

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pertumbuhan ekonomi dan perekonomian dunia bisnis di era globalisasi menuntut seluruh perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Untuk itu suatu perusahaan harus mampu bersaing dalam perkembangan ekonomi dan lebih cermat dalam melihat setiap peluang yang mendatangkan keuntungan yang lebih terhadap perusahaan, Perhitungan biaya sangat penting bagi setiap perusahaan, seperti dalam perusahaan industri manufaktur yang menggunakan aset tetap sebagai alat produksi, biaya yang akan dikeluarkan semakin hari akan semakin meningkat, diantaranya biaya pemeliharaan alat, bahan bakar, penggantian mesin pada alat yang melewati masa pakai, ataupun mengganti alat yang baru. Hal tersebut dapat meningkatkan produksi dan mesin yang digunakan tetap prima sehingga dapat memproduksi produk yang sangat berkualitas. Namun persoalan yang dihadapi oleh pengusaha saat ini tidak hanya bagaimana usahanya untuk meningkatkan hasil produksinya. Tapi yang lebih penting adalah bagaimana cara menjual barang yang diproduksi tersebut. Hal ini mendorong perusahaan melaksanakan kegiatan promosi dalam merebut pasar, namun kegiatan promosi memerlukan biaya yang disebut dengan biaya promosi, dimana biaya promosi menurut Tjiptono (2012:219), bahwa biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan

produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi umumnya bertujuan untuk meningkatkan permintaan pada perusahaan termasuk adanya permintaan pesanan khusus, namun adanya pesanan khusus yang diterima oleh manajemen akan menimbulkan biaya yang disebut dengan biaya diferensial, dimana pengertian biaya diferensial menurut Sunarto (2004:60), adalah biaya masa yang akan datang yang diperkirakan akan berbeda atau terpengaruhi oleh suatu pengambilan keputusan pemilihan diantara berbagai macam alternatif. Biaya tersebut relevan dengan analisis yang dilakukan oleh manajemen untuk pengambilan keputusan. Dengan demikian adanya biaya diferensial yang akan dikeluarkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi laba perusahaan yang berupa adanya penambahan pendapatan diferensial dari adanya pesanan khusus, sehingga perusahaan mengalami peningkatan laba.

Perusahaan pada umumnya bertujuan untuk memperoleh dan meningkatkan laba dengan meminimalkan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan, serta mempertinggi daya saing dengan melakukan promosi yang cepat dan tepat. Persaingan ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta memperluas usahanya, dengan adanya kegiatan promosi diharapkan dapat memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk mendapatkan pesanan khusus atau pesanan produk di luar pesanan reguler yang akan meningkatkan laba perusahaan karena kenaikan laba operasi.

Rihanto (2019), mengungkapkan Menteri Perindustrian Indonesia, Airlangga Hartanto mengatakan bahwa sektor industri makanan dan minuman

mempunyai peran yang cukup besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Produk Domestik Bruto (PDB) di industri ini mencapai 6,77% berada di atas angka pertumbuhan nasional yaitu 5,07%. Meskipun terjadi perlambatan pertumbuhan ekonomi Indonesia sepanjang 2019, terbukti bahwa industri makanan dan minuman mampu bertahan dan mengalami pertumbuhan penjualan.

Industri *bakery* merupakan salah satu bagian dalam industri makanan dan minuman. Prastowo (2019), mengatakan bahwa Roti merupakan produk industri *bakery* yang paling dikenal oleh masyarakat saat ini yang sering dijadikan sebagai alternatif menu sarapan yang praktis dan sehat. Kebiasaan ini berdampak pada kenaikan konsumsi roti yang mana berdasarkan data statistik yang dikeluarkan oleh kementerian perindustrian diketahui bahwa tingkat konsumsi roti meningkat sebesar 500% selama 5 tahun terakhir (2013-2017). Kontan (2017), Diketahui proyeksi pertumbuhan rata-rata periode (2014-2020) bisnis roti dan kue sebesar 10%. Disamping itu, bisnis yang bergerak di industri roti didominasi oleh UMKM sebesar 60%. Oleh karena itu persaingan ketat kian terjadi antar kompetitor membuat perusahaan berusaha dengan berbagai cara untuk mempromosikan produknya dan menjalankan operasionalnya secara efektif dan efisien seperti dalam memanfaatkan aktiva yang tidak digunakan agar usahanya tetap bertahan dan mengalami pertumbuhan usaha serta kenaikan laba perusahaan di tengah ketatnya persaingan.

