

PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA OPERASIONAL TERHADAP PENJUALAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB INDUSTRI TEKSTIL DAN GARMEN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Khairaningrum Mulyanti¹, Fransiscus Naibaho²

Program Studi S1 Terapan Akuntansi Keuangan,

Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

khairaningrum@ulbi.ac.id, fransiscusnaibaho43@gmail.com

ABSTRACT

The textile and garment industry contributes significantly to Indonesia's economy through employment absorption and export performance. Nevertheless, manufacturing companies in this subsector listed on the Indonesia Stock Exchange face major challenges regarding the efficiency of production and operational costs. This study investigates the effect of production costs and operating costs on sales. A quantitative method with a causal design was applied. Secondary data were obtained from annual financial reports for the period 2021–2024 accessed via the Indonesia Stock Exchange. Analytical techniques employed include multiple regression, t-tests, f-tests, product moment correlation, multiple correlation, coefficient of determination, and classical assumption tests. The findings indicate that both production costs and operating cost individually have a positive effect on sales, while jointly they exert a significant influence on sales. These results highlight the importance of cost efficiency in production and operations as a strategic factor to enhance competitiveness and sustain corporate profitability in a dynamic market environment.

Keywords: *Production Costs, Operating Costs, Sales.*

PENDAHULUAN

Dari perspektif penyerapan sumber daya manusia serta kontribusi pada performa ekspor, industri tekstil dan garmen di Indonesia berperan sebagai sektor manufaktur yang esensial bagi perekonomian nasional. Kendati demikian, efektivitas pengelolaan biaya produksi dan biaya operasional telah menjelma sebagai permasalahan krusial bagi korporasi manufaktur pada subsektor tekstil dan garmen yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir. Perusahaan dituntut untuk terus-menerus memangkas biaya tanpa mengorbankan kualitas dan daya saing produk mereka



akibat persaingan global yang ketat, perubahan harga bahan baku, dan pergeseran permintaan konsumen. Bagaimana bisnis dapat mengendalikan biaya produksi dan operasional secara efisien untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan profitabilitas dalam menghadapi tekanan internal dan eksternal merupakan pertanyaan krusial yang sering muncul. Kebangkrutan PT Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex) adalah contoh nyata yang membuktikan biaya produksi dan biaya operasional yang masih relatif tinggi tidak selalu menunjukkan tingginya penjualan. Hal ini disebabkan oleh berbagai aspek, seperti penurunan nilai rupiah dan sebagian besar bahan baku impor, yang meningkatkan biaya impor bahan baku. Berikut dua perusahaan tekstil dan garmen yang mengalami penurunan penjualan antara tahun 2021 sampai 2024 tercantum di bawah ini:

Tabel 1 Data Penjualan

KODE	TAHUN	PENJUALAN
ADMG	2021	2,713,857,510,219
	2022	2,245,976,535,520
	2023	1,615,638,114,880
	2024	1,772,583,641,296
POLY	2021	5,321,963,794,305
	2022	6,244,907,544,684
	2023	4,489,119,220,864
	2024	3,103,097,373,580

Sumber: Data Diolah

Penjualan di dua perusahaan tekstil dan garmen yang disebutkan di atas telah menurun dalam empat tahun terakhir, menurut data yang ditunjukkan pada Tabel 1.1 di atas. Dari 2,7 triliun pada tahun 2021 menjadi 2,2 triliun pada tahun 2022, 1,6 triliun pada tahun 2023, dan kemudian 1,7 triliun pada tahun 2024, penjualan ADMG menurun. Penjualan POLY pada tahun 2021 adalah 5,3 triliun, penjualan tahun 2022 adalah 6,2 triliun, penjualan tahun 2023 adalah 4,4 triliun, dan penjualan tahun 2024 adalah 3,1 triliun.

Menurut (Savitri, 2016) “Proses penjualan disebut penjualan. Memberikan sesuatu kepada pelanggan dengan harga dan waktu tertentu dikenal sebagai penjualan”. Sejumlah faktor memengaruhi aktivitas penjualan, tetapi dua faktor krusial adalah biaya produksi dan operasional. Berdasarkan (Mulyadi, 2015) “Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual”. Menurut

(Sujarweni, 2017) “Biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan pendapatan utama”.

Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap penjualan telah menjadi subjek berbagai riset sebelumnya. Menurut riset (Maria, 2021) berjudul "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Penjualan (Studi pada Perusahaan Produk Konsumen Berbasis Kelapa Sawit yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)", penjualan terpengaruh secara positif oleh biaya produksi dan operasional, baik parsial maupun secara bersamaan. "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Penjualan pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021," sebuah riset oleh (Nainggolan & Lores, 2024), menemukan bahwa biaya pemasaran dan biaya produksi berpengaruh positif pada penjualan secara bersamaan. Biaya produksi berpengaruh negatif pada penjualan, tetapi biaya pemasaran memiliki pengaruh positif.

Berdasarkan pemaparan diatas, akan dilakukan riset yang berjudul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Industri Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka identifikasi masalah yang akan dipaparkan di riset ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sub industri tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh biaya operasional terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sub industri tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap penjualan pada perusahaan manufaktur sub industri tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

STUDI LITERATUR

Biaya Produksi

Menurut (Mulyadi, 2015) “Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik”.

Biaya Operasional

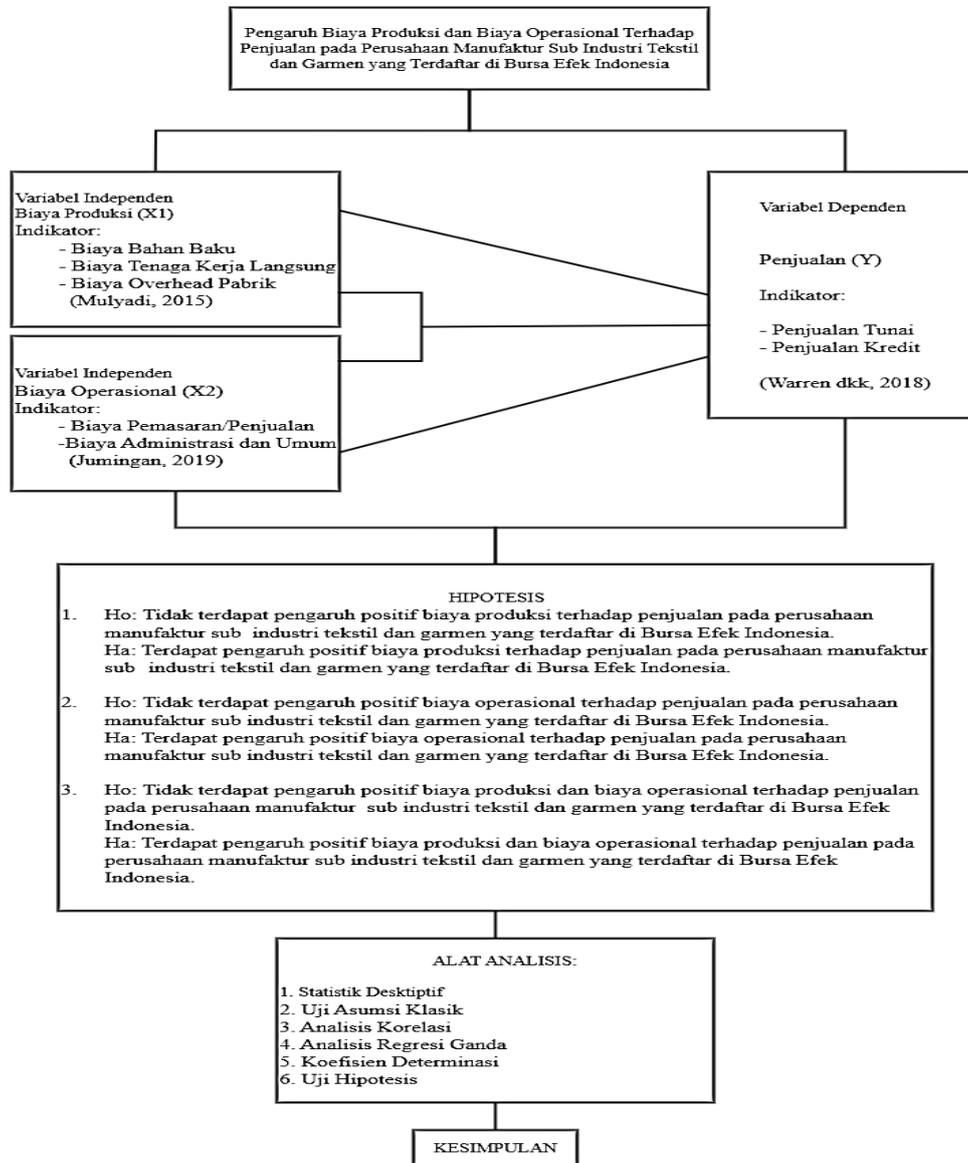
Menurut (Sujarweni, 2017) “Biaya operasional adalah biaya yang digunakan untuk mendapatkan pendapatan utama”. Biaya-biaya ini dikaitkan dengan operasi utama bisnis, yang mencakup pembuatan barang dan jasa yang pada akhirnya akan menjadi aliran pendapatan utamanya.

