

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Akuntansi Biaya

a. Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan serta peringkasan dan penyajian biaya dengan melakukan cara-cara tertentu, serta pada penafsiran terhadapnya. Pada objek kegiatan akuntansi biaya ialah biaya. Proses akuntansi biaya dapat memenuhi semua kebutuhan pemakai dalam suatu perusahaan.¹⁴ Akuntansi biaya merupakan akuntansi yang memiliki berkaitan dengan proses terjadinya biaya sehingga dapat memberikan pandangan komprehensif tentang semua kegiatan dalam perusahaan baik penggunaan sumber daya (*resources*) maupun laba, dan sebagainya. Selain neraca, kita bisa melihat perhitungan laba rugi perusahaan melalui angka-angka pendapatan dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam akuntansi keuangan (*financial accounting*) sedangkan dengan akuntansi biaya dan sistem biaya (*costing system*), dengan demikian dapat melihat lebih jauh mengenai perincian total biaya serta biaya-biaya tertentu.¹⁵

Bidang khusus akuntansi biaya yang bertujuan untuk mencatat menghitung, menganalisis, mengawasi dan melaporkan pada

¹⁴ Widya Ais Sahla, “*Akuntansi Biaya Panduan Perhitungan Harga Pokok Produk*”, (Yogyakarta: UPP-STIM YKPN, 2015) hal. 2

¹⁵ Kuswadi, *Meningkatkan Laba Melalui Pendekatan Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2005) hal. 12

manajemen tentang anggaran yang akan terjadi selama proses produksi dilakukan. Akuntansi biaya juga dapat menentukan harga pokok produksi dan pengendalian biaya produksi. Disamping itu, akuntansi biaya berfungsi menyusun dan menafsirkan data biaya sebenarnya maupun biaya-biaya yang ditaksirkan, yang akan di gunakan oleh pemimpin perusahaan mengontrol operasi-operasi sekarang maupun merencanakan operasi-operasi yang akan datang.¹⁶

Akuntansi biaya merupakan gabungan dari akuntansi keuangan, namun ada perbedaan antara akuntansi biaya dan akuntansi keuangan, yaitu:

1. Akuntansi biaya berfungsi untuk menghiung dalam suatu produk yang mengandung pada unsur bahan baku, upah langsung dan juga (*overhead pabrik*).
2. Akuntansi keuangan fokus pada penyusunan dalam laporan keuangan yang akan diberikan pada pemilik perusahaan.¹⁷

Akuntansi manajemen juga bagian dari akuntansi biaya diantara perbedaan kedua tersebut yaitu :

1. Akuntansi biaya memusatkan melalui akumulasi biaya, penilaian ini dengan persediaan dan perhitungan serta penetapan harga pokok suatu produk, hanya menekankan pada sisi biaya.

¹⁶ Ria Ebi Purwanti dan Indah Nugraheni, “*Siklus Akuntansi*”, (Yogyakarta : Kasinus, 2001) hal. 6

¹⁷ Emy Iryanie, Monika Handayani, “*Akuntansi Biaya*”, (Yogyakarta : Deepublish, 2019) hal. 1

2. Akuntansi manajemen hanya menekankan pada penggunaan data akuntansi untuk pengambilan keputusan, akan menekankan melalui aspek pengendalian manajemen atas biaya.

b. Tujuan Akuntansi Biaya

Akuntansi memiliki beberapa tujuan diantaranya:¹⁸

1. Penentuan HPP: mencatat, menggolongkan dan meringkas biaya pembuatan produk.
2. Menyediakan informasi biaya untuk kepentingan manajemen: biaya sebagai ukuran efisiensi.
3. Alat perencanaan: perencanaan bisnis pasti berkaitan dengan penghasilan dan biaya, perencanaan biaya akan memudahkan dalam pengendalian biaya.
4. Pengendalian biaya: membandingkan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk dengan biaya yang sesungguhnya terjadi.
5. Menyajikan beragam metode : beragam macam-macam metode memilih melalui akuntansi biaya dengan kepentingan yang akan diperlukan dengan hasil yang paling efektif dan juga efisien.
6. Spekulasi keputusan khusus : yaitu sebagai alat dalam manajemen dan juga mengawasi serta merekam transaksi biaya secara teliti dan memperkenalkan mengenai biaya dalam bentuk laporan biaya.

