

Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perubahan Laba Kotor pada UMKM Olshop Swarga Bara

Nuuridha Matiin

STIE Nusantara Sangatta-nuridha.frs@gmail.com

Abstrak— *The analysis tools used are difference in gross profit, difference in sales, difference in cost of goods sold, difference in selling price, difference in sales quantity, difference in quantity of cost of goods sold, difference in cost of goods sold, difference in quantity of sales and scheme of analysis of gross profit.*

Keywords - Gross Profit, Sales, Cost of Goods Sold.

1. PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu perusahaan tergantung dari seberapa besar laba yang diperoleh suatu perusahaan. Informasi laba pada umumnya merupakan perhatian utama dalam menaksir kinerja atau pertanggungjawaban manajemen di masa yang akan datang. Namun, banyak hal yang telah direncanakan dalam pelaksanaannya tidak berjalan sesuai dengan harapan semula, bahkan sering mengalami kegagalan. Kegagalan yang sering terjadi karena adanya perubahan dalam laba kotor di dalam suatu perusahaan yang disebabkan karena perubahan penjualan dan perubahan harga pokok penjualan (hpp). Laba kotor (*gross profit*) itu sendiri adalah bagian dari laba yang merupakan selisih antara penjualan dengan harga pokok penjualan (hpp). Perubahan dalam laba kotor ini, membutuhkan suatu analisis yang dinamakan Analisis Laba Kotor.

Analisis laba kotor adalah analisis atau evaluasi yang dilakukan oleh manajemen untuk mencari dan mengetahui sebab-sebab terjadinya perubahan laba kotor suatu perusahaan dari periode ke periode. Manfaat analisis laba kotor bagi manajemen adalah memberikan cukup motivasi bagi manajemen untuk memulai suatu pemeriksaan, yang akan membawa kepada berbagai kemungkinan tindakan koreksi, khususnya analisis yang menunjukkan perbedaan tidak menguntungkan (rugi) antara anggaran dan realisasi. Perubahan laba kotor perlu dianalisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan terjadinya laba kotor, baik perubahan yang menguntungkan (kenaikan) maupun perubahan yang tidak menguntungkan (penurunan) laba kotor antara *budget* dan penjualan. Tanpa adanya analisis tersebut, maka perusahaan akan sulit membandingkan apakah laba kotor setiap periode akan selalu mengalami peningkatan atau sebaliknya mengalami penurunan. Oleh karena itu, analisis terhadap laba kotor sangat perlu dilakukan untuk kepentingan kelangsungan suatu usaha. Dengan melakukan analisis dapat diketahui berbagai hal mengenai kondisi keuangan suatu usaha serta untuk mengambil keputusan di periode selanjutnya agar kinerja usaha dapat dipertahankan atau ditingkatkan.

Satu diantara usaha industri tersebut adalah industri yang bergerak dalam bidang pembuatan Amplang yang berada di Sangatta. Amplang adalah sebuah makanan ringan tradisional yang terbuat dari daging ikan yang digiling halus dengan campuran tepung sagu. Pada masa sekarang ini amplang sudah menjadi buah tangan yang populer bagi masyarakat terutama bagi masyarakat yang ada di Sangatta. Amplang UKM Olshop Swarga Bara merupakan pusat oleh-oleh yang berlokasi di Jalan Dr Sutomo Sangatta Utara. UKM Olshop Swarga Bara memproduksi beberapa jenis amplang dengan varian rasa dan ukuran yang berbeda serta harga yang berbeda-beda disetiap jenis nya. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, pencatatan laba kotor yang terjadi di UKM Olshop Swarga Bara senantiasa mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Hal tersebut mungkin disebabkan oleh perubahan harga jual dari yang dianggarkan dengan yang direalisasikan, dimana disebabkan oleh meningkatnya harga pokok penjualan. Untuk itu diperlukan analisis laba kotor pada Amplang UKM Olshop Swarga Bara agar dapat mengetahui adanya perubahan dalam pendapatan dan biaya yang terjadi di setiap aktivitas perusahaan.

