

Pengaruh Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2024

Defi septiani¹, Darwin Warisi², Meita Sekar Sari³

^{1,2,3} Universitas Mitra Indonesia, Indonesia

E-mail: defiseptiani.student@umitra.ac.id¹, darwinwarisi@umitra.ac.id², meita@umitra.ac.id³

Article History:

Received: 25 September 2025

Revised: 05 Oktober 2025

Accepted: 07 Oktober 2025

Keywords: Sales, Operating Expenses, Net Income, Cosmetic Companies, Indonesia Stock Exchange

Abstract: This study aims to analyze the effect of sales and operating expenses on net income in cosmetic companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2019–2024. The data were obtained from the annual financial reports of cosmetic companies published on the IDX. The research method used is quantitative with multiple linear regression analysis conducted using SPSS version 29. The results show that partially, sales have a significant effect on net income with a significance value of 0.004 (< 0.05). Meanwhile, operating expenses do not have a significant effect on net income with a significance value of 0.086 (> 0.05). Simultaneously, sales and operating expenses have a significant effect on net income with a significance value of 0.001 (< 0.05). In conclusion, net income in cosmetic companies is more dominantly influenced by sales growth, while operating expenses need to be managed efficiently so as not to suppress profitability.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan pertumbuhan ekonomi yang semakin dinamis, intensitas persaingan bisnis mendorong perusahaan untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam merancang strategi yang tepat agar dapat bertahan dan unggul dalam kompetisi (Nugraha, 2020; Aditama, 2020). Salah satu tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba maksimal sebagai indikator utama kinerja keuangan dan kesehatan usaha. Untuk itu, perusahaan perlu mengelola aspek operasional secara efektif serta siap menghadapi risiko bisnis yang mungkin timbul selama proses produksi dan distribusi (Syaputra & Nasution, 2023).

Industri kosmetik di Indonesia menunjukkan potensi besar, bahkan menempati posisi kedua dunia dalam konsumsi kosmetik halal (Ananda, 2021). Tingginya permintaan produk menjadi peluang strategis bagi perusahaan kosmetik dalam negeri untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan laba (Aditama, 2023). Namun demikian, keberhasilan perusahaan sangat dipengaruhi oleh efisiensi biaya produksi dan biaya operasional yang dikeluarkan. Biaya operasional, yang mencakup pemasaran, promosi, hingga distribusi produk, memiliki peran penting dalam menjaga efisiensi dan profitabilitas (Pratiwi & Siswanto, 2020; Tarigan, Lubis, & Syarifah, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh biaya produksi

dan biaya operasional terhadap laba bersih. Purwanto (2022) menemukan biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba, sedangkan Mulyana dan Muslih (2020) menyatakan biaya operasional tidak signifikan. Sebaliknya, penelitian lain menemukan hubungan negatif maupun positif dari biaya operasional terhadap laba (Saputra & Suzan, 2021; Manda, 2020; Nurpipa et al., 2020; Casmadi, 2019)..

LANDASAN TEORI

Teori *Signaling*

Penelitian ini menggunakan Teori *Signaling* sebagai landasan, yang menjelaskan bagaimana perusahaan mengurangi asimetri informasi dengan memberikan sinyal melalui laporan keuangan, seperti penjualan, biaya operasional, dan laba bersih, untuk menunjukkan prospek dan kinerja perusahaan (Martini & Sari, 2021). Informasi keuangan yang transparan menjadi sarana penting untuk membangun kepercayaan investor, kreditor, dan pihak eksternal lainnya, sehingga dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan di pasar modal (Wijaya & Putra, 2022; Putri & Hidayat, 2023; Nugroho & Lestari, 2021).

