

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)

Yulianus Viki Antono¹, Hendrik Suhendri^{2*} dan Sri Andika Putri³

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Email: vikiantono132@gmail.com¹

Abstrak

Tujuan dari riset ini ialah untuk dapat mengetahui adanya pengaruh biaya produksi serta biaya promosi terhadap laba bersih pada PT NIC Tbk yang mana telah terdaftar di BEI periode 2014-2019. Adapun dalam riset ini menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan analisis regresi linier berganda. Adapun hasil yang ditemukan pada riset ini ialah pada variabel biaya produksi dapat memberikan sebuah pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih, yang mana dapat dibuktikan melalui nilai $t_{hitung} = 7,299$ (lebih besar dari $t_{tabel} = 2,447$) dan nilai signifikan = 0,000 (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis 1 dapat diterima, sedangkan pada variabel biaya promosi juga dapat memberikan sebuah pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih hal tersebut dapat dibuktikan melalui nilai $t_{hitung} = 5,881$ (lebih besar dari $t_{tabel} = 2,447$) dan nilai signifikan = 0,000 (lebih kecil dari 0,05), sehingga hipotesis 2 dapat diterima. Pengaruh variabel biaya produksi serta biaya promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap laba bersih PT NIC Tbk yang mana telah terdaftar di BEI periode 2014-2019 sebesar 20,8%.

Kata kunci : *Biaya Produksi Serta Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih*

The Effect Of Production Costs and Promotional Costs On Net Income (Study On Bread Company PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Listed On The Indonesia Stock Exchange For The 2014-2019 Period)

Abstract

The purpose of this research is to find out the influence of production costs and promotional costs on net income at PT NIC Tbk which has been listed on the IDX for the 2014-2019 period. Meanwhile, in this research, quantitative methods are used and multiple linear regression analysis is used. The results found in this research are that the production cost variable can have a significant effect on net income, which can be proven through the value of t count = 7.299 (greater than t table = 2.447) and significant value = 0.000 (smaller than t table = 2.447) 0.05), so that hypothesis 1 can be accepted, while the promotion cost variable can also have a significant effect on net income, it can be proven through the t count = 5.881 (greater than t table = 2.447) and the significant value = 0.000 (less than 0.05), so hypothesis 2 can be accepted. The variable influence of production costs and promotion costs has a significant influence on the net profit of PT NIC Tbk which has been listed on the IDX for the 2014-2019 period of 20.8%.

Keywords: *Production Costs and Promotional Costs on Net Profit*



Pendahuluan

Pada jaman sekarang ini, untuk tingkat persaingan pada setiap usaha sangat ketat dan hanya pada sebuah badan usaha yang mempunyai performa serta kinerja efektif dapat bisa bertahan. Dengan ada banyak usaha yang sama, begitu pula persaingannya sangat ketat dan membuat konsumen dapat memilih begitu banyak pilihan dari berbagai perusahaan yang sama, sehingga membuat konsumen menyaring pilihannya untuk mendapatkan pilihan yang diinginkan (Wisesa, 2014). Semua perusahaan mempunyai tujuan tetapi belum tentu tujuannya sama, untuk keseluruhan industri yang memiliki sebuah misi dimana untuk memaksimalkan pendapatan supaya dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan kedepannya dengan baik.

Laba merupakan suatu jumlah lebih yang diberikan oleh konsumen kepada pihak perusahaan yang telah menghasilkan barang atau jasa untuk jumlah yang telah dikeluarkan oleh perusahaan sebelumnya sehingga perusahaan dapat membeli kembali sumber daya alam dan menghasilkan barang dan jasa tersebut. Pendapatan bersih adalah selisih positif antara total pendapatan dan total biaya (Anggraini, D., & Nasution, 2013). Supaya perusahaan memperoleh laba yang besar tentu perusahaan menjual produknya lebih besar dari sebuah anggaran yang mana dikeluarkan oleh pihak industri.

