

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Empiris

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian   | Variabel yang diteliti  | Tujuan Penelitian  | Metode Analisis  | Hasil Penelitian  |
|----|---|---|--|--|---|
| 1  | (Ambarini, 2020)<br><br>Pengaruh Biaya Produksi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016 | Variabel Dependen :<br>Laba Bersih<br><br>Variabel Independen :<br>Biaya produksi, Volume penjualan | Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan volume penjualan terhadap laba bersih makanan dan perusahaan manufaktur subsektor minuman yang terdaftar di BeI periode 2012-2016. | Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan volume secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu laba bersih. Secara parsial biaya produksi dan volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. |
| 2  | (Ika Noviani, Hendra Tipa, 2019)  | Variabel Dependen :<br>Laba bersih  | Penelitian ini bertujuan   | Metode analisis yang digunakan   | Hasil penelitian menunjukkan  |

|   |   |  |  |  |  |
|---|---|--|--|--|--|
|   | Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013-2017                     | Variabel Independen : produksi, Biaya Promosi, Volume Penjualan  | untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2013-2017.              | dalam penelitian ini yaitu analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.   | bahwa biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan secara keseluruhan (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih. Secara parsial biaya produksi dan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, dikarenakan kenaikan biaya produksi dan biaya promosi tidak meningkatkan laba. |
| 3 | (Yuliati, 2017)<br><br>Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Pendapatan Usaha, Dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang | Variabel Dependen : Laba Bersih<br><br>Variabel Independen : Biaya produksi, Biaya operasional, Pendapatan usaha, dan perputaran total aktiva. | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya operasional, pendapatan usaha, dan perputaran total aktiva terhadap laba bersih pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar | Metode analisis ini menggunakan analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang | Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial biaya operasional dan pendapatan usaha berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan biaya produksi dan perputaran total aktiva tidak berpengaruh terhadap laba  |

|   |  |   |  |  |  |
|---|--|---|--|--|--|
|   | Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014.   |   | di Bursa Efek Indonesia untuk periode 2011-2014  | dilihat dari nilai koefisien korelasinya.  | bersih. Secara simultan biaya produksi, biaya operasional, pendapatan usaha, dan perputaran total aktiva berpengaruh terhadap laba bersih.   |
| 4 | (Rostianti dan Ferliyanti, 2019)<br><br>Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016 | Variabel Dependen :<br>Laba Bersih<br><br>Variabel Independen :<br>Biaya produksi, Biaya operasional, Penjualan | Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh biaya produksi, biaya operasional, dan penjualan terhadap laba bersih. | Metode Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji statistik deskriptif, pengujian data panel, uji normalitas data dan uji hipotesis. Alat ukur yang digunakan untuk analisis ini adalah program Eviews 9. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji parsial (uji t), biaya produksi dan penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih. Sedangkan, Biaya Operasional tidak berpengaruh terhadap Laba Bersih. Secara simultan (uji f), Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Penjualan berpengaruh terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016 |

|   |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|---|--|
|   |   |   |   |   | dengan nilai probabilitas $0.0000 < 0.05$ .  |
| 5 | (Risyana dan Suzan, 2018)<br><br>Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014- 2016). | Variabel Dependen :<br>Laba Bersih<br><br>Variabel Independen :<br>Volume penjualan, Biaya operasional              | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan secara parsial dan simultan volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. | Metode analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu metode statistik regresi linier berganda.   | Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih, biaya operasional berpengaruh negatif terhadap laba bersih. Volume penjualan dan biaya operasional secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan. |
| 6 | (Felicia Dan Robinhot Gultom 2018)<br><br>Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar  | Variabel Dependen :<br>Laba Bersih<br><br>Variabel Independen :<br>Biaya Produksi, Biaya Kualitas Dan Biaya Promosi | Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi terhadap laba bersih baik secara simultan maupun parsial pada perusahaan manufaktur   | Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Total populasi adalah 148 perusahaan dan sampel yang diperoleh sebanyak 51 perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih dan                                   |

|   |   |   |  |   |   |
|---|---|---|--|---|---|
|   | Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2015   |   | yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia   | Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda  | biaya kualitas juga berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih. Demikian juga dengan biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 78,2%.  |
| 7 | (Ni Putu Sintia Dewi dan Ni Wayan Yulianita Dewi, 2023) Pengaruh Biaya Kualitas, Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Perubahan Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia | Variabel Dependэн : Laba Bersih<br><br>Variabel Independэн : Biaya Kualitas, Biaya Promosi dan Biaya Produksi | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi terhadap perubahan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021. | Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Data yang digunakan yaitu data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang dapat diakses melalui website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu <a href="http://www.idx.co.id">www.idx.co.id</a> . Populasi dalam penelitian ini menggunakan seluruh | Dari analisis data tersebut menunjukkan hasil penelitian bahwa: biaya kualitas dan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih, biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, serta biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih. |

