

Biaya Produksi dan Laba Bersih: Peran Volume Penjualan Sebagai Variabel Mediasi

Leni Sa'adah¹⁾, Bonita Prabasari^{2)*}

^{1,2} Universitas Semarang, Indonesia

Email Correspondence : bonita@usm.ac.id

Article History

Received : 16/11/2025

Revised : 22/11/2025

Accepted : 09/12/2025

Published : 09/12/2025

Kata Kunci :

Biaya Produksi; Volume Penjualan; Laba Bersih

Keywords :

Production Cost; Sales Volume; Net Profit

Abstrak

Volume penjualan dalam riset digunakan sebagai variabel mediasi, yang bertujuan untuk mengkaji secara empiris pengaruh biaya produksi pada laba bersih Perusahaan Pertambangan Batu Bara yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Latar belakang penelitian didasari oleh teori agensi yang mencakup adanya asimetri informasi dan konflik agensi dalam pengelolaan biaya, serta fluktuasi harga komoditas yang ekstrem selama periode studi, yaitu 2018 - 2022. Sumber data sekunder yaitu publikasi laporan keuangan Perusahaan diuji dengan analisis regresi linier berganda dan analisis jalur melalui IBM SPSS. Temuan mengungkapkan volume penjualan berdampak positif signifikan pada Laba Bersih, dan Biaya Produksi memiliki dampak positif dan signifikan pada Volume Penjualan. Berbeda halnya dengan Biaya Produksi mempunyai dampak negatif dan tidak signifikan pada Laba Bersih. Namun secara tidak langsung volume penjualan terbukti dapat memediasi pengaruh biaya produksi pada laba bersih dengan pengaruh lebih besar. Artinya volume penjualan menjadi jembatan yang menghubungkan pengeluaran dengan pendapatan akhir. Dengan demikian, volume penjualan tidak hanya dipengaruhi oleh biaya produksi, namun juga menjadi penentu langsung dalam realisasi laba bersih Perusahaan.

Abstract

Sales volume in the research is used as a mediating variable, which aims to empirically examine the effect of production costs on the net profit of coal mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The background of the research is based on agency theory, which covers information asymmetry and agency conflicts in cost management, as well as extreme commodity price fluctuations during the study period, namely 2018-2022. Secondary data sources, namely the Company's published financial reports, were tested using multiple linear regression analysis and path analysis through IBM SPSS. The findings reveal that sales volume has a significant positive impact on net profit, and production costs have a positive and significant impact on sales volume. In contrast, production costs have a negative and insignificant impact on net profit. However, indirectly, sales volume has been proven to mediate the effect of production costs on net profit with a greater influence. This means that sales volume acts as a bridge connecting expenses with final income. Thus, sales volume is not only influenced by production costs, but also serves as a direct determinant in the realization of the Company's net profit.

PENDAHULUAN

Semakin tinggi tingkat persaingan dalam dunia usaha, maka kinerja yang semakin baik akan membuat Perusahaan bertahan. Tujuan utama setiap perusahaan adalah memaksimalkan Laba Bersih (*Net Income*), karena laba bersih mencerminkan kinerja keuangan, efisiensi operasional, dan daya tarik investasi perusahaan. Oleh karena itu, untuk menjaga kelangsungan dan menghadapi persaingan antar perusahaan, manajemen harus mengelola dan memanfaatkan sumber daya secara efektif. Sebuah perusahaan juga harus membuat pilihan yang akan membantunya mencapai tujuan jangka panjangnya melalui keuntungan atau laba. Besar kecilnya Perusahaan harus dapat menghasilkan laba semaksimal mungkin dalam periode tertentu. Sebab tujuan akhir setiap perusahaan dalam operasinya adalah menghasilkan keuntungan, karena akan menjadi sumber pendanaan yang krusial bagi pertumbuhan perusahaan dan menguntungkan bagi *stakeholder*. Sama halnya dengan Sektor Pertambangan Batu Bara yang merupakan salah satu pilar strategis dalam perekonomian Indonesia, dengan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi sorotan utama bagi investor. Perusahaan sektor pertambangan batu bara merupakan Perusahaan dengan kegiatan pengambilan endapan bahan galian berharga dan bernilai ekonomis dari dalam kulit bumi, baik secara mekanis maupun manual, pada permukaan bumi, di bawah permukaan bumi dan di bawah permukaan air, yang telah mendapatkan izin dan berbadan hukum dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berikut merupakan laba yang dihasilkan oleh perusahaan sub sektor pertambangan batu bara selama tahun 2018-2022.

Tabel 1. Data Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Batu Bara di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022

Nama Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022
PT Adaro Energy Tbk	478.000.000	435.0002.000	158.505.000	1.028.593.000	1.345.402.000
PT Borneo Olah Sarana Sukses Tbk	1.645.000.000	717.200.000	714,000,000	1,112,000,000	1,403,600,000
PT Anugrah Karya Tbk	1.302.222.640	791.681.969	515,838,860	987,589,855	1,555,020,000
PT Bukit Asam Tbk	502.394.600	480.920.800	238,681,900	744,816,400	1,256,758,200
PT Bara Jaya Internasional Tbk	856.834.414	449.149.099	103,862,904	552,580,500	679,755,000
PT Dwi Guna Laksana Tbk	1.101.808.662	684.622.387	483,783,878	825,889,855	930,824,232
PT Alfa Energi Investama Tbk	803.828.000	737.652.683	492,111,533	852,236,848	678,149,459

