

**ANALISIS BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PEMASARAN DALAM
MENENTUKAN LABA BERSIH**

(Studi Kasus Home Industri Kerupuk Singkong Hr Di Kota Batu)

SKRIPSI



Oleh :

JHONSON AMA

2019110058

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

MALANG

2023

RINGKASAN

Untuk mengetahui laba bersih pada usaha rumahan kerupuk singkong HR, penelitian ini mencoba memahami cara menghitung biaya produksi dan biaya pemasaran. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan data kegiatan operasional usaha khususnya yang berkaitan dengan biaya produksi, biaya pemasaran, dan laba bersih yang lazim dilakukan pada Industri Rumah Tangga Kerupuk Singkong. Laba bersih yang diperoleh Home Industry HR Kerupuk Singkong periode 2021–2022, penulis simpulkan mengalami peningkatan yang sangat signifikan berdasarkan temuan penelitian. Laba bersih dihitung dengan menggunakan rumus Laba Bersih yaitu dikurangi biaya produksi dan biaya pemasaran dari total pendapatan: $\text{Pendapatan Total} - (\text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Pemasaran})$ Analisis Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran untuk Menghitung Laba Bersih Industri Rumah Tangga Kerupuk Singkong . Setelah dikurangi total biaya sebesar Rp 272.004.000 dari dua komponen yaitu: total biaya produksi sebesar Rp 260.004.000 dan total biaya operasional sebesar Rp 12.000.000, maka HR memperoleh total laba bersih sebesar Rp 659.996.000 dari penjumlahan total pendapatan sebesar Rp 932.000.000.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Laba Bersih.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat akibat meningkatnya persaingan perusahaan. Di pasar dimana persaingan semakin meningkat, bisnis harus mengelola operasi mereka dengan lebih efektif. Perusahaan yang mampu bertahan adalah perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, terutama perusahaan yang bergerak di sektor dimana terdapat banyak perusahaan pesaing. Kondisi produksi harus dikaji secara cermat agar mempunyai pengaruh yang besar, termasuk biaya tenaga kerja, biaya produksi, bahkan kegiatan pemasaran, yang merupakan tugas utama yang dilakukan pelaku usaha dalam melaksanakan produksinya. Mengingat keadaan tersebut, mungkin ada lebih banyak peluang untuk memberikan dampak pada perusahaan dalam tingkat persaingan yang sehat. Sikap kompetensi tentu saja menentukan berhasil atau gagalnya suatu perusahaan. Dalam upayanya menjaga kelangsungan usaha, membangun usahanya, dan meningkatkan pendapatannya, para wirausahawan melakukan kegiatan pemasaran sebagai salah satu kegiatan utamanya. Selain itu, pengintegrasian tugas-tugas ini diperlukan untuk memastikan tidak ada masalah dan operasional perusahaan berjalan tanpa hambatan. Meningkatkan fokus pada inisiatif retensi klien adalah tujuan pemasaran lainnya; mendapatkan konsumen baru mungkin lima kali lebih mahal dibandingkan mempertahankan konsumen saat ini.

Peranan kualitas produk sangat penting karena mempengaruhi baik jumlah kualitas produk yang mempengaruhi sikap pelanggan untuk memperoleh suatu produk maupun jumlah pembeli yang secara otomatis diharapkan meningkat dengan kualitas yang baik, baik barang yang dibuat sesuai pesanan maupun barang yang diproduksi terus menerus. Untuk mencapai keuntungan yang dibutuhkan, bisnis memerlukan biaya pemasaran yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk kepada klien atau mendorong penjualan yang lebih tinggi. Perusahaan harus siap berkompetisi dalam meningkatkan kualitas output mereka; mereka akan segera digantikan oleh bisnis lain yang serupa dengan mereka, jika mereka tidak memiliki kemampuan yang berkualitas. Besarnya pendapatan yang diperoleh menurun akibat pengelolaan biaya produksi yang kurang baik. Sementara menggunakan bahan baku berkualitas tinggi akan menghasilkan produk yang baik, biaya bahan tersebut akan meningkat, mengurangi jumlah keuntungan yang mungkin diharapkan.

Bergantung pada jenis bisnis yang dilakukan perusahaan, ukurannya, dan prosedur operasionalnya, biaya pemasaran memainkan berbagai peran dalam operasi sehari-hari. Meningkatkan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan pendapatan berkelanjutan di waktu mendatang dan menambah nilai bisnis adalah dua contohnya. Tujuan pemasaran adalah untuk lebih menekankan operasi retensi klien, karena mendapatkan konsumen baru mungkin lima kali lebih mahal secara memadai. (Kotler dan Keller 2016).

Besarnya keuntungan atau kelebihan penerimaan dari kegiatan perdagangan dalam jangka waktu tertentu yang telah dikurangi dengan beban pajak penghasilan disebut dengan laba bersih. Menurut (Warren et al., 2016) Keuntungan adalah jumlah yang tersisa setelah semua dikurangkan dari harga yang dibayarkan oleh pelanggan untuk barang atau jasa tersebut. Pertumbuhan dan peningkatan pendapatan suatu perusahaan dapat digunakan untuk mengukur keberhasilannya karena dengan laba yang lebih tinggi, perusahaan akan lebih mampu untuk terus beroperasi. Bisnis harus mampu membuat rencana keuntungan yang baik jika ingin mencapai pendapatan yang diantisipasi. Menurut (Dewi et al., 2017) Suatu perusahaan akan memperoleh laba bersih jika total pendapatannya melebihi biayanya; sebaliknya, kerugian akan terjadi jika pendapatannya lebih rendah dibandingkan biayanya. Artinya, biaya suatu perusahaan berdampak pada apakah ia memperoleh laba yang tinggi atau laba yang rendah; biaya-biaya tersebut disebabkan oleh adanya kegiatan produksi yang akan berdampak pada pendapatan perusahaan. Pengeluaran ini terdiri dari biaya pemasaran dan produksi. Sedangkan jika pendapatan melebihi pengeluaran, Carl S. Warren dkk (2017:17) menyatakan bahwa surplus tersebut disebut dengan pendapatan bersih (net income) (dikenal juga dengan istilah laba bersih).

