

**Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih  
pada UMKM Teh Tarik Armanda**

<sup>1</sup>Livia Saputri, <sup>2</sup>Sihabudin, <sup>3</sup>Robby Fauji

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UBP Karawang

mn20.liviasaputri@mhs.ubpkarawang.ac.id<sup>1</sup>

sihabudin@ubpkarawang.ac.id<sup>2</sup>, robbi.fauji@ubpkarawang.ac.id<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to determine the partial and simultaneous influence of production cost variables and promotional costs on the net profit of Teh Tarik Armanda MSMEs. The sampling strategy for this research combines a quantitative approach with descriptive verification techniques using purposive sampling techniques. For the 24 month period between 2022 and 2023, data on production costs, promotional costs and net profit are used in this research. Multiple linear regression analysis was used to evaluate the data, accompanied by simultaneous and partial hypothesis testing. Based on the research results, Teh Tarik Armanda's net profit is significantly influenced by the production cost variable of  $0.000 < 0.05$ , but not significantly by the promotion cost variable of  $0.092 > 0.05$ . In addition, Teh Tarik Armanda was simultaneously significantly impacted by both production costs and promotion costs ( $0.000 < 0.005$ ).*

**Keywords:** net profit, advertising costs, and production costs.

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan variabel biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih UMKM Teh Tarik Armanda. Strategi pengambilan sampel penelitian ini yang memadukan pendekatan kuantitatif dengan teknik deskriptif verifikatif menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk periode 24 bulan antara tahun 2022 hingga 2023, data biaya produksi, biaya promosi, dan laba bersih digunakan dalam penelitian ini. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi data, disertai dengan pengujian hipotesis secara simultan dan parsial. Berdasarkan hasil penelitian, laba bersih Teh Tarik Armanda dipengaruhi secara signifikan oleh variabel biaya produksi sebesar  $0,000 < 0,05$ , namun tidak signifikan oleh variabel biaya promosi sebesar  $0,092 > 0,05$ . Selain itu, Teh Tarik Armanda terkena dampak signifikan secara simultan baik oleh biaya produksi maupun biaya promosi ( $0,000 < 0,005$ ).

**Kata kunci:** laba bersih, biaya iklan, dan biaya produksi.

**PENDAHULUAN**

Industri minuman yang bergerak skala usaha kecil, menengah, dan besar merupakan salah satu sektor yang secara tidak langsung turut mendorong kondisi perekonomian Indonesia saat ini dalam meningkatkan daya saing komersial. Sektor makanan dan minuman merupakan sektor unggulan dalam pertumbuhan ekonomi dan banyak menyerap tenaga kerja.

Dengan demikian, kehadiran dari di Indonesia dapat memitigasi dampak negatif akibat menurunnya etos kerja di tempat kerja. UMKM di Indonesia dapat memitigasi dampak negatif yang disebabkan oleh berkurangnya etos kerja di tempat kerja.

Indonesia telah mengalami krisis ekonomi sejak 14 April 2020, dan hal ini menyebabkan penurunan PDB negara tersebut. Banyak bisnis besar di berbagai industri, termasuk perdagangan, jasa, dan industri, sudah tidak ada lagi atau tetap bungkam (Gunipal, 2019). Namun, meski dalam kondisi resesi akibat krisis likuiditas di berbagai sektor ekonomi, usaha kecil, menengah, mikro masih mampu bertahan dan pulih secara ekonomi. Sektor usaha yang berpotensi untuk berkembang dan terhubung dengan perekonomian nasional adalah UMKM. Meningkatnya persaingan di sektor bisnis mendorong perluasan dan keberhasilan perusahaan. Persaingan antar perusahaan dipengaruhi oleh pertumbuhan dunia usaha dan diperkirakan akan semakin ketat, terutama jika menyangkut perusahaan sejenis. Pengusaha perlu terampil dalam pengelolaan sumber daya jika mereka ingin menjaga bisnis mereka tetap stabil dalam menghadapi persaingan yang ketat.

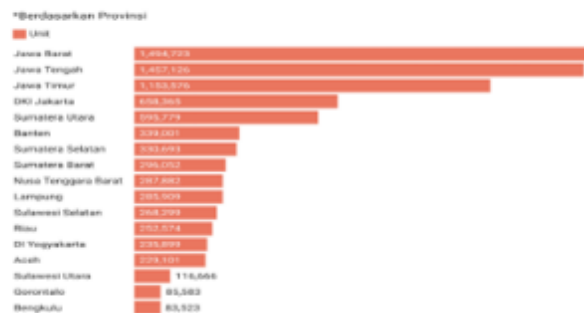
Konsep UMKM didasarkan pada kriteria mikro, kecil, dan menengah, sesuai Peraturan Nomor 20 Tahun 2008 berisi UMKM yang sebelumnya telah diperbarui dalam Peraturan Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dan Menengah. Berikut pengertian UMKM menurut Peraturan Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur tentang Usaha Kecil, Menengah, dan Besar:

Usaha mikro didefinisikan sebagai usaha menguntungkan dikelola secara pribadi atau yang memenuhi standar peraturan untuk usaha mikro ini. Orang atau organisasi kaya yang tidak memenuhi kriteria untuk menjadi anak perusahaan atau cabang dari perusahaan besar namun tetap memenuhi persyaratan kepemilikan dan kendali perusahaan dianggap beroperasi secara mandiri dan sebagai usaha kecil. Sekecil apa yang dimaksudkan oleh undang-undang.