Pabrik Roti Qini Bakery merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang produksi dan *supplier* berbagai jenis roti di Tasikmalaya yang berkedudukan di Jln. Raya 1 Kec. Rajapolah Kab. Tasikmalaya. Dalam kegiatan

operasionalnya, perusahaan tidak selalu beroperasi secara maksimal atau terdapat kapasitas menganggur yang tidak digunakan. Dalam jangka pendek, biaya tetap untuk kapasitas yang tidak digunakan tidak akan berubah. Dengan adanya kapasitas menganggur menyebabkan perusahaan harus mengeluarkan biaya yang tidak bermanfaat. Hal tersebut merupakan pemborosan biaya yang dapat mengurangi laba perusahaan. Dengan demikian, manajemen dihadapkan pada masalah bagaimana memanfaatkan kapasitas yang ada agar dapat mengoptimalkan laba perusahaan. Sehingga perusahaan harus memasarkan produknya dengan melakukan kegiatan promosi. Adanya kegiatan promosi dapat meningkatkan permintaan pada perusahaan termasuk adanya permintaan pesanan khusus di setiap tahunnya sehingga manajemen dapat memanfaatkan kapasitas menganggur untuk mengoptimalkan laba perusahaan, namun adanya pesanan khusus yang diterima perusahaan setiap tahunnya akan menimbulkan biaya yang disebut dengan biaya diferensial.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang biaya diferensial dan biaya promosi terhadap laba perusahaan. Pada penelitian ini penulis juga menunjukkan studi empiris dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh:

1. Kusnul Patimah (2015), Analisis Biaya Diferensial sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Menjual atau Memproses Lebih Lanjut Produk untuk Meningkatkan Laba Pada Meubel UD. Sinar Jepara Nganjuk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis biaya diferensial sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, khususnya dalam

pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus untuk meningkatkan laba perusahaan, dan berdasarkan hasil analisis biaya diferensial berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan.

2. Putu Rustami., Drs. I Ketut Kirya,M.M., Drs. Wayan Cipta,M.M (2014), Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh secara parsial terhadap laba perusahaan.
3. Dinar Mustika (2005), Pengaruh Analisis Informasi Akuntansi Diferensial dalam Pengambilan Keputusan Manajemen Menerima atau Menolak Pesanan Khusus Produk Terhadap Peningkatan Laba Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan akan dapat memberikan hasil yang maksimal jika perusahaan menggunakan alat bantu yaitu dengan menggunakan analisis informasi akuntansi diferensial karena berpengaruh sangat kuat dalam pengambilan keputusan manajemen terhadap peningkatan laba perusahaan.
4. Fredo Tumilantouw (2014), Penerapan Biaya Relevan dalam Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus pada CV. Pyramid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Pyramid belum mampu menerapkan metode biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus, namun analisis biaya relevan sangat bermanfaat terhadap penerapan beberapa kesempatan tertentu, dimana perhitungannya berpengaruh terhadap laba perusahaan apabila analisis biaya relevan diterapkan dengan benar, terutama pada saat pemilihan alternatif menerima atau menolak pesanan khusus.

5. Eva Sihotang (2020), Pengaruh Biaya Promosi, Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial biaya promosi tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan laba bersih pada perusahaan, dan volume penjualan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan laba bersih pada perusahaan, serta secara simultan biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan laba bersih pada perusahaan.
6. Ardelia Lalenoh (2014), Analisis Biaya Diferensial dalam Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus pada UD. Yunita Bakery. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis biaya diferensial sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, khususnya dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus.
7. Endang Susilowati (2019) Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus pada Perusahaan Rokok PT. Gudang Garam Tbk, yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan, dan secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan, tetapi biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan.
8. Ahmad Saukani (2020), Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (2011-2018), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh biaya promosi dan

biaya produksi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan.

