

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP LABA  
BERSIH PADA CV. BERKAH JAYA GENERAL SUPPLIER SNACK FOOD**

**Yaya Suharya**

Universitas Muhammadiyah Sukabumi  
suharyayaya8@gmail.com

**Sutrisno**

Universitas Muhammadiyah Sukabumi  
Sutrisnosuhadi@yahoo.co.id

**Risma Nurmilah**

Universitas Muhammadiyah Sukabumi  
risma@ummi.ac.id

**ABSTRACT**

*In addition to providing goods and services, the company aims to obtain maximum profit. As a provider of goods, the fulfillment of better product quality and competitive prices is a challenge for the company. However, this was accompanied by high production costs. Thus, companies are required to be able to reduce production costs which consist of raw material costs, direct labor wages and factory overhead. The above phenomenon inspires the author to examine "The Effect of Production Costs on Company Profits" with multiple linear regression analysis. The purpose of this study was to determine the effect of production costs on company profits CV Berkah Jaya General Supplier snack food. The regression analysis shows that simultaneously, raw material costs, direct labor wages and factory overheads have a negative effect on company profits. The higher the production cost, the lower the profit the company gets. The variable that most strongly affects company profits is the cost of raw materials.*

**Keywords:** *Raw Material Costs, Direct Labor Wages, Profit.*

**ABSTRAK**

Selain untuk menyediakan barang dan jasa, perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba yang maksimal. Sebagai penyedia barang, Pemenuhan kualitas produk yang lebih baik maupun harga yang bersaing merupakan tantangan tersendiri bagi perusahaan. Namun yang tersebut dibarengi dengan tingginya biaya produksi. Sehingga, perusahaan dituntut untuk dapat menekan biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik. Fenomena di atas menginspirasi penulis untuk meneliti "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan" dengan analisis regresi

linier berganda. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food. Analisis regresi memberikan hasil bahwa secara simultan, biaya bahan baku, upah tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik berpengaruh terhadap laba perusahaan dengan pengaruh yang negatif. Semakin tinggi biaya produksi maka semakin rendah laba yang diperoleh perusahaan tersebut. Variabel yang paling kuat mempengaruhi laba perusahaan adalah biaya bahan baku.

**Kata kunci:** Biaya bahan baku, Upah Tenaga Kerja langsung dan Laba.

## **PENDAHULUAN**

Program penjualan produk atau jasa suatu perusahaan merupakan persyaratan yang sangat penting untuk mendapatkan persaingan dalam dunia usaha yang semakin pesat perkembangannya. Banyak pengusaha yang mempertimbangkan program penjualan sebagai alat ukur demi mempertahankan usahanya, karena dengan tingkat penjualan yang tinggi merupakan hal yang sangat diinginkan oleh setiap perusahaan. Setiap perusahaan dengan tingginya tingkat penjualan yang dihasilkan diharapkan laba yang diperoleh juga meningkat (Kotler dan Keller 2016) berpendapat bahwa suatu organisasi harus melakukan upaya penjualan dan promosi secara terus-menerus. Konsep ini melambangkan bahwa pelanggan menunjukkan ketidaksukaan terhadap barang yang diproduksi, karena hal itu perusahaan harus bisa melakukan upaya – upaya supaya pembeli makin banyak. Perusahaan merupakan suatu unit kegiatan yang mengubah sumber ekonomi menjadi nilai guna berupa barang dan jasa dengan

tujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar – besarnya dan tujuan lainnya, usaha tiktak ini merupakan usaha perorangan karena usaha ini dimiliki, dikelola dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua resiko dalam aktivitas perusahaan. Pada jaman era sekarang ini dengan banyaknya pesaing – pesaing perusahaan yang sejenis, perusahaan harus mampu mengeluarkan bermacam – macam strategi untuk mengantisipasi pesaing baru maupun pesaing lama. Strategi yang dituangkan harus benar – benar matang terhadap tingkat penjualan, perusahaan harus benar – benar matang pemikirannya terhadap hal ini. Terkait dengan strategi untuk memperoleh pelanggan lebih banyak, perusahaan harus memperhitungkan yaitu varian rasa, kecukupan makanan yang tersaji harga serta pelanggan tentunya. Beberapa hal ini yang diharapkan akan membuat konsumen setia melakukan pembelian yang berulang. Peranan kualitas produk menjadi hal yang sangat penting

*Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food*

karena dengan kuantitas yang baik otomatis pembeli juga diharapkan meningkat serta banyaknya produk – produk yang berkualitas sehingga mempengaruhi sikap konsumen dalam pembelian suatu produk, baik produk yang dibuat berdasarkan pesanan maupun produk yang dibuat secara terus menerus. Barang yang diproduksi tentunya akan dinilai oleh konsumen. Penilaian konsumen biasanya dilihat dari daya tahan atau kekuatan barang, wujud atau model barang serta fungsi barang apabila konsumen hendak membeli barang tersebut. Dalam hal ini perusahaan harus mengeluarkan produk yang berkualitas karena hal inilah yang nantinya akan mendapatkan timbal balik dari pelanggan, dengan kepuasan pelanggan diharapkan nantinya akan melakukan pembelian yang berulang, dengan begitu tingkat penjualan akan menambah dan produk yang diproduksi akan laris dipasaran. Perusahaan dituntut melakukan berbagai tindakan antisipasi guna mengurangi ketidakstabilan kondisi keuangan perusahaan dan tetap mempertahankan kegiatan operasional perusahaan, dengan sedemikian cara, diantaranya yaitu menyediakan barang dan jasa sesuai dengan selera masyarakat. Produk yang telah diterima serta dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat, maka perusahaan akan melakukan peningkatan penjualan.