Hal ini mencakup usaha ekonomi mandiri yang menguntungkan dan dikelola oleh orang atau organisasi yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan mana pun yang dimiliki, dikendalikan, atau terhubung dengan cara lain apa pun ke perusahaan kecil atau besar yang memiliki kekayaan bersih atau catatan penjualan tahunan di bidangnya. Kategori Bisnis Menengah.

**Gambar 1.1**

**Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Provinsi Sepanjang 2022**



UMKM di Indonesia menurut informasi yang dirilis pada tahun 2022 oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Dengan 1,49 juta unit usaha, Jawa Barat menduduki posisi teratas dengan UMKM terbanyak. Jawa Tengah dengan 1,45 juta unit usaha menempati posisi kedua. Jawa Timur dengan 1,1 juta unit usaha berada di peringkat ketiga. Dengan 3,9 ribu unit usaha, Papua kini menduduki peringkat terakhir. Persoalan uang yang diperoleh merupakan salah satu dari sekian banyak kendala dan kesulitan yang masih dihadapi UMKM dalam menghadapi persaingan. permasalahan dan hambatan yang dihadapi para pemilik UMKM dalam upaya meningkatkan pendapatannya karena tingginya biaya produksi dan sulitnya realisasi laba bersih.

Di setiap negara, UMKM jadi prioritas pembangunan. Sebab, kini UMKM memberikan kontribusi signifikan kepada negara, khususnya di bidang sosial dan ekonomi. UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian bangsa selain membantu pemerataan pendapatan masyarakat khususnya di daerah, dan penyerapan tenaga kerja dari sektor informal.

**Gambar 1.2**  
**Data Empiris Pada Umkm Teh Tarik Armanda**



Biaya produksi merupakan pengeluaran yang dikeluarkan oleh suatu usaha untuk mendanai operasionalnya, menurut Dewi (2021). Ada yang berpendapat bahwa harga jual suatu produk, yang selanjutnya mempengaruhi keuntungan, ditentukan oleh biaya produksinya. Mengurangi biaya produksi menghasilkan profitabilitas yang lebih baik bagi perusahaan. Harga jual mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih dan membeli.

Pelanggan akan lebih tertarik untuk membeli barang yang dipasok jika harga jualnya lebih besar dan sepadan dengan manfaat yang diterimanya. Harga suatu produk tertentu adalah jumlah rupiah yang dikenakan. Harga jual tersebut dapat meningkatkan taraf hidup pemilik usaha dan berdampak pada tingkat pendapatan perusahaan.

Menurut Harnanto (2017), penawaran promosi adalah jumlah total uang yang bersedia dibayarkan oleh semua vendor yang merupakan bagian dari suatu bisnis untuk suatu produk atau perhiasan untuk digunakan dalam suatu promosi. Suatu bisnis menghasilkan barang dengan kualitas yang dapat diterima, dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pesaing, dan mengirimkannya ke berbagai lokasi. Namun jika pembeli tidak memahami sifat produk, diberi informasi, atau didesak untuk bergabung dengan suatu perusahaan, maka produk tersebut tidak dapat diproduksi, dan barang apa pun yang diambil akan terbuang percuma.

Sisa keuntungan setelah dikurangi pajak disebut laba bersih (Ginancar, 2020). Hasil bisnis perusahaan, yang berasal dari operasi utama dan usaha eksternal, dilambangkan dengan laba bersih. Laba bersih ini menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menghasilkan keuntungan baik dari operasi bisnis utama maupun proyek sampingannya selama jangka waktu tertentu. Ringkasnya, laba bersih adalah jumlah sisa setelah pembayaran pajak atas pengeluaran dan pendapatan selama jangka waktu tertentu (Rahmanita, 2017).

Melalui kajian ini diharapkan dapat mengidentifikasi strategi terbaik yang dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi produksi, mengoptimalkan jangkauan materi promosi, dan pada akhirnya meningkatkan hasil lab. Analisis ini berguna tidak hanya bagi UMKM dalam mengelola keuangannya, namun juga bagi pemangku kepentingan lainnya seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan pemilik usaha. Biaya Produksi dan Biaya Promosi berpotensi memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, karena terlihat pada tabel terdapat korelasi antara biaya dan keuntungan dalam menjalankan usahanya. Peningkatan biaya produksi dan biaya promosi diperkirakan akan meningkatkan laba bersih organisasi.

Perekonomian global mendapat manfaat besar dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena mereka mendorong penciptaan lapangan kerja, diversifikasi ekonomi, dan pertumbuhan ekonomi. Kemampuan UMKM untuk mengendalikan biaya produksi dengan baik dan melaksanakan kampanye promosi sering kali sangat penting bagi keberhasilan mereka. Untuk memahami pengaruhnya terhadap laba bersih UMKM dalam konteks ini, analisis biaya produksi dan biaya promosi menjadi sangat penting.

