

## PENGARUH *ENTERTAINMENT COST* TERHADAP *NET INCOME* PT. UNILEVER INDONESIA TBK

Dewi Susanty<sup>1)</sup>, Lidya Adisti Ghaida Nur Khaliza<sup>2)</sup>, Elizabeth Tiur Manurung<sup>3)</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan

Correspondence author: D.Susanty, dewisusantyyy7@gmail.com, Bandung, Indonesia

### Abstract

This study aims to determine the effect of entertainment costs, consisting of marketing and sales expenses and general and administrative expenses, on the net income of PT Unilever Indonesia Tbk, both partially and simultaneously. The data used are quarterly data for the period 2014-2023. All quarterly financial reports of PT Unilever Indonesia represent the population in the study, and the sampling method uses a convenience sampling technique. The study's results found that general and administrative expenses affect the company's net income, while marketing and sales expenses do not affect the company's net income. The coefficient of determination produces a figure of 0.831 or 83.1%. The independent variables of General and Administrative Expenses and Marketing and Sales Expenses can explain the net income variable of PT Unilever Indonesia Tbk.

**Keywords:** entertainmet cost, marketing expenses, administrative expenses, net income

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *entertainment cost* yang terdiri dari beban pemasaran dan penjualan serta beban umum dan administrasi, terhadap *net income* PT Unilever Indonesia Tbk, baik secara parsial maupun simultan. Data yang digunakan adalah data triwulanan pada periode 2014-2023. Populasi dalam penelitian adalah seluruh laporan keuangan triwulan PT Unilever Indonesia Tbk. Pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Hasil penelitian mendapatkan bahwa beban umum dan administrasi memiliki pengaruh terhadap *net income* perusahaan, sedangkan beban pemasaran dan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap *net income* perusahaan. Koefisien determinasi menghasilkan angka sebesar 0.831 atau 83.1%. Artinya variabel *net income* PT Unilever Indonesia Tbk dapat dijelaskan oleh variabel independen beban Umum dan Administrasi serta Beban Pemasaran dan Penjualan.

**Kata Kunci:** *entertainment cost*, *net income*, laporan keuangan, unilever

### A. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan guna mempertahankan

keberlanjutan usaha. Salah satu elemen penting yang mempengaruhi profitabilitas adalah pengelolaan biaya operasional, seperti *entertainment cost*, beban pemasaran dan penjualan, serta beban umum dan administrasi

(Sepurrohman, 2023). Biaya-biaya ini seringkali memiliki dampak strategis terhadap hubungan bisnis dan produktivitas perusahaan. Namun, pengelolaan yang tidak optimal dapat menurunkan efisiensi dan berdampak langsung pada laba bersih perusahaan (Chasanah, 2024).

PT Unilever Indonesia Tbk., sebagai perusahaan multinasional terkemuka di Indonesia, menghadapi tantangan dalam mengelola biaya operasional di tengah fluktuasi pasar dan persaingan industri. Berdasarkan laporan keuangan triwulanan selama periode 2014–2023, terdapat pola yang menunjukkan adanya hubungan antara biaya operasional dan laba bersih. *Entertainment*

*cost* digunakan untuk membangun relasi bisnis yang mendukung kegiatan usaha, beban pemasaran dan penjualan berfokus pada peningkatan penjualan, sedangkan beban umum dan administrasi berperan dalam mendukung kegiatan operasional secara keseluruhan. Pada PT.Unilever Indonesia Tbk. *Entertainment Cost* terdiri dari Beban Pemasaran dan Penjualan, serta Beban Umum dan Administrasi. Berikut ini adalah data laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk. yang mencakup laba bersih, *Entertainment Cost*, beban pemasaran dan penjualan, serta beban umum dan administrasi selama tahun 2014 hingga tahun 2023.