¹⁸ Ibid., hal. 1-2

7. Menghitung laba perusahaan pada periode tertentu: untuk mengetahui laba maka diperlukan biaya yang dikeluarkan, biaya merupakan salah satu komponen dalam laba.
8. Menghitung dan menganalisis terjadinya ketidakefektifan dan ketidakefisienan: membahas batas maksimum yang harus diperhatikan dalam menetapkan biaya suatu produk, menganalisis dan menentukan solusi terbaik jika ada perbedaan antara batas maksimum tersebut dengan sesungguhnya terjadi.¹⁹

B. Biaya

a. Pengertian Biaya

1. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang akan kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.
2. Biaya adalah pemakaian barang-barang yang dinilai untuk pencapaian hasil (*Output*) tertentu.²⁰
3. Biaya adalah pengeluaran–pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat yang meneliti satu periode akuntansi tahunan.

Beberapa pengertian diatas dapat didefinisikan bahwa biaya merupakan pengeluaran atau pengorbanan sumber ekonomi untuk

¹⁹ Ibid., hlm 2

²⁰ Fidy Arie Pratama, “*Akuntansi Biaya*”, (Yogyakarta : K-Media, 2016) hal. 2

memperoleh barang atau jasa yang dinilai dengan uang yang berguna untuk masa yang akan datang.²¹

b. Manfaat Informasi Biaya

Ada 4 (empat) manfaat biaya, yaitu:

1. Perencanaan: penetapan diawal atas aktivitas yang akan dilaksanakan dikemudian hari.
2. Pengawasan: perbandingan dan evaluasi yang berkelanjutan antara pelaksanaan dan pengawasan, untuk mengetahui seberapa jauh hasil yang telah dicapai manajemen perusahaan.
3. Pengukuran penghasilan (*income measurement*): akumulasi dan alokasi data biaya diperlukan dalam menyiapkan laporan keuangan perusahaan dan penetapan penghasilan periodik. (Data HP Produksi Hp Penjualan dan total penjualan).
4. Pengambilan keputusan bisnis: melibatkan pilihan serangkaian alternatif, keputusan bisnis yang memegang kunci strategis (kep. Penetapan harga pokok dan keputusan investasi).²²

c. Penggolongan Biaya

Akuntansi biaya digolongkan menjadi macam-macam cara umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas tujuan yang akan dicapai, karena dalam akuntansi biaya dikenal dengan konsep: “*different costs for different purposes*”

²¹ Fidya Arie Pratama, “*Akuntansi Biaya*”... hal. 2

²² Emy Iryanie, Monika Handayani, “*Akuntansi Biaya*”... hal. 4

Menurut Mulyadi dalam Emy Iryanie menyatakan bahwa biaya dapat digolongkan menurut sifatnya:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”²³

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produk, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

- 1) Biaya produksi

Pengertian biaya produksi adalah perhitungan yang datang untuk mempersiapkan bahan baku menjadi produk yang jadi dan siap di pasarkan.

- 2) Biaya pemasaran

Pengertian biaya pemasaran adalah perhitungan yang datang untuk kegiatan dalam pemasaran produk.

²³ Ibid., hal. 7

3) Biaya administrasi dan umum

Merupakan perhitungan untuk mengkoordinasikan suatu kegiatan dalam produksi serta dalam pemasaran produk.²⁴

3. Penggolongan menurut hubungan biaya dengan suatu yang akan dibiayai

Suatu hal yang dibiayai berbentuk produk maupun dapertemen. Dalam hubungan dengan suatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokan menjadi dua golongan yaitu:

1) Biaya langsung (*Direct Cost*)

Biaya langsung (*Direct Cost*) merupakan biaya yang terjadi, dengan penyebab satu-satunya ialah kerana adanya sesuatu biaya yang tidak ada, maka biaya langsung ini tidak terjadi.