Peneliti tertarik untuk menerima judul penelitian tersebut karena dari penjelasan yang telah diberikan sebelumnya dan pengamatan bahwa biaya produksi dan biaya promosi sangat penting untuk meningkatkan laba bersih pada UMKM. “PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PADA UMKM TEH TARIK ARMANDA”

## **Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian**

Kerangka kerja menurut Sujarweni (2019) adalah diagram (gambar) yang secara umum menjelaskan perkembangan logis suatu penelitian. Kerangka penelitian yang biasanya berupa kerangka pemikiran dikembangkan berdasarkan pertanyaan penelitian yang tercakup pada rumusan masalah, menyajikan sejumlah konsep dan interaksinya.

## **Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih**

Biaya produksi adalah biaya dikeluarkan bertujuan mengubah bahan mentah menjadi komoditas jadi yang siap untuk dijual. Tiga kategori yang biasa digunakan untuk mengategorikan biaya produksi: biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead*, dan biaya bahan baku. Suatu bisnis perlu untuk terus meningkatkan penjualannya agar dapat meningkatkan keuntungan (Putranto, 2017). Oleh karena itu, biaya produksi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan yang akan diperoleh. Karena sebuah organisasi atau perusahaan mengukur keberhasilannya

terutama berdasarkan pendapatannya, maka keuntungan besar berarti kinerja yang baik.

### **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih**

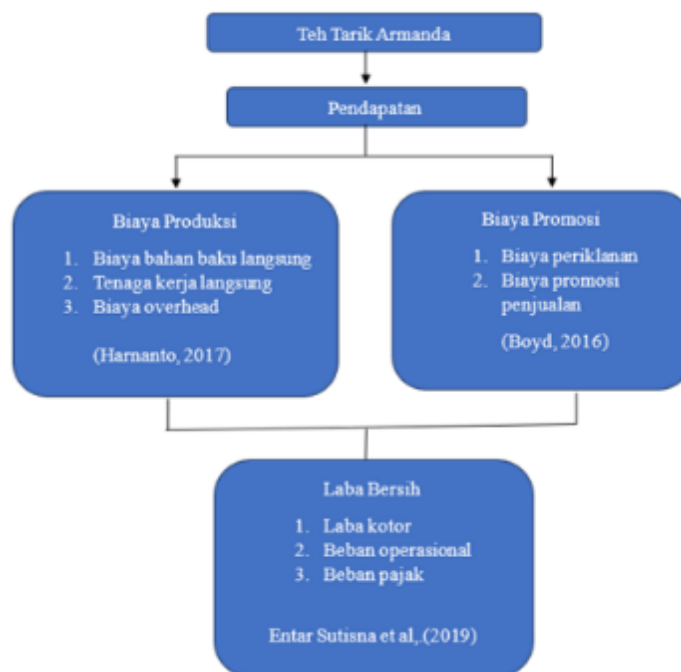
Biaya promosi merupakan kelonggaran usaha yang diberikan pada saat melakukan kegiatan pemasaran, khususnya pada saat menjalankan promosi. Biaya promosi mempunyai pengaruh yang besar terhadap laba bersih (Felicia, 2018). Dalam penelitian positivis, bias diuji melalui pemeriksaan terhadap populasi atau sampel tertentu, penggunaan instrumen pengumpulan data, dan analisis data kuantitatif atau statistik (Sugiyono, 2016).

### **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih**

Perusahaan tentu saja, perlu meningkatkan penjualan untuk meningkatkan keuntungan. Terdapat korelasi langsung antara penjualan dan pertumbuhan laba bersih dalam skenario ini, karena keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk melebihi biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, termasuk biaya yang terkait dengan produksi. tindakan. Volume penjualan akan dipengaruhi oleh tingginya total biaya produksi karena harga jual suatu barang atau jasa ditentukan oleh biaya produksi yang juga mempengaruhi margin keuntungan.

Berdasarkan temuan penelitian, biaya produksi dan promosi mempunyai pengaruh yang sama terhadap laba bersih (Endang Susilawati, 2017). Menurut penelitian Susilawati (2019), biaya promosi dan produksi mempunyai pengaruh yang sama besarnya terhadap laba bersih.

**Gambar 1.3 Pradigma Penelitian**



Sujarweni (2019) menyatakan hipotesis adalah suatu dugaan yang diperoleh dari solusi rumusan masalah penelitian. Hipotesis tersebut didukung dengan uraian keterkaitan antar variabel yang bertujuan untuk menjelaskan alasan yang

melatarbelakangi kecurigaan sesaat penelitian. Hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai data pendukung hipotesis. Penelitian sebelumnya mungkin dapat dikonsultasikan untuk memberikan bukti atas asumsi sementara tersebut. Studi-studi ini meliputi:

1. Biaya produksi Teh Tarik Armanda terpengaruh terhadap laba bersih.
2. Biaya promosi Teh Tarik Armanda terpengaruh terhadap laba bersih
3. Laba bersih Teh Tarik Armanda bergantung pada biaya produksi dan biaya promosi

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian merupakan suatu proses atau pedoman yang berguna dalam mengembangkan strategi yang menghasilkan metodologi penelitian. Desain penelitian ini didasarkan pada studi kasus UMKM Teh Tarik Armanda dan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu analisis data yang dilakukan dengan membandingkan biaya produksi dan promosi terhadap laba bersih.