Sumber : Hasil olah data, 2025

Tabel 1 memperlihatkan tingkat laba bersih pada perusahaan sub sektor pertambangan batu bara dari tahun 2018-2022 mengalami fluktuasi, ada yang meningkat maupun menurun. Hal tersebut terjadi oleh berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat laba bersih perusahaan. Tahun 2019-2020 banyak negara yang mengekspor batu bara ke Indonesia melakukan pembatasan impor. Hal ini disebabkan oleh pembatasan aktivitas hingga lockdown sebagai bagian dari upaya pengendalian pandemi, sehingga mengurangi konsumsi energi dan mengurangi penggunaan batu bara (BPS, 2022). Namun *International Energy Agency* (IEA), memperkirakan produksi batubara di seluruh dunia akan terus meningkat, sejalan dengan permintaan yang terus meningkat (Sondakh & Sumiati, 2024). Peningkatan produksi dan ekspor Batubara tersebut diperkirakan akan berdampak pada harga saham perusahaan pertambangan batubara. Oleh karena itu, perusahaan dalam memaksimalkan laba bersih dapat dilakukan dengan melakukan kombinasi, seperti disiplin dalam mengendalikan pengeluaran dan agresif dalam mencari peluang pendapatan. Pengendalian pengeluaran dapat Dila

Kukan dengan pengendalian biaya pengeluaran, misalnya biaya produksi. Sebab peningkatan maupun penurunan biaya produksi dapat mempengaruhi Laba Bersih melalui HPP. Menurut teori sinyal, biaya produksi yang terkendali dan efisien, yang mengarah pada Laba Bersih yang tinggi, dapat menjadi sinyal positif (*good news*) yang dapat memengaruhi keputusan investasi dan harga saham. Di sisi lain, terdapat tantangan dalam pengelolaan biaya, yaitu perusahaan harus menangani pengelolaan biaya dengan hati-hati dan mengelola biaya dengan baik. Biaya produksi dapat dipengaruhi oleh variabel seperti fluktuasi permintaan tenaga kerja dan biaya bahan baku (Widyastuti et al., 2024). Perusahaan yang memperhitungkan hal tersebut mampu menindaklanjuti secara strategis dalam meminimalkan biaya produksi dan operasional guna meningkatkan margin perusahaan (Sandopart et al., 2023).

Menurut Lisna et al., (2020) tingkat produksi suatu perusahaan dapat menentukan tingkat penjualannya karena biaya produksi memiliki dampak positif pada volume penjualan. Diperkirakan volume penjualan dapat meningkat seiring dengan tingkat produksi perusahaan, karena biaya produksi yang lebih tinggi diperlukan. Laba bersih dapat meningkat seiring peningkatan volume penjualan (Dewi, 2019). Pernyataan Dewi (2019) didukung oleh penelitian sebelumnya tentang volume penjualan dan laba bersih oleh Yuda & Sanjaya (2020), yaitu laba bersih perusahaan dipengaruhi secara positif oleh volume penjualan, yang artinya peningkatan volume penjualan dapat menyebabkan kenaikan pada laba bersih. Lain halnya dengan temuan Purwanto (2021) pada Perusahaan sektor industri makanan dan minuman tidak menemukan laba bersih dipengaruhi atas volume penjualan yang diperoleh.

Penelitian ini berfokus pada Perusahaan sektor pertambangan batu bara yang menjadi salah satu sektor paling berdampak kepada GNP Indonesia, yang membedakan dengan penelitian sebelumnya, serta urgensi penelitian ini diperkuat oleh kondisi pasar yang ekstrem dan volatile pada periode 2018 hingga 2022. Periode ini mencakup fase stagnasi akibat tekanan pasar dan pandemi, hingga lonjakan harga komoditas (*supercycle*) yang belum pernah terjadi sebelumnya pada tahun 2021–2022. Oleh karena itu, dalam mengatasi ketidakkonsistenan temuan penelitian sebelumnya, melalui teori sinyal penelitian ini memperkirakan volume penjualan dapat menjadi variabel perantara yang dapat menghubungkan biaya produksi dan laba bersih Perusahaan. Selain itu, adanya situasi asimetri informasi, dimana manajemen (Agen) harus memberikan sinyal kredibel kepada investor (Prinsipal) bahwa Biaya Produksi dikelola secara efisien, bukan untuk pemborosan. Volume Penjualan yang tinggi, diikuti dengan Laba Bersih yang tinggi, berfungsi sebagai sinyal yang kuat dan kredibel, memvalidasi bahwa manajemen telah bertindak untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Secaraproporsional, biaya produksi dan laba meningkat dengan volume penjualan. Artinya menurunnya laba terjadi ketika biaya produksi meningkat sementara volume penjualan menurun. Dengan demikian, volume penjualan berperan sebagai faktor perantara, sehingga biaya produksi memengaruhi secara positif atas laba bersih. Hal yang sama berlaku untuk perusahaan batubara yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang juga menjadi sorotan investor akibat fluktuasi harga komoditas global yang sangat fluktuatif. Selain itu, dampak yang signifikan terhadap PDB dan cadangan devisa, membuat industri pertambangan batubara menjadi salah satu sektor paling penting dan krusial dalam perekonomian Indonesia. Dengan demikian, peneliti berminat untuk mengkaji dampak biaya produksi pada laba bersih melalui volume penjualan sebagai perantara pada perusahaan di sektor pertambangan batu bara yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018 sampai 2022.

TELAAH PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori Sinyal dikembangkan oleh Michael Spence (1973) dan memiliki prinsip-prinsip utama, mencakup: Asimetri Informasi dan Sinyal (*Signal*). Teori pensinyalan berkaitan dengan pengambilan keputusan dan komunikasi (Connelly et al., 2025). Teori ini menggambarkan skenario di mana pemberi sinyal mengirimkan sinyal yang dapat diamati yang membawa informasi kredibel tentang kualitas yang tidak dapat diamati. Ketika pengambil keputusan memiliki informasi yang tidak lengkap atau tidak sempurna, sinyal ini bisa membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih efektif. Teori pensinyalan berguna untuk menggambarkan perilaku ketika dua pihak (individu

atau organisasi) memiliki akses ke informasi yang berbeda. Organisasi memberi sinyal dalam iklan, rekrutmen, dan laporan tahunan. Apalagi memperoleh informasi yang akurat sangat penting karena memengaruhi proses pengambilan keputusan yang digunakan oleh individu, bisnis, dan pemerintah. Oleh karena itu, salah satu fungsi utama teori pensinyalan adalah untuk mengurangi asimetri informasi tersebut. Semakin baik perusahaan menggunakan dananya untuk menghemat biaya produksi maka semakin meningkat kemampuan perusahaan mendapatkan laba bersih. Sama halnya dengan semakin tinggi volume penjualan, maka semakin tinggi laba bersih yang didapatkan. Hal tersebut menjadi sinyal positif yang diberikan oleh manajemen kepada stakeholder. Oleh karenanya, teori sinyal menjadi dasar dari penelitian ini yang mengkaji peran biaya produksi terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai mediasi atau intervening. Dimana volume penjualan dan biaya produksi yang efektif menjadi sinyal bagi terciptanya laba bagi perusahaan.

