
Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba: Studi Kasus Dari Artikel Yang dipublikasikan di Sinta

Nur Salsa Auliya¹, Annisa Meliane², Nasywa fauziyyah³, Fauziah Anggraeni⁴, Rachmat Agus Santoso⁵

STAN IM

E-mail: nursalsaauliya22@gmail.com, annisameliane88@gmail.com, fau Fau.nasywa@gmail.com, fauziahaa1@gmail.com, rachmatagussantoso@gmail.com

Article History:

Received: 20 Maret 2024

Revised: 28 Maret 2024

Accepted: 30 Maret 2024

Keywords: *Biaya promosi, Laba, Sinta, Analisis.*

Abstract: *Promosi merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk merangsang penjualan dan memperkuat citra merek perusahaan. Manajemen perusahaan harus terus meningkatkan strategi promosi guna mencapai target keuntungan sesuai dengan visi dan misi mereka, menjadikan upaya keras sebagai kunci kesuksesan dalam mencapai tujuan bisnis. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa pengaruh biaya promosi terhadap laba berdasarkan artikel yang terindeks Sinta tahun 2017-2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Berdasarkan hasil analisis artikel yang telah dilakukan pada penelitian ini, terbukti bahwa biaya yang dialokasikan untuk promosi memiliki dampak yang signifikan terhadap laba perusahaan. Hal ini menunjukkan pentingnya pengelolaan dana promosi dengan bijak untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam meningkatkan laba perusahaan.*

PENDAHULUAN

Perusahaan melakukan berbagai strategi untuk meningkatkan pendapatan, melalui promosi perusahaan dapat mendorong penjualan dan membangun citra yang kuat di masyarakat terhadap produknya (Elina & Handayani, 2021). Untuk mencapai tujuan perusahaan, strategi promosi yang efektif sangat diperlukan. Sasaran promosi dapat tercapai dengan mengalokasikan biaya promosi yang memadai, sehingga diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya. Informasi yang diberikan kepada konsumen juga sangat penting untuk membantu mereka dalam memilih produk yang akan dibeli di pasaran (Hanafi, 2020). Manajemen perusahaan perlu secara konsisten meningkatkan strategi pemasaran dan promosi guna mencapai target keuntungan yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bekerja keras untuk mewujudkan tujuan bisnisnya (Juwariyah & Rosyati, 2021). Agar kegiatan pemasaran perusahaan berjalan efektif dan efisien, perusahaan dapat melakukan berbagai tindakan, seperti mengadakan promosi melalui iklan di media cetak dan elektronik, serta memberikan diskon dan potongan harga. Selain itu, untuk mengurangi beban biaya pemasaran, perusahaan dapat memanfaatkan strategi pemasaran berbasis digital (Endaryono & Ariwibowo, 2021). Hasilnya, semua proses dalam perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien. Namun, perlu diperhatikan bahwa mengoperasikan alat-alat tersebut dapat menimbulkan beban yang tinggi saat pembelian

dan penggunaannya (Yuda & Sanjaya, 2020).