**Tabel 1.** Data Laporan Triwulan PT Unilever Indonesia Tbk

| Tahun | Bulan     | Beban Pemasaran dan Penjualan | Beban Umum dan Administrasi | Net Income  |
|-------|-----------|-------------------------------|-----------------------------|-------------|
| 2014  | Maret     | -Rp1,671,352                  | -Rp668,536                  | Rp1,360,981 |
|       | Juni      | -Rp3,443,285                  | -Rp1,345,440                | Rp2,847,991 |
|       | September | -Rp5,178,750                  | -Rp2,063,395                | Rp4,048,929 |
|       | Desember  | -Rp6,613,992                  | -Rp2,705,822                | Rp5,926,720 |
| 2015  | Maret     | -Rp1,831,859                  | -Rp883,724                  | Rp1,591,699 |
|       | Juni      | -Rp3,771,528                  | -Rp1,806,688                | Rp2,930,640 |
|       | September | -Rp5,617,462                  | -Rp2,678,922                | Rp4,183,173 |
|       | Desember  | -Rp7,239,165                  | -Rp3,465,924                | Rp5,851,805 |
| 2016  | Maret     | -Rp1,992,925                  | -Rp881,864                  | Rp1,570,040 |
|       | Juni      | -Rp4,082,543                  | -Rp1,934,879                | Rp3,298,207 |
|       | September | -Rp6,010,068                  | -Rp2,819,775                | Rp4,750,551 |
|       | Desember  | -Rp7,791,556                  | -Rp3,960,830                | Rp6,390,672 |
| 2017  | Maret     | -Rp1,919,273                  | -Rp1,044,898                | Rp1,960,841 |
|       | Juni      | -Rp3,985,012                  | -Rp2,025,195                | Rp3,623,958 |
|       | September | -Rp6,056,107                  | -Rp2,905,252                | Rp5,229,400 |
|       | Desember  | -Rp7,839,387                  | -Rp3,875,371                | Rp7,004,562 |
| 2018  | Maret     | -Rp2,052,627                  | -Rp926,409                  | Rp1,828,346 |
|       | Juni      | -Rp4,041,102                  | -Rp1,929,312                | Rp3,514,262 |
|       | September | -Rp5,951,675                  | -Rp2,847,263                | Rp7,285,092 |
|       | Desember  | -Rp7,719,088                  | -Rp3,917,171                | Rp9,081,187 |
| 2019  | Maret     | -Rp2,007,999                  | -Rp934,447                  | Rp1,748,520 |
|       | Juni      | -Rp3,944,247                  | -Rp1,986,375                | Rp3,697,232 |
|       | September | -Rp6,100,681                  | -Rp2,812,381                | Rp5,509,603 |
|       | Desember  | -Rp8,049,388                  | -Rp3,861,481                | Rp7,392,837 |
| 2020  | Maret     | -Rp2,348,826                  | -Rp1,105,037                | Rp1,862,681 |
|       | Juni      | -Rp4,290,938                  | -Rp2,146,686                | Rp3,619,635 |
|       | September | -Rp6,586,801                  | -Rp3,178,443                | Rp5,438,339 |
|       | Desember  | -Rp8,628,647                  | -Rp4,357,209                | Rp7,163,536 |
| 2021  | Maret     | -Rp2,171,670                  | -Rp994,711                  | Rp1,698,080 |
|       | Juni      | -Rp4,216,235                  | -Rp1,994,284                | Rp3,045,892 |
|       | September | -Rp6,266,427                  | -Rp3,016,808                | Rp4,378,794 |
|       | Desember  | -Rp7,864,452                  | -Rp4,084,012                | Rp5,758,148 |

| Tahun | Bulan     | Beban Pemasaran dan Penjualan | Beban Umum dan Administrasi | Net Income  |
|-------|-----------|-------------------------------|-----------------------------|-------------|
| 2022  | Maret     | -Rp1,980,122                  | -Rp651,983                  | Rp2,021,207 |
|       | Juni      | -Rp4,323,616                  | -Rp1,544,551                | Rp3,429,935 |
|       | September | -Rp6,412,929                  | -Rp2,516,622                | Rp4,611,485 |
|       | Desember  | -Rp8,451,104                  | -Rp3,544,052                | Rp5,364,761 |
| 2023  | Maret     | -Rp2,344,882                  | -Rp1,027,306                | Rp1,405,283 |
|       | Juni      | -Rp4,462,212                  | -Rp2,027,876                | Rp2,759,275 |
|       | September | -Rp6,830,673                  | -Rp2,987,654                | Rp4,188,857 |
|       | Desember  | -Rp8,995,650                  | -Rp3,919,656                | Rp4,800,940 |

*Entertainment cost* seringkali dikaitkan dengan strategi pemasaran, atau hubungan dengan pelanggan. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui biaya ini memberikan dampak positif pada perusahaan atau hanya pemborosan saja. Beban Pemasaran dan Penjualan serta Beban Umum dan Administrasi pun memiliki pengaruh terhadap *Net Income* karena kedua jenis beban tersebut dapat mempengaruhi efisiensi operasional dan efektivitas strategi pemasaran (Kurnia & Arismutia, 2025). Jika pengeluaran untuk Beban Pemasaran dan Penjualan serta Beban Umum dan Administrasi dikelola dengan baik, maka dapat meningkatkan pendapatan dan mengurangi biaya, sehingga berkontribusi positif terhadap *Net Income* (Simanjuntak et al., 2022).