2) Biaya tidak langsung (*Indirect Cost*)

Biaya tidak langsung merupakan biaya yang terjadi tidak disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Dalam biaya ini memiliki hubungan dengan produk yang disebut dengan biaya overhead pabrik.²⁵

4. Penggolongan biaya sesuai dengan perilaku dalam perubahan volume aktivitas, dapat digolongkan menjadi berikut:

²⁴ Widya Ais Sahla, "Akuntansi Biaya Panduan perhitungan Harga Pokok Produk"... hal. 3

²⁵ Emy Iryanie, Monika Handayani, "Akuntansi Biaya"... hal. 8

1) Biaya Variabel

Biaya yang nilai totalnya berubah sebanding dengan perubahan dalam volume kegiatan.

2) Biaya semi variabel.

Biaya yang berubah tidak sebanding perubahan pada volume kegiatan.

3) Biaya *semifixed*

Biaya yang tepat dalam tingkatan volume kegiatan tertentu. Berubah dengan jumlah yang sama.²⁶

C. Biaya Operasional

a. Pengertian Biaya Operasional

Istilah operasional sering digunakan dalam suatu organisasi yang menghasilkan keluaran atau output, baik yang berupa barang dan jasa. Secara umum operasional diartikan sebagai suatu usaha, kegiatan atau proses mentransformasikan masukan (*input*) menjadi hasil keluaran (*output*).²⁷ Untuk menjalankan suatu usaha diperlukan sumber daya yang harus dikorbankan sebagai nilai pengganti untuk memperoleh keuntungan. Sumber daya ini pada umumnya dinilai dengan satuan uang. Sumber daya yang dipergunakan seringkali disebut dengan biaya. Secara teori biaya operasional adalah biaya yang terkait dengan operasional perusahaan yang meliputi biaya penjualan, biaya

²⁶ Ibid., hal. 8

²⁷ Widi Winarso, "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas (ROA) PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero)", *Ecodemica*. Vol II. No. 2 September 2014, Hal. 261

iklan, biaya penyusutan, serta perbaikan dan pemeliharaan.²⁸ Menurut Nuripa Oktapia terdapat 2 bagian dalam biaya operasional sebagai berikut:

1. Biaya penjualan

Seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan penjualan sampai barang berada ditangan konsumen, seperti biaya pengiriman, pajak penjualan, promosi dan gaji tenaga penjual.

2. Biaya umum dan administrasi

Biaya yang jumlahnya relatif tidak dipengaruhi oleh tingkat aktivitas perusahaan. Biaya ini tergolong biaya yang tidak berubah dari waktu ke waktu, kecuali memang direncanakan untuk berubah. Biaya administrasi dan umum cenderung memiliki sifat tetap, sehingga relatif tidak dipengaruhi secara langsung oleh tingkat aktivitas tertentu dan cenderung dialokasikan dalam jumlah yang sama dari bulan ke bulan, kecuali terdapat rencana kerja yang khusus pada bulan tertentu. Misalnya gaji pegawai bagian umum.²⁹

Menurut Widi Winarso bahwa operasional adalah bagian yang meliputi insfrastuktur, perlengkapan, proses, dan prosedur yang digunakan sehingga bisa memproduksi dan menyampaikan produk atau jasa dengan satu cara yang memungkinkan, untuk menjalankan usaha yang menguntungkan. Operasional merupakan

²⁸ Werner Murhadi, “*Analisi Laporan Keuangan*”, (Jakarta : Salemba Empat 2013) hal. 37

²⁹ Nuripa Oktapia, dkk., “Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Pt Mayora Indah Tbk Di Bursa Efek Indonesia (Bei)”, *Jurnal Ilmiah Akuntansi Bisnis dan Keuangan (JIPAK)*, Vol. 11, No. 2, 2017 hal. 12

aspek yang penting, karena tanpanya tidak ada yang bisa dikerjakan.