|   |   |  |  |   |  |
|---|---|--|--|---|--|
|   | Periode<br>2018-2021  |  |  | perusahaan<br>manufaktur<br>sub sektor<br>farmasi yang<br>terdaftar di<br>Bursa Efek<br>Indonesia<br>(BEI) periode<br>2018-2021<br>sebanyak 11<br>perusahaan.   |  |
| 8 | (Jessi<br>Charina<br>Sembiring,<br>Wilsa Road<br>Betterman<br>Sitepu, Ninta<br>Katharina,<br>Tetty Tiurma<br>Uli<br>Sipahutar,<br>Lara Asmara<br>2023)<br><br>Pengaruh<br>Gross Profit<br>Margin, Net<br>Profit Margin<br>Dan<br>Pertumbuhan<br>Penjualan<br>Terhadap<br>Pertumbuhan<br>laba Pada<br>Perusahaan<br>Manufaktur<br>Yang<br>Terdaftar Di<br>Bei Tahun<br>2019-2023 | Variabel<br>Dependen :<br>Pertumbuhan<br>Laba<br><br>Variabel<br>Independen :<br>Gross Profit<br>Margin, Net<br>Profit Margin<br>Dan<br>Pertumbuhan<br>Penjualan | Penelitian ini<br>bertujuan<br>untuk<br>mengetahui<br>pengaruh<br>Gross Profit<br>Margin, Net<br>Profit<br>Margin, dan<br>Sales Growth<br>terhadap<br>Pertumbuhan<br>Laba (pada<br>Perusahaan<br>Manufaktur<br>yang terdaftar<br>di BEI tahun<br>2019-2023). | Data yang<br>digunakan<br>adalah Data<br>Sekunder dan<br>metode<br>pengambilan<br>sampelnya<br>adalah<br>purposive<br>sampling yaitu<br>membawa<br>mengeluarkan<br>penilaian<br>terbaik untuk<br>memenuhi apa<br>yang telah<br>ditentukan<br>dengan sampel<br>11 perusahaan<br>selama 5<br>tahun.<br>Pendekatan<br>penelitian<br>menggunakan<br>pendekatan<br>penilaian<br>kuantitatif. | Hasil<br>penelitian<br>menunjukkan<br>hal itu<br>margin laba<br>kotor, margin<br>laba bersih,<br>dan<br>pertumbuhan<br>penjualan<br>berpengaruh<br>secara<br>simultan dan<br>signifikan<br>pertumbuhan<br>laba (pada<br>perusahaan<br>manufaktur<br>yang terdaftar<br>di BEI tahun<br>2019-2023).<br>Margin Laba<br>Kotor<br>berpengaruh<br>secara parsial<br>terhadap<br>Pertumbuhan<br>Laba (pada<br>perusahaan<br>manufaktur<br>yang terdaftar<br>di BEI tahun<br>2019-2023).<br>Bersih |

|   |  |  |   |  |  |
|---|--|--|---|--|--|
|   |  |  |   |  | Profit Margin berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan laba (pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2023) dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara parsial terhadap pertumbuhan laba (pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023) |
| 9 | (Elvira Rosa, 2019)<br><br>Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Tekstil Dan Garmen Yang | Variabel Dependen : Pertumbuhan Laba<br><br>Variabel Independen : Biaya Produksi | Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai variabel moderasi yang terdaftar di BEI periode 2016-2019. | Metode analisis yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan dan volume penjualan menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan,   |

|    |   |  |   |   |  |
|----|---|--|---|---|--|
|    | Terdaftar Di BEI Periode 2016- 2019   |  |   |   | selain itu juga diketahui bahwa volume penjualan tidak memoderasi pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan.   |
| 10 | (Kurnia Sari Eka Putri, A Tarmizi, Khairiyani Khairiyani 2022)<br><br>Pengaruh Biaya Produksi, Penjualan dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020) | Variabel Dependen : Pertumbuhan Laba Bersih<br><br>Variabel Independen : Biaya Produksi, Penjualan dan Perputaran Total Aktiva | Tesis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, penjualan dan perputaran total asset terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 -2020. | Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Modus statistik menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan analisis koefisien determinasi. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Total asset turnover tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Dengan menggunakan uji F diketahui bahwa variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. |
| 11 | (Gusganda, 2018)<br><br>Pengaruh Pendapatan dan Biaya Operasional terhadap  | Variabel Dependen : Pertumbuhan Laba Bersih<br><br>Variabel Independen :   | Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pendapatan dan Biaya   | Metode analisis yang digunakan yaitu Analisis Regresi Berganda untuk menguji pengaruh   | Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pendapatan berpengaruh signifikan  |

|   |                                  |  |  |  |
|---|----------------------------------|--|--|--|
| Laba Bersih (studi kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2012-2016). | Pendapatan dan Biaya Operasional | Operasional terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Industri dan Kimia periode 2012-2016. | antara variabel X <sub>1</sub> dan X <sub>2</sub> terhadap Y | terhadap laba bersih dan biaya operasional berpengaruh negatif signifikan terhadap laba bersih dan secara simultan pendapatan dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia periode 2012- 2016). |
|---|----------------------------------|--|--|--|

(Sumber: Data diolah dari beberapa jurnal dan skripsi).