9. Denis Kusumawati (2014), Analisis Biaya Diferensial dalam Rangka Menerima atau Menolak Pesanan Khusus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis biaya diferensial sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, khususnya dalam pengambilan keputusan menerima pesanan khusus perusahaan mendapatkan laba diferensial sebesar Rp. 4.398.259.
10. Madina Rizka Maskun (2015), Analisis Penerapan Biaya Diferensial dalam Menerima atau Menolak Pesanan Khusus pada UD. Angel Bakery. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. Angel Bakery belum menerapkan biaya diferensial dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus, namun analisis biaya diferensial sangat bermanfaat terhadap penerapan beberapa kesempatan tertentu, dimana perhitungannya berpengaruh terhadap laba perusahaan apabila analisis biaya diferensial diterapkan dengan benar, terutama pada saat pemilihan alternatif menerima atau menolak pesanan khusus.
11. Aupal Hidayati (2014), Analisis Biaya Diferensial Sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus (studi kasus pada perusahaan kecap cap “kuda” Tulungagung tahun 2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis biaya diferensial yang diperhitungkan dalam pemilihan alternatif menerima atau menolak pesanan khusus adalah biaya

variabel saja, sehingga dengan menggunakan analisis biaya diferensial perusahaan akan memperoleh tambahan laba dari pesanan khusus.

12. Beauty Nathasya Takasili (2014), *Penggunaan Informasi Akuntansi Diferensial dalam Pengambilan Keputusan Menerima atau Menolak Pesanan Khusus pada UD. Nabilah*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan akuntansi diferensial, perusahaan dapat menerima pesanan khusus. Apabila menerima pesanan khusus meskipun dibawah harga jual, perusahaan masih dapat menutupi biaya diferensial dan juga dapat mempertahankan laba usaha perusahaan.
13. Treesje Runtu (2020), *The application of differential accounting information in management decision making at the Gilingan Padi Mekar Sari UMKM, Kosio Village, Central Dumoga District*. Hasil penelitian ini dapat dilihat berdasarkan perhitungan perbandingan produksi reguler dan produksi pesanan khusus dengan menggunakan informasi akuntansi diferensial UMKM Gilingan Padi Mekar Sari dalam menerima pesanan khusus kedua produk yaitu beras superwin dan beras ciherang akan mendapatkan tambahan total. Keuntungan diferensial sebesar Rp. 43.441.500. oleh karena itu, penggunaan informasi akuntansi diferensial diperlukan dalam pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus.
14. E.A. Saliers (1943), *Differential Costs*. Hasil penelitian ini dapat dilihat dari penerapan analisis diferensial pada sebuah perusahaan yang menjual ayam goreng di pasar New York yang memperkirakan permintaan produk untuk sekeranjang besar ayamnya untuk periode tertentu dan apakah perusahaan



harus menjual produknya dengan harga di bawah harga reguler. Berdasarkan perhitungan, perusahaan sebaiknya menerima permintaan dengan harga \$ 8 per unit karena dapat menghasilkan total margin kontribusi dan laba bersih terbesar.

15. Cavazzoni Christian (2013), *The Application of the Differential Costing Technique for Pricing Decisions*. Hasil penelitian ini dapat dilihat dari penerapan biaya diferensial pada salah satu perusahaan distribusi barang di Italia yang dikaitkan dengan perbandingan antara jumlah biaya dan total pendapatan suatu produk yang berhubungan dengan tingkat permintaan produksi. Berdasarkan perhitungan, perusahaan dapat menjual tambahan permintaan sebanyak 1000 unit produk dengan harga satuan 510 yang sama dengan biaya diferensial per unit, dan akan memperoleh total pendapatan (TR) sebesar 510.000 ( $510 \times 1.000$ ).
16. C. Rufus Rorem (1928), *Differential Costs*. Dalam perhitungannya, penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pesanan khusus tidak dapat diterima pada salah satu pabrik mobil di Amerika Serikat karena pendapatan yang diperoleh tidak dapat menutupi biaya produksi. Pesanan khusus dapat diterima apabila pendapatan yang diperoleh melebihi biaya diferensial, sehingga biaya produksi dapat tertutupi.
17. Toma Constantin Constantinovici (2017), *Relevant Costs: an important element in management decision making*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan otomotif di Eropa memiliki kapasitas 10.000 jam kerja per tahun dengan biaya kegiatan USD 250.000. Dimana perusahaan menargetkan