Pengertian dari biaya operasional menurut Jusuf dalam Widi Winarso biaya operasional atau biaya usaha (*operating expenses*) adalah perhitungan yang tidak berhubungan langsung dengan produk suatu perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan sehari-hari. Biaya usaha sering disebut juga dengan istilah SGA (*Selling, General dan Administrative Expenses*).³⁰

Jadi biaya operasional adalah keseluruhan pengeluaran yang berhubungan dengan operasi, yaitu semua pengeluaran yang langsung digunakan untuk produksi atau pembelian barang yang diperdagangkan termasuk biaya umum, penjualan, administrasi, dan bunga pinjaman. Biaya operasional meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Jumlah biaya variabel tergantung pada volume penjualan atau proses produksi, jadi mengikuti peningkatan atau penurunannya. Sedangkan biaya tetap selalu konstan meskipun volume penjualan produksi meningkat atau turun. Singkatnya biaya operasional merupakan biaya yang harus dikeluarkan agar kegiatan atau operasi perusahaan tetap berjalan.

³⁰ Widi Winarso, “Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas (ROA)”...hal. 261

b. Penggolongan Biaya Operasional

Biaya operasional dapat digolongkan sesuai dengan fungsi pokok perusahaan:

1. Biaya Produksi

Biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau semua biaya dalam rangka pengolahan bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual.

2. Biaya Non-Produksi

Umumnya biaya jenis ini meliputi biaya pemasaran (biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan penjualan produk), biaya administrasi dan umum (biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran).³¹

D. Biaya Produksi

a. Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah perhitungan yang berhubungan dengan proses produksi, dimana biaya yang diklasifikasikan diantaranya adalah bahan baku langsung, tenaga kerja yang secara langsung, dan *overhead* pabrik.

Mulyadi mengatakan bahwasanya biaya produksi adalah perhitunga/biaya-biaya yang terjadi digunakan untuk mengolah bahan baku dan menjadi produk yang siap jual. Yang mana objek

³¹ Arief Sugiono, Yanuar Nanok Soenarmo dan Synthia Madya Kusumawati, “*Akuntansi & Pelaporan Keuangan untuk Bisnis Skala Kecil dan Menengah*”, (Jakarta: Grasindo, 2010) hal. 188

pengeluarannya dibagi menjadi dua biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik.³² Sedangkan menurut Lukman Hidayat adalah biaya yang dibebankan dalam proses produksi selama satu periode. Biaya ini terdiri dalam proses awal ditambah biaya pabrik. Termasuk dalam biaya-biaya yang dibebankan pada persediaan dalam proses akhir periode.

Biaya produksi juga dapat dikatakan apabila pengeluaran biaya tersebut tidak terjadi suatu pemborosan serta mampu menghasilkan output produk dengan kuantitas dan kualitas yang baik, untuk itu diperlukan suatu usaha yang sistematis pada perusahaan dengan cara membandingkan prestasi kerja dengan rencana dan membuat tindakan tepat atas perbedaannya. Dalam kegiatan produksi sebuah produk jadi, perusahaan harus mengukur biaya-biaya yang sudah dikeluarkan sebagai dasar menentukan harga pokok produk, apabila terjadinya keterlambatan pengendalian akan mengakibatkan biaya meningkat dan profitabilitas menurun. Selain hal tersebut, perusahaan dalam melakukan suatu kegiatan produksinya memerlukan biaya guna mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya yang dikeluarkan tersebut akan diakumulasikan ke biaya produksi.³³

³² Mulyadi, "Akuntansi Biaya", (Yogyakarta:Unit Penerbit Dan Percetakan Akademik Manajemen Perusahaan YKPN, 2015), Edisi Kelima, hal. 181

³³ Lukman Hidayat, "Analisis Biaya Produksi dalam Meningkatkan profitabilitas perusahaan", *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 1 No. 2, 2013 hal. 160

b. Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Pembentukan pada kos produksi, digunakan sebagai menghitung kos produk dan kos produk pada akhir tahun. Pada pengumpulan kos produksi sangat ditentukan melalui produksinya. Secara garis besar, cara memproduksi produk terbagi dua macam, produksi atas dasar pesanan serta produk massa.