Hal ini dapat membuat manajemen industri memaksa untuk selalu meningkatkan promosi dan strategi-strategi pemasaran dalam perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang telah ditentukan oleh perusahaan sebelumnya, sehingga mendapat tujuan utama perusahaana untuk memperoleh laba yang sangat tinggi. tentu tidak semudah itu untuk mendapatkan laba perusahaan, karena banyaknya persaingan dalam pemasaran untuk menarik hati pembeli, perusahaan mengharuskan menyiapkan strategi yang pas untuk menarik hati pembeli salah satunya dengan menggunakan promosi. promosi tentu memiliki fungsi yang sudah pasti digunakan, karena dengan adanya promosi sehingga perusahaan dapat memperkenalkan produknya (Wisesa, 2014).

Promosi ini dikatakan penting dalam perusahaan karena tanpa adanya promosi tentu masyarakat tidak mengetahui apa yang perusahaan produksi. Dengan adanya promosi tentu masyarakat luas tau apa yang perusahaan produksi. Promosi tidak terikat dengan satu cara yang tepat, tergantung kreatif perusahaan untuk menyiapkan atau menyampaikan promosi tepat sasaran. Itu tergantung efektifitas dan efisiensi perusahaan itu sendiri. Besarnya biaya promosi dalam perusahaan tentu untuk menyampaikan hasil produk yang telah diproduksi (Taopik, 2016). Jadi Biaya promosi adalah cara perusahaan atau teknik perusahaan untuk menyampaikan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan, bisa melalui papan nama, pers, poster, radio, televisi, media sosial dan lain-lain, tentu memiliki tujuan yaitu supaya dapat menarik hati pelanggan pada produk yang telah dihasilkan perusahaan (Widnyana, 2014).

Adapun sebuah maksud serta tujuan yang paling dominan dibuat oleh pihak industri ialah kegiatan promosi oleh perusahaan yang paling mendasar yaitu untuk dapat menarik pelanggan sehingga dapat meningkatkan penjualan tetapi kegiatan promosi itu harus sejalan dengan kegiatan pemasaran, karena itu salah satu unsur untuk mendapatkan laba perusahaan. (Rustami *et. al*, 2014) yang menyatakan bahwa biaya itu salah satu informasi yang sangat penting untuk menjabarkan trik atau strategi dalam perusahaan, karena masalah yang sering ada dalam perusahaan merupakan masalah dalam perencanaan biaya kurang efektif yang tidak sesuai dengan peristiwa yang sebenarnya. Hal ini untuk mewajibkan perusahaan untuk memahami keadaan pasar terlebih dahulu untuk menentukan biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan, supaya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat menggunakan dengan efektif dan seefisien mungkin (Wisesa, 2014).

Disisi lain sebuah aktifitas dalam promosi belum tentu ada sebuah anggaran yang sama tidak terlepas dari sebuah keperluan dengan tujuan untuk meningkat besar kecilnya suatu laba

yaitu biaya produksi. Biaya produksi sebagai dasar supaya dapat memberikan pengamanan kepada perusahaan dari kerugian, karena kerugian tidak dapat membuat pertumbuhan di suatu perusahaan dan kemungkinan perusahaan itu tidak dapat melanjutkan lagi bisnisnya (Suhandi *et. al*, 2013). Supaya dapat menghindari dari kerugian di suatu perusahaan tentunya perusahaan tersebut akan berusaha supaya pendapatannya dapat menutupi biaya produksi. Biaya dan pendapatan suatu aspek yang paling mendasar disuatu perusahaan baik perusahaan dibidang jasa maupun perusahaan manufaktur, yang akan selalu memperhitungkan seefisien mungkin, karena kalau sampai salah memperhitungkan biaya produksi, hal itu dapat mengakibatkan penurunan pendapatan suatu perusahaan yang diterima dan penggunaan bahan baku yang berkualitas yang baik akan pasti mendapatkan produk yang baik pula (Prihandoko, 2016).