Laba Bersih

Laba bersih didefinisikan sebagai selisih positif antara pendapatan dan biaya, termasuk pajak, yang mencerminkan kinerja akhir perusahaan pada periode tertentu (Nainggolan & Lastari, 2019; Ikhsan et al., 2015). Laba bersih sering dijadikan ukuran prestasi perusahaan dan dasar pengambilan keputusan investasi, pembagian dividen, hingga evaluasi efisiensi manajerial (Siregar & Hardana, 2022; Amalia, 2019; Hany, 2015; Fadhila, 2015). Laba memiliki berbagai kegunaan penting dalam laporan keuangan, seperti menjadi dasar perhitungan pajak, penentuan dividen, pedoman kebijakan investasi, peramalan kondisi keuangan di masa depan, serta evaluasi efisiensi dan kinerja perusahaan secara keseluruhan (Waty et al., 2023).

Jenis laba terdiri atas beberapa tingkatan, yakni laba kotor (selisih antara penjualan bersih dan harga pokok penjualan), laba operasional (selisih laba kotor dan biaya operasi), laba sebelum pajak, serta laba bersih setelah pajak yang menjadi indikator profitabilitas utama perusahaan (Aryanto, 2023).

Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan aktivitas inti pemasaran yang mencakup proses pertukaran barang atau jasa dengan uang atau nilai ekonomi, baik secara tunai maupun kredit, yang bertujuan memperoleh laba dan keberlangsungan perusahaan (Kotler & Keller, 2014; Hayuningtyas, 2015; Damanik, 2014; Swastha & Irawan, 2014). Jenis penjualan meliputi penjualan tunai, kredit, cicilan, dan konsinyasi. Masing-masing memiliki mekanisme berbeda terkait pembayaran dan risiko, namun semuanya bertujuan untuk memperluas pasar serta meningkatkan keuntungan perusahaan (Pasaribu, 2018).

Biaya Operasional

Biaya operasional adalah seluruh pengeluaran yang digunakan untuk memperoleh pendapatan utama perusahaan. Menurut Harahap et al. (2020:13), biaya operasional mencerminkan sejauh mana efisiensi pengelolaan usaha dilakukan. Biaya ini sering disebut juga sebagai *operating expenses*, yakni biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produksi, tetapi erat kaitannya dengan aktivitas sehari-hari perusahaan. Murhardi (2015) menyebutkan bahwa biaya operasional mencakup biaya penjualan dan administrasi (*selling and administrative*

expenses), biaya iklan (*advertising expenses*), biaya penyusutan (*depreciation and amortization expenses*), serta biaya perbaikan dan pemeliharaan (*repair and maintenance expenses*).

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih, baik secara eksplisit maupun implisit (Tersiana, 2018). Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penjualan (X1) dan biaya operasional (X2) terhadap laba bersih (Y) pada perusahaan sub-sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019–2024. Data yang digunakan berupa data sekunder, yaitu laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh dari situs resmi BEI maupun website resmi masing-masing perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI pada periode tersebut, sedangkan sampel ditentukan dengan purposive sampling, menghasilkan enam perusahaan yang memenuhi kriteria. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, kemudian dianalisis dengan metode regresi linier berganda menggunakan bantuan software SPSS, disertai uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta pengujian hipotesis baik parsial (uji t) maupun simultan (uji F). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana penjualan dan biaya operasional memengaruhi laba bersih perusahaan kosmetik di Indonesia (Sugiyono, 2017; Sugiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Penelitian ini menggunakan metodel analisis regresi linier berganda delngan bantuan program SPSS 29. Hasil perhitungan regresi linear berganda adalah selbagai belrikut:

Tabel 1. Hasil analisis regresi linier berganda

Coefficients ^a						
Modell		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.139	3.738		10.202	<.001
	Penjualan	8.468	2.772	1.262	3.054	.004
	Biaya Oprasional	7.157	4.046	.731	1.769	.086
a. Dependent Variable: Laba_Bersih						

Sumber: Data diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi 29, 2025.

