PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2019-2023

THE INFLUENCE OF PROMOTIONAL COSTS AND PRODUCTION COSTS ON NET PROFIT WITH SALES VOLUME AS AN INTERVENING VARIABLE IN PHARMACY COMPANIES LISTED ON THE IDX IN 2019-2023

SKRIPSI

Oleh

SAMUEL HUTAGALUNG

2062201080

Program Studi Akuntansi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LANCANG KUNING

PEKANBARU

2024

skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lancang Kuning

Oleh

SAMUEL HUTAGALUNG

2062201080

Program Studi Akuntansi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LANCANG KUNING

PEKANBARU

2024

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SAMUEL HUTAGALUNG

NIM 2062201080

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN : AKUNTANSI

JUDUL : PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2019-2023

DISETUJUI:

PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
IKA BERTY APRILIYANI, SE., M.Ak, Ak.,CA.,CPA	SERLY NOVIANTI, SE., M.Ak
NIDN: 1029047203	NIDN: 1013086801

KETUA PROGRAM STUDI	KETUA JURUSAN
Dr. DINI ONASIS, SE.,SH.,MM.,MH.,AK.,CA.,ACPA	Dr. NENENGSALMIAH, SE., MM., Ak.,CA
NIDN: 1006067101	NIDN: 1017096801

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SAMUEL HUTAGALUNG

NIM 2062201080

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN : AKUNTANSI

JUDUL : PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2019-2023

KETUA

Dr. NENENG SALMIAH, S.E., M.M, Ak, CA
NIDN: 1012096801

SEKRETARIS

SERLY NOVIANTI, SE., M.Ak
NIDN: 1007118903

ANGGOTA

Dr. NENENG SALMIAH, S.E, M.M, Ak, CA
NIDN: 1012096801

ZAHARMAN, SE, M.Si.Ak.CA
NIDN: 1013086801

Dr. JENI WARDI, S.E., M.Ak, Ak, CA, ACPA
NIDN: 1030067002

SERLY NOVIANTI, S.E., M.Ak
NIDN: 1007118903

PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2019-2023

OLEH

SAMUEL HUTAGALUNG
2062201080

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel *intervening* pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023. Penelitian menggunakan metode kuantitatif, menggunakan analisis jalur dengan program IBM SPSS Statistik versi 26. populasi dalam penelitian ini ada 12 perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan yang berupa biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan dan laba bersih perusahaan tahun 2019-2023 yaitu berjumlah 45 sampel. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa biaya promosi , biaya produksi dan volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Berdasarkan hasil analisis jalur biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil analisis jalur menunjukan bahwa biaya produksi beerpengaruh terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel intervening.

Kata kunci : biaya promosi , biaya produksi , volume penjualan dan laba bersih.

THE INFLUENCE OF PROMOTIONAL COSTS AND PRODUCTION COSTS ON NET PROFIT WITH SALES VOLUME AS AN INTERVENING VARIABLE IN PHARMACY COMPANIES LISTED ON THE IDX IN 2019-2023

ABSTRAK

This research aims to analyze the effect of promotional costs and production costs on net profit with sales volume as an intervening variable in pharmaceutical companies listed on the IDX in 2019-2023. The research uses quantitative methods, using path analysis with the IBM SPSS Statistics version 26 program. The population in this study were 12 pharmaceutical companies registered on the IDX in 2019-2023. The samples in this research are annual financial reports in the form of production costs, promotional costs, sales volume and company net profit for 2019-2023, totaling 45 samples. The results of this research show that promotional costs, production costs and sales volume have a significant positive effect on net profit. Based on the results of the channel analysis, promotional costs have no effect on net profit through sales volume as an intervening variable. Based on the results of path analysis, it shows that production costs influence net profit through sales volume as an intervening variable.

Keywords : promotional costs , production costs, sales volume and net profit.

iii

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis dalam skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister dan atau Doctor) baik di Universitas Lancang Kuning maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Dengan demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 01 agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



SAMUEL HUTAGALUNG

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skrpsi ini dengan judul **" pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel intervening pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023"**. penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk dan seterusnya syarat untuk memperoleh sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.

Dalam penyelesaian skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam lkesempatan ini penulis mengucapkan terimaksih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Junaidi, S.S., M.Hum selaku rektor Universitas Lancang Kuning.
2. Bapak Dr. Dini Onasis, S.E., S.H., M.M., M.H., Ak., CA., ACPA selaku dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
3. Ibu Dr. Neneng Salmiah, S.E., M.M., Ak., CA selaku ketua jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
4. Ibu Ika Berty Apriliyani, S.E., M.Ak., AK., CA., CPA selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan banyak ilmu, bimbingan, arahan dan masukan dalam proses pembuatan skripsi penulis.
5. Ibu Serly Novianti, S.E., M.Ak selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak membantu memberikan ilmu, masukan , saran dan motivasi untuk meningkatkan semangat penulis dalam mengerjakan skripsi.
6. Bapak Dr. Jeni Wardi, S.E., M.Ak., Ak., CA selaku dosen pembimbing

pengganti pertama pada saat seminar proposal yang memberikan masukan dan saran saat penulis melakukan saat melaksanakan seminar proposal.