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, metode ini berfokus pada pengamatan suatu objek/fenomena yang nantinya dapat menghasilkan kajian yang lebih komprehensif. Dengan ini, peneliti menggunakan data numerik untuk menguji pengaruh dari *Entertainment Cost* terhadap *Net Income* PT. Unilever Indonesia (Ekasari, 2023).

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data numerik yang berasal dari sumber resmi yaitu website PT Unilever Indonesia Tbk. Data numerik tersebut diambil dari laporan keuangan triwulan periode 2014-2023.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laporan keuangan triwulan PT

Unilever Indonesia Tbk. Sampel yang digunakan *convenience sampling*, karena dengan ini peneliti memilih sampel dari anggota populasi yang mudah dijangkau (Firmansyah & Dede, 2022). Sampel diambil dari laporan keuangan periode 2014 - 2023 dengan total sampel sebanyak 40 yang diambil dari laporan keuangan triwulan yang tercantum pada website unilever.co.id.

Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis regresi, yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel. Untuk melakukan analisis regresi, peneliti menggunakan program IBM SPSS Statistic versi 27 dengan menggunakan uji multikolinearitas, koefisien determinasi, uji F, uji T, dan analisis regresi linear berganda.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah teknik statistik yang bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Apabila *Collinearity Tolerance* melebihi 0,1 dan *Statistics VIF* kurang dari 10, maka diterima. Artinya, tidak ada korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen yang dapat menimbulkan masalah pada saat interpretasi hasil analisis regresi.

**Tabel 2.** Hasil Uji Multikolinieritas

| Model            | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      |      | Collinearity Statistics |     |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|------|-------------------------|-----|
|                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |      | Tolerance               | VIF |
|                  | B                           | Std. Error |                           |        |      |      |                         |     |
| 1 (Constant)     | 327060.423                  | 318194.202 |                           | 1.028  | .311 |      |                         |     |
| Beban Pemasaran  | 0.27                        | .296       | .031                      | .091   | .928 | .037 | 26.830                  |     |
| Beban Umum & Adm | -1.676                      | .604       | -.947                     | -2.775 | .009 | .037 | 26.830                  |     |

a. Dependent Variable: Net Income (Y)

Hasil analisis regresi menunjukkan adanya multikolinieritas tinggi antar variabel independen, dengan nilai Tolerance sebesar 0.037 dan VIF sebesar 26.830, yang melampaui ambang batas toleransi ( $VIF < 10$ ). Multikolinieritas ini dapat mengganggu estimasi koefisien regresi dan mengurangi keandalan model (Ghozali, 2018). Secara individual, variabel 'Beban Pemasaran dan Penjualan' tidak signifikan terhadap '*Net Income*' (Sig. 0.928 > 0.05), sementara variabel 'Beban Umum dan Administrasi' signifikan dengan hubungan negatif (koefisien -1.676, Sig. 0.009 < 0.05).

### Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) dalam statistik, khususnya analisis regresi, adalah ukuran seberapa baik model regresi menjelaskan variasi pada variabel dependen oleh variabel independen.

**Tabel 3.** Koefisien Determinasi

| Model | Model Summary <sup>b</sup> |                   |                            |            |
|-------|----------------------------|-------------------|----------------------------|------------|
|       | R                          | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |            |
| 1     | .916 <sup>a</sup>          | .840              | .831                       | 810884.667 |

a. Predictors: (Constant), beban umum & adm, beban pemasaran

b. Dependent Variable: *Net Income* (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.831 menunjukkan bahwa 83.1% variasi pada variabel dependen *Net Income* dapat dijelaskan oleh variabel independen Beban Umum dan Administrasi serta Beban

Pemasaran dan Penjualan. Sementara itu, sisanya sebesar 16.9% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Nilai ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

### Uji F

**Tabel 4.** Hasil Uji F

| Model        | ANOVA <sup>a</sup> |    |             |        |                   |
|--------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
|              | Sum of Squares     | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1 Regression | 1.273E+14          | 2  | 6.367E+13   | 96.828 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 2.433E+13          | 37 | 6.575E+11   |        |                   |
| Total        | 1.517E+14          | 39 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: *Net Income* (Y)

b. Predictors: (Constant), beban umum & adm, beban pemasaran

Hasil dari perhitungan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$  yaitu  $96.828 > 3.26$ , namun apabila dilihat dari nilai signifikan diperoleh sebesar 0.000 yang menunjukkan bahwa nilai lebih kecil dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Beban Umum dan Administrasi, Beban Pemasaran dan Penjualan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap *Net Income*.