Menjadi hal yang sangat penting untuk memperhatikan kondisi suatu produksi yang meliputi biaya produksi dan upah bahkan kegiatan pemasaran yang merupakan kunci pokok aktivitas perusahaan dalam menjalankan produksinya, dalam hal ini bisa meningkatkan peluang yang dapat memberikan pengaruh bagi perusahaan dalam kondisi persaingan, sehingga mampu memberikan dampak yang positif tentunya bagi perusahaan. Kegiatan pemasaran merupakan komponen yang sangat penting dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang serta mendapatkan laba, berhasil atau tidaknya dalam mencapai usaha tentunya tergantung pada sikap keahlian didalam bidang pemasaran, produksi dan keuangan maupun bidang lainnya. Selain itu juga tergantung untuk mengkombinasikan fungsi – fungsi tersebut agar perusahaan tidak ada kendala sehingga perusahaan berjalan dengan lancar. Tujuan lainnya dari pemasaran adalah menempatkan penekanan yang lebih besar pada kegiatan mempertahankan pelanggan, menarik pelanggan baru mungkin memerlukan biaya lima kali lipat lebih besar daripada melakukan pekerjaan yang cukup baik untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, (Kotler dan Keller 2016).

Pemasaran yang diharapkan perusahaan akan mampu memikat pelanggan lebih banyak, serta dalam hal ini perusahaan harus benar – benar mampu bersaing serta promosi harus terus menerus dilakukan demi untuk meningkatkan laba. Karena dengan pemasaran yang laku dipasaran kegiatan produksipun nantinya akan ditambahkan oleh perusahaan. Perusahaan harus benar – benar biasa memikat pelanggan baru dan harus biasa mempertahankan pelanggan lama guna untuk melakukan pembelian selanjutnya, dengan adanya pelanggan diharapkan nantinya akan mempermudah perusahaan melakukan pemasaran. Dalam kondisi saat ini banyaknya usaha – usaha baru tentunya akan menimbulkan dampak kegiatan negatif bagi pengusaha dikabupaten sukabumi apalagi dalam usaha makanan ringan, hal ini akan menimbulkan dampak dari kenaikan biaya – biaya selama proses produksi dan biaya distribusi, karena pada unsur produksi ini terdiri dari bahan – bahan baku makanan yang mudah sekali mengalami kenaikan. Kondisi ini akan bertolak belakang pada teori yang dikemukakan oleh Sukirno bahwasannya pengusaha akan memperoleh keuntungan maksimum dengan minimnya biaya produksi. Perusahaan dipaksa berhadapan dengan banyak pesaing – pesaing yang sejenis, hal tersebut diharuskan perusahaan untuk memilih bahan baku yang rendah

dengan tingkat penjualan yang tinggi, dengan tingginya tingkat penjualan pemasaran pun tentunya akan ramai dan produk yang dijual akan banyak pembeli ataupun pelanggan. Begitu banyak hal yang patut dipikirkan secara matang dalam menjalankan usaha, terlebih lagi menyangkut harga umum dipasaran merupakan satu hal yang sensitif dalam pemasaran produk atau jasa, biaya pemasaran dalam menentukan strategi dengan menetapkan harga diawal cukup rendah, dan manfaatnya akan meningkatkan pangsa pasar serta tingkat penjualan, sehingga penjualan pun lebih tinggi hal ini dapat menyebabkan biaya produksi lebih rendah dan perputaran persediaan pun lebih cepat. Produk dan jasa dengan kualitas yang baik dan bagus tentunya akan memiliki jaminan atas kepuasan yang dapat diterima dari konsumen, nantinya kepuasan yang dapat diterima oleh konsumen dapat diterapkan dalam pembelian ulang yang dilakukan, peranan konsumen yang merasa puas atas pembeliannya nantinya akan menguntungkan perusahaan dengan meningkatkan penjualan. Karena konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menjadi tempat promosi terhadap perkembangan usaha. Berikut adalah data biaya produksi, biaya produksi dan laba pada tahun periode 2017 – 2019 adalah sebagai berikut :

*Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food*

Tahun	Biaya Produksi	Pemasaran	Laba
2017	Rp 2.274.882.000	Rp 81.900.000	Rp 1.646.630.000
2018	Rp 2.254.296.440	Rp 87.980.000	Rp 1.405.349.170
2019	Rp 2.116.867.901	Rp 90.499.000	Rp 1.218.665.999

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas pada tahun 2017 Rp 2.274.882.000, tahun 2018 Rp 2.254.296.440 dan tahun 2019 sebesar Rp 2.116.867.901 hal ini dikarenakan terjadi turunnya biaya produksi sehingga perusahaan harus bahu – membahu untuk meningkatkan laba. Sementara biaya pemasaran pada gambar 1.1 pada tahun 2017 sebesar Rp 81.900.000, tahun 2018 sebesar Rp 87.980.000, tahun 2019 sebesar Rp 90.499.000 hal ini dikarenakan biaya angkut serta promosi yang tidak bisa diperkirakan bayarannya. Dan Laba pada Gambar 1.1 pada tahun 2017 sebesar Rp 1.646.630.000 dan pada tahun 2018 sebesar Rp 1.405.349.170, dan pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp 1.218.665.999. Dari tiga tahun sebelumnya laba naik turun secara perlahan, hal ini disebabkan karena penjualan produk sangat disukai oleh pelanggan. Dari fenomena diatas dapat

### **TELAAH LITERATUR**

#### **Biaya Produksi**

Menurut (Purwaji dan Wibowo 2017) biaya produksi adalah biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul

disimpulkan bahwa biaya produksi mengalami penurunan pada setiap tahunnya sehingga membawa dampak negatif pada perusahaan. Turunnya biaya produksi tersebut mau tidak mau perusahaan harus mengurangi dan menambah jumlah proses produksi, hal ini berdampak pada menurunnya hasil penjualan produk sehingga laba yang didapat menurun. Sesuai dengan identifikasi masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih di CV. Berkah Jaya ?
2. Bagaimana pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih di CV. Berkah Jaya ?
3. Bagaimana pengaruh biaya produksi dan pemasaran terhadap laba bersih di CV. Berkah Jaya?

dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual. Menurut

(Kuswadi 2016) Biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan perhitungan beban pokok produksi atau beban pokok penjualan. Biaya pokok produksi atau penjualan terdiri atas biaya bahan baku dan bahan penolong, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Menurut (Suherman 2015) biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output atau dengan kata lain yaitu nilai semua faktor produksi yang dipergunakan untuk menghasilkan (memproduksi) *output*.