Berdasarkan tabel diatas delngan memperhatikan angka yang berada pada *Unstandardized Coefficients Beta*, maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 38,139 + X1 \ 8,486 + X2 \ 7,157+ e$$

Persamaan tersebut mempunyai arti sebagai berikut:

- a. Berdasarkan persamaan regresi, nilai konstanta sebesar 38,139 menunjukkan bahwa apabila variabel penjualan dan biaya operasional bernilai nol, maka variabel laba bersih akan bernilai sebesar 38,139 satuan.
- b. Besarnya nilai koefisien penjualan (X1) sebesar 8,486 menunjukkan adanya pengaruh dengan arah positif terhadap laba bersih (Y). Hal ini berarti bahwa setiap terjadi kenaikan sebesar 1% pada penjualan, maka laba bersih akan mengalami peningkatan sebesar 8,486 satuan.
- c. Besarnya nilai koefisien biaya operasional (X2) sebesar 7,157 menunjukkan adanya pengaruh dengan arah positif terhadap laba bersih (Y). Artinya, setiap terjadi kenaikan sebesar 1% pada biaya operasional, maka laba bersih akan meningkat sebesar 7,157 satuan.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis secara parsial dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen, yaitu penjualan dan biaya operasional, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih.

1. H_0 : Penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
 H_1 : Penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. H_0 : Biaya operasional tidak berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
 H_2 : Biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), yaitu dengan membandingkan nilai t hitung terhadap t tabel, serta melihat nilai signifikansi (p-value) untuk masing-masing variabel. Hasil pengujian ini akan menentukan apakah hipotesis nol (H_0) ditolak atau diterima.

Untuk menentukan apakah masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dilakukan uji t dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan derajat kebebasan (df) sebesar 33, yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ (dengan $n = 36$ dan $k = 2$). Berdasarkan distribusi t tabel, nilai t tabel pada $df = 33$ dan $\alpha = 0,05$ (dua sisi) adalah sebesar 2,0345.

Tabel 2. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Modell		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	38.139	3.738		10.202	<,001
	Penjualan	8.468	2.772	1.262	3.054	.004
	Biaya Oprasional	7.157	4.046	.731	1.769	.086

a. Dependent Variabel: Laba Bersih

Sumber: Data diolah oleh pelnulis melnggunakan SPSS velrsi 29, 2025.

Dari tabel di atas, maka hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel penjualan memiliki nilai t hitung sebesar 3,054, yang lebih besar dari t tabel ($3,054 > 2,0345$), dan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,004, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
2. Sementara itu, variabel biaya operasional memiliki nilai t hitung sebesar 1,769, yang lebih kecil dari t tabel ($1,769 < 2,0345$), dan nilai signifikansi sebesar 0,086, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya operasional tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah biaya operasional dan penjualan, sedangkan variabel dependennya adalah laba bersih.

Berdasarkan output ANOVA yang ditampilkan, diperoleh informasi bahwa nilai F hitung sebesar 10,346, dengan nilai signifikansi (Sig.) $< 0,001$. Nilai ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan secara statistik. Uji statistik F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen yang terdiri dari penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih secara bersama-sama. Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan tingkat probabilitas sebesar 5% (0,05).

Tabel 3. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Modell		Sum of Squares	Df	Melan Square	F	Sig.
1	Relgrellsion	5445.735	2	2722.868	10.346	$<,001^b$
	Relsidual	8684.789	33	263.175		
	Total	14130.524	35			
a. Delpelndelnt Variable: Laba_Belrsih						
b. Predlctors: (Constant), Biaya_Oprasional, Pelnjualan						

Sumber: Data diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi 29, 2025.

Untuk membuktikan hal ini melalui perhitungan manual, digunakan rumus:

$$F = \frac{MS_{Regresi}}{MS_{Residual}} = \frac{2722.868}{263.175} = 10.346$$

Kemudian, nilai F hitung ini dibandingkan dengan nilai F tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), dengan derajat kebebasan:

df_1 (regresi) = jumlah variabel independen = 2

df_2 (residual) = $n - k - 1 = 36 - 2 - 1 = 33$

Berdasarkan tabel distribusi F, diperoleh nilai F tabel ($2; 33; \alpha = 0,05$) = 3,28. Karena F hitung ($10,346$) $>$ F tabel ($3,28$) dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, variabel biaya operasional dan penjualan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada hakekatnya mengukur seberapa besar kemampuan persamaan model dalam menerangkan variasi yang terdapat pada variabel dependen. Nilai R^2 terletak antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Koefisien determinasi dapat dihitung untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika proses menghasilkan nilai R^2 yang tinggi, maka hal tersebut menunjukkan model yang baik. Namun, apabila nilai R^2 rendah, bukan berarti model regresi tersebut jelek.