Produksi adalah kegiatan perusahaan yang melakukan merubah bahan baku yang akan siap menjadi barang siap dijual dengan menggunakan tenaga kerja dan fasilitas produk lainnya. Hal itu dapat dibayangkan bahwa biaya produksi mulai dari penyiapan bahan baku sampai akhirnya melakukan kegiatan produksi sehingga menjadi barang siap untuk dijual. Biaya produksi juga sebagai patok untuk besar kecilnya harga jual produk yang akan dijual karena hal itu dapat mempengaruhi besarnya laba yang akan diterima (Djamalu, 2013). Konsep produksi itu sangat penting karena untuk memperoleh laba yang maksimal bagi perusahaan, Karena konsumen sangat menyukai produk-produk yang diproduksi perusahaan berada dimana-mana dan harganya pun terjangkau oleh mereka. oleh karena itu manajer fokus pada produk dan memusatkan perhatian konsumen pada pencapaian efisiensi produk yang tinggi, dan biaya produksi yang rendah. jadi perusahaan mengasumsi bahwa konsumen menyukai ketersediaan produk itu berada dimana-mana, dan harganya murah atau harga yang terjangkau oleh mereka.

Metode Penelitian

Pada riset ini dilakukan di DEI, yang mana disebabkan karena pada BEI merupakan salah satu tempat melakukan aktivitas dalam proses jual beli saham pada setiap industri. Adapun data yang digunakan dalam riset ini ialah data sekunder yang mana dalam bentuk laporan keuangan pada periode 2014-2019 yang melalui sebuah situs dengan alamat www.idx.co.id. Analisa data yang digunakan dalam riset ini ialah menggunakan analisa regresi linier berganda serta pengujian hipotesisi.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Deskriptif

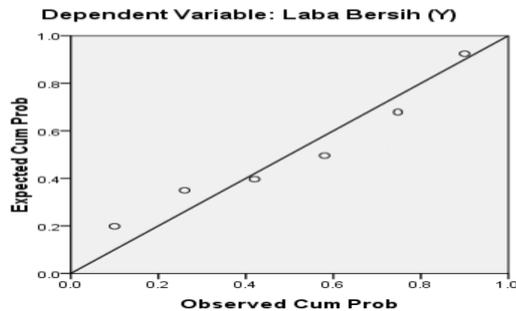
Table 1. Uji Deskriptif

Variabel	N	Minimum (Rp)	Maximum (Rp)	Mean (Rp)
Biaya Produksi (X1)	6	978.609.684.902	1.488.017.779.006	1.194.572.796.172,50
Biaya Promosi (X2)	6	16.426.422.775	57.563.882.751	31.332.192.296,50
Laba Bersih (Y)	6	127.171.436.363	279.777.368.831	206.336.405.011,50

Berdasarkan tabel 4.2 membuktikan bahwa nilai *mean* biaya produksi (X1) sebesar Rp 1.194.572.796.172,50 artinya rata-rata biaya produksi per tahun sangat tinggi. *Mean* biaya promosi (X2) sebesar Rp. 31.332.192.296,50 artinya rata-rata biaya promosi per tahun cukup tinggi dan *mean* laba bersih (Y) sebesar Rp.206.336.405.011,50 artinya PT Nippon Indosari Corpindo Tbk memiliki keuntungan yang tinggi.

2. Uji Asumsi Klasik
a. Uji Asumsi Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1

Hasil Uji Normalitas dengan Koefisien Kurtosis

Sebagaimana pada hasil pengujian normalitas dengan menggunakan pengujian koefisien kurtosis dan dapat dinyatakan bahwa gambar tersebut sama sekali tidak meruncing pendek serta tinggi, oleh karena itu dengan kesimpulannya ialah data dinyatakan normal.