## 2.2. Tinjauan Teoritis

### PRO PATRIA

#### 2.2.1. Signalling Theory (Teori Sinyal)

Teori yang dapat digunakan pada nilai perusahaan yaitu *Signalling Theory*. Teori sinyal (*signaling theory*) pertama kali diperkenalkan oleh Spence di dalam penelitiannya yang berjudul *Job Market Signaling*. Spence (1973) dalam Nursanita (2019:157) mengemukakan bahwa isyarat atau signal memberikan suatu sinyal, pihak pengirim (pemilik informasi) berusaha memberikan potongan informasi relevan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak penerima. Pihak penerima kemudian akan menyesuaikan perilakunya sesuai dengan pemahamannya terhadap sinyal tersebut.

Menurut Ratnasari *et al.*, (2018), *signaling theory* mengemukakan tentang bagaimana sebaiknya suatu perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berbentuk informasi mengenai apa yang

telah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan kemauan pemilik. Sinyal dapat berbentuk promosi ataupun informasi lain yang melaporkan jika perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

Keuntungan dari teori sinyal ini adalah bahwa keakuratan dan ketepatan waktu laporan keuangan yang tersedia untuk umum merupakan sinyal yang dapat digunakan investor sebagai dasar keputusan investasi mereka (Batari, 2022). Apabila perusahaan melaporkan bahwa laba dari perusahaannya meningkat, maka perusahaan tersebut dalam kondisi baik dan dapat menjadi sinyal yang baik.

Salah satu faktor yang mempengaruhi laba bersih yaitu biaya promosi, biaya produksi, biaya kualitas, dan harga jual. Menurut teori sinyal (*signalling theory*), hal ini merupakan basis teori yang mendasari hubungan dari pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, jika laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut dapat dikategorikan sebagai sinyal karena mengindikasikan kondisi perusahaan yang baik. sebaliknya jika laba yang dilaporkan menurun maka perusahaan berada dalam kondisi tidak baik sehingga dianggap sebagai sinyal yang jelek. Ketika laba bersih lebih besar, otomatis bagi hasil kepada investor lebih besar. Hal inilah yang akan meningkatkan investasi dalam perusahaan tersebut. Signal adalah proses yang memakan biaya berupa deadweight costing, bertujuan untuk menyakinkan investor tentang nilai perusahaan. Signal yang baik adalah yang tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain yang memiliki nilai lebih rendah, karena faktor biaya. Hubungan teori ini dengan penelitian saya adalah untuk menunjukkan alat komunikasi yang digunakan perusahaan untuk mengirimkan sinyal kepada pasar mengenai kinerja dan prospek keuangan, memberikan sinyal yang jelas dan akurat melalui laba bersih persepsi investor, kreditur, dan pemangku kepentingan.

Bersumber pada teori diatas jika perusahaan hendak berupaya membagikan informasi kepada pihak eksternal atas keadaan mereka guna

mengurangi terdapatnya kesalahan informasi, sehingga pihak eksternal akan lebih mengenali keadaan perusahaan. Informasi ini ialah suatu sinyal yang akan direspon oleh pihak eksternal dengan berharap bisa mengurangi keraguan sehingga tidak memunculkan adanya underestimate terhadap perusahaan.

### **2.2.2. Biaya Promosi**

Biaya promosi merujuk pada pengeluaran yang terkait dengan aktivitas pemasaran atau penjualan. Ini mencakup semua biaya yang diperlukan untuk menjamin pelayanan kepada konsumen dan mengantarkan produk jadi atau jasa kepada mereka. Dengan kata lain, biaya promosi mencakup semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi dengan tujuan memasarkan atau memperkenalkan produk atau jasa kepada konsumen (Husin *et al.*, 2022).

Menurut (Radella *et al.*, 2021). Salah satu biaya yang dikeluarkan perusahaan adalah biaya promosi. Biaya promosi merupakan biaya dengan sejumlah besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan untuk mempromosikan produknya guna meningkatkan penjualan. Promosi juga bisa dikatakan sebagai kegiatan yang menyampaikan keunggulan produk dan mempengaruhi tujuan pembelian

Promosi penjualan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mempercepat penjualan terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui cara-cara tertentu yang disepakati oleh perusahaan tersebut. Tujuan dari promosi penjualan adalah mendorong konsumen untuk melakukan pembelian agar terjaganya hubungan jangka panjang antara konsumen dengan perusahaan. Promosi penjualan di pasar sangat memiliki kemiripan yang tinggi pada merek yang dapat menghasilkan respon penjualan yang juga tinggi dalam jangka pendek akan tetapi terdapat sedikit keuntungan secara permanen pada preferensi merek dalam jangka waktu yang panjang. Semakin besar promosi yang diberikan maka akan semakin besar pembelian (Salim & Fermayani, 2021).