7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning yang telah memberikan dukungan dan bayak ilmu bagi penulis.
8. Kepada keluarga hutagalung terkhusus Bapak, Ibu, kakak, abang serta keponakan yang telah memberikan doa, dukungan , nasehat, semangat , motivasi , biaya kehidupan dan biaya kuliah selama 4 tahun terkahir juga yang memberikan pengorbanan yang sangat luar biasa untuk memberikan pendidikan yang terbaik kepada penulis. Hal itu merupakan sesuatu yang paling berharga dalam kehidupan penulis.
9. kepada teman teman seangkatan 2020 program studi akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lncang Kuning yang menemani dan memberikan motivasi selama perjalanan kuliah penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih dapat kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dari pembaca yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat menambah pengetahuan bagi kita semua.

Akhir kata dengan di iringi doa dari penulis berharap mudah-mudahan maksud dan tujuan dari skripsi ini dapat tercapai. Amin.

Pekanbaru, 01 agustus 2024

Penulis,

SAMUEL HUTAGALUNG

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI.....vi
DAFTAR TABEL.....ix
DAFTAR GAMBAR.....x
BAB I1
PENDAHULUAN 1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN 1
1.2 RUMUSAN MASALAH 12
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....13
1.3.1 TUJUAN PENELITIAN 13
1.3.2 MANFAAT PENELITIAN 13
1.3.3 SISTEMATIKA PENULISAN.....14
BAB II.....16
TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 16
2.1 TELAAH PUSTAKA.....16
2.1.1 TEORI PENELITIAN.....16
2.1.2 BIAYA PRODUKSI.....16
2.1.3 BIAYA PROMOSI 19
2.1.4 VOLUME PENJUALAN 22
2.1.5 LABA BERSIH 24
2.1.6 Penelitian Terdahulu 26
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN 35
2.2.1 Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih.....35
2.2.2 Biaya Produksi berpengaruh terhadap laba bersih.....35
2.2.3 Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel intervening.....36
2.2.4 Pengaruh Biaya Produksi terhadap laba bersih dengan penjualan sebagai variabel intervening 36
2.2.5 Pengaruh Volume Penjualan terhadap Laba Bersih.....37
2.3 HIPOTESIS.....38
BAB III 39
METODE PENELITIAN.....39
3.1 OBJEK PENELITIAN 39
3.2 POPULASI DAN SAMPEL 39

3.3 TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL 40
3.4 JENIS DATA DAN SUMBER DATA 43
3.4.1 JENIS DATA 43
3.4.2 SUMBER DATA 43
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA 43
3.6 IDENTIFIKASI DAN OPERASIONALISASI VARIABEL 44
3.7 ANALISIS DATA 48
3.7.1 UJI ASUMSI KLASIK 48
3.7.2 Uji regresi Linear Berganda 50
3.7.3 Uji ketepatan model (*goodness of fit test*) 50
BAB IV 53
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN 53
4.1. PT. DARYA-VARIA LABORATORIA TBK (DVLA) 53
4.2. PT KIMIA FARMA TBK (KAEF) 53
4.3 PT KALBE FARMA TBK (KLBF) 55
4.4 PT MERCK TBK (MERK) 57
4.5 PT PHAPROS TBK (PEHA) 58
4.6 PT PYRIDAM FARMA TBK (PYFA) 60
4.7 PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO TBK 61
4.8 PT TEMPO SCAN PACIFIK TBK (TSPC) 62
4.9 PT SOHO GLOBAL HEALTH TBK (SOHO) 63
BAB V 65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 65
5.1 HASIL PENELITIAN 65
5.1.1 UJI ASUMSI KLASIK 65
5.1.2 Uji Regresi Linier Berganda 68
5.1.3 Uji Ketepatan Model 72
5.1.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*) 74
5.2 PEMBAHASAN 78
5.2.1 pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih 78
5.2.2 pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih 79
5.2.3 pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih melalui volme 81
penjualan sebagai variabel intervening 81
5.2.4 pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume 83

penjualan sebagai variabel intervening.....83
5.2.5 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih.....85
BAB VI.....87
KESIMPULAN DAN SARAN.....87
6.1 KESIMPULAN.....87
6.2 SARAN.....88
LAMPIRAN.....xv
LAMPIRAN I.....xv
BIAYA PROMOSI, BIAYA PRODUKSI, VOLUME PENJUALAN DAN LABA BERSIH PERUSAHAAN FARMASI 2019 – 2023.....xv
LAMPIRAN II.....xvi
TABULASI DATA.....xvi
LAMPIRAN III.....xviii
HASIL OUTPUT SPSS 26.....xviii
BIOGRAFI PENULIS.....xx

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laba bersih perusahaan farmasi tahun 2019-2023.....6