Laba Bersih

Keuntungan yang diperoleh setelah mengurangi total pengeluaran perusahaan dalam waktu tertentu termasuk pajak disebut dengan Laba bersih (*Net Profit*). Sementara itu, menurut (Putri, 2023), laba bersih diartikan sebagai selisih antara pendapatan dan beban, jika beban lebih kecil dari pendapatan, maka hasilnya adalah laba bersih. Menurut Kieso et al. (2022:312), laba bersih adalah pendapatan bersih perusahaan setelah dikurangi biaya operasional dan biaya lainnya, termasuk pajak penghasilan. Ini adalah ukuran utama profitabilitas perusahaan dan digunakan oleh investor dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan (Endrojoyo & Herawaty, 2024). Sedangkan menurut Pasal 4 Undang – undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, Laba adalah penghasilan neto yang diperoleh setelah dikurangi semua biaya yang dapat dikurangkan dan fiskal (kerugian yang dibawa) dari penghasilan bruto dalam satu tahun pajak. Oleh karena itu, penelitian ini dalam menentukan profitabilitas bisnis menggunakan indikator laba bersih yang mencakup perhitungan laba bersih dan margin laba bersih. Perusahaan harus membuat rencana laba yang baik untuk memperoleh laba yang diinginkan karena laba bersih merupakan indikator kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban investor dan merupakan komponen penciptaan nilai yang dapat menunjukkan prospek masa depan. Beberapa factor yang dapat mempengaruhi perkembangan laba bersih, seperti: bertambah atau berkurangnya jumlah unit yang terjual dan harga satuan, kenaikan maupun penurunan harga pokok penjualan, Kenaikan atau penurunan biaya usaha yang dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, maupun adanya perubahan dalam metode akuntansi, serta pajak Perseroan.

Biaya Produksi

Pengeluaran produksi didefinisikan sebagai biaya produksi dan semua pengeluaran produsen selama proses kegiatan produksi barang dagang, mencakup bahan baku, tenaga kerja langsung, maupun biaya overhead pabrik. Biaya tersebut termasuk pengeluaran yang bisa dilihat secara langsung maupun tidak langsung (Rumambi et al., 2022). Harnanto (2017) menyatakan bahwa elemen biaya tertentu harus dihitung untuk menaksir berapa banyak biaya pengeluaran yang digunakan untuk membuat produk dalam waktu tertentu. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik merupakan komponen indikator biaya produksi yang membantu bisnis menghitung biaya yang diperlukan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku utama yang dipakai untuk memproduksi barang. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja utama yang langsung berhubungan dengan produk yang diproduksi dari bahan baku mentah menjadi bahan jadi. Biaya overhead pabrik adalah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang, selain biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung (Kaparang et al., 2022).

Biaya produksi juga terbagi menjadi dua kategori, yaitu biaya produksi jangka pendek dan jangka panjang. Biaya produksi jangka pendek berasal dari fungsi produksi jangka pendek, sehingga mereka juga ditandai dengan biaya tetap. Biaya produksi jangka panjang adalah biaya yang dapat disesuaikan dengan tingkat produksi tertentu. Misalnya, jika modal atau mesin tidak dapat disesuaikan dengan perubahan produksi, maka biaya produksi akan meningkat. Dalam menentukan biaya produksi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu metode *full costing* dan metode

variabel *costing*. Metode *full costing* atau metode penentuan harga pokok produksi merupakan cara untuk menggabungkan komponen biaya menjadi biaya produksi, baik dalam harga pokok maupun harga variabel. Dalam kasus di mana perusahaan memiliki bahan baku yang tidak terpakai, metode biaya variabel digunakan untuk menentukan biaya produksi. Disarankan agar perusahaan tidak sering menggunakan metode biaya variabel karena dapat merugikan pemerintah. Biaya ini kemudian digunakan untuk menentukan harga jual dan menghitung profitabilitas. **Volume Penjualan** Volume penjualan merupakan jumlah total penjualan yang berhasil dilakukan perusahaan dalam periode waktu tertentu (Siregar et al., 2023). Volume penjualan merujuk pada jumlah penjualan yang telah diraih atau ditargetkan oleh sebuah perusahaan dalam waktu tertentu. Sementara itu, Kotler (2014) menyatakan bahwa volume penjualan adalah total nilai dari barang dijual sebagai uang kurun waktu tertentu dan selama waktu itu memiliki strategi layanan baik. Indikator volume penjualan menurut Keller, et al. (2016) mencakup harga, promosi, kualitas produk dan saluran distribusi. Menurut (Juwariyah & Rosyati, 2021) indikator volume penjualan merupakan total penjualan selama satu periode. Volume penjualan juga dapat menjadi jembatan dari faktor yang mempengaruhi pendapatan, apakah akan memperkuat pengaruh atau akan memperlemah pengaruhnya terhadap pendapatan (Fitriyanti, 2024).

Salah satu fungsi bisnis adalah penjualan, di mana perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan berbagai pelanggan dengan tujuan menghasilkan keuntungan dari penjualan. Jika volume penjualan suatu perusahaan dapat ditingkatkan, labanya juga akan meningkat. Meningkatkan tingkat laba atau keuntungan adalah tujuan utama perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan berusaha untuk melakukan kegiatan penjualan yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan, tetapi tidak setiap peningkatan volume penjualan diikuti oleh peningkatan laba. Perusahaan harus menargetkan jumlah penjualan produk dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai penjualan maksimal (Pujihati et al., 2024). Beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan, seperti: mengatur produk agar sesuai pandangan dan selera konsumen, melakukan analisis pasar, mengidentifikasi calon pembeli, serta membuat strategi di promosi maupun pameran. Namun terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan, meliputi: kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal Perusahaan, kondisi organisasi, maupun faktor lain seperti promosi.