Biaya promosi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan, dan mendorong penjualan produk atau layanan. Biaya ini mencakup berbagai strategi pemasaran, seperti iklan, diskon, sponsor, kampanye media sosial, dan aktivitas promosi lainnya. Biaya promosi dapat terdiri dari beberapa elemen, termasuk Iklan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), *Sponsorship* dan *Endorsement*, Biaya Pameran. Dalam laporan keuangan, biaya promosi biasanya dicatat sebagai bagian dari beban penjualan dan pemasaran dalam laporan laba rugi (*income statement*). Biaya promosi umumnya termasuk dalam "Beban Penjualan, Umum, dan Administrasi". Bisa juga dicatat secara lebih spesifik dalam sub-pos "Beban Pemasaran dan Promosi". Biaya promosi dapat ditemukan dalam Catatan atas Laporan Keuangan (*Notes to Financial Statements*), di mana perusahaan memberikan spesifikasi pengeluaran terkait pemasaran dan promosi.

### **Tujuan Biaya Promosi**

Adapun menurut Kurniadi yang dikutip oleh Silviana (2017) menjelaskan dengan rinci tujuan promosi yaitu:

a. Menginformasikan

- 1) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan produk baru.
- 2) Menyampaikan perubahan harga pada pasar
- 3) Memperjelas cara kerja suatu produk.
- 4) Meluruskan kesan yang keliru dari produk

b. Membujuk pelanggan sasaran (persuading) untuk:

- 1) Membentuk pikiran merk
- 2) Mengalihkan pikiran ke merk tertentu
- 3) Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga

- c. Mengingatkan (reminding) terdiri atas:
- 1) Mengingatkan pembeli bahwa produksi yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat
  - 2) Meningkatkan pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan
  - 3) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan

Berdasarkan urian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa biaya promosi pada dasarnya mencakup aspek yang luas, dan bukan semata-mata jual beli saja antara penjual dan pembeli, tetapi pemasaran juga merupakan keahlian dalam hal merencanakan, mengelola, menganalisis, dan mengawasi program-program yang telah dibuat, dan bertujuan untuk memberitahu, membujuk, mengubah tingkah laku.

$$\text{Biaya promosi} = \text{biaya periklanan} + \text{biaya promosi penjualan}$$

### **2.2.3. Biaya Produksi PRO PATRIA**

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang melakukan kegiatan produksi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi, dibutuhkan suatu proses produksi yang efektif dan efisien. Dalam proses produksi dibutuhkan pengorbanan berupa biaya. Biaya produksi terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya-biaya tersebut digunakan dalam proses produksi. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

Menurut (Mulyadi, 2019) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi merupakan faktor penting mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual dari produk yang dihasilkan. Biaya produksi merupakan salah satu komponen utama dalam menentukan harga jual suatu produk. Kemampuan

perusahaan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh.

Supriyono (2018:19) mengemukakan bahwa pengertian dari biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai.

Biaya produksi mempengaruhi laba dimana ketika biaya produksi ditingkatkan maka akan menambah volume produksi yang nantinya akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh perusahaan. Biaya ini mencakup bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang terkait langsung dengan proses produksi. Biaya produksi umumnya terdiri dari tiga elemen utama yaitu Biaya Bahan Baku (*Direct Material Cost*) Pengeluaran untuk bahan utama yang digunakan dalam produksi barang, Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor Cost*) Upah dan tunjangan bagi pekerja yang secara langsung terlibat dalam proses produksi, Biaya Overhead Pabrik (*Factory Overhead Cost*) Biaya tidak langsung seperti listrik, sewa pabrik, penyusutan mesin, dan bahan pembantu produksi. Dalam laporan keuangan, biaya produksi dicatat dalam laporan laba rugi (*income statement*) dan juga dapat terlihat dalam laporan posisi keuangan (*balance sheet*) terkait dengan persediaan. Dalam laporan laba rugi Biaya produksi termasuk dalam Harga Pokok Penjualan, pengurang langsung dari pendapatan untuk menentukan laba kotor.

### **Unsur-Unsur Biaya Produksi**

Menurut Masiyah Kholmi (2019: 25-26), biaya produksi terdiri dari tiga unsur, yaitu:

1. Biaya bahan baku langsung, yaitu biaya yang bertanggung jawab atas bahan baku untuk diproses menjadi bahan jadi dan biaya tersebut dapat ditelusuri ke produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
2. Biaya tenaga kerja langsung, yaitu imbalan yang dibayar oleh perusahaan untuk tenaga kerja yang berkaitan langsung dengan

aktifitas produksi dan biaya tersebut dapat ditelusuri (diidentifikasi) dengan output yang telah dihasilkan perusahaan.

