-Watson menunjukkan dw sebesar 2,167 sedangkan nilai tabel dengan nilai signifikansi 5% dan jumlah sampel data 27 dengan 3 variabel independen maka diketahui nilai dl yaitu 1,162 dan nilai du sebesar 1,651, sedangkan nilai 4-du (4-1.651) yaitu 2,349. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai du (1,651) lebih

kecil dari nilai dw (2,167 dan nilai dw lebih kecil dari nilai 4-du (2,349) yang berarti persamaan regresi bebas dari autokorelasi. Berikut **Hasil Uji Durbin Watson** Tabel 3.

Tabel 3. Tabel Hasil Uji Durbin Watson

Model Summary ^b		
Model	R	RSquare
1	,748 ^a	0,56

Dalam uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variansi residual dan juga untuk mengetahui ada atau tidak adanya penyimpangan saat uji regresi linier. Dari grafik scatterplot dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas karena grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas dimana titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada sumbu Y. Berikut hasil uji dengan **Grafik Scatterplot** Gambar 1



Gambar 1. Grafik Scatterplot

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi adanya korelasi antara variabel bebas atau independen. Suatu model regresi yang baik pada hasil uji seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Berikut hasil uji multikolinearitas berdasarkan **Tabel Coefficient** Tabel 4.

Tabel 4. Tabel Coefficient

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Ln_BiayaProduksi	0,192	5,211
Biaya Promosi	0,945	1,058
Volume Penjualan	0,19	5,255

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Uji Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk melihat berapa besar pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen), pada pengujian ini dilihat dari nilai koefisien determinannya. Dari hasil tabel 4.8 diatas dapat dilihat nilai koefisien determinasinya (R) sebesar 0,748 dan koefisien determinasi R² sebesar 0,560. Yang berarti variabel independen mempengaruhi sebesar 56% terhadap variabel dependen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Berikut **Tabel Hasil Uji Determinasi** Tabel 5.

Tabel 5. Tabel Uji Determinasi

Model Summary		
Model	R	R Square
1	,748 ^a	0,56

Uji Parsial (T-test)

Uji t bertujuan untuk menunjukkan nilai signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Nilai probabilitas (Sig) ini digunakan untuk menguji hipotesis apakah terdukung atau tidak. Berikut hasil uji parsial berdasarkan **Tabel Coefficient** Tabel 6

Tabel 6. Tabel Coefficient

Coefficients ^a			
	Model	T	Sig.
1	(Constant)	-0,012	0,99
	Biaya Produksi	-2,549	0,018
	Biaya Promosi	-1,615	0,12
	Volume Penjualan	3,177	0,004

$$Y = (-1,116) + (-1,375)X_1 + (-0,551)X_2 + 1,546X_3$$

Keterangan :

Y = Laba Bersih

Perusahaan α =

Konstanta

β 1 = koefisien regresi Biaya

Produksi β 2 = koefisien regresi

Biaya Promosi β 3 = koefisien

regresi Biaya Distribusi

X₁ = Variabel Biaya Produksi

X₂ = Variabel Biaya Promosi

X₃ = Variabel Volume Penjualan

H₁: Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan

Berdasarkan tabel coefficient nilai probabilitas sebesar 0,01 yang berarti kurang 0,05 (0,01 < 0,05), sedangkan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu t_{hitung} sebesar -2,549 yang berarti nilai t_{hitung} > t_{tabel} (-2,549

> 2,068). Maknanya hipotesis pertama terdukung, biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan digunakan untuk menghasilkan produk berupa barang sesuai target yang telah direncanakan.

H₂: Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih perusahaan

Dilihat dari tabel coefficient menunjukkan probabilitas (Sig) 0,12 yaitu lebih besar dari 0,05 (0,12 > 0,05), sedangkan perbandingan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu t_{hitung} sebesar -1,651 atau t_{hitung} < t_{tabel} (- 1,651 < 2,068) yang berarti hipotesis

kedua tidak didukung, biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Tidak adanya pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih dari penelitian ini dapat disebabkan karena perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian ini merupakan perusahaan unggul atau perusahaan yang telah memiliki tempat dan nilai lebih di masyarakat

H3: Pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan

Dilihat dari nilai probabilitas (Sig) volume penjualan yaitu 0,00 yang berarti kurang dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Sedangkan perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu t_{hitung} sebesar 3,177 yang berarti $3,177 > 2,068 t_{tabel}$. Sehingga hipotesis ketiga didukung, volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. Jumlah volume penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan akan berdampak pada nilai laba bersih yang diperoleh, karena naik turunnya unit barang yang dijual merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi fluktuasi laba bersih.