Persaingan global saat ini mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produksi mereka karena pertumbuhan yang cepat dan kompleksitas yang meningkat. Hal tersebut menciptakan dilema ekonomi antara modal terbatas dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Siregar et al., 2023). Dampak positif persaingan global dalam era digital adalah peluang ekspor yang lebih luas bagi Indonesia, namun juga menghadirkan ancaman terhadap industri lokal karena arus barang impor yang meningkat (Katulistiwa & Ulfah, 2023). Oleh karena itu, perusahaan modern terus berupaya menarik minat konsumen dengan memanfaatkan iklan di media sosial serta memperkenalkan produk-produk inovatif (Laki et al., 2019). Untuk mengatasi ancaman persaingan yang semakin ketat, strategi yang diperlukan adalah pengembangan diferensiasi dan inovasi kreatif dalam produk atau jasa, sehingga mampu memenangkan persaingan di pasar global yang dinamis (Mulyana, 2017). Sebagai sistem yang fokus pada laba, perusahaan didorong untuk mendapatkan pendapatan yang tinggi, dengan valuta asing memungkinkan peningkatan laba melalui pertukaran mata uang tanpa batasan perbankan (Hidayat et al., 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Susilawati, (2021), biaya promosi secara parsial tidak mempengaruhi laba perusahaan. Dewi, (2023) juga menyatakan bahwa biaya promosi tidak memiliki dampak terhadap laba bersih. Hasil serupa diungkapkan oleh Al Warits & Sadikin, (2023), yang menegaskan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh pada pertumbuhan laba bersih. (Sandi & Sari, 2022) pada penelitiannya menyimpulkan bahwa biaya promosi memiliki dampak yang signifikan dan negatif terhadap pendapatan. (Karina et al., 2021) juga menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba atau profitabilitas perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian (Antono et al., 2021) menunjukkan bahwa biaya promosi memiliki dampak yang signifikan terhadap laba bersih. Begitu pula, penelitian (Sudjana & Fatimah, 2022) juga menegaskan bahwa biaya promosi berkontribusi secara sebagian terhadap laba.

Berdasarkan fenomena dan research gap yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisa serta mengkaji artikel yang diterbitkan tahun 2017-2023. Tema artikel yang dianalisis pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan yang terindeks di Sinta (Science and Technology Index) 2-6. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pemikiran yang relevan, dan pemahaman yang lebih luas tentang pengaruh biaya promosi terhadap laba perusahaan (Suandani et al., 2024).

METODE PENELITIAN

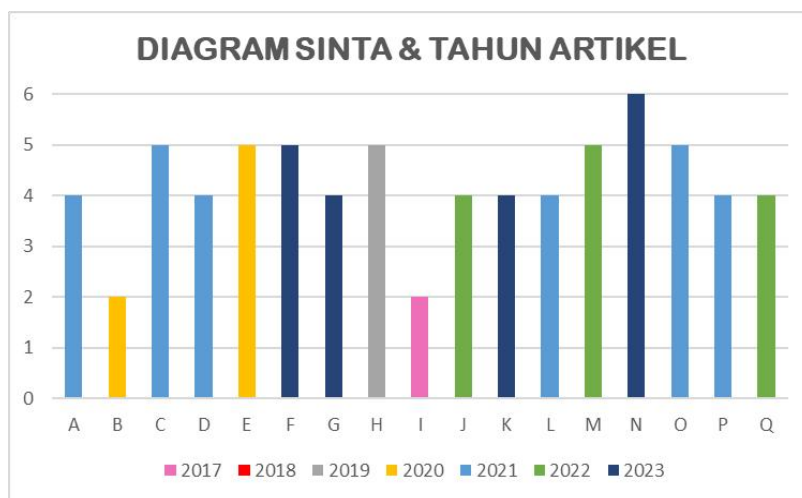
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data yang ditemukan dalam artikel-artikel yang dijadikan sampel, sementara metode verifikatif digunakan untuk memverifikasi hubungan antara biaya promosi dan laba perusahaan (Ravtilova et al., 2023).

Proses penelitian, artikel-artikel yang terpilih akan dianalisis secara menyeluruh untuk mengekstrak informasi terkait biaya promosi dan laba perusahaan. Kemudian, hasil analisis akan diceritakan atau dinarasikan untuk memberikan gambaran tentang bagaimana biaya promosi mempengaruhi laba perusahaan berdasarkan temuan dari artikel-artikel yang dikumpulkan (Nazara et al., 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh biaya promosi terhadap laba telah menjadi fokus utama dalam berbagai artikel dan penelitian. Sub bab ini akan merangkum temuan-temuan kunci dari beberapa artikel yang

mengeksplorasi sejauh mana biaya promosi mempengaruhi laba suatu perusahaan. Dengan menganalisis berbagai sudut pandang yang berbeda, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang seberapa pengaruh atau tidak pengaruh biaya promosi dalam mencapai tujuan keuangan perusahaan yaitu laba (Priyantini et al., 2023).