3. Biaya overhead pabrik, yaitu biaya yang tidak termasuk bahan baku langsung, biaya tenaga kerja atau biaya pabrik tidak langsung.

Sehingga berdasarkan definisi menurut para ahli tersebut, penulis menyimpulkan biaya produksi merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan pada proses produksi yaitu mengolah barang mentah menjadi

$$\text{Biaya produksi} = \text{biaya baku langsung} + \text{biaya tenaga kerja langsung} + \text{BOP}$$

#### **2.2.4. Biaya Kualitas**

Persaingan bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang, dan mendapatkan laba. Selain itu, laba perusahaan juga dipengaruhi daya pikat iklan serta kemampuan perusahaan dalam mengenalkan produknya kepada masyarakat luas. Banyaknya produsen yang menjual barang yang sama juga mengharuskan melakukan kegiatan promosi yang menarik dan sebagus mungkin agar produk yang dijualnya diketahui konsumen secara luas.

Menurut Narsa (2019:8.) mengungkapkan bahwa “Biaya kualitas dapat didefinisikan sebagai biaya-biaya yang timbul sebagai akibat dari mutu (kualitas) produk yang jelek, seperti biaya pengrajan ulang, biaya pelayanan purna jual yang tinggi (garansi), dan sebagainya”. Sedangkan Menurut Mariantha (2018:79) “Biaya kualitas adalah usaha yang dilakukan oleh manusia (perusahaan) untuk memenuhi atau melibih harapan pelanggan yang selalu berubah dan dinamis, melalui produk, jasa, proses dan lingkungan yang dihasilkan”.

Perhitungan biaya menjadi perhatian utama dalam akuntansi manajemen yang akan dibandingkan dengan pendapatan agar bisnis yang dijalankan menghasilkan laba yang besar. Maka dari itu, untuk memperoleh laba yang maksimal perusahaan manufaktur harus benar-benar memperhatikan biaya-

biaya yang dikeluarkan perusahaan seperti biaya kualitas, biaya promosi dan biaya produksi.

Biaya kualitas dievaluasi dengan membandingkan biaya sesungguhnya dan biaya yang dianggarkan. Biaya kualitas variabel dapat dibandingkan dengan menggunakan persentase dari penjualan, atau jumlah rupiah biaya, atau kedua-duanya. Komponen Biaya Kualitas dibagi menjadi empat kategori utama :

1. Biaya Pencegahan (*Prevention Costs*) : Biaya yang dikeluarkan untuk mencegah cacat produk, seperti pelatihan karyawan, pemeliharaan mesin, dan pengembangan standar kualitas.
2. Biaya Penilaian/Inspeksi (*Appraisal Costs*) : Biaya untuk mengevaluasi kualitas produk, termasuk inspeksi bahan baku, pengujian produk jadi, dan audit kualitas.
3. Biaya Kegagalan Internal (*Internal Failure Costs*) : Biaya akibat produk cacat yang ditemukan sebelum sampai ke pelanggan, seperti produk rusak, penggeraan ulang, dan limbah produksi.
4. Biaya Kegagalan Eksternal (*External Failure Costs*) : Biaya yang timbul setelah produk gagal di tangan pelanggan, termasuk klaim garansi, pengembalian produk, dan kerusakan reputasi.

Dalam laporan keuangan, biaya kualitas dapat ditemukan dalam beberapa bagian, tergantung pada jenis biaya : Biaya Pencegahan dan Biaya Inspeksi biasanya dicatat dalam beban operasional dalam pos "Beban Penjualan, Umum, dan Administrasi atau "Beban Produksi" jika terkait langsung dengan manufaktur. Biaya Kegagalan Eksternal dapat muncul dalam beban garansi atau klaim pelanggan.

#### **2.2.5. Harga Jual**

Harga jual produk yang akan diperiksa dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan untuk memperolehnya. Jumlah volume penjualan produk yang bersangkutan juga dipengaruhi oleh harga penjualan produk. Biaya yang

dikeluarkan selama proses produksi harus sebanding dengan harga jual. Dalam pemasaran, harga penjualan yang ditentukan juga harus berkompetisi. Mengoptimalkan keuntungan dapat dicapai dengan mengurangi biaya produksi, mempertahankan harga dan kuantitas penjualan, dan memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga jual yang sesuai dengan keuntungan yang diinginkan.

Menurut Gregory Lewis, sebagaimana dikutip Achmad, harga jual adalah sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual. Harga jual adalah nilai yang tercermin dalam daftar harga, harga eceran, dan harga adalah nilai akhir yang diterima oleh perusahaan sebagai pendapatan atau net price. Harga jual merupakan penjumlahan dari harga pokok barang yang dijual, biaya administrasi, biaya penjualan, serta keuntungan yang diinginkan.