Landip Susilowati (2016:1) mengemukakan bahwa pengertian akuntansi adalah pengukuran, penjabaran, atau pemberian kepastian mengenai informasi yang membantu manajer, investor, otoritas pajak dan pembuat keputusan lain untuk membuat alokasi sumber daya keputusan di dalam perusahaan, organisasi, dan lembaga pemerintah. Selanjutnya, menurut Hans Kartikahadi dkk (2016:3), akuntansi adalah suatu sistem informasi keuangan, yang bertujuan untuk menghasilkan dan melaporkan informasi yang relevan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

Menurut Halim (2012:18) akuntansi adalah kegiatan jasa yang menghasilkan informasi keuangan suatu kesatuan ekonomi yang berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Berdasarkan pengertian akuntansi dari para ahli tersebut, disimpulkan bahwa definisi akuntansi adalah suatu proses mengumpulkan, menganalisis, mengklasifikasikan, mencatat dan menghasilkan informasi yang diberikan organisasi melalui laporan keuangan dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi suatu organisasi.

Menurut Mulyadi (2001:3) akuntansi manajemen adalah tipe akuntansi yang mengolah informasi keuangan yang terutama untuk memenuhi keperluan manajemen dalam melaksanakan fungsi perencanaan dan pengendalian organisasi. Sedangkan menurut Halim (2012:3) akuntansi manajemen adalah akuntansi yang menyajikan informasi keuangan dan nonkeuangan untuk pihak internal perusahaan dalam rangka untuk mencapai tujuan perusahaan.

Akuntansi manajemen adalah sistem akuntansi dimana informasi yang dihasilkannya ditujukan kepada pihak-pihak internal organisasi, seperti manajer keuangan, manajer produksi, manajer pemasaran, dan sebagainya guna pengambilan keputusan internal organisasi. Rudianto (2013:9)

Berdasarkan pengertian akuntansi manajemen dari para ahli disimpulkan bahwa akuntansi manajemen adalah akuntansi yang mengolah informasi keuangan yang terutama untuk memenuhi keperluan manajemen dalam melaksanakan fungsi perencanaan dan pengendalian, dan menyajikan informasi keuangan untuk perusahaan dalam rangka untuk mencapai tujuan serta guna pengambilan keputusan internal organisasi.

Menurut Hery (2015:47) penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun penjualan kredit. Sedangkan menurut Kasmir (2018:307) penjualan adalah jumlah omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit maupun dalam rupiah.

Menurut Baridwan (2013:29) penjualan adalah aliran masuk atau kenaikan lain aktiva suatu badan usaha atau pelunasan utangnya (atau kombinasi keduanya) selama suatu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan barang, penyerahan jasa, atau dari kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha.

Berdasarkan pengertian penjualan dari para ahli disimpulkan bahwa penjualan adalah total barang atau jasa yang dijual oleh perusahaan kepada pelanggan yang dapat dilakukan secara tunai maupun secara kredit.

Laba kotor (*gross profit*) menurut Sjahrial (2013:77) adalah selisih penjualan dikurangi harga pokok penjualan. Sedangkan menurut Kasmir (2018:306) laba kotor artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Adapun menurut Hery (2015:48) laba kotor adalah penjualan bersih dikurangi dengan harga pokok penjualan.

Berdasarkan pengertian laba kotor disimpulkan bahwa laba kotor adalah laba yang diperoleh dari hasil penjualan yang dikurangi dengan harga pokok penjualan atau laba sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang ada di lapangan. Proses pengumpulan data ini akan digunakan dalam penyusunan laporan hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada UKM Olshop Swarga Bara dengan tujuan untuk meyakinkan kebenaran terhadap isi laporan yang akan dikemukakan. Adapun Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

Wawancara

Teknik ini dilakukan dengan komunikasi secara langsung dan dari via media sosial. Komunikasi secara langsung yang dilakukan dengan lisan dalam bentuk tanya jawab yang berhubungan dengan objek yang diteliti untuk memperoleh informasi secara langsung

mengenai data yang diperoleh. Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pengelola usaha.

Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah laba kotor. Melalui pencatatan dari berbagai dokumen yang dapat mendukung seperti data penjualan amplang serta bukti lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Profit (keuntungan/laba) adalah total pendapatan dikurangi dengan total biaya, yang secara umum matematis alat analisis yang dipergunakan oleh penulis sebagai berikut :

1. Selisih Laba Kotor

$$\text{SLK} = \text{LKSS} - \text{LKAG} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.1}$$

Keterangan :

SLK= Selisih Laba Kotor

LKSS = Laba Kotor Sesungguhnya

LKAG = Laba Kotor Anggaran

Sumber :Bastian Bustami & Nurlela, 2006:143

2. Selisih Penjualan

$$\text{SP} = \text{PSS} - \text{PAG} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.2}$$

Keterangan :

SP = Selisih Penjualan

PSS = Penjualan Sesungguhnya

PAG = Penjualan Anggaran

Sumber :Bastian Bustami & Nurlela, 2006:144

3. Selisih Harga Pokok Penjualan

$$\text{SHPP} = \text{HPPSS} - \text{HPPAG} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.3}$$

Keterangan :

SHPP = Selisih Penjualan

HPPSS = Harga Pokok Penjualan Sesungguhnya

HPPAG = Harga Pokok Penjualan Anggaran

Sumber :Bastian Bustami & Nurlela, 2006:144

4. Selisih Harga Jual

$$\text{SHJ} = (\text{HJSS} - \text{HJAG}) \times \text{KSS} \dots\dots\dots \text{Rumus 3.4}$$

Keterangan :

SHJ = Selisih Harga Jual

HJSS = Harga Jual Sesungguhnya

HJAG = Harga Jual Anggaran

KSS = Kuantitas Sesungguhnya

Sumber :Bastian Bustami & Nurlela, 2006:145

5. Selisih Kuantitas Penjualan

$$\text{SKP} = (\text{KSS} - \text{KAG}) \times \text{HJAG}$$

..... Rumus 3.5

Keterangan :

SKP = Selisih Kuantitas Penjualan

KSS = Kuantitas Sesungguhnya

KAG = Kuantitas Anggaran

HJAG = Harga Jual Anggaran

Sumber :Bastian Bustami & Nurlela, 2006:145

6. Selisih Kuantitas Harga Pokok Penjualan

$$\text{SKHPP} = (\text{KSS} - \text{KAG}) \times \text{HHPAG}$$

..... Rumus 3.6

Keterangan :

SKHPP = Selisih Kuantitas Harga Pokok Penjualan

KSS = Kuantitas Sesungguhnya

KAG = Kuantitas Anggaran

HHPAG = Harga-Harga Pokok Penjualan Anggaran

Sumber :Bastian Bustami & Nurlela, 2006:146

7. Selisih Harga-Harga Pokok Penjualan

$$\text{SHHPP} = (\text{HHPSS} - \text{HHPAG}) \times \text{KSS}$$

..... Rumus 3.7

Keterangan :

SHHPP = Selisih Harga-Harga Pokok Penjualan

HHPSS = Harga-Harga Pokok Sesungguhnya

HHPAG = Harga-Harga Pokok Anggaran

KSS = Kuantitas Sesungguhnya

Sumber :Bastian Bustami & Nurlela, 2006:145

8. Selisih Kuantitas Bersih

$$\text{SKB} = \text{SKP} - \text{SKHPP}$$

..... Rumus 3.8

Keterangan :