Menurut Sujarweni (2019), populasi adalah jumlah seluruh objek atau individu dengan kualitas tertentu yang dipilih peneliti untuk dipelajari dan dianalisis. Armanda Teh Tarik Target pasar penelitian ini adalah UMKM.

Sujarweni (2019) menyatakan bahwa sampel mencerminkan sifat-sifat tertentu yang dimiliki oleh populasi yang diteliti. Kelengkapan UMKM Teh Tarik Armanda dalam menyediakan data memungkinkan pemilihan sampel penelitian ini, antara lain informasi laba bersih dan biaya produksi sepanjang tahun 2022.

Sugiyono (2018) menggarisbawahi bahwa metode sampling hanyalah sekedar metode pengambilan sampel. Sampel penelitian dipilih menggunakan berbagai teknik pengambilan sampel. *Purposive sampling* digunakan untuk memilih strategi sampel untuk penelitian ini. *Purposive sampling* ialah pemilihan sampel populasi berdasarkan standar (pertimbangan) yang telah ditentukan. Mengacu pada penelitian khusus yang dilakukan yaitu data laporan biaya produksi dan laba bersih UMKM Teh Tarik Armanda tahun 2022.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil UMKM Teh Tarik Armanda

Teh Tarik Armanda ini merupakan usaha milik Pak Dadan yang berada di Desa Kondang Jaya, Awalnya Pak Dadan hanya menanam saham pada usaha saudaranya, tetapi bisnis saudara Pak Dadan tidak berkembang, lalu tidak bisa mengeluarkan saham yang disimpan oleh Pak Dadan. Akhirnya ia menawarkan bagaimana kalau saya beritahu cara pembuatan Teh Tariknya, setelah diberitahu Pak Dadan memulai kembali dari awal dan berjalannya waktu semakin diperbaiki dari pembelian bahan baku sampai ke cara pembuatan yang diolah kembali dengan cara Pak Dadan sendiri. Setelah semuanya diperbaiki, hasil yang didapatkan oleh Pak Dadan pun meningkat, yang awalnya Pak Dadan hanya produksi di rumah menjadi bisa terbeli toko dan sampai sekarang Teh Tarik Pak Dadan menjadi ramai dan terkenal dengan nama “Teh Tarik Armanda”.

## Data Penelitian

### Klasifikasi Biaya Produksi

Biaya yang dikeluarkan harus dibagi menjadi tiga kategori sebelum analisis ini dapat diselesaikan: biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya-biaya yang berhubungan dengan produksi antara lain sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku

Adapun yang termasuk biaya bahan baku yaitu:

- 1) Teh Tubruk
- 2) Creamer
- 3) Gula Pasir
- 4) Air
- 5) Jelly Bubuk

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Adapun yang termasuk biaya tenaga kerja langsung yaitu:

- 1) Gaji 7 Karyawan

3. Biaya *Overhead*

Adapun yang termasuk biaya *overhead* yaitu:

- 1) Biaya Listrik
- 2) Biaya Air
- 3) *Maintenance* Sampah
- 4) Sedotan
- 5) Cup
- 6) Plastik

Berikut ini merupakan total biaya atau rincian biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik dikeluarkan UMKM Teh Tarik Armanda pada tahun 2022–2023 berdasarkan klasifikasi biaya produksi yang telah diselesaikan:

**Tabel 1.1**

**Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja, dan Biaya Overhead UMKM Teh Tarik Armanda Tahun 2022-2023**

	Bulan	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja	Biaya Overhead	Biaya Produksi
2021	Januari	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	Februari	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	Maret	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	April	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	Mei	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	Juni	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	Juli	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	Agustus	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	September	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	Oktober	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	November	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	Desember	Rp. 19.927.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	Rp. 33.497.500
	<b>Total</b>	<b>Rp. 239.130.000</b>	<b>Rp 126.000.000</b>	<b>Rp. 36.840.000</b>	<b>Rp. 67.267.500</b>
2022	Januari	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	Februari	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	Maret	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	April	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	Mei	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	Juni	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	Juli	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	Agustus	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	September	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	Oktober	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	November	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	Desember	Rp. 30.487.500	Rp 10.500.000	Rp. 3.070.000	RP. 44.057.500
	<b>Total</b>	<b>Rp. 290.970.000</b>	<b>Rp 126.000.000</b>	<b>Rp. 36.840.000</b>	<b>Rp. 77.827.500</b>

**Klasifikasi Biaya Produksi**

Sebelum analisis ini dapat dilakukan, biaya yang dikeluarkan harus diklasifikasikan menjadi biaya periklanan, dan biaya promosi penjualan. Berikut ini yang termasuk biaya promosi yaitu:

1. Biaya Periklanan  
 Adapun yang termasuk biaya periklanan yaitu:
  - 1) Wifi
2. Biaya Promosi Penjualan  
 Adapun yang termasuk biaya promosi penjualan yaitu:
  - 1) Brosur