b. Uji Asumsi Multikolinieritas

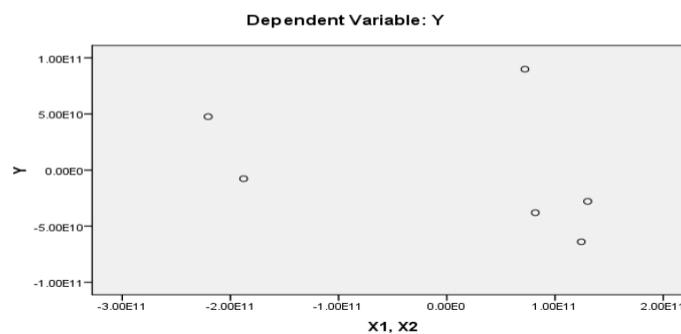
Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
(X1)	0,752	1,329	Tidak terjadi gejala Multikolinieritas
(X2)	0,752	1,329	Tidak terjadi gejala Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa variabel biaya produksi (X1) dan variabel biaya promosi (X2) tidak terjadi gejala multikolinieritas dengan ditunjukkan nilai *tolerance* besar dari 0,1 dan VIF kurang dari 10,000, yang berarti data tidak didapatkan gejala gangguan dari masing-masing variabel independen

c. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Scatterplot



Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas

Sebagaimana hasil analisa yang terdapat pada diagram tersebut, sehingga dapat dinyatakan bahwa pada penyebaran titik-titik dapat menyebar serta mengikuti garis diagonal serta dapat membentuk pola yang sangat jelas, sehingga dengan kesimpulannya ialah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada riset ini.

d. Uji Asumsi Autokorelasi

Tabel 3
Hasil Uji Autokorelasi

Model	<i>Durbin-Watson</i>
1	1,880

Sebagaimana pada hasil analisa pada tabel tersebut, sehingga dapat dinyatakan bahwa pada nilai DW mempunyai nilai sebesar 1,880 yang mana pada nilai (d) terletak pada -4 serta 4, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadinya gejala autokorelasi pada riset ini.

3. Analisis Regresi

Tabel 4
Hasil Uji Linier Berganda

Variabel	B Unstandardized Coefficients	Keterangan
Constant	2716	Positif
(X ₁)	3051	Positif
(X ₂)	1135	Positif

Sebagaimana ditemukan hasil analisa pada tabel tersebut, maka sebuah persamaan regresi yang akan digunakan dalam riset ini ialah :

$$Y : a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y : 2,716 + 3,051 X_1 + 1,135 X_2 + e$$

Sebagaimana pada hasil persamaan regresi dapat diartikan bahwa, untuk nilai variabel laba bersih sebesar nilai konstanta yaitu 2,716, jika nilai variabel X₁ bertambah 3,051 dan X₂ bertambah sebesar 1,135, maka nilai pengaruh total sebesar 6,902, sehingga dalam menginterpretasi sebagai berikut :

- Y = Pada variabel dependen akan diprediksi oleh variabel dependen, sehingga hasil dapat dinyatakan sebagai berikut :
- X₁ = Pada koefisien regresi yang terdapat pada variabel biaya produksi dapat memberikan sebuah pengaruh yang secara signifikan terhadap laba bersih, yang mana dapat dibuktikan berdasarkan dengan nilai sebesar 3,051
- X₂ = Pada koefisien regresi yang terdapat pada variabel biaya promosi dapat memberikan sebuah pengaruh yang secara signifikan terhadap laba bersih, yang mana dapat dibuktikan berdasarkan dengan nilai sebesar 1,135

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Tabel 5
Hasil Analisis Uji (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig t
Biaya produksi (X_1)	7,299	2,447	0,000
Biaya promosi (X_2)	5,881	2,447	0,000

Sebagai mana pada hasil analisa yang yang ditemukan pada tabel tersebut, sehingga dapat dinyatakan bahwa :

- Pada variabel biaya produksi dapat memberikan sebuah pengaruh yang secara signifikan terhadap laba bersih di PT NIC Tbk dengan $t_{hitung} = 7,299 > t_{tabel} = 2,447$) serta tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan hipotesis H_1 diterima.
- Pada variabel biaya promosi dapat memberikan sebuah pengaruh yang secara signifikan terhadap laba bersih di PT NIC Tbk dengan $t_{hitung} = 5,881 > t_{tabel} = 2,447$) serta tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dinyatakan hipotesis H_2 diterima.