penggunaan 9000 jam kerja untuk pesanan reguler, yang artinya perusahaan memiliki 1000 jam kerja yang tidak terpakai. Sehingga, perusahaan dapat menerima pesanan khusus yang membutuhkan 500 jam kerja dalam proses pengerjaannya.

18. Chat Carang (2019), *Differential Analysis: Key to decision making*.

Perhitungan pada penelitian ini menunjukkan bahwa Jet Inc. harus menerima pesanan khusus sebanyak 3.000 unit dengan harga \$ 10 per unit. Dimana harga jual normal per unit produk adalah seharga \$ 20. Sedangkan kapasitas tahunan perusahaan adalah 10.000 unit, namun perusahaan hanya memproduksi sebanyak 5.000 unit. Dengan demikian jika perusahaan menerima pesanan khusus, maka pendapatan operasional perusahaan akan meningkat sebanyak \$ 6.000.

19. Ashook M (2014), *Differential Cost*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

pada perhitungannya perusahaan produksi barang di Sri Lanka dianjurkan untuk menerima pesanan khusus yaitu pesanan ekspor masal dengan harga 50 paise per unit karena kapasitas 20.000 unit akan menambah Rs. 10.000 ( $20.000 \times 0,50$ ) untuk pendapatan penjualan dan biaya akan meningkat Rs. 3000 ( $20.000 \times 0,15$ ). Dengan demikian perusahaan akan mendapatkan keuntungan lebih tinggi yaitu sebesar Rs. 7000.

20. Brian Routh (2017), *Differential Analysis in managerial decision making*.

Dalam perhitungannya, perusahaan Rlos dapat menerima pesanan khusus dari distributor asing sebesar 3.000 unit dengan harga \$ 10 per unit. Harga \$ 10 ini tidak hanya setengah dari harga jual reguler per unit, tetapi juga kurang dari

biaya rata-rata \$ 17.60 per unit ( $\$88.000 / 5.000$  unit), namun harga \$ 10 yang ditawarkan melebihi biaya variabel per unit sebesar \$ 2 yang membuat laba bersih perusahaan meningkat menjadi \$ 18.000.

21. Obaidullah Jan (2019), *Differential Analysis*. Dalam perhitungannya dengan menggunakan analisis diferensial pada Adam Sport Inc. dapat menerima pesanan khusus barang olahraga seharga \$ 100 per unit, dengan demikian perusahaan akan mendapatkan peningkatan laba sebesar 5%.
22. Joyce Gioia (2004). *The Application of Differential Analysis to decisions making*. Dalam perhitungannya dengan menggunakan analisis diferensial pada Best Board Inc. menunjukkan bahwa jika perusahaan menerima pesanan khusus, maka pendapatan penjualan akan meningkat \$ 3.400 dengan peningkatan yang sesuai dalam biaya variabel sebesar \$ 2.600 biaya tetap akan meningkat \$600 karena pekerjaan desain diperlukan untuk pesanan khusus, dengan demikian keuntungan perusahaan akan meningkat sebesar \$ 200 ( $3.400 - \$ 2.600 - \$ 600$ ).