Pengembangan Hipotesis

Biaya Produksi dan Laba Bersih Perusahaan

Biaya produksi sebagai biaya yang dikeluarkan oleh organisasi untuk membeli bahan mentah dari penyedia dan berinteraksi dengan mereka untuk menghasilkan produk siap jual. Jika biaya produksi tinggi tanpa diimbangi dengan peningkatan kualitas atau jumlah output, maka laba bersih menurun. Hal tersebut menjadi sinyal negatif bagi investor karena rendahnya efisiensi. Sebaliknya, jika peningkatan biaya produksi terkontrol (misalnya karena investasi pada bahan berkualitas atau teknologi) dapat mengakibatkan peningkatan produktivitas dan pendapatan, sehingga laba bersih naik. Hal tersebut menjadi sinyal positif tentang strategi jangka panjang perusahaan. Ini menandakan bahwa biaya untuk memproduksi barang sangat penting dalam menentukan berapa banyak keuntungan yang didapat. Didukung oleh temuan (Makalalag et al., 2023) di perusahaan sektor makanan dan minuman, diketahui bahwa laba bersih dipengaruhi oleh biaya produksi. Jadi, hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1. Biaya Produksi berdampak pada laba bersih Perusahaan

Volume Penjualan dan Laba Bersih Perusahaan

Volume penjualan yang meningkat menunjukkan bahwa produk perusahaan diterima pasar, strategi pemasaran efektif, dan daya saing kuat. Hal ini menjadi sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan memiliki potensi untuk mendapatkan laba yang efektif. Sebab peningkatan volume penjualan (dengan harga dan biaya konstan) akan meningkatkan pendapatan dan pada akhirnya meningkatkan laba bersih. Tentunya hal tersebut tetap bergantung pada efisiensi biaya dan strategi harga yang dilakukan oleh perusahaan. Volume penjualan naik menyebabkan laba yang didapat perusahaan naik pada UMKM Semprong Amoundy (Pujihati et al., 2024). Temuan yang sama oleh Lisna et al., (2020) pada Perusahaan Batu Bara tahun penelitian 2014-2017 bahwa meningkatnya

volume penjualan berperan penting pada kenaikan laba bersih. Maka hipotesisi penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2. Volume Penjualan berdampak pada laba bersih Perusahaan

Biaya Produksi dan Volume Penjualan

Besarnya biaya produksi memengaruhi volume penjualan terutama melalui Strategi Penetapan Harga (*Pricing Strategy*). Ketika perusahaan berhasil menekan biaya produksi per unit serendah mungkin (melalui efisiensi, skala ekonomi, atau negosiasi bahan baku) memungkinkan perusahaan menentukan harga jual lebih rendah atau lebih kompetitif dibandingkan pesaing, sambil tetap mempertahankan margin keuntungan yang layak. Sehingga harga yang lebih rendah atau lebih menarik akan merangsang permintaan, sehingga meningkatkan volume penjualan di pasar. Banyaknya produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan bisa memengaruhi seberapa besar penjualan yang diperoleh. Ketika tingkat produksi perusahaan meningkat, kebutuhan terhadap biaya produksi juga meningkat, dan diharapkan semakin banyak penjualan yang diterima. Didukung dengan temuan Juwariyah & Rosyati (2021) bahwa biaya produksi berdampak pada volume penjualan. Jadi, hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

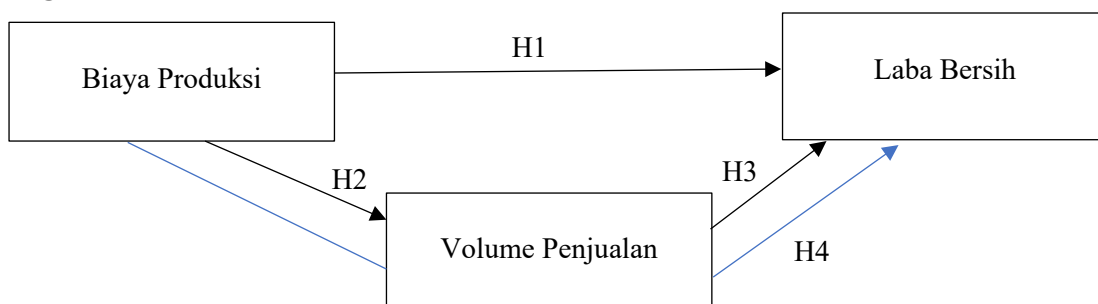
H3. Biaya produksi berdampak pada volume penjualan

Biaya Produksi dan Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Intervening

Peningkatan Biaya Produksi (melalui kenaikan Harga Pokok Penjualan/HPP) akan mengurangi Laba Kotor dan secara ceteris paribus, menurunkan Laba Bersih. Hal tersebut terjadi karena di mana beban diakui pada periode yang sama dengan pendapatan yang dihasilkan. Namun secara tidak langsung Biaya Produksi yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan Volume Penjualan, dan Volume Penjualan yang tinggi akan memperkuat Margin Laba Bersih melalui efisiensi skala. Oleh karena itu, manajemen menggunakan laporan penjualan sebagai alat komunikasi (signal) tentang keberhasilan strategi operasional dan profitabilitas perusahaan di masa depan. Didukung dengan temuan (Juwariyah & Rosyati, 2021) bahwa volume penjualan dapat dijadikan sebagai variabel mediaisi. Jadi, hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4 : Biaya Produksi berdampak pada laba bersih dengan volume penjualan sebagai intervening.