Tjahjanti & Widayati (2020) analisis dilakukan atas harga pokok penjualan produk yang dikaitkan dengan persediaan, target penjualan dan dampaknya terhadap strategi penetapan penjualan. Purwanto (2020), penelitiannya menganalisis harga pokok produksi menggunakan metode full costing. Menghasilkan keuntungan dari penjualan adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk membuat anggaran dan merencanakan apa yang akan dilakukan perusahaan.

Harga jual adalah nilai yang ditetapkan oleh perusahaan untuk menjual produk atau jasa kepada pelanggan. Harga jual menjadi faktor kunci dalam menentukan pendapatan perusahaan dan strategi bisnis, karena berkaitan langsung dengan daya saing, volume penjualan, dan profitabilitas. Faktor yang mempengaruhi harga jual yaitu biaya produksi – termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik yang mempengaruhi harga pokok penjualan. Permintaan pasar – tingkat permintaan dan preferensi pelanggan dapat mempengaruhi fleksibilitas harga. Strategi pemasaran – diskon, promosi, dan positioning merek dapat mempengaruhi harga jual.

Dalam laporan keuangan, harga jual tidak ditampilkan secara langsung tetapi tercermin dalam komponen pendapatan (*revenue/sales*) dalam laporan laba rugi. Pendapatan (*Revenue/Sales*) dihitung dari harga jual dikalikan dengan volume penjualan. Harga Pokok Penjualan dikurangkan dari pendapatan untuk mendapatkan laba kotor.

$$\text{Harga Jual} = \text{Modal atau Biaya Produksi} + \text{Margin Keuntungan}$$

#### 2.2.6. Laba Bersih

Laba bersih dalam laporan keuangan adalah keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan setelah dikurangi semua biaya dan pengeluaran. Laba bersih biasanya berada di bagian paling bawah laporan laba rugi, sehingga sering disebut sebagai bottom line. Laba bersih dihitung untuk mengetahui kemampuan keuangan perusahaan dan potensi perusahaan yang akan dibeli sahamnya. Semakin tinggi laba bersih perusahaan, maka perusahaan tersebut semakin potensial untuk dibeli sahamnya. Laba bersih adalah jumlah total pendapatan akhir perusahaan. Namun jumlah pendapatan atau istilah laba bersih ini adalah yang sudah dikurangi pengeluaran dan biaya lainnya. Secara garis besar, laba akan dibedakan menjadi dua yaitu laba bersih dan laba kotor.

Menurut Kasmir (2021:305) laba bersih adalah laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu. Laba bersih menunjukkan profitabilitas bisnis, laba bersih adalah banyaknya penjualan bersih atas harga pokok penjualan dikurangi beban operasi dan pajak penghasilan. Faktor-faktor yang memengaruhi laba bersih perusahaan adalah pendapatan, beban pokok penjualan, biaya operasi, dan tarif pajak penghasilan.

Laba bersih merupakan aktivitas yang menimbulkan penjualan, beban, laba, dan rugi. Laba dihasilkan dari pengurangan penjualan dengan beban dalam periode tertentu (Ambarwati & Kusnadianti, 2021). Laba

bersih merupakan hasil bersih dari performa suatu perusahaan dalam satu periode tertentu (Christine & Pratiwi, 2022).

Untuk mendapatkan laba bersih menggunakan metode sebagai berikut:

Penjualan Rp xxx

HPP (Rp xxx)

Laba Kotor Rp xxx

Biaya-biaya (Rp xxx)

Bunga (Rp xxx)

Laba Bersih Rp xxx

Jenis-jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan laba yaitu sebagai berikut:

- a. Laba kotor, yaitu perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan pokok penjualan
- b. Laba dari operasi, yaitu selisih antara laba kotor dengan total beban operasi.
- c. Laba bersih, yaitu angka terakhir dalam perhitungan laba-rugi, dimana untuk mencari laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain (Tuanakotta, 2013).

Rumus dari laba bersih yaitu sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba sebelum Pajak} - \text{Pajak Penghasilan}$$

Faktor-faktor yang mempengaruhi laba diantaranya sebagai berikut:

- a. Biaya

Biaya dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan, seperti biaya produksi, biaya promosi, biaya kualitas, dsb.

b. Harga Jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

c. Penjualan

Penjualan ini berpengaruh pada kondisi dan kemampuan penjual dikarenakan jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk, maupun syarat penjualan. Bisa dilihat dari kondisi pasarnya bagaimana jenis pasarnya, kelompok pembeli atau segmen pasar, daya belinya, frekuensi pembeliannya, maupun keinginan dan kebutuhannya.