Persamaan dan perbedaan penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian yang telah dilakukan terdahulu oleh peneliti lain dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu**  
**Dengan Penelitian Penulis**

No	Nama Peneliti, Tahun, Tempat Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan	Sumber
1	Kusnul Patimah (2015), Meubel UD. Sinar	Variabel $X_1$ (Biaya Diferensial)	Variabel $X_2$ (biaya promosi)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis	E-jurnal. PGRI, Vol 2,

	Jepra Nganjuk	, dan Variabel Y (Laba Perusahaan)		biaya diferensial sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, khususnya dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus untuk meningkatkan laba perusahaan, dan berdasarkan hasil analisis biaya diferensial berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan.	No. 3 (2015), Universit as Nusantar a PGRI Kediri.
2	Putu Rustami., Drs. I Ketut Kirya,M.M., Drs. Wayan Cipta,M.M (201 4), Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis.	Variabel X <sub>2</sub> (Biaya Promosi), dan Variabel Y (Laba Perusahaan)	Variabel X <sub>1</sub> (Biaya Diferensial)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh secara parsial terhadap laba perusahaan.	Jurnal Manajem en Indonesi a , Vol 2, No. 1 (2014), Universit as Pendidik an Ganesha Singaraja .

3.	Dinar Mustika (2005), Perusahaan Garmen Bandung	di , dan Analisis Diferensial, dan	Variabel Y (Laba Perusahaan)	Variabel X <sub>2</sub> (biaya promosi).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan akan dapat memberikan hasil yang maksimal jika perusahaan menggunakan alat bantu yaitu dengan menggunakan analisis informasi akuntansi diferensial karena berpengaruh sangat kuat dalam pengambilan keputusan manajemen terhadap peningkatan laba perusahaan.	Reposito ry. Widya tama, Vol 2, No.1 (2005), Universitas Widyata ma.
4.	Fredo Tumilantouw, 2014, Pyramid.	CV dan	Variabel X <sub>1</sub> (Biaya Relevan) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel X <sub>2</sub> (biaya promosi),	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Pyramid belum mampu menerapkan metode biaya relevan dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus,	Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi , Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol 2, No.1

---

					namun analisis (2014), biaya relevan Universitas sangat as Sam bermanfaat Ratulang terhadap i Manado penerapan beberapa kesempatan tertentu. Dimana perhitungannya berpengaruh terhadap laba perusahaan apabila analisis biaya relevan diterapkan dengan benar, terutama pada saat pemilihan alternatif menerima atau menolak pesanan khusus.
5.	Eva Sihotang 2020, Pengaruh Biaya Promosi, Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Variabel X1 (biaya promosi) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel X2 (volume penjualan)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial biaya promosi tidak berpengaruh signifikan dalam meningkatkan laba bersih pada perusahaan, dan volume penjualan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan laba bersih pada perusahaan,	Jurnal panja budi, Vol 2 No 2 (2020), Universit as Pembang unan Panca Budi.

---

---

				serta secara simultan biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh signifikan dalam meningkatkan laba bersih pada perusahaan.	
6.	Ardelia Lalenoh, 2014, UD. Yunita Bakery.	Analisis Diferensial dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel X <sub>2</sub> (biaya promosi),	Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis biaya diferensial sangat bermanfaat bagi manajemen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, khususnya dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus.	Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi , Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol 2, No. 4 (2014), Universitas Sam Ratulangi Manado
7.	Endang Susilowati, 2019. PT. Gudang Garam Tbk, yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2017	Variabel X <sub>1</sub> (Biaya Promosi) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel X <sub>2</sub> (Biaya Produksi)	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan, dan secara parsial	Jurnal unnur. Vol 2, No.1 (2019), Universitas Nurtanio Bandung .

---

				biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan, tetapi biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan.	
8.	Ahmad Saukani (2020), PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (2011-2018),	Variabel $X_1$ (Biaya Promosi) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel $X_2$ (Biaya Produksi)	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan.	E-Prints, No. 6480, (2020), Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
9.	Denis Kusumawati (2014), Suksesabiz store dan konveksi dan	Variabel $X_1$ (Biaya Diferensial) dan Variabel Y	Variable $X_2$ (biaya promosi)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis biaya diferensial sangat	Jurnal Administ rasi Bisnis. Vol 12,