### **Elemen Biaya Produksi**

Menurut (Purwaji dan Wibowo 2017) biaya produksi dibagi menjadi tiga bagian yaitu :

#### **1) Biaya bahan baku**

Biaya bahan baku adalah biaya dari satu komponen yang digunakan dalam proses produksi, yang mana pemakaiannya dapat ditelusuri atau diidentifikasi dan merupakan bagian dari integral dari suatu produk

### **Biaya Pemasaran**

#### **Pengertian biaya pemasaran**

Menurut (Mulyadi 2016) Biaya pemasaran adalah biaya – biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran, produk. Contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel dll. Menurut (Kotler dan Keller 2016) biaya pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. (Sudaryono 2016) biaya pemasaran adalah proses manajemen

tertentu. Biaya bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi (Mulyadi 2016)

#### **2) Biaya tenaga kerja langsung**

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya atau pengorbanan sumber daya atas kinerja karyawan bagian produksi yang manfaatnya dapat ditelusuri atau diidentifikasi jejaknya, serta dapat dibebankan secara layak kedalam suatu produk. Biaya tenaga kerja langsung adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut (Mulyadi 2016).

#### **3) Biaya *overhead* pabrik**

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat ditelusuri atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk. Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (Mulyadi 2016).

yang berupaya memaksimalkan laba bagi pemegang saham dengan jalan menjalin relasi dengan pelanggan utama (*valued customers*) dan menciptakan keunggulan kompetitif. Jadi biaya pemasaran merupakan pengorbanan biaya suatu perusahaan agar produknya dikenal masyarakat dan bertujuan untuk melakukan pembelian yang berulang yang diharapkan

nantinya akan menjadi pelanggan.

### **Konsep pemasaran dalam implementasi**

Konsep pemasaran menurut (Kotler dan Keller 2016) diantaranya sebagai berikut:

#### **1. Konsep produksi**

Konsep produksi adalah konsep tertua dalam bisnis. Konsep ini menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak mahal. Para manajer dari bisnis yang berorientasi pada produksi berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi massal.

#### **2. Konsep produk**

Konsep produk berpendapat bahwa konsumen menyukai produk yang berkualitas, kinerja, atau fitur inovatif. Manajer dari organisasi ini berfokus untuk membuat produk yang unggul dan senantiasa memutakhirkannya.

#### **3. Konsep penjualan**

Konsep penjualan beranggapan bahwa konsumen dan bisnis, jika dibiarkan tidak akan ada pembeli. Karenanya, organisasi tersebut harus melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

#### **4. Konsep pemasaran**

Konsep pemasaran muncul pada pertengahan tahun 1950-an. Alih – alih

### **Pengertian laba**

Menurut (Zamzami 2016) laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya. Menurut (Sattar 2017) laba merupakan tingkat keuntungan pada setiap

memegang filosofi “membuat dan menjual” yang berpusat pada produk, selanjutnya berubah filosofi menjadi “merasakan dan merespon” yang berpusat pada pelanggan. Tugas pemasaran tersebut bukan mencari pelanggan yang tepat untuk produk anda, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan.

### **Jenis biaya pemasaran**

Jenis biaya pemasaran menurut (Mulyadi 2016) dapat dibagi menjadi beberapa golongan diantaranya :

1. Biaya untuk mendapatkan pesanan merupakan biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan, biaya yang termasuk golongan ini adalah komisi penjualan, advertensi, dan biaya promosi.
2. Biaya untuk memenuhi pesanan yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar supaya produk sampai ketangan pembeli dan biaya untuk mengumpulkan uang dari pembeli. Contohnya biaya yang termasuk kedalam golongan ini yaitu biaya pergudangan, biaya perbungkusan, dan pengiriman ataupun biaya angkut.

perusahaan biasanya berbeda pada setiap jenis industri, baik perusahaan yang bergerak dibidang tekstil, baja, farmasi, dll. Jadi kesimpulan menurut teori diatas laba

merupakan keuntungan organisasi atau perusahaan dari penjualan barang atau jasa dalam waktu tertentu.

### **Pengertian laba bersih**

Menurut (Zamzami 2016) laba bersih merupakan selisih positif atas penjualan dikurangi biaya – biaya dan pajak. Menurut (Sholihin 2015) merupakan yang diperoleh dalam tahunan buku berjalan setelah dikurangi taksiran utang pajak (*Net profit*).

### **Jenis – jenis laba**

Menurut (Supriyono, 2017, p. 177) jenis – jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan laba diantaranya yaitu :

#### **1. Laba kotor**

Laba kotor merupakan perbedaan antara pendapatan bersih dan penjualan dengan harga pokok penjualan.

#### **2. Laba dari operasi**

Laba dari operasi merupakan selisih antara laba kotor dengan total beban operasi.

#### **3. Laba bersih**

Laba bersih merupakan angka terakhir dalam perhitungan laba atau rugi dimana untuk mencarinya laba operasi ditambah pendapatan lain dikurangi dengan beban lain.

Faktor – faktor yang mempengaruhi laba menurut (Mulyadi 2016) diantaranya yaitu:

#### **1. Biaya**

Biaya dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga

jual produk yang bersangkutan.