b. Uji F

Tabel 6
Uji Kelayakan Model (Uji F)

Variabel	F hitung	F tabel	Sig F
Biaya produksi (X_1)	6,014	5,140	0,003
Biaya promosi (X_2)			

Sebagai mana pada hasil analisa yang yang ditemukan pada tabel tersebut, sehingga dapat dinyatakan bahwa pada nilai $F_{hitung} = 6,014 > F_{tabel} = 5,140$ serta pada tingkat signifikan ($0,003 < 0,05$) yang artinya bahwa variabel biaya produksi serta biaya promosi dapat memebrikan sebuah pengaruh yang secara bersama-sama terhadap laba berish di PT NIC Tbk, oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa hipotesis H_3 diterima.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	<i>R Square</i>
1	0,792

Sebagai mana pada hasil analisa yang yang ditemukan pada tabel tersebut, sehingga dapat dinyatakan bahwa pada nilai r square mempunyai nilai sebesar 0,792 atau sebesar (79,2%), yang berarti bahwa pada vasiabel idependen dapat memberikan pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 79,2%, sedangkan yang sisanya 20,8% dapat dipengaruhi yang bukan pada riset ini.

Pembahasan

Sebagaimana pada hasi analisa tersebut, sehingga pada hasil pembahasan ini dapat menyatakan bahwa pada variabel X_1 dapat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y pada PT NIC Tbk, yang mana hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan pada hasil perhitungan nilai $t_{hitung} = 7,299$, nilai signifikan = 0,000 dan nilai koefisien regresi sebesar 3,051, sehingga hipotesis 1 dapat diterima, artinya semakin tinggi biaya produksi akan meningkatkan laba bersih. Biaya produksi berperan penting terhadap operasional perusahaan, semakin tinggi kegiatan produksi maka semakin banyak juga produk yang dihasilkan sehingga mendukung peningkatan laba bersih. Pada dasarnya biaya produksi dapat dinyatakan bahwa jumlah anggrana yang dapat dikeluarkan oleh pihak industri yang mana berupa jasa serta barang dengan tujuan untuk melakukan pengadaan sebuah bahan produksi (Muzakki, M. R., & Darsono, 2015).

Dari hasil riset ini dapat membuktikan bahwa anggaran dalam mempromosikan dapat memberikan pengaruh yang secara signifikan pada tingkat pertumbuhan laba pada PT NIC Tbk, yang mana hal tersebut dapat dibuktikan berdasarkan pada nilai $t_{hitung} = 5,881$, nilai signifikan = 0,000 dan nilai koefisien regresi sebesar 1,135, sehingga hipotesis 2 dapat diterima, artinya biaya promosi yang tinggi akan mendukung meningkatkan laba bersih. Biaya promosi berperan penting untuk memberi informasi kepada konsumen tentang produk, semakin tinggi kegiatan promosi akan meningkatkan jumlah penjualan sehingga mendukung peningkatan laba bersih.