	sablon.	(laba perusahaan)			bermanfaat bagi manajemen untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, khususnya dalam pengambilan keputusan menerima pesanan khusus perusahaan mendapatkan laba diferensial sebesar Rp. 4.398.259.	No. 1, (2014). Universitas Brawijaya.
10.	Madina Rizka Maskun, UD. Bakery.	Rizka Angel 2015, (Biaya Diferensial) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel $X_1$	Variabel $X_2$ (biaya promosi),	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. Angel Bakery belum menerapkan biaya diferensial dalam pengambilan keputusan menerima atau menolak pesanan khusus. namun analisis biaya diferensial sangat bermanfaat terhadap penerapan beberapa kesempatan tertentu. Dimana perhitungannya	Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol 3, No.2. (2015) Universitas Sam Ratulangi Manado

---

				berpengaruh terhadap laba perusahaan apabila analisis biaya diferensial diterapkan dengan benar, terutama pada saat pemilihan alternatif menerima atau menolak pesanan khusus.	
11.	Aufal Hidayati, 2014, perusahaan kecap “kuda” Tulungagung	Variabel $X_1$ (Biaya Diferensial) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel $X_2$ (biaya promosi),	Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis biaya diferensial yang diperhitungkan dalam pemilihan alternatif menerima atau menolak pesanan khusus adalah biaya variabel saja, sehingga dengan menggunakan analisis biaya diferensial perusahaan akan memperoleh tambahan laba dari pesanan khusus.	Jurnal Administ rasi Bisnis. Vol 11, No. 1, (2014). Universit as Brawijay a.
12.	Beauty Nathasya Takasili, 2014, UD. Nabilah.	Informasi Akuntansi Diferensial dan Variabel Y	Variabel $X_2$ (biaya promosi),	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan akuntansi	Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi

---

			(laba perusahaan)		diferensial, perusahaan dapat menerima pesanan khusus. Apabila dalam menerima pesanan khusus meskipun dibawah harga jual, perusahaan masih dapat menutupi biaya diferensial dan juga dapat mempertahankan laba usaha perusahaan.	, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. Vol 2. No. 2 (2014). Universitas Sam Ratulangi Manado
13.	Treesje (2020), UMKM Gilingan Mekar Sari Desa Kosio Kecamatan Dumoga Tengah.	Runtu pada Padi	Analisis Diferensial dan Variabel Y (Laba Perusahaan)	Variabel X <sub>2</sub> (keputusan manajemen menerima atau menolak pesanan khusus)	Hasil penelitian dapat dilihat berdasarkan perhitungan perbandingan produksi reguler dan produksi pesanan khusus dengan menggunakan informasi akuntansi diferensial UMKM Gilingan Padi Mekar Sari dalam menerima pesanan khusus kedua produk yaitu beras superwin dan beras ciherang akan	Director y of Open Access Journal. Jurnal Akuntansi Indonesia. Vol. 2. (2020).

---

					mendapatkan tambahan total. Keuntungan diferensial sebesar Rp. 43.441.500. oleh karena itu, penggunaan informasi akuntansi diferensial diperlukan dalam pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus.
14.	E.A. Saliers (1943), Perusahaan ayam goreng di New York.	Variabel $X_1$ (biaya diferensial) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel $X_2$ (biaya promosi)	dalam penelitian ini dapat dilihat dari penerapan analisis diferensial pada sebuah perusahaan yang menjual ayam goreng di pasar New York memperkirakan permintaan produk untuk sekeranjang besar ayamnya untuk periode tertentu dan apakah perusahaan harus menjual produknya dengan harga di	Journal Storage. Vol.18, No.4 (1943), pp. 338-340. American Accounting Association.

---

---

				bawah harga reguler. Berdasarkan perhitungan, perusahaan sebaiknya menerima permintaan dengan harga \$ 8 per unit karena dapat menghasilkan total margin kontribusi dan laba bersih terbesar.	
15.	Cavazzoni Christian (2013), Perusahaan Distribusi barang di Italia.	Variabel $X_1$ (biaya diferensial) dan Variabel $Y$ (laba perusahaan)	Variabel $X_2$ (biaya promosi)	dalam penelitian ini dapat dilihat dari penerapan biaya diferensial yang dikaitkan dengan perbandingan antara jumlah biaya dan total pendapatan suatu produk yang berhubungan dengan tingkat permintaan produksi. Berdasarkan perhitungan, perusahaan dapat menjual tambahan permintaan sebanyak 1000 unit produk	Elibrary. ru. ISSN: 2304-9596. Universitas Perugia, Italia.