Gambar 1. Jumlah Artikel Biaya Promosi terhadap Laba Publikasi di Sinta

Gambar 1. Menjelaskan data artikel yang terkumpul dari berbagai level indeks Sinta, mulai dari Sinta 2 hingga Sinta 6. Terdapat dua artikel yang terindeks pada level Sinta 2, dengan masing-masing artikel diterbitkan pada tahun 2017 dan 2020. Selanjutnya, ada satu artikel yang terindeks pada level Sinta 3, diterbitkan pada tahun 2021. Pada level Sinta 4, terdapat total tujuh artikel yang diterbitkan pada rentang tahun 2021, 2022, dan 2023. Di level Sinta 5, terdapat enam artikel yang tersebar dari tahun 2019 hingga 2023. Terakhir, terdapat satu artikel yang terindeks pada level Sinta 6, yang diterbitkan pada tahun 2023.

Tabel 1. Data Artikel Biaya Promosi terhadap Laba

Kode	Judul dan Jurnal	Penulis	Tahun	Sinta	Lokasi Penelitian	Hasil
A	Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi	Ade Elina, Susi Handayani	2021	4	Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	Biaya Promosi, Biaya Produksi Dan Pertumbuhan Penjualan Berpengaruh Signifikan Terhadap Laba Perusahaan.
B	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Perolehan Laba Bersih Pada Pt. Prima Karya Manunggal	Muh. Alam Nasyrah Hanafi	2020	2	Pt. Prima Karya Manunggal	Biaya Promosi Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Perolehan Laba Bersih Pada Pt. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep.

Kode	Judul dan Jurnal	Penulis	Tahun	Sinta	Lokasi Penelitian	Hasil
	Kabupaten Pangkep Pay Jurnal Keuangan Dan Perbankan. Vol. 2 No. 1 Juni 2020					
C	Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Yang Dimediasi Oleh Volume Penjualan Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan/Vol. 4, No. 1, Mei 2021	Nurul Juwariyah Dan Rosyanti	2021	5	Pt. Unilever Indonesia Tbk	Variabel Biaya Promosi (X1) Tidak Berpengaruh Secara Langsung Dan Signifikan Terhadap Laba Bersih.
D	Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan Terhadap Laba Perusahaan: Studi Kasus Pada Pt Granitoguna Bc Reslak: Religion Education Social Laa Roiba Journal	Baki Toni Hendaryono Dan Prasetyo Ariwibowo	2021	4	PT Granitoguna Bc	Promosi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Laba Perusahaan.
E	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),	I Made Ari Yuda Dan I Ketut Puja Wirya Sanjaya	2020	5	Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	Biaya Promosi Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Laba Perusahaan.
F	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan	Angelia Alfatwa Rusandi Siregar,	2023	5	Goods Industry Sector Which Are	Secara Otomatis Biaya Promosi Tidak Terlalu Dibutuhkan Karena Pelanggan Akan Tetap

Kode	Judul dan Jurnal	Penulis	Tahun	Sinta	Lokasi Penelitian	Hasil
	Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Jurnal Bisnis Net Volume: 6 No. 1	Bidanur Mauli Ginting, Windy Salsa Febrianti, Heny Triastuti Kurnia Ningsih			Listed On The Indonesia Stock Exchange (Idx)	Loyal Karena Produk Akan Selalu Berkualitas, Sehingga Dengan Hal Ini Laba Bersih Perusahaan Akan Meningkatkan Signifikan.
G	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Akuntabel: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan	Mega Sekar Arum Khatulistiwa Yana Ulfah	2023	4	Perusahaan Yang Bergerak Di Sektor Miscellaneous Industry Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Biaya Promosi Tidak Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Laba Bersih.
H	Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Pada Pt. Mega Mitra Makmur Sentosa Manado Jurnal Riset Akuntansi Going Concern 14(1), 2019, Hal 45-53	Melisa Feronica Laki, Grace B. Nangoi, Heince R. N Wokas	2029	5	Pt Megamitra Makmur Sentosa Manado	The Variable Of Promotion Cost (X1) Exhibits A Positively Significant Impact On The Profit Variable (Y).
I	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015 Jurnal Manajemen Indonesia	Asep Mulyana	2017	2	Samsung Co	Biaya Promosi Dari Hitung $T = 2.959$ T Tabel Lebih = 2,776 Nilai Signifikan 5%.
J	Pengaruh Pendapatan Valuta Asing Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Di Pt. Bank Muamalat Periode 2015-2019 Costing: Journal Of	Dede Yusuf Hidayati, Nunung Nurhasah, Didit Supriyadi	2022	4	Pt. Bank Muamalat	Biaya Promosi Sebesar 2,309 Dengan Sigma 0,034 Dengan Artian Berpengaruh Positif Signifikan.