#### **2. Harga jual**

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

#### **3. Volume penjualan dan produksi**

Besarnya volume penjualan berpengaruh pada volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

### **Unsur-unsur laba**

Unsur-unsur laba menurut (Supriyono, 2017, p. 97) terdapat beberapa golongan diantaranya:

#### **1) Pendapatan**

Pendapatan yaitu kenaikan aktiva perusahaan atau penurunan kewajiban yang terjadi dalam periode akuntansi.

#### **2) Beban (*expense*)**

Beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

#### **3) Penghasilan**

Penghasilan adalah hasil akhir penghitungan dari pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian dalam periode tersebut.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, dan teknis analisis statistik yang akan digunakan (Sugiyono 2017). Metode analisis yang digunakan oleh penulis dengan menggunakan regresi berganda, untuk menjawab rumusan masalah sebelum melakukan analisis regresi berganda, hal yang akan penulis lakukan terlebih dahulu dengan menggunakan uji asumsi klasik mulai dari normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Sampel dari penelitian ini adalah laporan keuangan tahun 2017-2019 selama 36 bulan yang diambil dari CV. Berkah Jaya. Teknik *sampling* yang

### **1. Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi dilakukan dengan cara penyalinan dan pengarsipan data – data dari sumber – sumber yang tersedia yaitu data sekunder yang dapat diperoleh resmi pada perusahaan. Jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang tersedia dari laporan laporan laba rugi.

### **2. Studi kepustakaan**

Penelitian kepustakaan dilakukan sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat

digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dan teknik sampling jenuh. *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan kepada setiap populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan teknik *sampling* jenuh merupakan pengambilan sampel dengan cara semua anggota populasi digunakan menjadi sampel, atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran sama. Teknik pengumpulan data ini adalah pengumpulan data sekunder. Data sekunder menurut (Sugiyono 2017) data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat dokumen. Data yang diambil adalah sebagai berikut:

teori sebagai pembanding dengan data penelitian yang diperoleh. Tujuannya adalah untuk mendapatkan referensi dan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti. Penelitian yang dilakukan dengan cara membaca buku

- buku di perpustakaan, dan tulisan
- tulisan yang berkaitan dengan yang diteliti ini, seperti studi perpustakaan melalui jurnal, textbook, karya tulis yang berhubungan dengan penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

CV. Berkah Jaya tidak mau kalah sama perusahaan – perusahaan sejenis tetap menjaga bentuk serta rasa tiktak. Dan CV. Berkah Jaya ini memiliki pelanggan

penjualan dalam kota serta luar kota yang berbeda harganya. Adapun harga produk yang ada di CV. Berkah Jaya terbentuk table 4.1

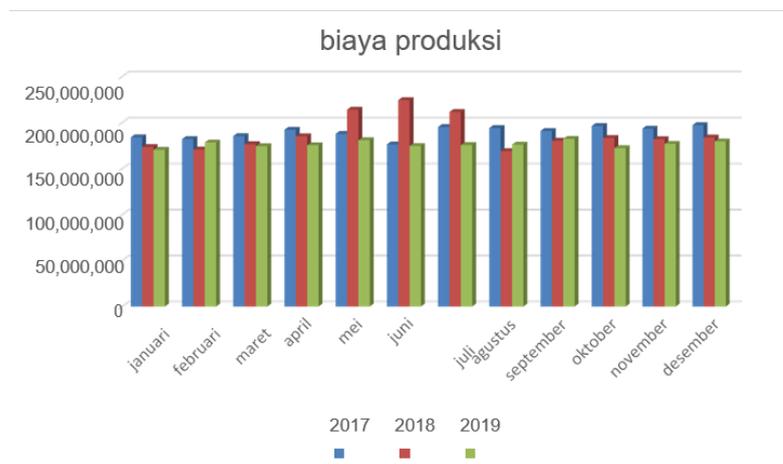
No	Produk	Kapasitas/Dus	Bungkus	Harga luar kota/dalam kota
1	Tiktak	1 Dus	250 Bks	Rp 78.000/dalam kota
2	Tiktak	1 Dus	250 Bks	Rp 84.000/luar kota

Dalam penelitian ini terdapat data – data yang diperoleh dari perusahaan CV. Berkah Jaya yang bertujuan untuk memenuhi perhitungan/pengukuran penelitian baik berupa factor yang mempengaruhi variabel ataupun variabel independen seperti biaya produksi (X1) dan biaya pemasaran (X2) dari variabel dependen yaitu laba bersih (Y) sebagaimana yang tercatat dalam laporan laba rugi serta laporan keuangan dalam CV. Berkah Jaya pada tahun 2017 –2019 sebanyak 36 bulan atau data Biaya produksi merupakan biaya yang sangat penting bagi berdirinya suatu perusahaan.

Dengan adanya produksi perusahaan dapat mengolah bahan baku yang nantinya akan siap untuk dijual demi memperoleh keuntungan ataupun laba. Didalam penelitian ini, penulis menggunakan data biaya produksi yang ada pada laporan harga pokok produksi pada CV. Berkah Jaya setiap bulannya.

*Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food*

Bulan	Tahun		
	2017	2018	2019
	Jumlah Biaya Produksi Rp	Jumlah Biaya produksi Rp	Jumlah Biaya Produksi Rp
Januari	184.090.000	173.540.000	170.460.000
Februari	182.090.000	170.731.200	178.390.000
Maret	185.301.000	176.494.280	174.420.100
April	192.210.100	185.150.000	175.389.000
Mei	187.739.000	213.970.000	180.910.000
Juni	176.281.000	224.330.000	174.591.000
Juli	195.210.000	211.530.860	175.619.000
Agustus	194.100.000	169.060.000	176.010.101
September	190.930.900	180.310.000	182.301.600
Oktober	196.300.000	183.320.000	172.302.100
November	193.410.000	182.030.000	176.920.000
Desember	197.220.000	183.830.100	179.555.000
<b>Total</b>	<b>2.274.882.000</b>	<b>2.254.296.440</b>	<b>2.116.867.901</b>



Dari data diatas CV. Berkah Jaya mengeluarkan biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik guna untuk mencukupi kebutuhan perusahaan. Dari laporan tahunan tersebut dapat diartikan 2017 jumlah Biaya produksi sebesar Rp 2.274.882.000, kemudian ditahun 2018 yaitu sebesar Rp 2.254.296.440, semntara ditahun 2019 yaitu sebesar Rp 2.116.867.901. kenaikan biaya produksi ini dikarenakan harga bahan baku naik seperti tepung, mulai dari Rp 2000 – Rp 5000 dan naiknya biaya *overhead* seperti minyak goreng, kencur, garam, dan sasa penyedap menyebabkan naiknya biaya produksi ikut meningkat dari tahun ketahun. Kenaikan biaya bahan baku dan *overhead* pabrik ini

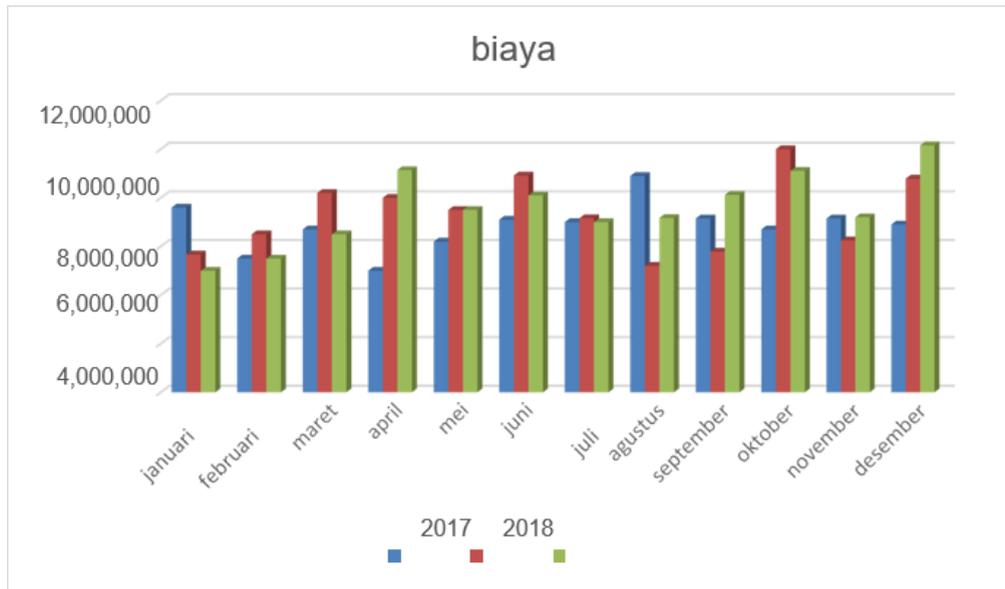
diakibatkan oleh cuaca yang tidak stabil menyebabkan harga melambung tinggi dan CV. Barokah Jaya ini harus mengeluarkan biaya yang terus menerus semakin meningkat. Peningkatan biaya – biaya tersebut dibarengi dengan tingkat produksi dan tingkat penjualan yang menyebabkan menamba harga pokok penjualan sehingga mengurangi laba yang diperoleh, yang mengakibatkan laba perusahaan mengalami penurunan. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan guna untuk menjual atau memasarkan produknya, yang nantinya akan diterima pelanggan. Adapun data pemasaran penulis menggunakan data dari tahun 2016- 2019 dalam waktu selama 36 bulan.

Berikut data pemasaran CV. Berkah Jaya

Bulan	Tahun		
	2017	2018	2019
	Jumlah Biaya Pemasaran Rp	Jumlah Biaya Pemasaran Rp	Jumlah Biaya Pemasaran Rp
Januari	7.600.000	5.670.000	5.000.000
Februari	5.500.000	6.500.000	5.500.000
Maret	6.700.000	8.200.000	6.500.000
April	5.000.000	8.000.000	9.140.000
Mei	6.200.000	7.500.000	7.500.000
Juni	7.100.000	8.920.000	8.100.000
Juli	7.000.000	7.160.000	7.000.000
Agustus	8.900.000	5.200.000	7.170.000
September	7.150.000	5.790.000	8.120.000

*Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food*

Oktober	6.700.000	10.000.000	9.109.000
November	7.150.000	6.250.000	7.200.000
Desember	6.900.000	8.790.000	10.160.000
<b>Total</b>	<b>81.900.000</b>	<b>87.980.000</b>	<b>90.499.000</b>



Dapat dilihat data di atas Biaya pemasaran CV. Berkah Jaya Pada tahun 2017 sebesar Rp 81.900.000 dan di tahun 2018 sebesar Rp 87.980.000 dan mengalami kenaikan yaitu sebesar Rp 6.080.000. Sementara pada