### Uji T

Hasil perhitungan uji t pada tabel 2, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  Beban Pemasaran dan Penjualan sebesar 0.091 dengan nilai signifikan 0.928. Nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $0.091 < 1.685$ , sedangkan untuk nilai signifikan  $0.928 > 0.05$ , maka Beban Pemasaran dan Penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap *Net Income* perusahaan.

Hasil perhitungan uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  Beban Umum dan Administrasi sebesar -2.775 dengan nilai signifikan 0.009. Nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-2.775 < 1.685$ , sedangkan untuk nilai signifikan  $0.009 < 0.05$ , maka Beban Umum dan Administrasi memiliki pengaruh terhadap *Net Income* perusahaan.

## Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linier

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                  | B                           | Std. Error |                           |        |      |
| 1 (Constant)     | 327060.423                  | 318194.20  |                           | 1.028  | .311 |
| Beban Pemasaran  | 0.27                        | .296       | .031                      | .091   | .928 |
| Beban Umum & Adm | -1.676                      | .604       | -.947                     | -2.775 | .009 |

Perhitungan menggunakan analisis regresi linear berganda, menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 327060.432 + 0.027 X_1 - 1.676 X_2$$

Hasil persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan bahwa:

1. Koefisien regresi untuk variabel Beban Pemasaran dan Penjualan sebesar 0.027 dan variabel Beban Umum dan Administrasi sebesar -1.676.
2. Koefisien regresi untuk variabel Beban Pemasaran dan Penjualan bernilai positif sebesar 327060.432, yang berarti bahwa kenaikan 1% dari variabel Beban Pemasaran dan Penjualan maka akan menyebabkan *net income* cenderung mengalami kenaikan.
3. Koefisien regresi untuk variabel Beban Umum dan Administrasi bernilai negatif sebesar -1.676, yang berarti bahwa kenaikan 1% dari variabel Beban Umum dan Administrasi akan menyebabkan variabel *net income* cenderung mengalami penurunan.

### Pengaruh Beban Pemasaran dan Penjualan terhadap *Net Income*

Hasil perhitungan dan analisis pengaruh Beban Pemasaran dan Penjualan terhadap *Net Income* menggunakan uji t menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Semakin besar beban pemasaran dan

penjualan yang dikeluarkan perusahaan belum tentu diikuti oleh peningkatan *Net Income*. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan anggaran untuk beban pemasaran dan penjualan belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Beban Pemasaran dan Penjualan adalah sebesar 0,091, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.685 dengan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan (df) sebesar 36. Oleh karena itu, nilai  $0,091 < 1.685$  dan nilai signifikan sebesar  $0,928 > 0,05$ , sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima. Artinya, Beban Pemasaran dan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Net Income*.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan mengeluarkan beban pemasaran dan penjualan dalam jumlah tertentu, efektivitas strategi pemasaran dan penjualan yang dijalankan perlu dievaluasi. Kemungkinan besar, pengeluaran tersebut belum memberikan dampak langsung dalam meningkatkan laba bersih perusahaan, karena faktor lain seperti biaya produksi, efisiensi operasional, dan kondisi pasar turut mempengaruhi profitabilitas.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Simanjuntak et al., 2022) bahwa biaya pemasaran tidak berpengaruh terhadap laba bersih, namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Chasanah, 2024; Kurnia & Arismutia, 2025; Nurawaliah et al., 2020) yang menyatakan bahwa biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih.

### Pengaruh Beban Umum dan Administrasi terhadap *Net Income*

Hasil perhitungan uji t menunjukkan bahwa variabel Beban Umum dan Administrasi memiliki pengaruh signifikan terhadap *Net Income*. Nilai  $t_{hitung}$  yang diperoleh adalah sebesar -2.775, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1.685 dengan tingkat signifikansi  $0.009 < 0.05$ . Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-2.775 < 1.685$ ), sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa Beban Umum dan Administrasi memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *Net Income*. Artinya, semakin tinggi Beban Umum dan Administrasi yang dikeluarkan perusahaan, maka akan semakin menekan laba bersih yang dihasilkan perusahaan. Hal ini terjadi karena beban tersebut merupakan biaya operasional rutin yang tidak secara langsung menghasilkan pendapatan, namun tetap perlu dikeluarkan untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Chasanah, 2024; Kurnia & Arismutia, 2025; Nurawaliah et al., 2020; Simanjuntak et al., 2022) bahwa biaya Umum dan Administrasi berpengaruh negatif terhadap laba bersih.