Kode	Judul dan Jurnal	Penulis	Tahun	Sinta	Lokasi Penelitian	Hasil
	Economic, Business, And Accounting					
K	Pengaruh Biaya Kualitas, Biaya Promosi, Dan Biaya Produksi Terhadap Perubahan Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021 Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika, Vol. 13	Ni Putu Sintia Dewi, Ni Wayan Yulianita Dewi	2023	4	Manufaktur Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei)	Biaya Promosi Tidak Memiliki Pengaruh Terhadap Laba Bersih.
L	Pengaruh Penjualan Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pt Martina Berto, Tbk Periode 2010-2020 Journal Management, Business, And Accounting	Endang Susilawati	2021	3	Pt. Martina Berto Tbk. (Mbto)	Biaya Promosi Tidak Berpengaruh Terhadap Laba Bersih.
M	Pengaruh Biaya Produksi, Omset Penjualan, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Foresthree Coffee Tulungagung Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi	Faradela Sandi I, Citra Mulya Sari	2022	5	Foresthree Coffee Tulungagung	Biaya Promosi Berpengaruh Signifikan Dan Negatif Terhadap Laba.
N	Pengaruh Pertumbuhan Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Pertumbuhan Laba	Muhammad Ariz Al Warits, Dikdik Saleh Sadikin	2023	6	26 Perusahaan Sektor Antara Industri	Biaya Promosi Tidak Memiliki Pengaruh Terhadap Laba Bersih.

Kode	Judul dan Jurnal	Penulis	Tahun	Sinta	Lokasi Penelitian	Hasil
	Bersih Dan Penjualan Al Warits, M.A. & Sadikin, D.S.; Pengaruh Pertumbuhan Biaya Produksi.				Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta	
O	Pengaruh Biaya Advertising, Biaya Personal Selling, Dan Biaya Sales Promotion Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Mitra Jaya Nusa Persada Indonesian Journal Of Applied Accounting And Finance	Luthfia Ayu Karinaa*, Puji Rahayub, Nazaruddinc	2021	5	Pt. Mitra Jaya Nusa Persada	Biaya Sales Promotion Merupakan Variabel Yang Memiliki Pengaruh Paling Dominan Terhadap Laba Bersih Pt. Mitra Jaya Nusa Persada.
P	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti Pt. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019) Inventory: Jurnal Akuntansi	Yulianus Viki Antono, Hendrik Suhendri, Dan Sri Andika Putri (Antono et al., 2021)	2021	4	Pt Nic Tbk	Biaya Promosi Memberikan Pengaruh Signifikan Terhadap Laba Bersih Pt Nic Tbk.
Q	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Jurnal Gici Keuangan Dan Bisnis	Krisna Sudjana1, Nur Fatimah2 (Sudjana & Fatimah, 2022)	2022	4	Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	Biaya Promosi Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Laba Bersih.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 17 artikel yang relevan dengan topik ini, terdapat 9 artikel yang menyatakan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba perusahaan. Sedangkan, 8 artikel lainnya menyatakan bahwa biaya promosi tidak berdampak secara signifikan terhadap laba perusahaan. Dengan mempertimbangkan jumlah artikel dalam pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas artikel menyatakan bahwa biaya promosi mempengaruhi laba perusahaan.