Menurut (Jumingan, 2019) “Biaya operasional timbul sehubungan dengan penjualan atau pemasaran barang atau jasa dan penyelenggaraan fungsi administrasi dan umum yang terdiri dari biaya pemasaran atau penjualan dan biaya administrasi dan umum”.

Penjualan

Menurut (Savitri, 2016) “Penjualan artinya proses menjual. Menjual artinya menyerahkan sesuatu kepada pembeli dengan harga tertentu pada saat tertentu”. Menurut (Warren dkk., 2018) “Penjualan terdiri dari penjualan tunai dan penjualan kredit”.

Kerangka Berpikir



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
 Sumber: Data Diolah

METODE

Metode Penelitian

Riset ini mengaplikasikan pendekatan kuantitatif yang bersifat kausalitas. Orientasi dari metode kuantitatif tersebut ialah mengidentifikasi relasi pengaruh antara variabel X dan variabel Y. Terdapat tiga variabel yang dianalisis dalam riset ini, yakni biaya produksi (X1), biaya operasional (X2), serta penjualan (Y).

Teknik Pengumpulan Data

Metode dokumentasi dimaknai sebagai proses penghimpunan informasi melalui arsip, foto, naskah, maupun dokumen sejenis, yang dimanfaatkan sebagai acuan data pada riset ini. Selain itu, pendekatan kajian literatur turut diaplikasikan guna menelaah landasan teoretis yang relevan dengan variabel yang diteliti. Jenis data yang dipakai yaitu data sekunder yang diambil dari laporan keuangan per tahun periode 2021–2024, melalui laman resmi Bursa Efek Indonesia.

Populasi dan Sampel

Populasi pada riset ini mencakup 22 entitas manufaktur subsektor tekstil dan garmen yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Teknik penentuan sampel yang digunakan ialah *purposive sampling*. Dengan mempertimbangkan hal-hal spesifik, sebanyak 15 perusahaan manufaktur tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan rentang observasi 2021 hingga 2024 ditetapkan sebagai sampel penelitian. Oleh karena itu, jumlah keseluruhan sampel dalam riset ini berjumlah 60 sampel.

Teknik Analisis Data

Statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis korelasi *product moment*, analisis korelasi berganda, analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji-t, dan uji-f merupakan metode analisis data yang digunakan pada riset ini. *Software IBM SPSS Statistics 27* digunakan untuk menguji data.

HASIL

Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
BIAYA_PRODUKSI	60	88043907700.00	13225947627988.0	1886672906884.9
BIAYA_OPERASIONAL	60	13722736949.00	462608185845.00	138215981369.75
PENJUALAN	60	87603006966.00	14726440080242.0	2134350776496.8
Valid N (listwise)	60			

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa biaya produksi memiliki nilai minimum sebesar 88.043.907.700, nilai maksimum sebesar 13.225.947.627.988, dan nilai rata-rata sebesar 1.886.672.906.884,9.