Kerangka Pemikiran Teoritis



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODE

Jenis penelitian kuantitatif digunakan dalam riset ini dengan memanfaatkan data yang diambil dari sumber yang sudah ada, yakni laporan keuangan yang telah dipublish di Bursa Efek Indonesia maupun website resmi perusahaan. Riset ini berfokus pada Perusahaan yang bekerja di bidang Pertambangan Batu Bara yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan tahun penelitian dari 2018 sampai 2020 sebanyak 24 perusahaan. Dalam memilih sampel, riset ini memakai pendekatan

purposive sampling, melalui patokan seperti: perusahaan yang rutin melaporkan dan mempublikasikan laporan keuangan selama tahun 2018 sampai 2020 di Bursa Efek Indonesia (BEI) maupun website resmi Perusahaan yang telah diaudit oleh Kantor Akuntan Publik (KAP), serta perusahaan yang mendapatkan keuntungan dari tahun 2018 sampai 2020. Oleh karenanya memperoleh jumlah sampel sebanyak 7 perusahaan, dengan tahun penelitian 5 tahun, maka data sampel penelitian sebanyak 35 sampel. Variabel penelitian ini mencakup, biaya produksi sebagai variabel yang mempengaruhi, volume penjualan sebagai variabel perantara, dan laba bersih sebagai variabel yang dipengaruhi. Proksi yang digunakan, yaitu: variabel biaya produksi diukur dengan total biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (Harnanto, 2017), (2) variable volume penjualan diukur dengan total penjualan (Bahri, 2016), dan (3) variable laba bersih diukur dengan laba setelah dikurangi pajak penghasilan (Hery, 2016). Selanjutnya, dilakukan analisis regresi linear berganda dan uji path melalui Software SPSS, dengan terlebih dahulu melalui uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolonieritas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Riset ini menganalisis dampak biaya produksi dan laba bersih dengan variabel mediasi volume penjualan pada perusahaan sektor pertambangan batu bara yang tercatat di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2018 dan 2022. Untuk menganalisis data, riset ini memakai uji regresi linier berganda dan analisis jalur untuk menganalisis biaya produksi dan laba bersih, serta volume penjualan sebagai variabel mediasi. *Purposive sampling* digunakan untuk menentukan ukuran sampel (N) sebanyak 35 sampel, yang meliputi 7 perusahaan di subsektor pertambangan batu bara yang tercatat di Bursa Efek Indonesia antara 2018 dan 2022.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Keterangan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
Biaya Produksi	35	98	274104	25624,14	63404,976
Volume Penjualan	35	123	380700	27105,03	79191,702
Laba Bersih	35	217	94678	13573,86	21201,154
Valid N (listwise)	35				

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2025

Biaya Produksi mempunyai nilai minimum 98 dan nilai maksimum 274.104, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 1. Sementara itu, standar deviasi adalah 63.404,976 dan rata-rata (mean) adalah 25.624,14. Volume penjualan berkisar antara minimum 123 hingga maksimum 380.700. Standar deviasi adalah 79.191,702 dan nilai rata-rata (mean) adalah 27.105,03. Sedangkan nilai minimum dan maksimum laba bersih masing-masing adalah 217 dan 94.678. Standar deviasi adalah 21.201,154 sedangkan rata-rata adalah 13.573,86.

Selanjutnya dilakukan uji regresi linear berganda dan uji path, sebab sudah melewati uji asumsi klasik. Uji tersebut mencakup data berdistribusi normal, tidak terbukti adanya autokorelasi, tidak terbukti adanya multikolonieritas, dan tidak terbukti adanya heteroskedastisitas.

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji t) pertama
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2883,003	5129,667		-,562	,578
	Biaya Produksi	1,170	,076	,937	15,409	,000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2025

Berdasarkan tabel 2 uji parsial pertama diketahui nilai t_{tabel} yang diperoleh adalah 2,03693. Nilai t_{hitung} 15,409 > 2,03693 untuk variabel biaya produksi dan signifikan bernilai 0,000 yang kurang dari 0,05 sehingga bisa dikatakan variabel biaya produksi berdampak positif secara signifikan pada volume penjualan, maka H2 diterima.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t) kedua
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6919,262	1665,152		4,155	,000
	Biaya Produksi	,010	,070	,030	,143	,887
	Volume Penjualan	,236	,056	,882	4,196	,000

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2025

Hasil uji pada Tabel 3 memperlihatkan nilai t_{hitung} 0,143 < 2,03693 dengan signifikansi bernilai 0,887 lebih besar dari 0,05 untuk variabel biaya produksi pada laba bersih. Artinya laba bersih terbukti tidak dipengaruhi oleh biaya produksi maka H1 ditolak. Sedangkan Nilai t_{hitung} 4,196 > 2,03693 dengan signifikansi adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 untuk variabel volume penjualan pada laba bersih, artinya dapat berpengaruh secara signifikan maka H3 diakui.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi Pertama

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	,937 ^a	,878	,874	28078,758

Predictors: (Constant), Biaya Produksi

Dependen Variable: Volume Penjualan

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2025

Adjusted R Square dalam riset ini yaitu bernilai 0,874 terlihat pada Tabel 4 hasil uji koefisien determinasi pertama, artinya biaya produksi memiliki dampak sebesar 87,4 persen terhadap laba bersih. Sementara itu, faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam riset memiliki dampak sebesar 12,6 persen.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Kedua

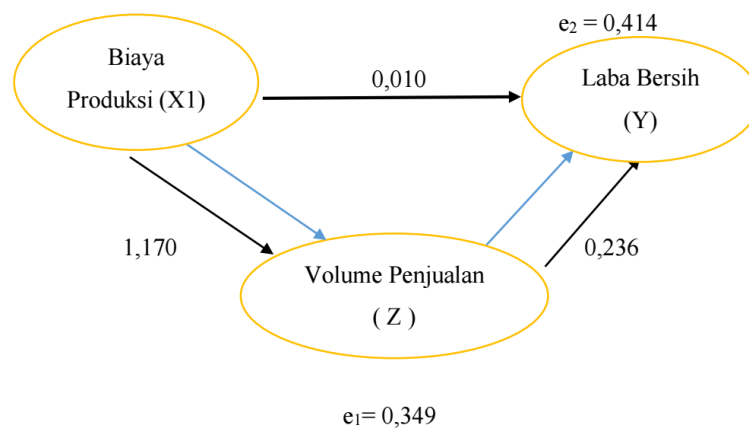
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	,910 ^a	,828	,817	9071,394

Predictors: (Constant), Biaya Produksi, Volume Penjualan

Dependen Variable: Laba Bersih

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2025

Adjusted R Square dalam riset ini yaitu bernilai 0,817 terlihat pada Tabel 5 hasil uji koefisien determinasi kedua, artinya biaya produksi dan volume penjualan memiliki dampak sebesar 81,7 persen terhadap laba bersih. Sementara itu, faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam riset memiliki dampak sebesar 18,3 persen.