Melakukan penelitian analisis lebih rinci untuk memahami alasan di balik perbedaan hasil penelitian ini akan agar lebih bermanfaat untuk penelitian masa yang akan datang. Faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi hubungan antara biaya promosi dan laba perusahaan. Penting juga untuk mempertimbangkan situasi spesifik perusahaan saat menilai dampak biaya promosi terhadap laba. Misalnya, di beberapa perusahaan mungkin merasakan dampak yang lebih besar dari biaya promosi terhadap laba mereka dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Secara umum, kami menyarankan untuk menggunakan hasil penelitian ini sebagai titik awal untuk pemahaman yang lebih dalam tentang topik ini, dan selalu mempertimbangkan situasi spesifik perusahaan saat membuat keputusan tentang biaya promosi.

DAFTAR REFERENSI

- Al Warits, M. A., & Sadikin, D. S. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Pertumbuhan Laba Bersih Dan Penjualan. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 1(2), 457–468.
- Antono, Y. V., Suhendri, H., & Putri, S. A. (2021). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019). *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 144–151.
- Dewi, N. P. S. (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 Periode 2018-2021*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Elina, A., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Beban Promosi, Biaya Produksi Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18(02), 110–120.
- Endaryono, B. T., & Ariwibowo, P. (2021). Pengaruh Biaya Pemasaran, Omzet Penjualan terhadap Laba Perusahaan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 3(1), 124–136.
- Hanafi, M. A. N. (2020). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Perolehan Laba Bersih Pada Pt. Prima Karya Manunggal Kabupaten Pangkep. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 28–34.
- Hidayat, D. Y., Nurhasah, N., & Supriyadi, D. (2022). Pengaruh Pendapatan Valuta Asing Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Di PT. Bank Muamalat Periode 2015-2019. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 886–892.
- Juwariyah, N., & Rosyati, R. (2021). Pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih yang dimediasi oleh volume penjualan (studi pada pt. Unilever Indonesia TBK periode tahun 2015-2019). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 4(1), 55–64.
- Karina, L. A., Puji Rahayu, & Nazaruddin. (2021). Analisis Pengaruh Biaya Advertising, Biaya

- Personal Selling, Dan Biaya Sales Promotion Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Mitra Jaya Nusa Persada. *Indonesian Journal of Applied Accounting and Finance*, 1(2), 153–162. <https://doi.org/10.31961/ijaaf.v1i2.1183>
- Katulistiwa, M. S., & Ulfah, Y. (2023). Pengaruh biaya produksi biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 20(2), 238–246.
- Laki, M. F., Nangoi, G. B., & Wokas, H. R. N. (2019). Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Laba Pada PT. Megamitra Makmur Sentosa Manado. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1).
- Mulyana, A. (2017). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Usaha Samsung Co Tahun 2009-2015. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(3), 185–196.
- Nazara, D. S., Fitriana, F., & Santoso, R. A. (2023). Analisis Bibliometrik Perkembangan Financial Statement Fraud Dengan Vosviewer. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 2793–2798.
- Priyantini, N., Santoso, R. A., Wulandari, E., & Octaviani, J. (2023). Analisa Anggaran Dan Realisasi Penjualan Perkebunan Kelapa Sawit PTPN IV Tahun 2022. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 37–44.
- Ravitilova, R., Amelia, D., Saputra, I., & Rinda, R. (2023). Forecasting Sales: A Comprehensive Analysis of Forecasting Techniques for Sales Budget Determination. *Jurnal Audit, Pajak, Akuntansi Publik (AJIB)*, 2(2), 97–105.
- Sandi, F., & Sari, C. M. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Omset Penjualan, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Forestthree Coffee Tulungagung. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(1), 1–11.
- 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. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 16–29.
- Suandani, R., Dachlan, F., & Santoso, R. A. (2024). DETEKSI KECURANGAN LAPORAN KEUANGAN DENGAN METODE BIBLIOMETRIK . *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1 SE-Articles), 2684–2690. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i1.25800>
- Sudjana, K., & Fatimah, N. (2022). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas, Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih:(Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal GICI Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 14(2), 201–209.
- Susilawati, E. (2021). Pengaruh Penjualan dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih PT Martina Berto, Tbk Periode 2010–2020. *MBIA*, 20(3), 213–221.
- 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.