Biaya operasional memiliki nilai minimum sebesar 13.722.736.949, nilai maksimum sebesar 462.608.185.845, dan nilai rata-rata sebesar 138.215.981.370.

Penjualan memiliki nilai minimum sebesar 87.603.006.966, nilai maksimum sebesar 14.726.440.080.242, dan nilai rata-rata sebesar 2.134.350.776.497.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		60	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.15836429	
Most Extreme Differences	Absolute	.101	
	Positive	.054	
	Negative	-.101	
Test Statistic		.101	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.199	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.123	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	.117
		Upper Bound	.130

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal karena nilai yang didapat dari uji normalitas data $> 0,05$ ($0,199 > 0,05$).

Uji Autokorelasi

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.392 ^a	.153	.123	.79710	1.899

a. Predictors: (Constant), BIAYA_OPERASIONAL, BIAYA_PRODUKSI

b. Dependent Variable: DIFF_PENJUALAN

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Berdasarkan *output* diatas, nilai Durbin-Watson (DW) didapat sebesar 1,899. Adapun nilai acuan tabel Durbin-Watson adalah 1,6518, total sampel sebesar 60 (n) dan total variabel bebas yaitu 2. Kondisi ini mengindikasikan tidak adanya gejala autokorelasi, sebab nilai Durbin-Watson (1,899) berada di atas batas bawah (1,6518) dan masih berada di bawah nilai $4 - 1,6518$ ($4 - du$).

Uji Multikolonieritas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.285	.605		-2.125	.038		
	BIAYA_PRODUKSI	.809	.020	.865	41.129	<.001	.701	1.426
	BIAYA_OPERASIONAL	.267	.028	.204	9.706	<.001	.701	1.426

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Variabel biaya produksi mempunyai nilai toleransi $0,701 > 0,10$ dan VIF $1,426 < 10$, sedangkan variabel biaya operasional mempunyai nilai toleransi $0,701 > 0,10$ dan VIF $1,426 < 10$, berdasarkan hasil di atas. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa multikolonieritas tidak terdapat dalam data.

Analisis Korelasi *Product Moment*

Tabel 6 Hasil Korelasi *Product Moment*

		Correlations		
		BIAYA_PROD UKSI	BIAYA_OPER ASIONAL	PENJUALAN
BIAYA_PRODUKSI	Pearson Correlation	1	.627**	.995**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001
	N	60	60	60
BIAYA_OPERASIONAL	Pearson Correlation	.627**	1	.651**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001
	N	60	60	60
PENJUALAN	Pearson Correlation	.995**	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	
	N	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Korelasi antara biaya produksi dan penjualan menunjukkan nilai koefisien (r) sebesar 0,995, yang merefleksikan keterkaitan sangat erat karena berada dalam rentang 0,80 hingga 1,000, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji korelasi *product moment*. Sementara itu, korelasi (r) antara biaya operasional dan penjualan tercatat sebesar 0,651, yang menandakan adanya keterhubungan yang kuat lantaran berada pada interval 0,60 hingga 0,79.

Analisis Korelasi Berganda

Tabel 7 Hasil Korelasi Berganda

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.996 ^a	.992	.992	2.97972E+11	.992	3550.817	2	57	<.001

a. Predictors: (Constant), BIAYA_OPERASIONAL, BIAYA_PRODUKSI

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Berdasarkan tabel berikut, nilai korelasi (R) antara biaya produksi dan biaya operasional terhadap penjualan adalah 0,996, menunjukkan hubungan yang sangat kuat karena berada di antara 0,80 dan 1.000.