Suatu perusahaan yang memproduksi tergantung pada pesanan, mengumpulkan biaya pembuatan mereka menggunakan strategi biaya permintaan kerja. Dalam strategi ini, biaya pembuatan dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan biaya pembuatan per unit barang yang dikirim untuk memenuhi permintaan ditentukan dengan memisahkan biaya pembuatan produksi untuk permintaan dengan jumlah unit barang dalam permintaan yang bersangkutan.³⁴

Perusahaan yang memproduksi massal, mengumpulkan biaya penciptaan mereka menggunakan teknik biaya interaksi. Dalam teknik ini, biaya pembuatan dikumpulkan untuk periode tertentu dan biaya pembuatan per unit barang yang dikirim dalam periode tersebut ditentukan dengan mengisolasi biaya pembuatan lengkap untuk periode tersebut dengan jumlah unit barang yang dibuat pada periode yang bersangkutan.

³⁴ Mukhlisotul Jannah, "Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor", *Jurna BanqueSyar'I* Vol. 4 No. 1 Januari 2018, hal. 91

c. Unsur-unsur Biaya produksi

Interaksi ini, suatu perusahaan yang memproduksi umumnya menghasilkan biaya yang berbeda. Biaya yang beraneka ragam tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga golongan besar, yakni bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik.

a) Bahan Langsung

Bahan langsung adalah bahan yang digunakan dan menjadi bagian dari produk jadi.

b) Tenaga kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga yang secara langsung terkait dengan cara paling umum untuk mengubah bahan menjadi barang jadi.

c) Overhead Pabrik

Overhead pabrik adalah biaya pembuatan lainnya, selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.³⁵

d. Metode Penentuan Biaya Produksi

Metode penentuan kos produksi adalah metode yang mempertimbangkan komponen biaya ke dalam biaya penciptaan. Dalam menyusun komponen biaya dalam biaya produksi, ada dua sebagai berikut:

a) *Full costing*

³⁵ Ibid.,ha.91

Full costing merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi. Kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xx
Biaya overhead pabrik variabel	xx
Biaya overhead pabrik tetap	xx
Kos produksi	xx

b) *Variable Costing*

Variable costing adalah strategi untuk membuat biaya produksi yang utama mempertimbangkan biaya produksi yang bertindak sebagai biaya variabel yang sedang berlangsung. Biaya pembuatan seperti yang ditunjukkan oleh strategi kos produksi biaya variabel terdiri dari:³⁶

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya overhead pabrik variabel	xx
Kos produksi	xx

³⁶ Ibid., hal. 93

E. Volume Penjualan

a. Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Menurut Marbun dalam Rizki Risyana dan Leny Suzan volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Rangkuti dalam Rizki Risyana dan Leny Suzan volume penjualan dikomunikasikan secara kuantitatif segi fisik atau volume atau unit suatu barang. Volume penjualan adalah jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penawaran barang dagangan.³⁷

Volume adalah mengacu pada sejumlah tertentu dari sesuatu yang hendak diukur. Sedangkan penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk

³⁷ Rizki Risyana dan Leny Suzan, "Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (Studi pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)", *Jurnal e-Proceeding of Management* Vol. 5 No. 2 Agustus 2018, hal. 2451

yang dihasilkan. Menurut Frendy O. Moku dan Altje Tumbel, penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda.³⁸ Penjualan adalah cara paling umum untuk memindahkan tanggung jawab atas barang atau administrasi dari tangan pemilik ke pemilik (pembeli) terdekat lainnya dengan biaya tertentu, dan biaya itu dapat diperkirakan dalam satuan uang tunai. Tujuan kegiatan ini yang dilakukan oleh organisasi/perusahaan adalah untuk membangun volume penjualan sehingga mendapat keuntungan terbesar yang diperoleh.