Dari latar belakang informasi yang diberikan di atas dapat disimpulkan bahwa biaya atau modal utama yang telah disiapkan dan dibutuhkan saat memulai usaha adalah Biaya Produksi. Seperti halnya biaya pemasaran, jelas membutuhkan biaya untuk menjual suatu produk. Sedangkan Laba Bersih adalah jumlah keuntungan atau kelebihan pendapatan dari hasil usaha operasi perdagangan selama satu periode setelah dikurangi biaya, pengeluaran, dan pajak dari hasil tersebut.

Home Industri Kerupuk Singkong HR merupakan Perusahaan memproduksi dan menjual kerupuk singkong. Dalam usaha ini Home Industri kerupuk singkong HR sudah memproduksi dua macam jenis kerupuk singkong, yaitu : kerupuk original dan kerupuk pedas. Adapun konsumen yang ingin membeli produk tersebut akan datang langsung ketempat perusahaan yang beralamat di jln.hasanudin no 156. Pada garis besar, Home Industri kerupuk singkong tersebut harus berusaha

untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Biaya produksi yang diperlukan dalam pembuatan kerupuk singkong yaitu, Biaya Peralatan, Biaya Bahan Baku, Biaya Bahan Mentah, dan Biaya Tenaga Kerja.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Dalam Menentukan Laba Bersih Home Industri Kerupuk Singkong HR”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan konteks di atas, permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana menghitung Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran dalam Menentukan Laba bersih usaha Home Industri kerupuk singkong HR.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Tujuan Umum

Untuk mengetahui cara menghitung biaya produksi dan biaya pemasaran dalam menghitung laba bersih industri rumahan kerupuk singkong.

2. Tujuan Khusus

Untuk mempelajari bagaimana biaya produksi dan pemasaran dihitung untuk mendapatkan laba bersih.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga aspek yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan menawarkan referensi yang dapat dikonsultasikan untuk studi selanjutnya. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman kita tentang bagaimana perhitungan biaya produksi dan biaya pemasaran untuk mendapatkan laba bersih SDM Industri Rumah Tangga Kerupuk Singkong Kota Batu tahun ini.

2. Manfaat Akademis

Merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1. Temuan ini dapat membantu kemajuan ekonomi, khususnya di bidang akuntansi. dapat memberikan tambahan wawasan bagi penulis dan pembaca bagaimana menghitung biaya produksi dan biaya pemasaran untuk menentukan laba bersih di Kota Batu, HR Industri Kerupuk Singkong.

3. Manfaat Praktisi

a. Bagi peneliti

Dapat meningkatkan pengetahuan tentang masalah laba bersih, pemasaran, dan biaya produksi. kesadaran akan biaya yang terkait dengan produksi dan pemasaran disediakan.

b. Bagi Pembaca dan Universitas

Hal ini diyakini akan menjadi narasumber bagi para junior yang pada tahun mendatang akan berada pada tahap penyusunan skripsi. Memberikan informasi kepada pembaca mengenai dampak biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap bisnis. Berikan kontribusi penelitian akuntansi universitas dan berfungsi sebagai referensi di masa mendatang. Berkontribusi ke perpustakaan universitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprida Kristianti (2021) Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsurya.
<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jima/article/view/26/27>
- Amartha, (2023). Ilustrasi menghitung laba bersih. sumber: www.freepik.com
- Gita Ramadhani dan Ratih Anggraini Siregar, 2023 Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi file:///C:/Users/Acer%20Black/Downloads/PROFIT_Akuntansi_Analisis+Biaya+Produksi+Dalam+Menunjang+hal+107-113.pdf
- Henry Simamora. 2013. Pengantar Akuntansi II. Jakarta: Bumi Akrasa.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, W., & Permana, D. B. (2017). Akuntansi Biaya Dalam Perspektif Manajerial. PT Raja Grafindo Persada.
- Lukman Hidayat & Suhandi Salim (2013), Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan. <file:///C:/Users/Acer%20Black/Downloads/263-Article%20Text-710-1-10-20200224.pdf>
- Mulyadi.2012., 2012;14,. Akuntansi Biaya, Edisi lima. Universitas Gajah Mada.
- Mulyadi. 2015. Akuntansi Biaya Edisi ke 5. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu. Manajemen YKPN.
- Mulyadi. (2016). Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Mulyadi. 2016. Sistem Akuntansi. Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- Nurul Annisa (2019) , Analisis Biaya Produksi Dan Profitabilitas Pada Pt.Maruki Internasional Indonesia, https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8768-Full_Text.pdf
- Purwaji, A., & Wibowo, M. S. (2017). Akuntansi Biaya, Edisi ke 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (edisi 26). Bandung: Alfabeta
- Warren, et al. (2016). Pengantar Akuntansi. Salemba Empat.
- Zamzami. (2016). Pengantar Akuntansi 1, Edisi ke 1. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.