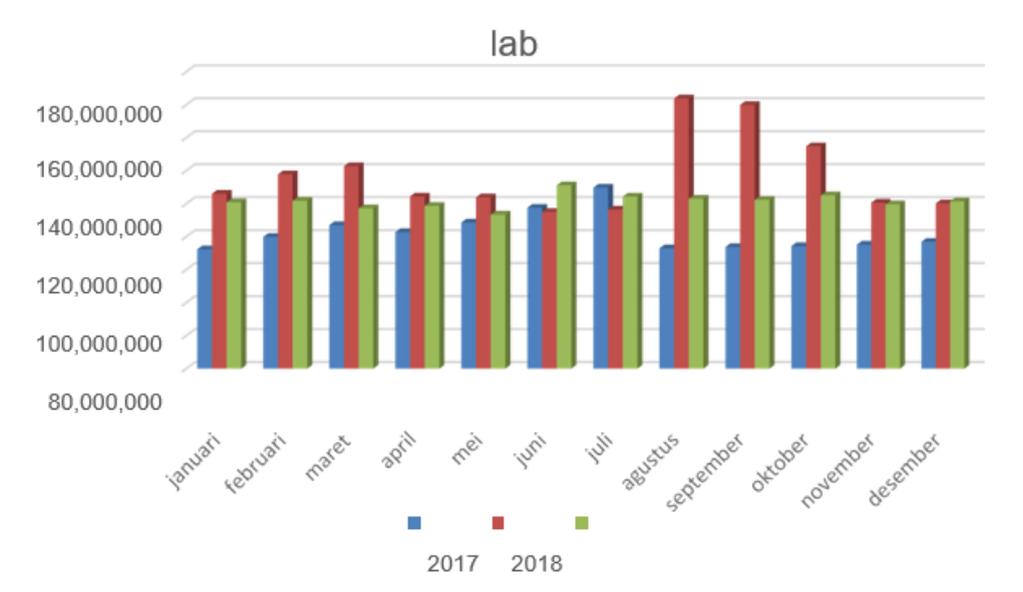
**Data Laba Bersih (Y)**

Labanya merupakan bagian yang sangat penting bagi berdirinya setiap perusahaan, tujuan dari setiap perusahaan yaitu untuk memperoleh laba sebanyak – banyaknya, karena dengan adanya laba tersebut dapat menjaga bertahannya perusahaan. Pengeluaran biaya pemasaran oleh CV. Berkah Jaya yaitu untuk meningkatkan penjualan sehingga nantinya dengan adanya

tahun 2019 adalah sebesar Rp90.499.000. hal ini bisa dilihat bahwa biaya pemasaran dalam CV. Berkah Jaya mengalami peningkatan, hal ini dilakukan demi merangsang peningkatan laba

peningkatan pemasaran yang diharapkan laba juga meningkat pada tahun ketahunnya. Biaya Pemasaran yang dikeluarkan oleh CV. Berkah Jaya tersebut terdiri dari Biaya bensin dan komisi. Data penulis yang diperoleh adalah data laporan laba rugi CV. Berkah Jaya tahun 2017 – 2019 selama 36 bulan, hasilnya sebagai berikut :

Bulan	Tahun		
	2017	2018	2019
	Laba Bersih Rp	Laba Bersih Rp	Laba Bersih Rp
Januari	72.309.900	105.997.850	100.840.000
Februari	79.820.000	117.789.900	101.770.000
Maret	87.009.000	122.745.720	97.200.900
April	82.739.900	104.350.000	98.670.000
Mei	88.552.000	103.845.000	93.340.000
Juni	97.539.000	95.010.000	111.119.000
Juli	109.722.000	96.419.800	104.285.000
Agustus	72.910.000	163.809.000	102.989.899
September	73.719.100	159.869.000	102.379.400
Oktober	74.290.000	134.777.000	105.066.800
November	75.140.000	100.581.000	99.630.000
Desember	76.859.100	100.154.900	101.375.000
<b>Jumlah</b>	<b>1.646.630.000</b>	<b>1.405.349.170</b>	<b>1.218.665.999</b>



*Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food*

Labanya tersebut merupakan yang sangat berharga bagi perusahaan, dengan adanya laba perusahaan tentunya akan menjaga kelangsungan usahanya, berbagai cara dilakukan oleh setiap perusahaan agar laba dari setiap bulannya selalu meningkat. Dari data yang diatas Laba yang diperoleh oleh CV. Berkah Jaya selalu naik turun disetiap tahunnya. Pada tahun 2017 CV. Berkah Jaya memperoleh laba sebesar Rp 1.646.630.000, sementara pada tahun

2018 yaitu sebesar Rp 1.405.349.170 ini artinya mengalami penurunan yaitu sebesar Rp 241.280.830 disini perusahaan mengalami kerugian yang mengakibatkan perusahaan bahu – membahu untuk menaikan laba. Pada tahun 2019 yaitu Rp 1.218.665.999. Kondisi menurunnya laba bersih perusahaan CV. Berkah Jaya tentunya sangat tidak baik yang dicapai oleh perusahaan, karena bertahan atau tidaknya perusahaan tersebut tergantung dengan laba.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	19312284.64807332
Most Extreme Differences	Absolute	.188
	Positive	.188
	Negative	-.092
Test Statistic		.188
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Untuk melihat data berdistribusi Normal atau tidak dapat dilihat dari tabel one-sample Kolmogorov-smirnov Test. Caranya bisa dilihat dengan nilai Asymp Sig (2-tailed) kemudian dibandingkan

dengan tariff signifikan 0,05, dengan mengambil keputusan jika sig > 0,05 maka data sampel yang diambil dapat dikatakan berdistribusi normal begitupun sebaliknya jika sig < 0,05, maka data sampel yang

diambil tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS dapat disimpulkan bahwa :

Hasil uji one – sample komolgorov – smirnov Test menunjukkan bahwa nilai Asymp, Sig, (2 – tailed) pada variabel diatas menunjukkan angka 0,002. Karena signifkasinya lebih besar dari 0,05 ( $0,002 <$

$0,05$ ) maka nilai residual dapat dikatakan tidak berdistribusi normal. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)		4.222	.000		
	Biaya Produksi	-.375	-	.029	.971	1.030
	Biaya Pemasaran	.016	.097	.924	.971	1.030

a. Dependent Variable: Laba Bersih

Berdasarkan tabel diatas *coefficients* dapat diketahui bahwa nilai VIF variabel biaya produksi dan biaya pemasaran yaitu sebesar 1.030 dan 1.030 hal ini berarti bisa dikatakan ketiga variabel independen terbebas dari multikoliearitas dikarenakan nilai VIF lebih kecil dari 10 (biaya produksi

$1.030 < 10$  ; dan biaya pemasaran  $1.030 < 10$  . Bisa disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi adanya gejala multikolinearitas, serta data diatas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 yaitu (biaya produksi  $0,971 > 0,1$  dan biaya pemasaran  $0,971 > 0,1$ ).

*Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food*

**Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		T	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.281	.780		
	Biaya Produksi	1.115	.273	.971	1.030
	Biaya Pemasaran	-1.152	.258	.971	1.030
a. Dependent Variable: RES2					

Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai sig lebih besar dari pada 0,5. Berdasarkan tabel diatas bisa diketahui nilai signifikansi dari biaya produksi yaitu sebesar 0.273, dan biaya pemasaran sebesar 0,285, maka nilai signifikansi lebih besar dari pada 0,5 ( biaya produksi 0,273

> 0,5; biaya pemasaran 0,258> 0,5 tidak terjadi heteroskedastisitas atau data menunjukkan homoskedastisitas. Dan output Spss diatas nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 yaitu (Biaya produksi 0,971 > 0,1 biaya pemasaran memiliki nilai *tolerance* 0,971 > 0,1).

Analisis regresi linear berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21332126	50526203.		4.22	.000
		1.096	329		2	
	Biaya	-.621	.272	-.375	-	.029
	Produksi				2.28	
					5	
	Biaya Pemasaran	.245	2.536	.016	.097	.924
a. Dependent Variable: Laba Bersih						

Berdasarkan data tabel diatas, terlihat bahwa nilai konstanta  $\alpha$  sebesar 213321261,096 dan koefisien regresi  $\beta_1 = -0,621$  ;  $\beta_2 = 0,245$  nilai konstanta dan koefisien ini dimasukan dalam persamaan sebagai berikut :  $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \varepsilon$  Sehingga pengertian regresi yaitu :  $Y = 213321261,096 + (-0,621X_1) + 0,245X_2 + \varepsilon$

Dari pengertian regresi diatas yaitu sebagai berikut :

a. Konstanta yaitu sebesar 213321261,096 ini berarti menunjukkan bahwa variabel Biaya produksi, dan Biaya pemasaran bernilai nol maka dari

itu berarti nilai laba bersih sebesar 213321261,096.

- b. Koefisien regresi Biaya produksi yaitu sebesar -0,621 (pertanda negatif) menunjukkan bahwa kenaikan 1 biayapun akan menurunkan laba bersih yaitu sebesar -0,621 satu – satuan dengan asumsi dengan nilai variabelnya tetap.
- c. Koefisien regresi biaya pemasaran yaitu sebesar 0,245 (pertanda positif) ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 biaya pemasaran akan menyebabkan laba bersih naik 0,245

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.372 <sup>a</sup>	.139	.086	19888897.346
a. Predictors: (Constant), biaya pemasaran, biaya produksi				
b. Dependent Variable: laba bersih				

Berdasarkan hasil yang di uji SPSS 25, diperoleh nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> yaitu sebesar 0,372 yang dimana :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,372 \times 100\% = 37,2\%$$

Yang berarti nilai ini menunjukkan bahwa dua variabel yaitu biaya produksi (X1),

### **Pembahasan hasil penelitian**

#### **Pengaruh Biaya produksi terhadap laba bersih**

Hasil dalam penelitian ini yang berarti menunjukkan bahwa biaya produksi

biaya pemasaran (X2) memberikan kontribusi yang berpengaruh sebesar 37,2% terhadap laba bersih pada perusahaan CV. Berkah Jaya. Sedangkan sisanya yaitu 62,8% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

berpengaruh negatif serta signifikan terhadap laba bersih. Hal ini yang

*Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food*

menggambarkan bahwa semakin besar atau tinggi biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan CV. Berkah Jaya maka semakin maka dapat menurunkan laba perusahaan. Hasil dalam penelitian ini berarti tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Daslim, Harahap dan Elidawati 2019) Pengaruh Biaya produksi dan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan baik parsial ataupun sendiri - sendiri. Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Susilawati 2019) biaya produksi secara parsial berpengaruh terhadap laba bersih, dengan adanya tingginya tingkat biaya produksi tentunya akan menurunkan laba bersih perusahaan. Hal ini berarti dengan tinggi biaya produksi suatu perusahaan sangat mempengaruhi laba bersih yang akan diperoleh, tingginya biaya produksi yang dikeluarkan maka akan menambah beban pokok penjualan dan itu tentunya

**Pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih**

Hasil dalam penelitian ini biaya pemasaran secara uji statistik berpengaruh negatif serta signifikan terhadap laba bersih. Berarti ini menggambarkan bahwa semakin tinggi biaya pemasaran maka semakin tinggi laba bersih CV. Berkah Jaya. Hal tersebut berarti benar dengan penelitian sebelumnya yaitu (Angga 2015) bahwa biaya pemasaran berpengaruh

akan mengurangi penjualan perusahaan dan akan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang didapat. "Besarnya biaya akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan." Tingginya biaya operasi akan membuat peningkatan laba menurun, begitu juga jika nilai biaya operasi rendah maka, peningkatan laba akan naik (Umar 2019). CV. Berkah jaya sudah menunjukkan laba dari tahun ketahun hal ini disebabkan karena biaya produksi dari tahun ketahunnya selalu meningkat yang berupa singkong, kencur, minyak dan lain – lain. Biaya overhead pabrik dan tenaga kerja yang mengakibatkan besarnya pengeluaran perusahaan sehingga mempengaruhi harga pokok penjualan semakin melambung tinggi, sehingga laba yang didapatkan CV. Berkah jaya menurun drastis, serta banyaknya pesaing sejenis sehingga perusahaan semakin sulit mendapatkan laba.