b. Faktor-Faktor Volume Penjualan

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Volume Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan, perusahaan perlu menetapkan hasil dalam penjualan yang harus dicapai untuk periode tertentu, biasanya dalam satu tahun. Target bisnis ini sangat penting untuk pengaturan keuangan, juga merupakan bantuan dalam memutuskan latihan yang harus dilakukan untuk mencapai volume transaksi yang ditentukan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan meliputi :

- a. Kondisi dan Kemampuan Penjual
- b. Kondisi Pasar
- c. Modal
- d. Kondisi Organisasi Perusahaan

³⁸ Frendy O. Moku dan Altje Tumbel, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa," *Jurnal EMBA*, Vol. 3 No. 1 Maret 2015, Hal. 256

2. Faktor Lain yang mempengaruhi penjualan seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah dll.³⁹

Menurut Putu Rustami Faktor penting dalam memengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar yang dapat memberikan manfaat paling tinggi. Biasanya, penyebaran pengalihan yang lebih luas akan menghasilkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luas saluran distribusi, maka perusahaan akan semakin dirasakan oleh area lokal yang lebih luas dan mendukung peningkatan proyeksi pemasaran yang pada akhirnya mempengaruhi perluasan volume penjualan.⁴⁰

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan sebagai berikut ini :

- a. Harga jual

Faktor nilai jual sangat penting dan mempengaruhi kesepakatan tenaga kerja dan produk yang dibuat. Terlepas dari apakah tenaga kerja dan produk yang disajikan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh pelanggan yang objektif.

- b. Produk

Produk adalah salah satu komponen yang mempengaruhi tingkat volume transaksi karena tenaga kerja dan produk yang

³⁹ Swastha dan Irawan, "*Manajemen Pemasaran Modern*", (Yogyakarta : Liberty, 2008) hal. 409

⁴⁰ Putu Rustami, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan terhadap Laba pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis", *e-Jurnal Bisma Universitas Pendidikan Ganeshha*, Vol 2, tahun 2014, hal. 5

disajikan oleh organisasi sesuai dengan tingkat kebutuhan pembeli.

c. Biaya promosi

Biaya promosi adalah kegiatan dalam suatu perusahaan yang dimaksudkan untuk memberikan data untuk meyakinkan orang lain tentang organisasi yang dirujuk dan tenaga kerja serta produk yang diiklankan.

d. Saluran distribusi

Saluran distribusi adalah kegiatan suatu perusahaan untuk meneruskan aset untuk menyalurkan barang dagangan yang disajikan oleh perusahaan kepada pembeli yang diujinya:

e. Mutu

Kualitas dan sifat barang dagangan merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan kualitas yang hebat, pelanggan akan tetap setia pada hasil suatu perusahaan, begitu juga sebaliknya jika sifat barang yang ditawarkan tidak dapat diterima, pembeli akan beralih ke barang yang berbeda. Dalam prakteknya, transaksi dipengaruhi

oleh beberapa komponen. Variabel-variabel ini sebagai berikut:⁴¹

1) Kondisi dan kemampuan menjual

Penjual harus memiliki opsi untuk menyakinkan pembeli untuk mencapai sasaran transaksi normal. Pedagang harus memahami jenis barang yang ditawarkan, harga barang, dan syarat penawaran seperti cicilan, pengangkutan, dan jaminan.

2) Kondisi pasar

Pasar adalah kumpulan pembeli atau perkumpulan yang menjadi tujuan dari kesepakatan. Faktor dalam kondisi ekonomi yang harus diperhatikan adalah jenis pasar, kelompok pembeli, bagian pasar, daya beli, pengulangan pembelian, kebutuhan dan kebutuhan.