Tabel 1.2 biaya promosi perusahaan farmasi tahun 2019-2023.....6

Tabel 1.3 biaya produksi perusahaan farmasi tahun 2019-2023.....7

Tabel 1.4 biaya volume penjualan perusahaan farmasi tahun 2019-2023 7

Tabel 2.1 penelitian terdahulu.....31

Tabel 3.1 populasi perusahaan farmasi tahun 2019-2023.....42

Tabel 3.2 data hasil pemilihan sampel tahun 2019-2023.....43

Tabel 3.3 sampel penelitian perusahaan farmasi tahun 2019-2023.....44

Tabel 3.4 ringkasan identifikasidan operasional variabel 49

Tabel 5.1 hasil uji normalitas 70

Tabel 5.2 hasil uji multikolinearitas 71

Tabel 5.3 hasil uji autokorelasi.....72

Tabel 5.4 hasil uji regresi linier berganda I.....75

Tabel 5.5 hasil uji regresi linier berganda II 76

Tabel 5.6 hasil uji koefisien determinasi (R2) I.....78

Tabel 5.7 hasil uji koefisien determinasi (R2) II.....78

Tabel 5.8 hasil uji f.....79

Tabel 5.9 hasil uji t.....80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 kerangka pemikiran 39

Gambar 5.1 hasil uji heteroskedastisitas.....73

Gambar 5.2 struktur pengaruh X1, X2, Y dan Z.....84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Ukuran yang sering digunakan untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen perusahaan adalah dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan tersebut. Laba yang diperoleh perusahaan itu sangat penting yang digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan tersebut atas jasa yang diperolehnya.

Keuntungan atau laba merupakan tujuan perusahaan dalam menjalankan sebuah usaha, meskipun laba tidak menjadi satu-satunya tujuan akhir. Oleh karena itu, berbagai strategi jitu sangatlah penting dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan laba sesuai apa yang menjadi target. Menurut (Syaifullah; 2016), laba bersih atau net profit laba atau keuntungan yang diperoleh dari pengurangan laba operasional dengan biaya atau beban yang dikeluarkan atau penambahan laba operasional dengan pendapatan lain lain. Salah satu yang dapat digunakan untuk memperoleh laba yang optimal adalah dengan memperhatikan volume penjualan serta biaya-biaya yang akan dikeluarkan perusahaan. Jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan, maka perusahaan akan mendapatkan laba yang diinginkan. Perusahaan memiliki target atau tujuan yang harus dicapai untuk menghasilkan keuntungan, hal ini menuntut manajemen agar meningkatkan promosi dan teknik-teknik pemasarannya (Rahmanita; 2017).

Karena hal tersebut membuat pihak perusahaan untuk selalu meningkatkan pemasaran maupun teknik-teknik promosi yang digunakan agar mencapai

keuntungan sesuai dengan tujuan perusahaan. Salah satu tujuan utama berdirinya entitas atau perusahaan adalah memperoleh keuntungan (Rustami,dkk; 2014)

sesuai dengan tujuan perusahaan. Salah satu tujuan utama berdirinya entitas atau perusahaan adalah memperoleh keuntungan (Rustami,dkk; 2014) Biaya promosi ialah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran (Kotler; 2006;640). Biaya promosi tersebut ditujukan untuk menunjang kegiatan perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna memperoleh laba yang lebih tinggi (Harmono,dkk; 2012).

Selain biaya promosi, biaya lain yang tidak kalah penting dalam menunjang besar kecilnya laba perusahaan adalah biaya produksi. Biaya produksi adalah beban-beban yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang yang siap dijual. Untuk dapat mencapai target produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang dikeluarkan (Rustami,dkk; 2014).

Biaya dan pendapatan merupakan faktor yang sangat penting dalam setiap perusahaan, baik itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa mau pun perusahaan manufaktur, dan perhitungangan nya harus dilakukan secara efisien dan selektif (Rahmawati, dkk; 2014). Pengelolaan biaya produksi yang tidak baik dapat berakibat turunnya pendapatan yang diterima. Penggunaan bahan baku yang berkualitas bagus akan menghasilkan yang bagus pula (Prihandoko; 2016).

Banyak proses yang dapat dilewati untuk mencapai keuntungan yang besar. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk memperoleh keuntungan/laba yang

maksimal dengan memperhatikan volume penjualan serta biaya-biaya dalam proses produksi yang dikeluarkan perusahaan (Wasesa,dkk; 2014)

Menurut (Tjiptono; 2012) mengartikan volume penjualan adalah puncak kegiatan perusahaan dalam usaha untuk mencapai suatu target atau tujuan yang diinginkan suatu perusahaan. Menurut (Rahardjo; 2000;33) adanya hubungan yang erat antara volume penjualan untuk meningkatkan laba bersih perusahaan, dalam hal ini dapat dilihat dari laporan keuangan laba-rugi perusahaan. Laba akan tertera jika penjualan produk lebih tinggi daripada biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi. Perusahaan harus menjadi lebih selektif dalam menjual produk kepada para konsumen, sehingga target volume penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan dalam satu periode dapat tercapai dengan baik dengan beban-beban yang efisien (Wasesa, dkk; 2014).