**Tabel 1.2**  
**Biaya Periklanan, dan Biaya Promosi Penjualan UMKM Teh Tarik Armanda Tahun 2022-2023**

	Bulan	Biaya Periklanan	Biaya Promosi Penjualan	Biaya Promosi
2021	Januari	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	Februari	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	Maret	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	April	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	Mei	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	Juni	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	Juli	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	Agustus	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	September	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	Oktober	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	November	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
	Desember	Rp. 400.000	Rp. 285.000	Rp. 685.000
		<b>Total</b>	<b>Rp. 4.800.000</b>	<b>Rp. 3.420.000</b>
2022	Januari	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	Februari	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	Maret	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	April	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	Mei	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	Juni	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	Juli	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	Agustus	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	September	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	Oktober	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	November	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
	Desember	Rp. 400.000	Rp. 300.000	Rp. 700.000
		<b>Total</b>	<b>Rp. 4.800.000</b>	<b>Rp. 3.600.000</b>

### Analisis Data

#### Analisis Statistik Deskriptif

Gambaran karakteristik masing-masing variabel dalam penelitian diberikan melalui analisis deskriptif berdasarkan besar sampel, minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi masing-masing variabel. Hasil pengujian penelitian ini dengan menggunakan analisis statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BIAYA PRODUKSI	24	33497500	44057500	27117291.67	5126686.569
BIAYA PROMOSI	24	685000	700000	691250.00	7554.152
LABA BERSIH	24	5000000	8000000	6291666.67	943129.235
Valid N (listwise)	24				

Sebanyak 24 titik data, yang mewakili biaya produksi, biaya promosi, dan laba bersih selama dua tahun, dihasilkan melalui uji statistik deskriptif. Pengeluaran yang dihitung merupakan pengeluaran bulanan tahun 2022–2023. Variabel biaya produksi mempunyai nilai sebagai berikut: 33.497.500 minimum, 44.057.500 tertinggi, 27117291.67 rata-rata (mean), dan 5126686.569 standar deviasi. Kisaran nilai biaya promosi adalah sebagai berikut: minimum 685.000, maksimum 700.000, rata-rata 691250,00, dan standar deviasi 7554,152. Kisaran nilai Laba Bersih adalah sebagai berikut: 5.000.000 adalah minimum, 8.000.000 adalah tertinggi, 6291666.67 adalah rata-rata, dan 943129.235 adalah standar deviasi.

#### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas Data

Uji normalitas tujuannya untuk memverifikasi hasil model regresi variabel laba bersih (Y), pengeluaran promosi (X2), dan biaya produksi (X1) mengikuti distribusi normal. Program SPSS versi 25 dan uji normalitas Kolmogrov-Smirnov digunakan dalam penelitian ini. Ikhtisar temuan uji normalitas ditunjukkan berikut ini:

**Tabel 1.4**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Tes**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		24
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	382657.67353397
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.085
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Nilai signifikansi asimtotik 2-tailed sebesar 0,200 ditunjukkan oleh hasil uji normalitas Kolmogrov-Smirnov. Hasilnya, distribusi data menjadi teratur karena nilai signifikansinya  $0,200 > 0,05$ .

### Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dan model regresi berhubungan. Seharusnya tidak ada hubungan apa pun antara variabel independen dalam model regresi yang berhasil. Jika terdapat multikolinieritas dan nilai toleransi serta nilai VIF lebih besar dari 10, maka model regresi tidak menunjukkan gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas ditampilkan sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-12010034.226	7830249.099		-1.534	.140	
	BIAYA PRODUKSI	.170	.017	.926	10.323	.000	.973 1.027
	BIAYA PROMOSI	.091	11.204	.159	1.767	.092	.973 1.027

a. Dependent Variable: LABA BERSIH

Nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada variabel biaya produksi dan biaya promosi sebesar  $1,027 < 10$  berdasarkan hasil uji multikolinieritas. Selanjutnya,  $0,973 > 0,10$  merupakan tingkat toleransi masing-masing variabel biaya produksi dan promosi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel independen model regresi tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinieritas.

### Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah varian antara residu observasi yang satu dengan observasi berikutnya berbeda dalam model regresi. Uji Glejser termasuk dalam uji heteroskedastisitas penelitian ini. Jika nilai signifikansi suatu hasil probabilitas lebih tinggi dari 0,05 atau melampaui ambang batas kepercayaan 5%, maka hal tersebut dianggap signifikan. Contoh temuan uji heteroskedastisitas ditunjukkan di bawah ini:

**Tabel 1.6**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1274095.305	4734222.354		-.269	.790
	BIAYA PRODUKSI	.002	.010	.053	.242	.811
	BIAYA PROMOSI	.179	6.774	.071	.322	.751

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel biaya produksi (Sig. 0,811  $> 0,05$ ) dan biaya promosi (Sig. 0,751  $> 0,05$ ) sama-sama signifikan. Tidak

semua variabel independen yang signifikan secara statistik mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi variabel dependen secara negatif. Signifikansi statistik mungkin berdampak negatif pada variabel dependen. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa heteroskedastisitas tidak ada.