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	.685	.348	16.22268
a. Predictors: (Constant), Biaya Oprasional, Penjualan				
b. Dependent Variabel: Laba Bersih				

Sumber: Data diolah oleh penulis menggunakan SPSS versi 29, 2025.

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,685. Nilai tersebut menunjukkan bahwa laba bersih dari perusahaan kosmetik yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dapat dijelaskan pada variabel penjualan dan biaya oprasional yang diharapkan sebesar 68,5%. Sisanya 31,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak masuk dalam analisis pelnelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Bersih

Hasil analisis menunjukkan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2019–2024 dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Penjualan terbukti menjadi faktor utama peningkatan laba karena semakin tinggi volume penjualan, semakin besar pula pendapatan yang dapat menutupi biaya dan menghasilkan laba. Dalam industri kosmetik, penjualan dipengaruhi tren kecantikan, gaya hidup, daya beli, serta strategi promosi. Periode penelitian yang meliputi pandemi COVID-19 hingga pemulihan ekonomi menunjukkan bahwa perusahaan yang cepat beradaptasi melalui digitalisasi penjualan, inovasi produk, dan strategi pemasaran efektif berhasil meningkatkan penjualan sekaligus laba bersih.

Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih

Analisis biaya operasional menghasilkan signifikansi $0,086 > 0,05$, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan kosmetik di BEI periode 2019–2024. Meskipun biaya operasional seperti pemasaran, distribusi, administrasi, dan gaji karyawan berpotensi menekan laba, fluktuasinya tidak dominan karena perusahaan umumnya mampu menjaga efisiensi dan stabilitas operasional. Faktor lain seperti volume penjualan dan strategi distribusi lebih memengaruhi laba bersih. Studi kasus pada perusahaan seperti Unilever Indonesia, Mandom Indonesia, dan Mayora Indah menunjukkan bahwa meski terjadi kenaikan biaya akibat inflasi dan digitalisasi, efisiensi manajemen membuat laba tetap stabil. Dengan demikian, biaya operasional bukan faktor utama penentu profitabilitas, melainkan efisiensi pengelolaannya yang

mendukung pertumbuhan jangka panjang.

Pengaruh Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih

Uji simultan (F) menghasilkan signifikansi $0,001 < 0,05$, yang berarti penjualan dan biaya operasional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan kosmetik di BEI periode 2019–2024. Penjualan berperan sebagai sumber utama pendapatan, sedangkan biaya operasional menjadi komponen pengeluaran yang harus dikelola efisien agar profitabilitas optimal. Pada periode pandemi dan pemulihan, perusahaan yang mampu meningkatkan penjualan melalui digitalisasi sekaligus menjaga efisiensi biaya mencatat pertumbuhan laba signifikan, seperti terlihat pada Unilever Indonesia dan Mandom Indonesia. Hasil ini memperkuat penelitian sebelumnya bahwa keseimbangan antara ekspansi pasar dan efisiensi internal merupakan kunci keberhasilan. Dengan demikian, laba bersih terbaik muncul dari sinergi peningkatan pendapatan dan pengendalian biaya operasional yang seimbang dan strategis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI tahun 2019–2024, dapat disimpulkan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan nilai signifikansi $0,004 (< 0,05)$, yang berarti peningkatan penjualan secara langsung dapat meningkatkan laba bersih perusahaan. Sementara itu, biaya operasional tidak berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi $0,086 (> 0,05)$, sehingga fluktuasinya tidak menjadi faktor utama penentu laba karena perusahaan mampu mengelolanya secara stabil atau pengaruhnya tertutupi oleh faktor lain seperti volume penjualan. Namun, ketika dianalisis secara simultan, penjualan dan biaya operasional terbukti berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan nilai signifikansi $0,001 (< 0,05)$, yang menunjukkan bahwa kinerja laba perusahaan dipengaruhi oleh sinergi antara keberhasilan dalam meningkatkan pendapatan penjualan dan efektivitas pengelolaan biaya operasional.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, R. (2019). *Analisis kinerja keuangan perusahaan kosmetik di Indonesia*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 8(2), 55–64.
- Aryanto, B. (2023). *Pengaruh penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan manufaktur*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(1), 77–89.
- Casmadi, R. (2019). *Pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan manufaktur*. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 10(3), 421–433.
- Damanik, J. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Penerbit Andi.
- Fadhila, A. (2015). *Analisis profitabilitas pada perusahaan kosmetik di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmu Ekonomi, 6(1), 33–41.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Harahap, S., Lubis, A., & Siregar, R. (2020). *Akuntansi biaya*. Penerbit Salemba Empat.
- Hany, L. (2015). *Laba bersih sebagai indikator kinerja perusahaan*. Jurnal Ekonomi Modern, 11(2), 112–121.
- Hayuningtyas, A. (2015). *Pengaruh penjualan terhadap laba perusahaan*. Jurnal Akuntansi dan Investasi, 16(1), 45–54.
- Ikhsan, A., Sutrisno, & Darsono. (2015). *Akuntansi keuangan menengah*. Penerbit Salemba