Uji Simultan (F-test)

Probabilitas (Sig) pada tabel Anova menunjukkan signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Berikut hasil uji simultan berdasarkan **Tabel Anova** Tabel 7.

Tabel 7. Tabel Anova

ANOVA ^a			
Model		F	Sig.
1	Regression	9,744	,000 ^b
	Residual		
	Total		

H4: Pengaruh biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan

Signifikansi dari biaya produksi, biaya

promosi dan volume penjualan pada tabel Anova memiliki nilai 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 ($0,00 < 0,05$). Sehingga hipotesis keempat didukung, bahwa biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji parsial atau uji t menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif terhadap laba bersih perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan hasil bahwa biaya promosi tidak berpengaruh baik secara negatif atau positif terhadap laba bersih perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Hasil uji parsial atau uji t menunjukkan hasil bahwa volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. Berdasarkan hasil uji simultan atau uji F menunjukkan hasil bahwa biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan manufaktur subsektor otomotif beserta komponennya dan subsektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Casmadi, Y.& Azis, I. (2019). Pengaruh Biaya Produksi & Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk. . Jurnal Akuntansi, Politeknik Pos Indonesia, Tahun XI No 01 Bandung 2019.
- CNBCIndonesia.com. (6 Februari 2020). Manufaktur RI Loyo, Kinerja Emiten Otomotif dan Komponen Lesu. Diakses pada 16 Januari 2021, dari <https://www.cnbcindonesia.com/market/20200206121200-17-135789/manufaktur-ri-loyo-kinerja-emiten-otomotif-komponen-lesu/2>
- Fauzi, F., Dencik, A.B., dan Asiati, D.I. (2019). Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi. Jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, Noreen, dan Brewer. (2014). Akuntansi Manajerial. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, R & Felicia. (2018). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia . Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX Volume 1 Nomor 1 (2018) , 1-12.
- Januarsah, I. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Pada PT PP London Sumatera Indonesia, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia . Jurnal Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung Vol 5, No 1 2019.
- Jumingan, (2014). Analisis Laporan Keuangan Jakarta: PT. Bumi Aksara KONTAN.CO.ID - JAKARTA. (1 Oktober 2019
-). Industri manufaktur melemah, Emiten farmasi ikut tertekan. 17:26 WIB. <https://investasi.kontan.co.id/news/industri-manufaktur-melemah-emiten-farmasi-ikut-tertekan>.
- Mulyadi. (2014). Akuntansi Biaya. Edisi Kelima. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyana, A. (2017). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015 . Jurnal Universitas Nurtanio Bandung, Vol.17 No.3 Desember 2017.
- Mulyana, A. (2018). Pengaruh Penjualan Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Usaha Pada PT Mayora Indah, Tbk. Jurnal Indonesia Membangun, Vol. 17, No. 2. Mei - Agustus 2018.
- Noviani, I & Tipa, H. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi Universitas Putera Batam Volume 19, Nomor 1, 2020.
- Putri, A. M. & Yulianthari, W.S. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Volume Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia . e-Proceeding of Management : Vol.7, No.2 Agustus 2020, Universitas Telkom, 2760.
- Rahma. (2019). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri Padangsidipuan.
- Rahmanita, M. (2017). Pengaruh Biaya

- Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening . Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Siregar, S. H. (2019). Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih pada PT Sierad Produce Tbk. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Padangsidempuan 2019.
- Swastha, B., dan Irawan (2008). Manajemen pemasaran modern. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Syaifulloh, H. (2016). Buku Praktis Akuntansi Biaya dan Keuangan. Jakarta: Laskar Aksara, diakses pada 20 Januari 2020: iPusnas.
- Tim Panca Aksara. (2020). Kamus Istilah Keuangan dan Akuntansi. Jawa Tengah : Desa Pustaka Indonesia, diakses pada 17 Januari 2020: iPusnas.
- <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan>
- Yuda, I.M.A, &. Sanjaya.I.K.P.W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi) Volume 19, Nomor 1, 2020, 35-42.