Koefisien Determinasi

Tabel 8 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.996 ^a	.992	.992	2.97972E+11

a. Predictors: (Constant), BIAYA_OPERASIONAL, BIAYA_PRODUKSI

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa nilai R *Square* mencapai 99,2% atau setara dengan 0,992. Temuan ini mengindikasikan bahwa biaya produksi dan biaya operasional menghasilkan kontribusi pengaruh sebesar 99,2% pada penjualan, sedangkan sisanya 0,8% ditentukan oleh faktor-faktor yang berlainan yang tidak terelaborasi di riset ini.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 9 Hasil Regresi Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-13871671181	5.956E+10		-.233	.817
	BIAYA_PRODUKSI	1.047	.016	.967	63.745	<.001
	BIAYA_OPERASIONAL	1.251	.419	.045	2.984	.004

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Persamaan regresi yang dipakai di penelitian ini yaitu, berdasarkan tabel di atas:

$$Y = -13871671181 + 1,047X_1 + 1,251X_2$$

1. Karena konstanta (α) adalah -13871671181, maka nilai penjualan adalah -13871671181, apabila variabel biaya produksi dan biaya operasional berada pada titik nol.
2. Penjualan akan meningkat sebesar 1,047 untuk kenaikan satu unit biaya produksi, berdasarkan koefisien regresi biaya produksi sebesar 1,047.
3. Penjualan akan meningkat sebesar 1,251 untuk kenaikan satu unit biaya operasional, berdasarkan koefisien regresi biaya operasional sebesar 1,251.

Uji T

Tabel 10 Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-13871671181	5.956E+10		-.233	.817
	BIAYA_PRODUKSI	1.047	.016	.967	63.745	<.001
	BIAYA_OPERASIONAL	1.251	.419	.045	2.984	.004

a. Dependent Variable: PENJUALAN

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Temuan analisis berikut diperoleh dari tabel di atas:

1. t_{hitung} Biaya Produksi senilai 63,745, sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,672. Akibatnya, H_a diterima sebab $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang mengungkapkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif kepada penjualan.
2. Nilai t_{tabel} biaya operasional adalah 1,672, sedangkan nilai t_{hitung} biaya operasional adalah 2,984. Akibatnya, H_a diterima sebab $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang mengungkapkan bahwa biaya operasional berpengaruh positif kepada penjualan.

Uji F

Tabel 11 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.305E+26	2	3.153E+26	3550.817	<.001 ^b
	Residual	5.061E+24	57	8.879E+22		
	Total	6.356E+26	59			

a. Dependent Variable: PENJUALAN

b. Predictors: (Constant), BIAYA_OPERASIONAL, BIAYA_PRODUKSI

Sumber: IBM SPSS Statistics 27

Dari tabel diatas, $f_{hitung} = 3550,817$ dan $f_{tabel} = 3,1588427$ menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menyatakan biaya produksi dan biaya operasional berpengaruh dengan bersamaan kepada penjualan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan

Biaya produksi (X1) berpengaruh positif kepada penjualan (Y), menurut hasil riset. Uji-t mengungkapkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $63,745 > 1,672$, yang berarti H_a diterima. Hal ini menyiratkan bahwa penjualan meningkat seiring dengan kenaikan biaya produksi. Menurut (Mulyadi, 2015) "Biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik digunakan sebagai dasar penetapan harga pokok produk. Harga pokok produk ini digunakan sebagai dasar penetapan harga jual kepada konsumen". Semakin efektif biaya produksi dikendalikan, semakin banyak produk berkualitas tinggi yang dapat diproduksi dengan harga kompetitif, yang dapat menyebabkan peningkatan penjualan.

Temuan penelitian ini sependapat dengan riset dahulu yang berjudul "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Penjualan di Classie Resto di Kota Palembang" (Febransyah & Ewa, 2020), yang menemukan bahwa biaya produksi meningkatkan penjualan.

Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Penjualan

Temuan riset ini memperlihatkan bahwa biaya operasional (X2) berpengaruh positif pada penjualan (Y). Uji-t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau $2,984 > 1,672$, yang berarti H_a diterima. Hal ini menyiratkan bahwa penjualan meningkat seiring dengan peningkatan beban operasional. Menurut (Jumingan, 2019) "biaya pemasaran/penjualan, serta biaya umum dan administrasi, merupakan bagian dari biaya operasional". Penjualan dipengaruhi secara signifikan oleh beban operasional. Biaya operasional biasanya mengikuti tren yang sama terlepas dari pertumbuhan atau penurunan penjualan. Biaya operasional membantu proses penjualan dengan menjangkau pasar yang lebih luas. Penjualan akan meningkat sebagai hasil dari biaya operasional yang dikelola dengan baik yang mendukung distribusi, layanan pelanggan, dan promosi.

Temuan ini sependapat dengan riset dahulu dengan topik "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Penjualan (Studi pada Perusahaan Produk Konsumen Berbasis Kelapa Sawit yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)" (Maria, 2021), yang menemukan bahwa biaya operasional meningkatkan penjualan.

Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Penjualan

Temuan riset ini secara bersamaan menyatakan biaya produksi (X1) dan biaya operasional (X2) memberikan pengaruh pada penjualan (Y). Hasil uji-f menyatakan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$, yaitu $3550,817 > 3,1588427$, yang menyatakan bahwa H_a diterima. Menurut uji koefisien determinasi yang dilakukan, biaya produksi dan biaya operasional memiliki pengaruh senilai 0,992, atau 99,2%, terhadap penjualan, sedangkan sisanya sebesar 0,8% ditentukan oleh faktor-faktor yang berlainan yang tidak terelaborasi di riset ini. Biaya operasional adalah biaya yang dipakai guna mendukung aktivitas kerja sehari-hari perusahaan yang dapat meningkatkan penjualan, seperti biaya pemasaran, distribusi, dan utilitas. Biaya produksi dikaitkan dengan seluruh biaya yang dipakai guna membuat produk yang memenuhi standar dan siap untuk diperjualkan. Semakin besar pertumbuhan penjualan, semakin baik dan terorganisir biaya produksi dan biaya operasional.

Temuan riset ini selaras dengan riset sebelumnya yang dilaksanakan (Maria, 2021) dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Penjualan (Studi pada perusahaan yang bergerak di bidang produk konsumen berbasis kelapa sawit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”, yang menemukan bahwa biaya produksi dan biaya operasional berpengaruh positif pada penjualan.

KESIMPULAN

Temuan-temuan berikut dapat disimpulkan berdasarkan rumusan masalah, hipotesis, dan hasil pengujian yang digunakan:

1. Berdasarkan temuan studi, biaya produksi secara parsial mendorong penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan akan meningkat seiring dengan peningkatan pengendalian biaya produksi.
2. Berdasarkan temuan studi, biaya operasional secara parsial mendorong penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan terjadi setelah peningkatan biaya operasional.
3. Temuan studi menunjukkan bahwa penjualan dipengaruhi oleh biaya produksi dan operasional secara bersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan akan meningkat seiring dengan peningkatan dan pengaturan biaya produksi dan biaya operasional yang bertambah baik.

REFERENSI

- Febransyah, F., & Ewa, A. (2020). PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PADA CLASSIE RESTO DI KOTA. *Jurnal Riset Akuntansi Tridinanti (Jurnal Ratri)*, 2(1).
- Jumingan. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Bumi Aksara.
- Maria, I. Y. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Penjualan (Studi pada Perusahaan yang Bergerak di Bidang Produk Konsumen Berbasis Minyak Kelapa Sawit yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Audit & Perpajakan*, 1, 98–109.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (5 ed.). UPP STIM YKPN.
- Nainggolan, L., & Lores, L. (2024). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Penjualan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 2741–2752.
- Savitri, E. (2016). *Penganggaran Perusahaan II* (Musfaldi, Ed.). PUSTAKA SAHILA YOGYAKARTA.
- Sujarweni, W. V. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Pustaka Baru Press.
- Warren, C. S., Reeve, J. M., Duchac, J. E., Wahyuni, E. T., & Jusuf, A. A. (2018). *Pengantar Akuntansi 1 Adaptasi Indonesia* (4 ed.). Salemba Empat.