SKB = Selisih Kuantitas Bersih

SKP = Selisih Kuantitas Penjualan

SKHPP = Selisih Kuantitas Harga Pokok Penjualan

Sumber :Bastian Bustami & Nurlela, 2006:1

Realisasi Penjualan, Harga Pokok Penjualan dan Laba Kotor

Jumlah Barang	Bungkus	Penjualan		HPP		Laba Kotor (Rp)
		Harga Jual / Bks (Rp)	Jumlah (Rp)	Harga Pokok / Bks (Rp)	Jumlah (Rp)	
Amplang Jumbo	16.000	55.000	880.000.000	30.000	480.000.000	400.000.000
Jumlah	16.000	55.000	880.000.000	30.000	480.000.000	400.000.000

Sumber data : data yang telah diolah

3.HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil pembahasan tersebut sebagai berikut :

Tabel 4.4
Daftar Selisih Laba Kotor

Keterangan	Anggaran (Rp)	Realisasi (Rp)	Selisih (Rp)
Penjualan	350.000.000	754.370.000	304.370.000
HPP	150.000.000	366.020.000	116.020.000
Laba Kotor	200.000.000	288.350.000	88.350.000
Kuantitas yang dijual	10.000	15.534	5.534
Harga Jual/bks	45.000	55.000	10.000
Harga pokok/bks	25.000	30.000	5.000

Sumber : data yang telah diolah

Laporan Perubahan Laba Kotor

Kenaikan Penjualan disebabkan :

1. Kenaikan harga jual Rp. 154.340.000
2. Kenaikan kuantitas penjualan Rp. 248.030.000 +

Jumlah Rp. 402.370.000

Kenaikan Harga Pokok Penjualan disebabkan :

1. Kenaikan Harga-Harga Pokok Penjualan Rp. 87.570.000
2. Kenaikan kuantitas produk Rp. 130.350.000 +

Jumlah Rp. 217.920.000 –

Kenaikan Laba Kotor Rp. 184.450.000

Berdasarkan pada laporan perubahan laba kotor diatas, produk amplang terjadi perubahan pada penjualan sebesar Rp. 402.370.000 yang disebabkan karena adanya kenaikan harga jual sebesar Rp. 154.340.000 (M) dan kenaikan kuantitas penjualan sebesar Rp. 248.030.000 (M). Dan perubahan harga pokok penjualan sebesar Rp. 217.920.000 disebabkan karena adanya kenaikan harga pokok per unit sebesar Rp. 77.670.000 (TM) dan kuantitas harga pokok sebesar Rp. 130.350.000 (TM) sehingga laba kotor pun meningkat sebesar Rp. 184.450.000

Keterangan :

M = Menguntungkan

TM = Tidak Menguntungkan

Faktor – Faktor Penyebab Perubahan Laba Kotor

Perolehan laba perusahaan tiap periode tidak sama atau selalu berbeda-beda. Artinya laba yang diperoleh dari periode ke periode berubah-ubah. Perbedaan ini tentunya disebabkan oleh berbagai faktor, baik dari dalam perusahaan maupun dari kondisi luar perusahaan. Laba kotor dipengaruhi oleh faktor-faktor, yaitu faktor perubahan harga jual, faktor perubahan kuantitas penjualan dan faktor harga pokok penjualan. Pada perusahaan manufaktur, harga pokok penjualan terdiri dari unsur biaya produksi, dan persediaan barang. Perubahan pada unsur-unsur harga pokok penjualan baik kenaikan maupun penurunan berpengaruh terhadap laba kotor.

a. Laporan Perubahan Harga Jual

Perubahan harga jual (*sales price variance*), adalah adanya perubahan antara harga jual yang sesungguhnya dengan harga jual yang dianggarkan atau harga jual tahun sebelumnya.

Apabila harga jual realisasi dikurangi dengan harga jual yang dianggarkan menunjukkan angka positif berarti adanya kenaikan harga atau menguntungkan, sebaliknya jika menunjukkan angka negatif berarti adanya penurunan harga jual dan menunjukkan keadaan yang merugikan.