Volume penjualan berperan sebagai *mediator* atau perantara dalam menggambarkan sebab akibat antara biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih. Secara logis, volume penjualan merupakan hasil dari upaya promosi dan produksi. Semakin besar biaya promosi yang dialokasikan, dan semakin efisien biaya produksi, semakin besar kemungkinan perusahaan akan mencapai volume penjualan yang lebih tinggi. Volume penjualan yang tinggi kemudian dapat berkontribusi secara positif terhadap laba bersih perusahaan. Dengan demikian, volume pejualan berperan sebagai variabel intervening karena menjadi titik kritis yang menghubungkan varibel independen (biaya promosi dan biaya produksi) dengan variabel dependen(laba bersih). Dalam konteks ini, volume penjualan bertindak sebagai mediator yang memfasilitasi pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba

bersih perusahaan.

Perusahaan farmasi atau perusahaan obat-obatan adalah perusahaan bisnis komersial yang fokus dalam meneliti, mengembangkan dan mendistribusikan obat, terutama dalam hal kesehatan. Menurut (Sharbati, dkk; 2015).perusahaan farmasi merupakan industri yang sangat memanfaatkan modal intelektual. Lebih lanjut (Sharabati; 2015) memandang bahwa industri farmasi merupakan industri yang *intensif* melakukan penelitian, industri yang *inovatif* dan seimbang dalam penggunaan sumber daya manusia serta teknologi. Pembaharuan produk dan inovasi sangat penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan farmasi. Pembaharuan produk dan inovasi yang penting tersebut sangat bergantung pada modal intelektual yang dimiliki perusahaan (Sharabati; 2015).

Fenomena dari penelitian ini adalah pada tahun pertama sebelum pandemi covid-19 melanda negara Indonesia perusahaan yang bergerak di bidang farmasi memiliki pendapatan laba yang naik turun. Tetapi pada tahun 2022 ada perubahan yang sangat signifikan terhadap beberapa pendapatan perusahaan farmasi yang mengalami penurunan laba yang sangat signifikan. Padahal pada masa pandemi covid seharusnya produk dari perusahaan farmasi baik obat-obatan dan maupun peralatan medis sangat dibutuhkan di Indonesia . pada tahun 2022 adalah tahun dimana Indonesia sudah mulai bangkit dari keterpurukan pandemi covid-19 namun satu perusahaan mengalami penurunan laba hingga menyebabkan kerugian yang sangat besar hingga miliyaran rupiah. Perusahaan tersebut adalah PT Kimia Farma Tbk. Padahal kita sudah tahu bahwa perusahaan PT Kimia Farma Tbk merupakan salah satu perusahaan

besar farmasi yang terkenal diIndonesia.itulah sebab nya peneliti melakukan penelitian pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Alasan pengambilan judul penelitian ini adalah biaya produksi yang Efektif dapat meningkatkan laba bersih dengan mengurangi biaya produksi dan meningkatkan efisiensi produksi. Biaya produksi mempengaruhi laba bersih karena biaya tersebut menjadi bagian dari biaya total perusahaan. Biaya promosi mempengaruhi laba bersih karena biaya tersebut digunakan untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan kesadaran merek. Volume penjualan berperan sebagai variabel *intervening* karena biaya promosi dan produksi berinteraksi dengan volume penjualan untuk mempengaruhi laba bersih. Dengan demikian penelitian inisangat relevan untuk memahami bagaimana interaksi antara biaya promosi, biaya produksi dan volume penjualan dalam mempengaruhi laba bersih.

Alasan pengambilan sampel di perusahaan farmasi adalah karena pada tahun penelitian Indonesia mengalami atau sedang hidup dalam pandemi covid-19 tetapi kenapa ada perusahaan yang mengalami penurunan laba / pendapatan hingga mengalami kerugian, pdahal kita tahu pada pandemi covid-19 masyarakat, apotek atau yang lain pasti membutuhkan peralatan kesehatan maupun obat – obatan untuk masyarakat.

Tabel 1.1

Tabel Laba Bersih Perusahaan farmasi 2019-2023

No	NAMA PERUSAHAAN	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
1	PT KIMIA FARMA TBK	0.00%	0.00%	0.01%	-0.00%	-0.04%
2	PT MERK TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
3	PT PYRIDAM FARMA TBK	0.30%	0.60%	0.13%	5.78%	2.07%
4	PT SOHO GLOBAL HEALTH TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
5	PT KALBE FARMA TBK	80.75 %	76.57 %	78.53 %	72.43 %	67.56 %
6	PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
7	PT TEMPO SCAN PACIFIC TBK	18.94 %	22.82 %	21.33 %	21.78 %	30.40 %
8	PT PHAPROS TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
9	PT DARYA-VARIA LABORATORIA TBK	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

Sumber : www.idx.co.id (2019-2023)

Pada tabel *persentase* pendapatan laba bersih diatas ditahun 2019 perusahaan yang mengalami kenaikan laba yang paling besar dan signifikan adalah perusahaan PT. Kalbe Farma Tbk yakni mendapatkan keuntungan atau laba sebesar 80,75 % disusul dengan PT. Tempo Scan Pacifik Tbk sebesar 18,94 % , PT. Pyridam Farma Tbk 0,30 %, PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk sebesar 0,01 % dan disusul perusahaan yang lain dengan persentase pendapatan laba sebesar 0,00%.