### Uji Autokorelasi

Tujuan pengujian autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah variabel perancu pada suatu periode dan kesalahan berat pada periode sebelumnya berhubungan atau tidak. Model regresi bebas autokorelasi dianggap memiliki kualitas yang sangat baik. Untuk memastikan apakah terdapat autokorelasi, terapkan uji Durbin-Watson. Prasyarat uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

- a. Angka D-W kurang dari -2 menunjukkan autokorelasi positif.
- b. Angka D-W berada di antara -2 dan +2, menunjukkan tidak adanya autokorelasi.
- c. Autokorelasi positif terjadi ketika angka DW lebih besar dari +2.

Berikut hasil uji autokorelasi dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1.7**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.914 <sup>a</sup>	.835	.820	400465.122	1.599
a. Predictors: (Constant), BIAYA PROMOSI, BIAYA PRODUKSI					
b. Dependent Variable: LABA BERSIH					

Temuan uji autokorelasi menunjukkan D-W sebesar 1,599 rentang  $-2 < 1,599 < +2$ . Dengan demikian, dapat dikatakan autokorelasi tidak ada.

### Analisis Verifikatif

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel terikat, laba bersih (Y), dengan variabel bebas, biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2). Hasil selanjutnya dari analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.8**  
**Hasil Uji Regresi Linear**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-12010034.226	7830249.099		-1.534	.140
	BIAYA PRODUKSI	.170	.017	.926	10.323	.000
	BIAYA PROMOSI	.791	11.204	.159	1.767	.092

a. Dependent Variable: LABA BERSIH

Di bawah ini ialah dapat diperoleh persamaan regresi:

$$Y = -12010034,226 + (0,170) + (0,791) + e$$

Penjelasan berikut dapat digunakan untuk memahami nilai koefisien variabel Biaya Produksi (X1), Biaya Promosi (X2), dan Laba Bersih (Y) pada persamaan regresi di atas:

1. Variabel Laba Bersih (Y) mempunyai nilai konstanta sebesar -12010034.226 ketika variabel Biaya Produksi (X1) dan Biaya Promosi (X2) bernilai nol atau konstan.
2. Koefisien biaya produksi sebesar 0,170 yang menunjukkan bahwa kenaikan biaya produksi sebesar satu satuan akan mengakibatkan peningkatan laba bersih sebesar 0,170.
3. Koefisien biaya promosi adalah 0,791, yang menunjukkan bahwa kenaikan biaya promosi sebesar satu unit setara dengan peningkatan laba bersih sebesar 0,791.

### Koefisien Determinasi

Nilai persentase hubungan antara variabel biaya produksi (X1) dan biaya promosi (X2) terhadap laba bersih (Y) diketahui dengan menggunakan uji koefisien determinasi. Jika nilai koefisien korelasi diketahui, maka mengkuadratkannya akan menghasilkan koefisien determinasi uji tersebut. Hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.9**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.914 <sup>a</sup>	.835	.820	400465.122

a. Predictors: (Constant), BIAYA PROMOSI, BIAYA PRODUKSI

Nilai R Square sebesar 0,835 menunjukkan bahwa variabel biaya produksi dan biaya promosi dapat menyumbang 83,5% variasi laba bersih, sedangkan variabel lain seperti biaya operasional menyumbang 16,5% sisanya. dan biaya yang terkait dengan harga jual.

**Uji Parsial T**

Untuk mengetahui hubungan atau pengaruh salah satu variabel bebas Biaya Produksi (X1) dan Biaya Promosi (X2), dengan variabel terikat Laba Bersih (u), digunakan uji T parsial (Uji T) untuk mengetahui pengaruh parsialnya. Hasil Uji T (Uji T) yang belum lengkap ditampilkan di bawah ini:

**Tabel 1.10**  
**Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12010034.226	7830249.099		1.534	.140
	BIAYA PRODUKSI	.170	.017	.926	10.323	.000
	BIAYA PROMOSI	.791	11.204	.159	1.767	.092

a. Dependent Variable: LABA BERSIH

Berikut ini dapat dikatakan mengenai pengujian hipotesis parsial untuk variabel independen terhadap variabel dependen:

1. Menganalisis bagaimana biaya produksi mempengaruhi laba bersih  
 Hasil Tabel 1.9 menyajikan hasil yang menunjukkan bahwa nilai hitung variabel biaya produksi adalah 10,323 > dari  $t_{tabel}$  2,074 ( $df = n-k = 24-2 = 22$ ) dan Sig. 0,000 < 0,05. Singkatnya, laba bersih sangat dipengaruhi oleh biaya produksi.
2. Berdampak pada biaya promosi bersih  
 Hasil Tabel 1.9 menunjukkan bahwa nilai hitung variabel biaya promosi 1,767 > dari  $t$  tabel 2,074 ( $df = n-k = 24-2 = 22$ ) dan tingkat signifikansinya 0,092 > 0,05. Dapat kita simpulkan biaya promosi tidak besar dan tidak berpengaruh.