Gambar 1. Uji Path

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2025

Laba bersih sebesar 0,010 secara langsung dipengaruhi oleh biaya produksi, namun secara signifikan tidak dipengaruhi. Dengan mengalikan nilai beta dari X1 ke Z dan Z ke Y, yaitu $1,170 \times 0,236 = 0,276$, diperoleh efek tidak langsung dari biaya produksi pada laba bersih melewati volume penjualan. Artinya biaya produksi memiliki dampak tidak langsung pada laba bersih dengan variabel mediasi volume penjualan. Jadi, pengaruh total variabel biaya produksi terhadap laba bersih, yaitu pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung, $0,010 + 0,276 = 0,286$. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai pengaruh langsung lebih kecil dari pengaruh tidak langsung, yaitu 0,010 kurang dari 0,276. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh secara tidak langsung terhadap laba bersih dengan volume penjualan sebagai intervening. Untuk mengetahui apakah volume penjualan dapat dianggap sebagai intervening, maka dilakukan *sobel test* sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Sab &= \sqrt{0,236^2 \times 0,076^2} + \sqrt{1,170^2 \times 0,056^2} + \sqrt{0,076 \times 0,056^2} \dots(1) \\
 &= \sqrt{0,0032} + \sqrt{0,00429} + \sqrt{0,000018} \\
 &= 0,0056 \\
 t &= \frac{0,276}{0,0056} \\
 &= 49,285
 \end{aligned}$$

Nilai t_{hitung} terbukti lebih besar dari nilai t_{tabel} , yaitu 49,285 lebih besar dari 1,96, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan variabel yang perantara antara pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih.

Pembahasan

Biaya Produksi dan Laba Bersih

Pengujian pertama dalam riset ini memprediksi bahwa terdapat pengaruh variable biaya produksi pada laba bersih, sebaliknya temuan memperlihatkan tidak terdapat pengaruh biaya produksi pada laba bersih. Artinya semakin banyak atau sedikit jumlah biaya produksi, terbukti tidak mampu memberikan dampak pada laba bersih Perusahaan. Hal tersebut dapat terjadi ketika pengelolaan biaya produksi yang dilakukan kurang baik atau adanya faktor lain yang lebih dominan, seperti perubahan harga bahan baku yang tidak dapat diprediksi. Temuan ini sejalan dengan temuan Prasetya & Puspitasari (2022) bahwa biaya produksi tidak memengaruhi laba bersih. Sebab laba bersih dipengaruhi banyak factor lain, seperti harga jual, volume penjualan, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, beban bunga, bahkan pajak. Sehingga biaya produksi bukanlah satu-satunya

factor yang mampu mempengaruhi laba bersih. Walaupun biaya produksi naik atau turun, perubahan tersebut bisa tertutup (*offset*) oleh perubahan variabel lain. Faktor eksternal seperti fluktuasi harga batu bara, kebijakan pemerintah, maupun kondisi pasar global dapat mempengaruhi hubungan antara biaya produksi dan laba bersih. Bahkan manajemen sering melakukan penyesuaian agar fluktuasi biaya tidak mengganggu kinerja laba. Penelitian Fathony & Wulandari (2020) dan (Juwariyah & Rosyati, 2021) juga menemukan bahwa biaya produksi tidak memengaruhi laba bersih. Apalagi industri pertambangan, terutama batu bara, fluktuasi harga jual di pasar global dapat sangat mempengaruhi laba bersih. Jika harga jual batu bara mengalami kenaikan atau penurunan yang signifikan, pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih menjadi relatif kecil dibandingkan perubahan pendapatan dari harga jual. Namun berbeda dengan temuan (Putri, 2023) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih.

Biaya Produksi dan Volume Penjualan

Pengujian kedua memprediksi adanya pengaruh variable biaya produksi pada volume penjualan. Temuan riset memperlihatkan biaya produksi berdampak pada volume penjualan. Artinya meningkatnya biaya produksi, akan meningkatkan volume penjualan Perusahaan. Biaya produksi mencakup biaya yang berkaitan langsung dengan pembuatan produk, seperti bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead akan mempengaruhi meningkatnya volume penjualan. Sejalan Juwariyah & Rosyati (2021) dan (Maulana et al., 2023) dalam risetnya menemukan adanya pengaruh biaya produksi pada volume penjualan. Biaya produksi akan memengaruhi kemampuan perusahaan untuk bersaing, yang pada akhirnya memengaruhi volume penjualan. Sebab keberhasilan perusahaan dalam menekan biaya tetap per unit melalui volume tinggi merupakan kunci untuk meningkatkan daya saing, yang pada gilirannya memungkinkan perusahaan mempertahankan strategi harga yang menguntungkan dan mendukung meningkatnya volume penjualan. Makanya, pengorganisasian biaya produksi secara efektif membentuk prasyarat dalam menetapkan harga jual yang strategis. Tanpa pengorganisasian biaya produksi, penetapan harga hanya akan menjadi tebak-an atau reaksi terhadap pesaing. Dengan biaya yang terorganisir, harga jual dapat menjadi strategis, yang dapat menjadi alat yang disengaja untuk mencapai target laba, volume, dan posisi pasar tertentu. Strategi tersebut seperti yang dianjurkan oleh Michael Porter, memungkinkan perusahaan merebut pangsa pasar yang besar (meningkatkan volume penjualan) karena produk ditawarkan dengan harga yang sangat kompetitif, sementara perusahaan masih mempertahankan margin keuntungan yang sehat.