---

				dengan harga satuan 510 yang sama dengan biaya diferensial per unit, dan akan memperoleh total pendapatan (TR) sebesar 510.000 (510 x 1.000).	
16.	C. Rufus Rorem (1928), Pabrik mobil di Amerika Serikat	Variabel $X_1$ (biaya diferensial) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel $X_2$ (biaya promosi)	Dalam perhitungannya, pada penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pesanan khusus tidak dapat diterima karena pendapatan yang diperoleh tidak dapat menutupi biaya produksi. Pesanan khusus dapat diterima apabila pendapatan yang diperoleh melebihi biaya diferensial, sehingga biaya produksi dapat tertutupi.	Journal Storage. Vol.3, No.4 (1928), pp. 333-341. American Accounting Association
17.	Toma Constantin Constantinovici (2017), perusahaan otomotif di Eropa	Variabel $X_2$ (keputusan manajemen menerima atau menolak pesanan	Variabel $X_1$ (biaya diferensial) dan Variabel Y (laba perusahaan)	dalam penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan otomotif di Eropa memiliki kapasitas 10.000	European science . No. 7(29), Republic of Moldova

			husus)		jam kerja per tahun dengan biaya kegiatan USD 250.000. Dimana perusahaan menargetkan penggunaan 9000 jam kerja untuk pesanan reguler, yang artinya perusahaan memiliki 1000 jam kerja yang tidak terpakai, sehingga perusahaan dapat menerima pesanan khusus yang membutuhkan 500 jam kerja dalam proses pengerjaannya.	
18.	Chat Carang (2019), Jet Inc.	Variabel $X_1$ (biaya diferensial) dan Variabel $Y$ (laba perusahaan)	Variabel $X_2$ (biaya promosi)	dalam perhitungan pada penelitian ini menunjukkan bahwa Jet Inc. harus menerima pesanan khusus sebanyak 3.000 unit dengan harga \$ 10 per unit, dimana harga jual normal per unit produk adalah seharga \$ 20.	McGraw-Hill Education. CH11_II_s (2019).	

---

					Sedangkan kapasitas tahunan perusahaan adalah 10.000 unit, namun perusahaan hanya memproduksi sebanyak 5.000 unit, dengan demikian jika perusahaan menerima pesanan khusus, maka pendapatan operasional perusahaan akan meningkat sebanyak \$ 6.000.	
19.	Ashook (2014), perusahaan produksi barang di Sri Lanka	M	Variabel $X_1$ (biaya diferensial) dan Variabel $Y$ (laba perusahaan)	Variabel $X_2$ (biaya promosi)	dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pada perhitungan perusahaan produksi barang di Sri Lanka dianjurkan untuk menerima pesanan khusus yaitu pesanan ekspor massal dengan harga 50 paise per unit karena kapasitas 20.000 unit akan menambah Rs. 10.000 (20.000	Accounting notes. No. 7736. (2014).

---



---

					x 0,50) untuk pendapatan penjualan dan biaya akan meningkat Rs. 3000 (20.000 x 0,15). Dengan demikian perusahaan akan mendapatkan keuntungan lebih tinggi yaitu sebesar Rs. 7000.	
20.	Brian Routh (2017), perusahaan Rlos	Variabel X <sub>1</sub> (biaya diferensial) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel X <sub>2</sub> (biaya promosi)	dalam perhitungan pada perusahaan Rlos menerima pesanan khusus dari distributor asing sebesar 3.000 unit dengan harga \$ 10 per unit. Harga \$ 10 ini tidak hanya setengah dari harga jual reguler per unit, tetapi juga kurang dari biaya rata-rata \$ 17.60 per unit (\$88.000 / 5.000 unit), namun harga \$ 10 yang ditawarkan melebihi biaya variabel per unit	The Accounting Journal Entries. Unit 3. (2017).	