Ditahun berikutnya juga perusahaan yang mengalami pendapatan yang tertinggi masih PT. Kalbe Farma Tbk yakni pada tahun 2020 sebesar 76,57 %, tahun 2021 sebesar 78,53 % tahun 2022 sebesar 72,43% dan ditahun 2023 masih menjadi pemunca dengan pendapatan tertinggi sebesar 67,56 %.

Berbanding terbalik dengan PT. Kimia Farma Tbk yang tiap tahunnya selalu mengalami penurunan pendapatann laba dari tahun ketahun, hingga ditahun 2022 PT. Kimia Frama Tbk mengalami kerugian sebesar -0,00% dan ditahun 2023 mengalami kerugian sebesar 0,04%.

Tabel 1.2

Biaya promosi perusahaan farmasi tahun 2019-2023

No	NAMA PERUSAHAAN	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
1	PT KIMIA FARMA TBK	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%
2	PT MERK TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
3	PT PYRIDAM FARMA TBK	1.25%	1.71%	2.41%	1.94%	2.12%
4	PT SOHO GLOBAL HEALTH TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
5	PT KALBE FARMA TBK	48.43 %	53.51 %	57.20 %	50.54 %	53.41 %
6	PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
7	PT TEMPO SCAN PACIFIC TBK	50.30 %	44.75 %	40.36 %	47.49 %	44.45 %
8	PT PHAPROS TBK	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.00%
9	PT DARYA-VARIA LABORATORIA TBK	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%

Sumber : www.idx.co.id (2019-2023)

Berikut adalah tabel *persentasi* dari pengeluaran perusahaan farmasi untuk biaya promosi dari tahun 2019-2023. Untuk biaya promosi yang tertinggi terdapat pada perusahaan PT. Temo Scan Pcifik Tbk sebesar 50,30% disusul PT. Kalbe Farma Tbk yaitu pada tahu 2019 sebesar 48,43% Dan PT. Pyridam Farma Tbk sebesar 1,25 %.

Untuk biaya promosi yang dikeluarkan dari tahun 2020-2023 peerusahaan dengan pengeluaran tertinggi adalah PT. Kalbe Frama Tbk yaitu tahun 2020 sebesar 53,51%, 2021 sebesar 57,20%, 2022 sebesar 50,54% dan 2023 sebesar 53,41% selanjutnya disusl diposisi kedua yaitu PT. Tempo Scan Pacifik Tbk tahun 2020 sebesar 44,75%, 2021 sebesar 40,36%, 2022 sebesar 47,49% dan di tahun 2023 sebesar 44,45%. Pada posisi ketiga disusul PT. Pyridam Farma Tbk yaitu ditahun 2020 sebesar 1,71%, 2021 sebesar 2,41 %, 2022 sebesar 1,94% dan ditahun 2023 sebesar 2,12 %.

Tabel 1.3

Biaya produksi perusahaan farmasi Tahun 2019-2023

No	NAMA PERUSAHAAN	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
1	PT KIMIA FARMA TBK	0.02%	0.02%	0.03%	0.01%	0.01%
2	PT MERK TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
3	PT PYRIDAM FARMA TBK	1.02%	0.90%	2.29%	3.46%	2.64%
4	PT SOHO GLOBAL HEALTH TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
5	PT KALBE FARMA TBK	68.48 %	67.72 %	66.06 %	64.98 %	64.87 %
6	PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
7	PT TEMPO SCAN PACIFIC TBK	30.46 %	31.34 %	31.60 %	31.53 %	32.46 %
8	PT PHAPROS TBK	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
9	PT DARYA-VARIA LABORATORIA TBK	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%

Sumber : www.idx.co.id (2019-2023)

Berikut adalah tabel *persentasi* untuk pengeluaran biaya produksi dari setiap perusahaan farmasi yang menjadi objek penelitan ini. Yang menjadi pemuncak perusahaan yang mengeluarkan biaya tertinggi setiap tahunnya adal PT. Kalbe Farma Tbk. Ditahun 2019 Sebesar 68,48 %, tahun 2020 sebesar 67,72%, tahun 2021 sebesar 66,06%, ditahun 2022 sebesar 64,98% dan ditahun 2023 sebsar 64,87%. Disusul dengan biaya promosi terbesar kedua adalah PT. Tempo Scan Pacifik Tbk yaitu pada tahun 209 sebesar 30,46%, tahun 2020 sebesar31,34 %, tahun 2021 sebesar 31,60%, tahun 2022 sebesar 31,53%dan ditahun 2023 sebesar 32,46%. Dan diposisi ketiga adalah PT. Pyridam Farma Tbk yaitu ditahun 2019 sebesar 1,02%, tahun 2020 sebesar 0,90%, tahun 2021 sebesar 2,29%, tahun 2022 sebesar 3,46% dan ditahun 2023 sebesar 2,64%.

