

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019–2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi terdiri dari enam perusahaan yang memenuhi kriteria purposive sampling. Data diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan di BEI. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) menggunakan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. (2) Biaya promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih. (3) Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. (4) Secara simultan, biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dengan nilai R^2 sebesar 0,970, menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 97% variasi laba bersih. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi perusahaan dalam mengoptimalkan strategi penjualan dan efisiensi biaya promosi untuk meningkatkan profitabilitas.

Kata kunci : biaya produksi, biaya promosi, penjualan, laba bersih, perusahaan kosmetik.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of production costs, promotion costs, and sales on net profit in cosmetic and household goods sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2019–2023 period. This study uses a quantitative approach with a population consisting of six companies that meet the purposive sampling criteria. Data were obtained from the company's financial statements published on the IDX. Data analysis was carried out using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS) using SmartPLS software. The results of the study show: (1) Production costs do not have a significant effect on net profit. (2) Promotion costs have a negative and significant effect on net profit. (3) Sales have a positive and significant effect on net profit. (4) Simultaneously, production costs, promotion costs, and sales have a significant effect on net profit with an R^2 value of 0.970, indicating that the three variables are able to explain 97% of the variation in net profit. These findings provide practical implications for companies in optimizing sales strategies and promotion cost efficiency to increase profitability.

Keywords: production costs, promotion costs, sales, net profit, cosmetic companies.