---

---

					sebesar \$ 2 yang membuat laba bersih perusahaan meningkat menjadi \$ 18.000.	
21.	Obaidullah Jan (2019), Sport Inc.	Adan	Variabel X <sub>1</sub> (biaya diferensial) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel X <sub>2</sub> (biaya promosi)	Dalam perhitungannya dengan menggunakan analisis diferensial pada Adam Sport Inc. dapat menerima pesanan khusus barang olahraga seharga \$ 100 per unit, dengan demikian perusahaan akan mendapatkan peningkatan laba sebesar 5%.	XPLAIN D. AlphaBetaPrep. No. 478812. (2019).
22.	Joyce (2004). Board Inc.	Gioia Best	Variabel X <sub>1</sub> (biaya diferensial) dan Variabel Y (laba perusahaan)	Variabel X <sub>2</sub> (biaya promosi)	Dalam perhitungannya dengan menggunakan analisis diferensial pada Best Board Inc. menunjukkan bahwa jika perusahaan menerima pesanan khusus, maka pendapatan penjualan akan	SayLord otorg. Github. Io. Vol. 1.0. (2014).

---

---

meningkat \$  
3.400 dengan  
peningkatan  
yang sesuai  
dalam biaya  
variabel sebesar  
\$ 2.600. biaya  
tetap akan  
meningkat \$600  
karena  
pekerjaan desain  
diperlukan  
untuk pesanan  
khusus, dengan  
demikian  
keuntungan  
perusahaan akan  
meningkat  
sebesar \$ 200 (\$  
3.400 – \$ 2.600  
- \$ 600).

---

AFDILIA SANI (2021). Pengaruh Biaya Diferensial dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan (Studi Kasus pada Pabrik Roti Qini Bakery tahun 2010-2020). Variabel  $X_1$  (Biaya Diferensial) Variabel  $X_2$  (Biaya Promosi) dan Variabel Y (Laba Perusahaan).

---

Berdasarkan uraian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai biaya diferensial dan biaya promosi untuk meningkatkan laba perusahaan, sebagai dasar pertimbangan dalam perencanaan bagi manajemen dimasa yang akan datang, maka dalam skripsi ini penulis mengambil judul berikut :“ **Pengaruh Biaya Diferensial dan Biaya Promosi Terhadap Laba Perusahaan (Studi Kasus pada Pabrik Roti Qini Bakery tahun 2010-2020)**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana biaya diferensial, biaya promosi, dan laba perusahaan pada pabrik roti Qini Bakery tahun 2010-2020?
2. Bagaimana pengaruh biaya diferensial dan biaya promosi terhadap laba perusahaan pada pabrik roti Qini Bakery tahun 2010-2020 baik secara parsial maupun simultan.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana biaya diferensial, biaya promosi, dan laba perusahaan pada pabrik roti Qini Bakery tahun 2010-2020.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya diferensial dan biaya promosi terhadap laba perusahaan pada pabrik roti Qini Bakery tahun 2010-2020 baik secara parsial maupun simultan.

## **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan berguna untuk:

1. Bagi Penulis

Merupakan kesempatan untuk mengetahui sejauh mana keterkaitan teori dan praktek yang diterapkan pada perusahaan dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan praktis penulis mengenai biaya diferensial dan

biaya promosi terhadap laba perusahaan, serta dapat memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana akuntansi di Universitas Siliwangi.

## 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan masukan, gambaran mengenai pengaruh biaya diferensial dan biaya promosi terhadap laba perusahaan.

## 3. Bagi Pihak Lain

Dapat menjadi sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi referensi mengenai pengaruh biaya diferensial dan biaya promosi terhadap laba perusahaan.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

#### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pabrik Roti Qini Bakery yang berlokasi di Jln. Raya 1 Kec. Rajapolah Kab. Tasikmalaya.

#### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari s.d. Agustus 2021, mulai dari administrasi, pengumpulan dan pengolahan data sampai dengan penulisan (terlampir).