Tabel 1.4

Volume penjualan Perusahaan Farmasi Tahun 2019-2023

No	NAMA PERUSAHAAN	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
1	PT KIMIA FARMA TBK	0.03%	0.03%	0.03%	0.02%	0.02%
2	PT MERK TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
3	PT PYRIDAM FARMA TBK	0.73%	0.81%	1.65%	1.71%	1.59%
4	PT SOHO GLOBAL HEALTH TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
5	PT KALBE FARMA TBK	66.79 %	67.24 %	68.85 %	69.03 %	68.76 %
6	PT INDUSTRI JAMU DAN FARMASI SIDO MUNCUL TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
7	PT TEMPO SCAN PACIFIC TBK	32.44 %	31.91 %	29.45 %	29.23 %	29.63 %
8	PT PHAPROS TBK	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
9	PT DARYA-VARIA LABORATORIA TBK	0.01%	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%

Sumber : www.idx.co.id (2019-2023)

Berikut adalah tabel dari volume penjualan pada perusahaan farmasi yang menjadi objek peneliti penulis. Perusahaan dengan pendapatan volume penjualan yang tertinggi setiap tahun nya adalah PT. Kalbe Farma Tbk dengan pendapatan ditahun 2019 sebesar 66,79%,tahun 2020 sebesar 67,24%, tahun 2021 sebesar 68,85 % , tahun 2022 sebesar 69,03% dan ditahun 2023 sebesar 68,76% yang mengalami perbedaan yang sangat signifikan terhadap perusahaan lainnya. Dilanjut diposisi kedua yaitu PT. Tempo Scan Pacific Tbk yaiut pada tahun 2019 sebesar 32,44%, tahun 2020 sebesar 31,91%, tahun 2021 sebesar29,45%, tahun 2022 sebesar 29,23% dan tahun 2023 sebesar 29,63%.

Setelah tahun 2019, Pada masa pandemi covid-19 (2020-2023) beberapa perusahaan mengalami kenaikan laba, ada juga perusahaan mengalami penurunan laba hanya 1 perusahaan yang mengalami kerugian di tahun 2022 dan 2023 yaitu PT Kimia Farma Tbk.

Pada tahun 2019 tepatnya sebelum Indonesia mengalami pandemi Covid-

19 9 perusahaan farmasi di Indonesia yakni PT. Darya – Varia Laboratoria Tbk (DVLA), Kimia Farma Tbk (KAEF), Kalbe Farma Tbk (KLBF), Merck Tbk (MERK), Phapros Tbk (PEHA), Pyridam Farma (PYFA), Industri Jamu dan Farmasi Sido (SIDO), PT Tempo Scan Pacifik Tbk (TSPC) dan PT Soho Global Health Tbk mendapatkan Laba. PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) menjadi perusahaan farmasi yang mencapai laba tertinggi di tahun 2019 sebesar Rp 2.537.601.823.645 , sedangkan PT Mercks (MERK) menjadi perusahaan dengan tingkat laba terendah pada tahun 2019 sebesar Rp 78.256,797.

Selanjutnya pada tahun 2020 yang mana pada tahun ini Indonesia mengalami awal permulaan dari pandemi covid-19. Yang mana perusahaan PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) masih tetap menjadi yang teratas dalam perolehan laba bersih yakni sebesar Rp 2.799.622.515,814,

Tahun 2021 menjadi tahun kedua Indonesia dilanda covid-19. PT Kalbe Farma masih menjadi pemuncak perusahaan dengan pendapatan laba tertinggi sebesar Rp 3.232.007.683.281 sedangkan PT Indofarama mengalami penurunan yang sangat signifikan dengan kerugian sebesar Rp 37.571.241,226.

Pada tahun selanjutnya yakni tahun 2022 yang mana masa ini adalah masa pasca pandemi covid-19. PT Kalbe Farma menjadi pemuncak perusahaan dengan pendapatan laba tertinggi sebesar Rp 3.450.083.412.291. 2 perusahaan yang mengalami kerugian ditahun 2022 yaitu PT Indofarma Tbk dengan kerugian sebesar Rp 428.487.671.595 dan PT Mercks Tbk sebesar Rp 109.782.957.

Hasil pernyataan peneliti (Rahma; 2019) menyatakan biaya promosi tidak menjamin tingginya laba bersih yang berarti biaya promosi tidak berpengaruh terhadab laba bersih perusahaan. Pada penelitian (Felicia, dkk; 2020) dan

penelitian (Yuda, dkk; 2020) menyatakan hasil yang berbeda bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih perusahaan. penelitian (Juwariyah, dkk; 2021) menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh secatra langsung dan signifikan terhadap volume penjualan.

Pada penelitian (Yuda, dkk; 2020) menyatakan biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Rahma ; 2019) dan penelitian (Felicia, dkk; 2018) adanya pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan.

Pada penelitian (Yuliani, dkk; 2023) menyatakan bahwa volume penjualan berpengaruh positif secara langsung terhadap laba bersih perusahan. Pada penelitian (Fadilah, dkk; 2020) menyatakan bahwa volume penjualan tidak mempengaruhi laba bersih perusahaan . pada penelitian (Juwariyah, dkk ; 2021) menyatakan bahwa volume penjualan berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan. (Rustami, dkk; 2014) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba pada perusahaan kopi bubuk Banyuatis.