#### **Pengaruh Beban Pemasaran dan Penjualan serta Beban Umum dan Administrasi Terhadap *Net Income***

Dengan menggunakan uji multikolinearitas, kedua variabel independen, yaitu Beban Pemasaran dan Penjualan serta Beban Umum dan Administrasi, menunjukkan adanya multikolinearitas yang cukup tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Tolerance* sebesar 0.037 dan VIF sebesar 26.830. Adanya multikolinearitas ini dapat mempengaruhi akurasi model regresi, sehingga interpretasi hasil harus dilakukan dengan lebih hati-hati.

Melalui hasil penelitian koefisien determinasi, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0.831 atau 83.1%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan sebagian besar variasi perubahan *Net Income*, yakni sebesar 83.1%. Sisa 16.9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Beban Pemasaran dan Penjualan serta Beban Umum dan Administrasi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap *Net Income* perusahaan.

Selanjutnya, hasil penelitian menggunakan uji F secara simultan menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap *Net Income*. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar

96.828 jauh lebih besar dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.26, dengan tingkat signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan Beban Pemasaran dan Penjualan serta Beban Umum dan Administrasi berpengaruh signifikan terhadap *Net Income*.

#### **D. PENUTUP**

Kesimpulan yang dapat diambil atas hasil analisis dan pengujian penelitian pengaruh Beban Pemasaran dan Penjualan, Beban Umum dan Administrasi terhadap *Net Income* PT Unilever Indonesia untuk periode tahun 2014 hingga 2023 adalah bahwa secara parsial, Beban Pemasaran dan Penjualan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Net Income* PT Unilever Indonesia untuk periode tahun 2014 hingga 2023.

Beban Umum dan Administrasi memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *Net Income* PT Unilever Indonesia untuk periode tahun 2014 hingga 2023. Setiap peningkatan pada Beban Umum dan Administrasi akan menurunkan *Net Income* perusahaan.

Secara simultan, Beban Pemasaran dan Penjualan serta Beban Umum dan Administrasi memiliki pengaruh signifikan terhadap *Net Income* PT Unilever Indonesia untuk periode tahun 2014 hingga 2023.

Pada kesimpulan penelitian ini, Beban Umum dan Administrasi terbukti memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *Net Income*, sementara Beban Pemasaran dan Penjualan tidak berpengaruh signifikan. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menggunakan variabel independen lain agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Net Income*.

Bagi manajemen perusahaan, khususnya dalam pengelolaan Beban Umum dan Administrasi, diharapkan agar lebih fokus pada efisiensi dan pengendalian biaya operasional yang tidak produktif untuk memaksimalkan profitabilitas perusahaan. Sementara itu, strategi pemasaran perlu dievaluasi secara berkala untuk memastikan

efektivitas penggunaan Beban Pemasaran dan Penjualan dalam meningkatkan pendapatan dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

Chasanah, N. I. (2024). Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih UMKM Kopikar Coffee di Kota Malang. *KOMPAK: Jurnal Ilmiah Komputer Akuntansi*, 17(2), 366–373. <https://doi.org/10.51903/kompak.v17i2.2142>

Ekasari, R. (2023). *Metodologi Penelitian*. Malang : AE Publishing.

Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *JIPH: Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.

Kurnia, C. O. P., & Arismutia, S. A. (2025). Pengaruh Biaya Produksi, Pemasaran, Administrasi Umum, dan Penjualan terhadap Laba Bersih Perusahaan Subsektor Farmasi di BEI (2016-2023). *ECo-Buss: Economy and Bussiness*, 7(3), 2210–2227. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2274>

Nurawaliah, S., Sutrisno, S., & Nurmilah, R. (2020). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih (CV. NJ Food Industries). *Jurnal Proaksi*, 7(2), 135–150. <https://doi.org/10.32534/jpk.v7i2.1284>

Sepurrohman, Y. (2023). Pengaruh Beban Operasional dan Pendapatan Terhadap Laba Bersih. *Competitive: Jurnal*

*Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 226–236. <https://doi.org/10.31000/competitive.v7i1.4797>

Simanjuntak, W. W., Harahap, D., & Matondang, Z. (2022). Pengaruh Biaya Pemasaran Dan Biaya Administrasi Umum Terhadap Laba Bersih PT. Astra Agro Lestari, Tbk. *PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 150–166. <https://doi.org/10.24952/profjes.v1i1.6420>