Volume Penjualan dan Laba Bersih

Pengujian ketiga memprediksi variable volume penjualan berdampak atas laba bersih. Temuan riset juga memperlihatkan volume penjualan berdampak pada laba bersih. Yang berarti semakin meningkatnya volume penjualan, akan membuat laba bersih Perusahaan semakin meningkat. Menurut (Lisna et al., 2020), sebuah bisnis meraih laba apabila pendapatan dari penjualan barangnya melebihi semua biaya yang dikeluarkan. Temuan riset ini searah temuan (Yuda & Sanjaya, 2020), yang memperlihatkan bahwa besaran hasil penjualan berdampak pada laba bersih. Temuan (Juwariyah & Rosyati, 2021) jugamenunjukkan volume penjualan berdampak pada laba bersih. Penambahan volume penjualan adalah hal penting yang membantu perusahaan melewati Titik Impas (*Break-Even Point*) dan kemudian menghasilkan laba bersih yang semakin besar melalui pemanfaatan penuh skala ekonomi. Sebab sebelum titik impas dalam volume penjualan, laba bersih tidak akan terjadi. Namun setelah titik impas tercapai, setiap unit penjualan tambahan akan meningkatkan laba bersih secara signifikan.

Volume Penjualan adalah penggerak utama laba bersih, yang menentukan seberapa cepat perusahaan menutupi biaya tetapnya (Margin Kontribusi) dan seberapa efisien perusahaan memanfaatkan asetnya (Skala Ekonomi). Selain itu, Laba bersih juga menjadi tolak ukur keberhasilan Perusahaan, yang menjadi sinyal bahwa manajemen telah bertindak sesuai kepentingan principal dan mengurangi biaya agensi (biaya yang timbul dari konflik atau pemantauan). Hal tersebut berlaku juga pada Perusahaan sub sektor pertambangan batu bara. Apalagi pada periode penelitian yaitu tahun 2018 hingga2020) ini, terdapat perubahan permintaan global, terutama dari negara-negara pengimpor batu bara besar seperti China dan India, Yang

mendorong peningkatan volume penjualan, sehingga memberikan dampak langsung pada peningkatan laba bersih. Meningkatnya tingkat laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama Perusahaan untuk memastikan kelangsungan operasional dan memberikan keuntungan bagi pemilik atau pemegang saham. Namun, temuan ini berbeda dengan temuan Purwanto (2021) pada Perusahaan sektor industri makanan dan minuman, yang tidak menemukan adanya pengaruh volume penjualan yang diperoleh terhadap laba bersih Perusahaan.

Biaya Produksi dan Laba Bersih dengan Volume Penjualan Sebagai Intervening

Pengujian riset ini menemukan biaya produksi berdampak tidak langsung pada laba bersih melalui volume penjualan. Temuan ini searah dengan teori sinyal, yang menegaskan mengapa manajemen perusahaan mengelola biaya produksi dan volume penjualan, dan bagaimana performa dikomunikasikan ke pasar. Dalam konteks teori sinyal, laba bersih adalah sinyal kinerja keuangan yang paling penting, sebab investor menggunakan laba bersih untuk menilai kesehatan, efisiensi, dan prospek masa depan perusahaan. Selain itu, keputusan manajemen terhadap biaya produksi dan volume penjualan merupakan mekanisme di mana sinyal laba bersih yang kredibel dihasilkan. Makanya, kalau manajemen biaya produksi itu bagus, penjualan bisa naik, dan otomatis laba bersih juga bertambah. Sejalan dengan temuan Maulana et al. (2023), yaitu kalau besarnya hasil produksi itu bisa memengaruhi seberapa banyak penjualan yang didapat sebuah perusahaan. Ketika produksi makin banyak, ongkos produksi yang harus dikeluarkan juga makin tinggi, dan ini akan mendorong volume penjualan yang bisa diraih. Yang pada akhirnya volume penjualan yang tinggi, akan meningkatkan laba bersih yang didapat. Hal tersebut menjadi aspek yang perlu diperhatikan oleh Perusahaan.

Perusahaan harus berusaha sekuat tenaga untuk meningkatkan volume penjualan guna meningkatkan keuntungan. Agar penjualan meningkat dan berjalan lancar, penjual harus dapat meyakinkan pelanggan untuk membeli barang mereka. Ini karena, selain memenuhi kebutuhan pelanggan, penjual juga telah mencapai tujuannya, yaitu memperoleh keuntungan. Bisnis harus memperhatikan masalah yang menghalangi penjualan untuk bertahan. Agar mereka dapat menggunakan strategi pemasaran yang tepat untuk mendorong pembelian, perusahaan harus memperhatikan perilaku pelanggan mereka. Volume penjualan yang bisa diraih, menandakan besarnya laba bersih yang didapat oleh Perusahaan. Oleh karenanya Perusahaan perlu memperhatikan penjualan dan biaya produksi sebagai salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk mendapatkan keuntungan optimal. Apalagi hal tersebut menjadi sinyal positif yang dapat diberikan oleh pihak pengelola perusahaan (*manajemen*) kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Sebab informasi atau Tindakan tersebut yang mengindikasikan bahwa prospek perusahaan cerah atau kinerja perusahaan kuat, dan bukan hanya sebuah prosedur, tetapi juga merupakan pesan kuat yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan stakeholder terhadap perusahaan.