### **Indikator Laba Bersih**

Menurut Kasmir (2016: 303) untuk mendapatkan laba bersih dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba sebelum pajak} - \text{Beban Pajak}$$

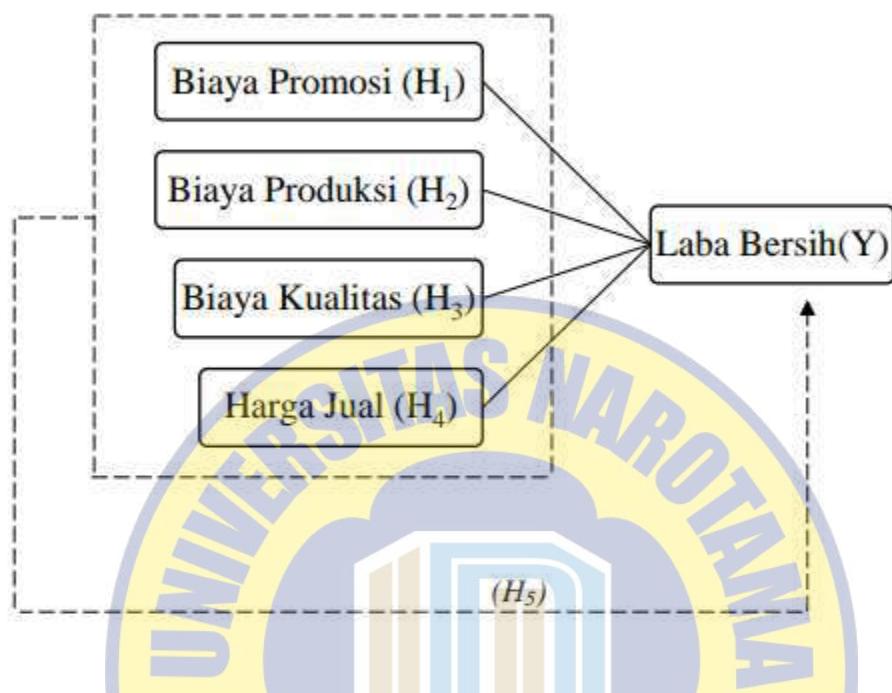
Keterangan :

1. Laba sebelum pajak yaitu laba operasi ditambah hasil usaha dan dikurangi biaya diluar operasi biasa.
2. Pajak penghasilan yaitu pajak penghasilan yang harus dibayar oleh Perusahaan.

### **2.3. Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir merupakan teori yang menjelaskan tentang hubungan variabel terikat dengan variabel bebas. Uma Sekaran (Sugiyono, 2022) mengatakan bahwa “kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Kerangka berpikir menjelaskan pola hubungan antara variabel yang ingin diteliti yaitu hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y).

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dirumuskan dalam bentuk diagram sebagai berikut :



## 2.4. Hipotesis

Menurut Anuraga *et al.*, (2021), hipotesis adalah pernyataan atau pendapat sementara yang masih lemah atau kurang kebenarannya, sehingga masih perlu dibuktikan.

### 2.4.1. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba bersih

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat laba perusahaan. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk kemudian dipelihara dan dikembangkan.

Dana bertambah untuk kegiatan pemasaran maka jumlah penjualan meningkat. Dengan adanya peningkatan penjualan, maka laba yang diperoleh oleh perusahaan juga akan meningkat. Biaya promosi dapat disrtikan sebagai

pengorbanan yang perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pelaksanaan promosi. Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih (Felicia, 2018).

Menurut Ristanty & Ningrum, (2021) Biaya promosi merupakan biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk ketangan konsumen. Hasil Penelitian dari (Ristanty & Ningrum, 2021) yang menemukan biaya promosi memiliki pengaruh negative terhadap laba bersih perusahaan. Tetapi hasil penelitian dari (Gultom & Felicia, 2018) yang menemukan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

**H<sub>1</sub> : Biaya Promosi diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023**

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

Menurut (Mulyadi, 2019) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi merupakan faktor penting mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual dari produk yang dihasilkan. Biaya produksi merupakan salah satu komponen utama dalam menentukan harga jual suatu produk. Kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh.

Semakin baik perusahaan dalam menekan pengeluaran biaya produksi baik mengenai biaya pendapatan, biaya bahan baku, biaya yang dikeluarkan untuk bahan pembantu, biaya tenaga kerja, dan penyusutan peralatan, maka perusahaan tersebut akan memperoleh laba yang maksimal. Biaya promosi merupakan salah satu biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memasarkan produknya dengan menyampaikan kelebihan dari suatu produk yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

Sehingga semakin banyak promosi yang dilakukan pelaku usaha terhadap barangnya maka akan semakin banyak pula penjualan barang tersebut yang akan turut meningkatkan laba perusahaan (Juwariah & Rosyati, 2021). Hasil penelitian yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba bersih konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020) yang menyatakan bahwa dengan meningkatnya biaya produksi dengan marginal tambahan biaya lebih kecil dibandingkan marginal tambahan volume maka laba akan meningkat pada perusahaan.