**Uji Simultan F**

Secara simultan Uji F digunakan untuk mengetahui apakah beban produksi (X1) dan biaya promosi (X2) berpengaruh terhadap Laba Bersih (Y) secara bersamaan. Hasil uji F simultan (F Test) ditunjukkan di bawah ini dan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1.11**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17090514745701.	2	8545257372850.7	53.284	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3367818587631.9	21	160372313696.75		
	Total	20458333333333.	23			

a. Dependent Variable: LABA BERSIH  
 b. Predictors: (Constant), BIAYA PROMOSI, BIAYA PRODUKSI

Hasil penelitian menunjukkan nilai  $f_{hitung}$  sebesar 53,284 > dari  $f_{tabel}$  3,467 dan Sig. 0,000 < 0,05. Gunakan rumus ( $df = n-k-1 = 24-2-1 = 21$ ) untuk mencari  $f_{tabel}$ . Oleh

karena itu, faktor-faktor yang berkaitan dengan biaya promosi dan produksi mempunyai pengaruh yang besar terhadap laba bersih.

### **Pembahasan Deskriptif**

#### **Biaya Produksi (X1)**

Berdasarkan hasil pengujian data statistik deskriptif, nilai variabel Biaya produksi (X1) dengan sampel 24 data dalam kurun waktu 2 tahun merupakan biaya per bulan periode tahun 2022 – 2023 nilai minimum biaya produksi sebesar 33.497.500, nilai maksimum 44.057.500, nilai rata-rata (*mean*) biaya produksi sebesar 27.117.291,67 dan standar deviasi biaya produksi sebesar 5.126.686,569. Artinya biaya produksi pada UMKM Teh Tarik Armanda mengalami naik turun setiap bulannya.

#### **Biaya Promosi (X2)**

Berdasarkan hasil pengujian data statistik deskriptif, nilai variabel Biaya Promosi (X2) dengan sampel 24 data dalam kurun waktu 2 tahun merupakan biaya per bulan periode tahun 2022-2023. Biaya promosi berkisar antara 685.000 hingga 700.000 pada tingkat terendah, 691.250,00 pada tingkat tertinggi, dan 7.554.152 pada standar deviasi. Artinya Biaya Promosi pada UMKM Teh Tarik Armanda mengalami kenaikan 15.000 setiap tahunnya, hal ini disebabkan oleh biaya produksi naik maka Biaya Promosi akan naik sehingga mempengaruhi Laba Bersih UMKM Teh Tarik Armanda.

#### **Laba Bersih (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian data statistik deskriptif, nilai variabel Pendapatan (Y) dengan sampel 24 data dalam kurun waktu 2 tahun merupakan biaya per bulan periode tahun 2022-2023 memiliki nilai minimum laba bersih sebesar 5.000.000 yang terjadi pada bulan Agustus, November, Desember 2022 dan November, Desember 2023, nilai maksimum pendapatan sebesar 8.000.000 yang terjadi pada bulan April 2022 dan 2023, nilai rata-rata (*mean*) laba bersih sebesar 6.291.666,67 dan standar deviasi pendapatan sebesar 9.43.129,235. Hal ini disebabkan karena laba bersih setiap tahunnya mengalami kenaikan sehingga mempengaruhi laba bersih UMKM Teh Tarik Armanda.

### **Pembahasan Verifikatif**

#### **Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih**

Nilai hitung sebesar 10,323 > dari ttabel 2,074 menunjukkan bahwa variabel biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih Teh Tarik Armanda yang ditunjukkan dengan Sig. 0,000 < 0,05 pada hasil uji parsial. Hal ini menunjukkan betapa besarnya pengaruh penyesuaian biaya produksi terhadap laba bersih.

#### **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih**

Laba bersih Teh Tarik Armanda tidak dipengaruhi oleh variabel biaya promosi, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai Sig hasil pengujian secara parsial. Nilai

hitung variabel biaya promosi adalah  $1,767 >$  dari  $t_{tabel}$   $2,074$ , dengan  $0,092$  di atas  $0,05$ .

## Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Pendapatan

Berdasarkan hasil uji simultan diperoleh nilai  $f$  hitung sebesar  $53,284 >$  dari  $t_{tabel}$   $3,467$ , dan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa laba bersih Teh Tarik Armanda juga dipengaruhi oleh unsur biaya produksi dan biaya promosi. Oleh karena itu, laba bersih Teh Tarik Armanda akan dipengaruhi oleh variasi laba bersih dan biaya produksi. Mengurangi biaya produksi akan mendongkrak laba bersih, sedangkan menaikkan biaya produksi akan berdampak pada bisnis. Hal ini juga berlaku untuk biaya promosi, karena biaya yang tinggi akan mengakibatkan penurunan laba bersih. Oleh karena itu, laba bersih Teh Tarik Armanda akan menurun tajam seiring dengan penurunan penjualan.