(Mulyadi, 2011) tujuan dilakukan promosi yaitu untuk menyebarluaskan informasi barang atau jasa perusahaan kepada pasar, untuk mendapatkan konsumen baru dan menjaga kesetiaan konsumen untuk membeli dan menggunakan, untuk meningkatkan penjualan sehingga pendapatan perusahaan akan meningkat, untuk membedakan dan mengunggulkan produk perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing, untuk membentuk citra produk dan juga nama perusahaan dimata konsumen, serta untuk mengubah tingkah laku dan pendapat konsumen terhadap produk (Mulyadi, 2011) menyatakan bahwa anggaran pada sebuah promosi yang dapat dinyatakan bahwa anggaran dengan sejumlah pengorbanan yang mana akan dikeluarkan oleh pihak industri dengan tujuan untuk dapat melaksanakan aktivitas sebuah pemasaran dengan tujuan demi melangsungkan perkembangan pada industri tersebut.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan (bersama-sama) pada variabel biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk dengan $F_{hitung} = 6,014$ dan nilai signifikan 0,003 atau berpengaruh sebesar 79,2%, sehingga hipotesis 3 dapat diterima, artinya semakin tinggi biaya produksi dan kegiatan promosi yang tinggi mampu mendukung peningkatan laba bersih. Hal ini berarti semakin tinggi jumlah kegiatan produksi maka meningkatkan kegiatan promosi dalam menjual produk sehingga akan meningkatkan laba bersih. Hasil riset ini sesuai dengan penelitian (Rustami, P., Kirya, I. K., & Cipta, 2014) membuktikan bahwa ada pengaruh secara simultan dari biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba, artinya peningkatan biaya produksi dan tingginya kegiatan promosi akan meningkatkan penjualan sehingga mendukung peningkatan laba usaha. Biaya produksi sebagai biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan produksi produk, semakin tinggi jumlah produksi maka produk yang dijual akan semakin banyak yang berperan penting terhadap peningkatan pendapatan. Sedangkan biaya produksi perlu dikeluarkan perusahaan untuk memberi informasi produk yang sudah di produksi kepada konsumen.

Kesimpulan

Sebagaimana pada hasil analisa yang yang ditemukan pada tabel tersebut, sehingga dapat dinyatakan bahwa:

1. Pada hasil riset ini dapat dinyatakan bahwa pada variabel biaya produksi dapat berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk dengan $t_{hitung} = 7,299$ dan nilai signifikan = 0,000, sehingga hipotesis 1 dapat diterima, artinya semakin tinggi biaya produksi akan meningkatkan laba bersih. Biaya produksi berperan penting terhadap operasional perusahaan, semakin tinggi kegiatan produksi maka semakin banyak juga produk yang dihasilkan sehingga mendukung peningkatan laba bersih.
2. Pada hasil riset ini dapat dinyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk dengan $t_{hitung} = 5,881$ dan nilai signifikan = 0,000, sehingga hipotesis 2 dapat diterima, artinya biaya promosi yang tinggi akan mendukung meningkatkan laba bersih. Biaya promosi berperan penting untuk

memberi informasi kepada konsumen tentang produk, semakin tinggi kegiatan promosi akan meningkatkan jumlah penjualan sehingga mendukung peningkatan laba bersih.

3. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk dengan $F_{hitung} = 6,014$ dan nilai signifikan 0,003 atau berpengaruh sebesar 79,1%, sehingga hipotesis 3 dapat diterima, artinya semakin tinggi biaya produksi dan kegiatan promosi yang tinggi mampu mendukung peningkatan laba bersih.

Daftar Pustaka

- Anggraini, D., & Nasution, S. H. (2013). Peranan kredit usaha rakyat (KUR) bagi pengembangan UMKM di Kota Medan (studi kasus Bank BRI). *Ekonomi Dan Keuangan*, 1(3).
- Djamalu, N. (2013). Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. *Skripsi*, 1(92140905).
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 1(5), 128–137.
- Muzakki, M. R., & Darsono, D. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Capital Intensity Terhadap Penghindaran Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(3), 445–452.
- Prihandoko, W. (2016). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Laba (studi kasus pada industri tahu di kecamatan bantul). (*Doctoral Dissertation, Universitas PGRI Yogyakarta*).
- Rustami, P., Kirya, I. K., & Cipta, W. (2014). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(3).
- Widnyana, I. W. (2014). Pengaruh ROA Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada PT. Persada Raya Motion Kuta Badung). *Jurnal Ilmu Manajemen (JUIMA)*, 4(2).
- Wisasa, P. (2014). RANCANGAN 5S PADA GUDANG MINYAK GORENG DISTRIBUTOR PT. GADING PURI PERKASA. *CALYPTRA*, 2(2), 1–16.