Tabel
Laporan Harga Pokok Penjualan Realisasi & Anggaran

Jenis Produk	Harga Pokok Penjualan Realisasi	Harga Pokok Penjualan Anggaran	Selisih Harga Pokok Penjualan
	(a)	(b)	c = (a - b)
Amplang Jumbo	Rp. 366.020.000	Rp.150.000.000	Rp 216.020.000

Sumber : data yang telah diolah

Berdasarkan Tabel di atas selisih laba kotor disebabkan oleh harga pokok penjualan. Selisih harga pokok penjualan tersebut mengalami kerugian yang disebabkan oleh harga pokok realisasi mengalami kenaikan sebesar Rp. 216.020.000 dari harga pokok anggaran.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, penulis dapat memberikan simpulan sebagai berikut :

Setelah dilakukan perhitungan dapat diketahui faktor-faktor penyebab perubahan laba kotor pada UMKM Olshop Swarga Bara disebabkan oleh adanya perubahan harga jual, perubahan kuantitas penjualan, dan perubahan harga pokok penjualan dari anggaran ke realisasi.

Berdasarkan analisis dan perhitungan yang dilakukan. Berikut perubahan harga jual tersebut mengalami kenaikan dari harga jual anggaran, perubahan kuantitas penjualan yang dipengaruhi oleh kuantitas realisasi meningkat, dan perubahan harga pokok penjualan yang mengalami kerugian disebabkan kenaikan harga bahan mentah atau bahan sebagai produksi pembuatan amplang.

Saran yang dapat diberikan kepada UMKM Olshop Swarga Bara adalah sebagai berikut :

UMKM Olshop Swarga Bara sebaiknya melakukan pencatatan yang lebih terperinci tentang penjualan dan biaya-biaya agar dapat mengetahui seberapa besar pendapatan yang diperoleh dan berapa besar biaya-biaya yang telah dikeluarkan agar usaha tersebut terhindar dari kerugian.

Hal yang memengaruhi kenaikan laba kotor adalah kuantitas penjualan, maka diharapkan UMKM Olshop Swarga Bara dapat menjaga kenaikan tersebut agar tidak menjadi penurunan yang dapat menyebabkan kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, Bastian & Nurlela. (2006). *Akuntansi Biaya Tingkat Lanjut*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Hans Kartikahadi., dkk. (2016). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis SAK Berbasis IFRS Buku 1*. Jakarta : Salemba Empat.
- Supriyono. (2012). *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM.).
- Ikatan Akuntansi Indonesia. PSAK No. 1 *Tentang Laporan Keuangan*-edisi revisi 2015. Penerbit dewan Standar Akuntansi Keuangan: PT. Raja Grafindo.)
- Susilowati, L. (2016) *Mahir Akuntansi Perusahaan Jasa Dan Dagang*. Edisi 1 Yogyakarta: Kalimedia.).
- Somantri, Hendi, (2011). *Memahami Akuntansi SMK*, Bandung : Armico)
- Menurut Suradi (2009:16)
- Suradi, (2009). *Pengantar Akuntansi 1*, Yogyakarta : Gava Media Yogyakarta)
- Mulyadi, (2014). *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta : STIM YKPN)
- Mulyadi (2001). *Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Jakarta: Salemba Empat)
- Halim. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Edisi kedua. Cetakan kedua. Yogyakarta: BPFE)
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga)

- Sari, Nurbatin, dan S.W. Setiyowati. 2017. *Akuntansi Keuangan Berbasis PSAK*. Jakarta : Mitra Wacana Media.)
- Hery. (2012) *Akuntansi dan Rahasia dibaliknya*. (edisi pertama). Jakarta: PT. Bumi Aksara).
- Munawir. (2014). *Analisa Laporan keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Sodikin dan Riyono. (2014). *Akuntansi Pengantar 1*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Rudianto. (2012). *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Baridwan, Zaki. (2013). *Intermediate Accounting* (edisi kedelapan). Yogyakarta : Penerbit BPFE.
- Jumingan. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan kelima. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hery. (2015). *Pengantar Akuntansi (Comprehensive Edition)*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sjahrial, Dermawan dan Purba. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan Pendekatan Rasio Keuangan*. Cetakan pertama. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).