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan temuan penelitian dan perdebatan mengenai dampak biaya produksi dan promosi terhadap laba bersih UMKM Teh Tarik Armanda:

1. Nilai *mean* (rata-rata) biaya produksi sebesar  $27.117.291,67$  dengan standar deviasi sebesar  $5.126.686.569$ . Artinya setiap bulannya biaya produksi UMKM Teh Tarik Armanda bervariasi.
2. Nilai rata-rata sebesar  $691.250,00$ , sedangkan standar deviasinya  $7.554.152$ . Ini menunjukkan bahwa biaya iklan UMKM Teh Tarik Armanda telah meningkat sebesar  $15.000$  per tahun. Kenaikan beban produksi menjadi penyebab kenaikan tersebut yang juga berdampak pada laba bersih UMKM Teh Tarik Armanda.
3. Standar deviasi pendapatan sebesar  $9.43.129.235$ , sedangkan rata-rata (*mean*) laba bersih sebesar  $6.291.666.67$ .
4. Temuan penelitian menunjukkan secara parsial variabel biaya produksi mempunyai pengaruh besar terhadap laba bersih Teh Tarik Armanda.
5. Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya promosi parsial tidak memiliki dampak nyata terhadap laba bersih Teh Tarik Armanda.
6. Penelitian menunjukkan bahwa laba bersih dan beban produksi mempunyai dampak simultan yang besar terhadap laba bersih Teh Tarik Armanda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, P. A. (2022). ANALISA PERKEMBANGAN LABA PADA BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) ARTHA JAYA DESA YOGYAKARTA SELATAN.
- Arifin, M., & Setyawan, S. (2022, August). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Sektor Makanan di Kota Bandung). In *Bandung Conference Series: Business and Management* (Vol. 2, No. 2, pp. 1409-1412).
- Firmansyah, Y., Jamaludin, A., & Fauji, R. (2022). ANALISIS PENGEMBANGAN UMKM DALAM MENINGKATKAN PRODUKSI DAN PENDAPATAN MASYARAKAT

BERBASIS DIGITAL DI DESA TIRTASARI. *JURNAL BUANA PENGABDIAN*, 4(2), 102-105.

- Furqani, A., Khamainy, A. H., Kurniawati, D., & Rusnani, R. (2023). Pendampingan Penentuan Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Produk Olahan Ikan Desa Karanganyar Kecamatan Kalianget. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 168-177.
- Gonibala, RA (2023). *Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)* (Disertasi Doktor, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- GULO, S. K. (2023). PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH.
- Hasibuan, Y. (2023). *Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Untuk Meningkatkan Profitabilitas Pada PT. Alpen Food Industry* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Hidayat, M. K., Maftukhin, M., & Rahmawati, T. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Tingkat Profitabilitas (Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Brebes). *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health*, 1(1), 24-33.
- Hidayaty, D. E., Triadinda, D., & Fauji, R. (2021). PENGELOLAAN KEUANGAN UNTUK KEBERLANGSUNGAN UMKM DI DESA CIWULAN KECAMATAN TELAGASARI KABUPATEN KARAWANG. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG*, 1(1), 1546-1552.
- INTAN, K. (2023). *ANALISIS PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI SEMEN YANG TERDAFTAR DI JII TAHUN 2016-2021* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Jamaludin, A., Wanta, W., Romli, A., & Sihabudin, S. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI MASA PANDEMI DI DESA SEGARAN KECAMATAN BATUJAYA KABUPATEN KARAWANG. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG*, 2(1), 1269-1275.
- Julfitri, S. (2023). *Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- 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.

- Kartikasari, D., Darmaningrum, K., Kusumawati, E. D., & Prasetyaningrum, N. E. (2022). Dampak Profitabilitas Dan Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dari Manajemen Risiko Perusahaan. *PRIVE: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(2), 144-152.
- Manurung, L. S., & Suzan, L. (2023). Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020). *eProceedings of Management*, 10(2).
- Melati, L. S. A., Saputra, G., Najiyah, F., & Asas, F. (2022). Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode Full Costing untuk penetapan harga jual produk pada CV. Silvi MN Paradilla Parengan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 6(1), 632-647.
- Nasiyra, N., & Fathimah, V. (2022). Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pada UMKM Kolam Pancing Bado tanjung Morawa. *Civitas: Jurnal Studi Manajemen*, 4(2), 96-103.
- Pohan, Y. H. (2023). *Pengaruh Penjualan dan Biaya Promosi terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Rohani, C. A. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada CV. Nj Food Industries. *Nusantara Hasana Journal*, 1(4), 55-64.
- Sadikin, A., Naim, S., Asmara, MA, Hierdawati, T., & Boari, Y. (2023). Strategi inovatif pertumbuhan bisnis UMKM dengan pendekatan business model canvas. *Pengayaan: Jurnal Manajemen*, 13 (2), 1478-1484.
- Sihabudin, S. (2022). Konsep, Analisis, dan Tinjauan MANAJEMEN KEUANGAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES).
- Siregar, R. A. (2023). *Pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan pada PT. Akasha Wira Internasional Tbk. tahun 2012-2022* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Syahputra, Y., Hutagalung, J. A., & Simatupang, S. (2023). Analisis pengaruh biaya produksi terhadap laba kotor pada perusahaan umum daerah air minum tirta nauli sibolga. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 1(2), 138-149.
- Wulandari, A. A. A. I., & Dewi, G. A. (2023). PENETAPAN HARGA JUAL BERDASARKAN ANALISIS PERHITUNGAN BIAYA PRODUKSI DI INTAN CATERING BALI. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 6(2), 330-334.
- 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.
- Zauyah, L. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Total Aktiva Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Garment dan Tekstil di Bursa Efek

Indonesia Tahun 2018-2020. *BISMA: Business and Management Journal*, 1(01), 34-41.