Beberapa uraian tersebut menarik peneliti untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana biaya-biaya yang dikeluarkan dalam suatu perusahaan seperti biaya promosi dan biaya produksi dapat memberikan pengaruh terhadap laba bersih yang diterima. Selain itu, peneliti juga tertarik untuk mengetahui tentang peran volume penjualan sebagai variabel mediasi antara biaya promosi dan produksi terhadap laba bersih tersebut. Sehingga penulis tertarik memilih judul dalam penulisan ini, yaitu: “Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi

Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel *Intervening* pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2023".

Yang membedakan penelitian saya dengan penelitan sebelumnya adalah terdapat perbedaan pada variabel X_1. Pada penelitian sebelumya menggunakan variabel biaya operasional sedangkan saya menggunakan variabel biaya promosi. Perbedaan selanjutnya terdapat pada tempat penelitian. Penelitian saya meneliti perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian sebelumnya meneliti PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ). perbedaan waktu pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini meneliti jangka waktu 2019-2023 sedangkan penelitian sebelumnya tahun 2017.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Apakah Biaya Produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan farmasi yang tedaftar di BEI tahun 2019-2023?
2. Apakah Biaya Promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan farmasi yang tedaftar di BEI tahun 2019-2023?
3. Apakah Biaya Produksi berpengaruh terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel intervening pada perusahaan farmasi yang tedaftar di BEI tahun 2019-2023?
4. Apakah Biaya Promosi berpengaruh terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel intervening pada perusahaan farmasi yang tedaftar di BEI tahun 2019-2023?
5. Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan farmasi yang tedaftar di BEI tahun 2019-2023?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019- 2023.
2. Untuk Menganalisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019- 2023.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel intervening pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019- 2023.
4. Untuk menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel intervening pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019- 2023.
5. Untuk menganalisis pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019- 2023.

1.3.2 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini dapat memberikan manfaat secara ilmiah maupun secara praktis. Adapun manfaat yang dapat dari penelitian ini adalah :

1. Secara ilmiah, penulis penelitian ini berharap dapat memberikan ilmu bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan biaya produksi,biaya promosi,volume penjualan serta laba bersih perusahaan khususnya perusahaan dibidang farmasi.

2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada:

    1. Penulis, diharpkan menambah wawasan untuk mempraktikan ilmu yang telah didapat selama masa perkuliahan, sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah – masalah yang dihadaapi oleh sebuah perusahaan.
    2. Akademisi, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi,sehingga memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai biaya produksi,biaya promosi,volume penjualan serta laba bersih perusahaan farmasi dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai tema atau permasalahan yang sama.
    3. Perusahanan, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam hal yang berhubungan dengan biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan serta laba bersih perusahaan.

1.4. SISTEMATIKA PENULISAN

Agar dapat memudahkan dalam memahami pembahasan skripsi penelitian ini pada sistem penulisan, maka peneliti akan menyusun dalam beberapa bab. Adapun yang akan diuraikan pada masing-masing bab adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang uraian latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II :TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang berisi penjabaran teori-teori, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian, seperti objek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, identifikasi dan operasionalisasi variabel serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini mendeskripsikan tentang gambaran umum perusahaan berisi penjelasan singkat yang digunakan dalam penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan tentang hasil penelitian dan pembahasannya yang meliputi hasil pengujian hipotesis serta pembahasannya.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dan saran sesuai penelitian penulis.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada pembahasan hasil penelitian diatas dengan judul " pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih melalui volume penjualan sebagai variabel *intervening* pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2019 – 2023" maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Biaya promosi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih (Y) pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2019 – 2023 hal tersebut disampaikan karena nilai Thitung 4,566 > nilai Ttabel 1,681 dengan nilai *sig* 0,000 < 0,05.
2. Biaya Produksi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih (Y) pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023, hal tersebut disampaikan karena nilai Thitung 2,275 > nilai Ttabel 1,681 dengan nilai *sig* 0,028 < 0,05.
3. Biaya promosi (X1) tidak berpengaruh terhadap laba bersih (Y) melalui volume penjualan (Z) sebagai variabel *intervening* pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dikarenakan pada penelitian ini pada analisis jalur (*path*) dengan menggunakan rumus sobel mendapat kan nilai Thitung 0,290 < nilai Ttabel 1,681 dengan nilai signifikansi 0,05, artinya tidak ada pengaruh mediasi.
4. Biaya produksi (X2) berpengaruh terhadap tidak langsung terhadap laba bersih (Y) melalui volume penjualan (Z) sebagai variabel *intervening*

pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesi tahun 2019 - 2023. Dengan menggunakan rumus sobel pada analisi jalur (*path*) persamaan II nilai Thitung 3,428 > Ttabel 1,681 dengan tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulakan bahwa koefisien 0,048 signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi.

5. Volume penjualan (Z) berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih (Y) pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019 – 2023. Hal ini ditunjukan dengan nilai Thitung 2,643 > nilai Ttabel 1,681 dengan nilai *sig* 0,012.