Penelitian sebelumnya sejalan dengan penelitian Ammy (2021) yang menyebutkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba bersih. Hasil penelitian yang menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Muslim, (2020) yang menyatakan bahwa besarnya laba bersih yang diharapkan perusahaan akan dipengaruhi oleh biaya pemasaran yang dilakukan dalam upaya mendongkrak penjualan. Penelitian sebelumnya sejalan dengan penelitian Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020); Felicia & Gultom (2018) yang menyebutkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih.

**H<sub>2</sub> : Biaya Produksi diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023**

#### **2.4.3. Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih**

Sebagai tolak ukur penilaian suatu perusahaan maka komponen laba operasional juga dipengaruhi oleh biaya kualitas perusahaan selain itu adanya biaya pemeliharaan maka diharapkan fasilitas kegiatan yang ditunjukan untuk memelihara dan melakukan kegiatan perbaikan tetap terpelihara dengan baik sehingga dapat digunakan untuk aktifitas operasional. Pernyataan ini tidak terlepas dari berbagai temuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti

sebelumnya, seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Ransun, Kristina (2016).

Listiawati (2020) meneliti mengenai pengaruh biaya kualitas terhadap peningkatan kualitas produk. Hasil menunjukkan bahwa biaya kualitas dan biaya produksi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kualitas produk. Penelitian yang dilakukan oleh Habibah (2016) meneliti mengenai variabel biaya kualitas terhadap keputusan pembelian. Hasil menunjukkan bahwa biaya kualitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitupun Varidah (2015) meneliti mengenai variabel biaya kualitas terhadap harga pokok produksi. Hasil menunjukkan bahwa biaya kualitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga pokok produksi.

**H<sub>3</sub> : Biaya Kualitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023**

#### **2.4.4. Pengaruh Harga Jual Terhadap Laba Bersih**

Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi perputaran barang-barang yang dijual, kuantitas barang yang dijual berpengaruh terhadap biaya yang ditimbulkan dalam kaitannya dalam pengadaan barang bagi perusahaan dagang dan efisiensi produk bagi perusahaan manufaktur. Jadi, harga berpengaruh terhadap pendapatan total dan biaya total, sehingga pada akhirnya harga berpengaruh terhadap laba usaha (Khalik, 2022). Semakin tinggi harga bisa diartikan bahwa semakin tinggi pula laba yang didapatkan begitu juga sebaliknya (Ardiyanto, 2020).

Nasution & Siregar (2018) yang menyatakan bahwa harga jual memiliki peran penting dalam memoderasi hubungan antara biaya produksi dan laba bersih, menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu menyesuaikan harga jual mereka lebih mampu menjaga atau meningkatkan laba bersih meskipun terjadi kenaikan biaya produksi.

**H4 : Harga Jual diduga berpengaruh positif terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023**

#### **2.4.5. Pengaruh Biaya Promosi, Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Harga Jual Terhadap Laba Bersih**

Dengan adanya peningkatan biaya produksi, akan berpengaruh pada jumlah produk yang dihasilkan juga meningkat sehingga produk yang tersedia untuk dijual juga bertambah. Hasilnya volume penjualan bertambah dan laba bersih juga mengalami peningkatan. Dengan kata lain, biaya produksi bertambah mengakibatkan bertambahnya pula laba bersih yang diperoleh perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan keterkaitan antara biaya produksi dan laba bersih adalah berpengaruh signifikan positif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Djamalu, 2013) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih.

Biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikas pada pendapatan bersih perusahaan. Naik turunnya nilai biaya produksi dan biaya promosi mempengaruhi laba bersih perusahaan (Nurul, 2020). Perusahaan lebih memperhatikan besar kecil nya biaya promosi yang tertuju agar laba yang diperoleh perusahaan menjadi maksimal. Serta meningkatkan kualitas produk dan menciptakan terobosan baru agar dapat bersaing dipasaran serta memaksimalkan biaya promosi dengan penjualan agar hasil laba yang diperoleh dapat meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih. Untuk mendapatkan laba bersih, perusahaan harus mampu meningkatkan penjualannya. Setiap perusahaan bertujuan memaksimumkan profit perusahaan, disamping perusahaan ingin tetap terus berkembang. Realisasi dari pada tujuan ini adalah melalui volume penjualan yang mantap karena masalah penjualan merupakan kunci dari suksesnya suatu perusahaan. Penelitian

(Ristanty & Ningrum, 2021) yang menemukan biaya promosi memiliki pengaruh negative terhadap laba bersih perusahaan.

Hasil penelitian mengenai pengaruh harga jual terhadap laba dilakukan oleh Rachman & Basyirudin (2020), menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh secara signifikan atau positif terhadap laba. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Yuda & Sanjaya (2020), menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Dari penelitian diatas dapat dikatakan bahwa harga jual berpengaruh terhadap laba.

**H<sub>s</sub> : Biaya Promosi, Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Harga Jual secara bersama sama berpengaruh terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2019-2023**