Positif signifikan terhadap laba, dengan adanya biaya pemasaran ini tentunya menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan adanya biaya pemasaran ini akan meningkatkan laba bersih perusahaan. Dengan penelitian ini berarti sama halnya dengan teori menurut (Kotler dan Keller 2016) memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan

melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Biaya pemasaran dapat menyebabkan kenaikan laba bersih karena segala sesuatu biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan pemasaran itu merupakan kegiatan penjualan. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh CV. Berkah Jaya ini yaitu biaya angkut biaya dan biaya iklan, biaya – biaya ini dimaksudkan untuk bisa menyaingi perusahaan yang sejenis, dan CV. Berkah Jaya ini perlu melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan iklan seperti Banner dan dibagi – bagi terutama dikampung pemiliknnya. Semua biaya pemasaran yang dikeluarkan CV. Berkah Jaya ini dimaksudkan untuk meningkatkan laba perusahaan. Pemasaran CV. Berkah Jaya ini dilakukan dalam kota

#### **Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih**

Dari hasil penelitian ini yang membahas tentang biaya produksi dan biaya pemasaran secara simultan berpengaruh positif serta signifikan terhadap laba bersih, yang berarti bahwa dengan tingginya biaya produksi dan biaya pemasaran menghasilkan peningkatan laba pada perusahaan. Berarti hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu (Daslim, Harahap dan Elidawati 2019) bahwa biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh positif

maupun luar kota, demi menjaga kelangsungan tetap hidup perusahaan CV. Berkah Jaya melakukan kegiatan promosi pada akhir tahun kemarin dengan varian rasa yang berbeda dan juga biar masyarakat lebih banyak mengenal tentang varian rasa CV. Berkah Jaya yang memproduksi tiktak tersebut, itu semua dilakukan perusahaan CV. Berkah Jaya demi memikat konsumen agar diharapkan laba perusahaan meningkat. Kenaikan biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih hal ini, dilandasi oleh pemahaman bahwa biaya pemasaran pada CV. Berkah Jaya ini menyangkut biaya transportasi untuk memperluas area pemasaran. Dengan memperluas area pemasaran berdampak pada peningkatan penjualan, sehingga otomatis akan meningkatkan laba asalkan biaya lain konstan terhadap beban.

dan signifikan terhadap laba bersih. Biaya produksi yaitu biaya yang harus yang dikorbankan perusahaan untuk mengolah bahan yang belum siap dijual menjadi barang yang siap untuk dijual, sementara biaya pemasaran yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan semua yang berhubungan dengan pemasaran biaya ini merupakan komponen yang sangat penting untuk meningkatkan laba, dengan adanya biaya pemasaran perusahaan tentunya akan

*Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih Pada CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food*

terus meningkatkan penjualan secara otomatis perusahaan akan lebih mudah

mendapatkan laba.

### **SIMPULAN**

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang bertempat di Kabupaten Sukabumi yaitu CV Berkah Jaya General Supplier Snack Food, berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil dari Uji t atau secara parsial, biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food tahun 2017-2019, dengan nilai

thitung sebesar  $-2,285 > 2,035$ .

2. Hasil dari Uji t atau secara parsial biaya pemasaran tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food tahun 2017-2019, dengan nilai t-hitung sebesar  $0,029 < 2,035$ .
3. Biaya produksi dan Biaya pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih CV. Berkah Jaya General Supplier Snack Food tahun 2017 - 2019, dengan hasil uji F menunjukkan nilai sebesar 4,655

### **SARAN**

Dari simpulan diatas maka penulis menyarankan sebagai berikut :

1. Diharapkan perusahaan bisa mengefisienkan bahan baku, tujuannya yaitu untuk meminimkan biaya dan memaksimalkan laba bersih. Dalam mengendalikan biaya bahan baku ini perusahaan harus bisa memprediksi kapan bahan baku harus dibeli, dan mengoptimalkan persediaan digudang serta perusahaan harus bisa memastikan bahan baku dalam satu tahun penutupan buku.
2. Perusahaan sebisa mungkin harus bisa meningkatkan biaya pemasaran tidak hanya untuk biaya angkut tapi dengan

melakukan promosi – promosi serta buat iklan – iklan lebih giat yang belum dilakukan tahun sebelumnya, yang nantinya akan berpengaruh pada penjualan perusahaan, sehingga laba yang diperoleh perusahaan akan mengalami peningkatan.

3. Pemilik perusahaan harus lebih berinovasi dalam produknya agar perusahaan tidak kalah bersaing dengan produk perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis.
4. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk meneliti variabel atau menambah variabel yang belum diteliti di alam penelitian ini

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Daslim, F., Harahap, S., & Elidawati. (2019). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap laba pada PT. Sumatera Hakarindo Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, 5 (2), 70-83.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuswadi. (2016). *Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: PT. Alex Media Kamputindo.
- Mulyadi. (2016). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Purwaji, A., & Wibowo, M. S. (2017). *Akuntansi Biaya, Edisi ke 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sattar. (2017). *Buku Ajar Ekonomi Koperasi, Edisi Ke 1*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sholihin. (2015). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono. (2016). *Teori dan Implementasinya dalam Dunia Bisnis dan Pemasaran, Edisi Ke 2*. Tangerang, Banten: Universitas Raharja.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (edisi 26)*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman. (2015). *Pemasaran*. Bogor: IPB taman kencana bogor.
- Susilawati, E. (2019). Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Perusahaan Rokok PT. Gudang Garam Tbk. yang terdaftar di BEI Periode 2011-2017). *Jurnal Unnur Vol.II No.1*, 25-39.
- Umar. (2019). *bisnis dan keuangan manajemen, edisi ke 10*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zamzami. (2016). *Pengantar Akuntansi 1, Edisi ke 1*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.