6.2 SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini, biaya produksi dan biaya promosi yang dikeluarkan dalam proses produksi dan distribusi cukup besar. Hal tersebut diharapkan perusahaan dapat memanfaatkan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan secara Efektif dan efisien.
2. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa volume penjualan dapat menjadi variabel yang mendukung adanya pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih yang diterima oleh perusahaan, Sehingga diharapkan perusahaan dapat terus meningkatkan volume penjualan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perolehan laba bersih .
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan semakin memperluas penelitian dengan melakukan penelitian metode yang sama namun dengan variabel, unit analisis dan sampel yang berbeda, sehingga dapat diperoleh

kesimpulan yang mendukung teori dan konsep yang diterima secara umum.

4. *investor*, penelitian ini dapat dijadikan sebagaiacuan dam mempertimbangkan dalam melakukan investasi pada perusahaan yang bergerak dibidang farmasi.

DAFTAR PUSTAKA

Ambarini, M. M. (2020). ***Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016***. International Journal On Economics, Finance And Sustainable Development, 2(4), 49-56.

Ammy, B. (2021). ***Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating***. Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi), 2(2), 314-325.

Auliya, N. S., Meliane, A., Fauziyyah, N., Anggraeni, F., & Santoso, R. A. (2024). ***Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Studi Kasus Dari Artikel Yang Dipublikasikan di Sinta.*** EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 3(3), 1423-1431.

AZIS, A. D., RIZQI, T. A., & MAULANI, D. (2021). ***PERANAN VOLUME PENJUALAN DALAM MEMODERASI PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH***. Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, 6(2), 41-51.Ghozali. 2013. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 (Ed.Ke7).

Fatkar, Budiastuti dan Sutarjo. (2016). ***Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih pada PT. Indah Kiat Pulp and Paper Tbk Periode 2006 - 2015"***, Jurnal Ekonomi & Bisnis No. XXIV Vol. I .

Fitriasari, Anisa Nuzul. (2018). ***Analisis Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2016***. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.

Hariyani, Diyah S. (2018). ***Akuntansi Manajemen***. Madiun: Aditya Media Publishing.

Harmono, A.D., Apriatni E.P., Widayanto (2014). ***Pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan permen tolak angin pada PT. Muncul Mekar Semarang.*** Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Semarang Vol. 4, No. 1.

Harrison jr, Waltert., Charles T. Horgren, dkk (2015). ***Akuntansi Keuangan*** Jakarta : Erlangga

Hery . (2017). ***Teori Akuntansi Pendekatan Konsep Dan Analisis***. Jakarta: PT Grasindo

https//:idx.co.id/perusahaan_tercatat/laporan_keuangan_tahunan.

Juwariyah, N., & Rosyati, R. (2021). ***Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih yang dimediasi oleh volume penjualan (studi pada pt. Unilever Indonesia TBK periode tahun 2015-2019).*** Jurnal Aktual

Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS), 4(1), 55-64.

M.J.Widnyana,I.M.(2014).***Pengaruh Biaya PromosidanBiaya Distribusi terhadap LabaUD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010 - 2012***.JurusanPendidikanEkonomi,IV.

Marlyna, D., & Famauli, D. (2022). ***PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI, DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PERUSAHANAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR OTOMOTIF BESERTA KOMPONENNYA DAN SUBSEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA***. Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis, 7(1), 61-68.

Mulyana, Asep. (2017). ***Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015***, Jurnal Manajemen Indonesia Vol. 17 No. 3.

Nuripa, Rizal, Hariyani. (2017). ***Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada PT Mayora Indah Tbk***. Jurnal Ilmiah Akuntansi Bisnis Dan Keuangan, Vol 11. No 2.

Prihandoko, W. (2016). ***Pengaruh biaya produksi dan biaya penjualan terhadap laba (Studi Kasus pada Industri Tahu di Kecamatan Bantul)*** Skripsi. Jurnal Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Pujihati, F. D., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2024). ***Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Umkm Semprong Amoundy Karawang.*** Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 7(3), 4019-4029.

Rahmawati, R., Helmiati, H., & Pahlewi, A. I. (2024). ***Pengaruh Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Pada BEI 2019-2022.*** Jurnal Akuntansi dan Teknologi Keuangan, 2(2), 161-166.

Rahmawati, S., dan Sunandar, H. (2014). ***Analisis pengaruh biaya produksi dan penjualan air bersih terhadap laba pada perusahaan daerah air bersih tirta utama provinsi Jawa Tengah***. E-Journal Universitas Politeknik Harapan Tegal, Vol. 1.

Rustami, P., Kirya, I.K dan Cipta, W. (2014). ***Pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan kopi bubuk Bayuatis***. E- Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen, Vol. 2.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

SIREGAR, Angelia Alfatwa Rusandi, et al. (2023) ***PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI***. Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 2023, 6.1: 16-29.

Sujarweni, wiratna V. (2017). ***Analisis Laporan Keuangan***. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Wasesa, I.W.B., Zukhri, A., dan Suwena, K.R. (2014). ***Pengaruh volume penjualan mente dan biaya operasional terhadap laba berdih pada UD. Agung Esha Karangasem***. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singajara, Indonesia. Vol. 4, No. 1.

Yuliani, F., & Komarudin, M. F. (2023). ***PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH DENGAN VOLUME PENJUALAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.*** Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside, 3(1), 30-45.