PENUTUP

Penelitian ini menemukan bahwa laba bersih dipengaruhi oleh volume penjualan, namun tidak terbukti dipengaruhi oleh biaya produksi secara langsung. Sebaliknya, volume penjualan terbukti dipengaruhi oleh biaya produksi. Temuan riset ini juga menemukan volume penjualan terbukti secara signifikan memediasi hubungan biaya produksi dan laba bersih di perusahaan pertambangan batu bara. Hal ini menggarisbawahi bahwa efisiensi biaya produksi saja tidak cukup, namun perlu adanya keberhasilan manajemen yang harus disalurkan melalui peningkatan volume penjualan. Peningkatan volume ini, didorong oleh efisiensi biaya, menciptakan skala ekonomi yang kuat, yang merupakan penentu utama peningkatan laba bersih. Namun riset ini tidak menemukan pengaruh biaya produksi pada laba bersih secara langsung. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan pertambangan batu bara untuk secara rutin melakukan analisis keuangan dan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dalam pengambilan keputusan strategis guna meningkatkan profitabilitas.

Fokus riset ini tidak lebih dari tiga variabel yang dieksplorasi (yaitu biaya produksi, volume penjualan, dan laba bersih), mengabaikan variabel eksternal krusial lainnya seperti harga komoditas batu bara global dan kurs valuta asing yang sangat memengaruhi pendapatan dan biaya operasional di sektor

ini. Selain itu, penelitian ini masih terbatas pada lingkup perusahaan pertambangan batu bara dan sampel yang kecil. Oleh sebab itu, penelitian mendatang disarankan untuk menambahkan sampel penelitian dan pemilihan variabel eksternal sebagai variabel kontrol atau independen, terutama harga jual batu bara rata-rata dan harga bahan bakar (BBM), untuk mendapatkan model kausalitas yang lebih komprehensif. Serta perlu analisis biaya lebih dalam dengan memisahkan biaya produksi mencakup biaya tetap atau biaya variabel (misalnya, melalui analisis laporan biaya manajemen jika tersedia) untuk menguji dampak spesifik skala ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, S. (2016). *Pengantar Akuntansi*. Penerbit Andi.
<https://books.google.co.id/books?id=ms85DgAAQBAJ>
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Reutzel, C. R., DesJardine, M. R., & Zhou, Y. S. (2025). Signaling Theory: State of the Theory and Its Future. *Journal of Management*, 51(1), 24–61.
<https://doi.org/10.1177/01492063241268459>
- Endrojoyo, S., & Herawaty, V. (2024). Penerapan PSAK 72 : Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada Perusahaan di Industri Real Estate dan Properti dan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 – 2022. 5(8), 3808–3827. <https://doi.org/DOI: 1047467/elmal.v5i8.3682> Penerapan
- Fathony, A. A., & Wulandari, Y. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Perkebunan Nusantara VIII. *Akurat: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 11(1), 43–55.
- Fitriyanti, L. A. (2024). Pengaruh Modal , Biaya Produksi , Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Industri Roti Di Kecamatan Welahan UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian global . *UMKM tidak hanya*. 13(1), 38–53.
- Harnanto. (2017). *Akuntansi Biaya*. Andi Offset.
<https://books.google.co.id/books?id=1kPZzwEACAAJ>
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan-Integrated And Comprehensive Edition*. Gramedia Widiasarana Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=2Lc8DwAAQBAJ>
- Juwariyah, N., & Rosyati. (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*, 4(1), 55–64.
- Kaparang, R. M., Limpeleh, E. A. N., Kumaat, L. C., & Rumambi, H. D. (2022). *Desain Model Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Produksi Mebel Pada UD. Yordan di Minahasa*. 4(1), 24–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.34207/>
- Lisna, T., Hambali, D., Akuntansi, P. S., Sumbawa, U. T., Jual, H., Price, S., Prices, S., & Volume, S. (2020). Pengaruh Biaya Produksi , Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus Perusahaan Pertambangan Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2017). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia (JEBI)*, 05(02), 41–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.37673/jebi.v5i2.854>
- Makalalag, A., Ilat, V., & Walandouw, S. K. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran Dan Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020). *Jurnal EMBA*, 11(3), 71–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49129>
- Maulana, A., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2023). Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Al-Galla Industries Periode Januari 2019-Desember 2021. *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, 1(3), 01–15.
- Prasetya, V., & Puspitasari, S. M. (2022). *Pengaruh Biaya Produksi , Biaya Operasional dan*

- Penjualan terhadap Laba Bersih (Studi pada Sub Sektor Food And Beverage di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021).* 05(01), 555–563.
- Pujihati, F. D., Sihabudin, & Fauji, R. (2024). Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada UMKM Semprong Amoundy Karawang. *COSTING: Journal of Economic, Business, and Accounting*, 7(3), 4019–4029.
- Purwanto, E. (2021). Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi, Dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(2), 215–224.
- Putri, S. P. (2023). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Busra Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen, Hukum Dan Sosial (JMHS)*, 1(1), 35–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/jmhs.v1i1.11>
- Rumambi, H. D., Kaparang, R. M., Ropa, G., & Setiadie, H. E. (2022). Desain Perhitungan Harga Pokok Produksi Pada UMKM Pengrajin Rotan (Studi Pada UMKM Aneka Rotan di Kota Manado). *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, 4(2), 731–746. <https://doi.org/https://jan.jurnal.feb.untad.ac.id/index.php/jan/article/view/10731-746>.
- Sandopart, D., Permana, D., Pramesti, N., Ajitama, S., Mulianingsih, A., Septia, D., Firmansyah, M., & Juman, M. (2023). Analisis Efisiensi Biaya Produksi Pada Kegiatan Perusahaan Manufaktur Dengan Teknologi Artificial Intelligence. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3, 25–37. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.644>
- Siregar, A. A. R., Ginting, B. M., Febrianti, W. S., & Ningsih, H. T. K. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Bisnis Net*, 6(1), 16–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/bn.v6i1.3382>
- Sondakh, M. K., & Sumiati. (2024). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Harga Saham. *Jurnal Management Risiko Dan Keuangan*, 3(3), 261–274. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/jmrk.2024.03.3.05>
- Widyastuti, I., Maharani, Haryadi, E., & Wijayanti, D. (2024). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(2), 642–661. <https://doi.org/https://doi.org/10.52644/joeb.v13i2.1578>
- Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020). Pengaruh Biaya Produksi , Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015 - 2017. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi)*, 19(1), 35–42. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22225/we.19.1.1406.35-42>