Empat.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Manda, D. (2020). *Pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan subsektor kosmetik*. *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(2), 201–210.
- Martini, N., & Sari, P. (2021). *Teori signaling dan implikasinya terhadap laporan keuangan*. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 12(1), 88–97.
- Mulyana, R., & Muslih, M. (2020). *Analisis biaya operasional terhadap laba bersih*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 18(2), 145–156.
- Murhardi, W. (2015). *Akuntansi manajemen*. Salemba Empat.
- Nainggolan, T., & Lastari, M. (2019). *Laba bersih sebagai ukuran kinerja keuangan perusahaan*. *Jurnal Riset Manajemen*, 6(1), 12–23.
- Nugraha, A. (2020). *Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing usaha*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12(1), 34–42.
- Nugroho, D., & Lestari, S. (2021). *Signaling theory dan transparansi laporan keuangan*. *Jurnal Akuntansi*, 25(3), 189–200.
- Nurpipa, N., Rahayu, E., & Putri, S. (2020). *Pengaruh biaya operasional terhadap profitabilitas perusahaan*. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 14(2), 65–74.
- Pasaribu, R. (2018). *Manajemen penjualan*. Mitra Wacana Media.
- Pratiwi, A., & Siswantoro, D. (2020). *Efisiensi biaya operasional dalam meningkatkan profitabilitas*. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 12(2), 101–115.
- Purwanto, A. (2022). *Analisis pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 88–99.
- Putri, R., & Hidayat, A. (2023). *Signaling theory dan pengaruhnya pada nilai perusahaan*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 17(1), 55–67.
- Saputra, A., & Suzan, D. (2021). *Pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih perusahaan manufaktur*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 133–142.
- Siregar, R., & Hardana, A. (2022). *Laba bersih sebagai dasar pengambilan keputusan investasi*. *Jurnal Investasi dan Pasar Modal*, 10(2), 74–85.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Swastha, B., & Irawan. (2014). *Manajemen pemasaran modern*. Liberty.
- Syaputra, R., & Nasution, M. (2023). *Manajemen biaya operasional untuk peningkatan laba bersih*. *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 11(2), 144–157.
- Tarigan, F., Lubis, Z., & Syarifah, I. (2024). *Analisis biaya operasional dan pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan*. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 15(1), 56–70.
- Waty, D., Rahmawati, A., & Lestari, D. (2023). *Analisis laba bersih sebagai ukuran kinerja perusahaan*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 20(2), 98–110.
- Wijaya, A., & Putra, I. (2022). *Teori signaling dalam konteks akuntansi keuangan*. *Jurnal Riset Akuntansi*, 13(1), 55–68