3) Modal

Pedagang harus terlebih dahulu memperkenalkan barang dengan pembeli, diperlukan untuk adanya sasaran dan organisasi seperti metode transportasi, menunjukkan tujuan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha khusus, dan lain-lain. Ini harus dilakukan

⁴¹ Swastha, "*Manajemen Penjualan*", (Yogyakarta: BPFE, 2005), hal. 406.

jika vendor memiliki ukuran modal yang penting untuk itu.⁴²

4) Kondisi organisasi perusahaan

Dalam perusahaan kecil, jumlah pekerja lebih sedikit, kerangka kerja otoritas lebih ringan, masalah yang dialami dan kantor umumnya tidak begitu rumit seperti perusahaan besar. Semua ini sesuai dengan kesepakatan yang diurus oleh otoritas yang sebenarnya dan tidak diberikan kepada orang lain.

5) Faktor lain

faktor yang berbeda lainnya, seperti promosi, pameran, kampanye, pemberian hadiah, secara teratur memengaruhi kesepakatan. Bagaimanapun, untuk melakukan seperti itu banyak uang diperlukan. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, tindakan ini bisa dilakukan secara rutin. Sedangkan, untuk perusahaan kecil yang memiliki sedikit modal, tindakan ini lebih jarang dilakukan. Ada pengusaha bisnis yang berpegang teguh pada aturan yang menghasilkan hal-hal yang bermanfaat. Saat aturan ini dijalankan, diharapkan pembeli akan membeli produk serupa lagi.

⁴² Ibid.,hal 407

F. Laba Bersih

a. Pengertian Laba

Laba adalah manfaat dari penghasilan-penghasilan, yang berarti bahwa jika pembayaran tidak lebih kecil dari pada selisih tersebut. Laba merupakan posisi mendasar dan signifikan dari laporan keuangan yang memiliki pemanfaatan yang berbeda dalam pengaturan yang berbeda. Manfaat suatu perusahaan dapat digunakan sebagai bagian dari produktivitas dan kelangsungan hidup suatu perusahaan atau unit kerja mengingat motivasi utama di balik pendirian suatu perusahaan adalah untuk memperoleh manfaat atau manfaat.⁴³

Laba adalah peningkatan dari pertukaran transaksi yang tidak disengaja dan bukan pergerakan utama dan dari pertukaran atau peristiwa lain yang mempengaruhi *entity* selama periode tertentu dengan pengecualian dari hasil atau spekulasi pemilik. Terlebih lagi, manfaat adalah perbedaan antara pendapatan atau penerimaan total dan jumlah seluruh biaya.

Laba adalah elemen yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk mempresentasi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Akan tetapi, teori akuntansi sampai saat ini belum mencapai kemantapan dalam pemaknaan dan pengukuran laba. Oleh karena itu, berbeda dengan elemen statemen

⁴³ Rostiati dan Herlin Ferliyanti, Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan penjualan Terhadap Laba Bersih”, *Jurnal Akrab Juara* Volume 4 Nomor 1, 2019, hal. 56

keuangan lainnya, pembahasan laba meliputi tiga tataran, yaitu: semantik, sintaktik, dan pragmatik.

Laba dalam laporan keuangan adalah salah satu batasan parameter perusahaan yang cukup menonjol untuk diperhatikan oleh para investor keuangan. Laba menurut struktur akuntansi saat ini adalah keuntungan keseluruhan antara perkiraan pendapatan dan pengeluaran. Kemudian akuntansi mencirikan manfaat menurut perspektif organisasi sebagai satu kesatuan. Laba bersih adalah ukuran pendapatan dengan biaya produksi. Laba adalah keuntungan finansial dari satu periode akuntansi sebagai pembayaran atau perluasan sumber daya atau berkurangnya kewajiban yang menghasilkan peningkatan nilai yang tidak berasal dari penanaman modal.

Informasi tentang manfaat laba bersih atau kecepatan pengembalian dalam ringkasan fiskal akan membuat respons terhadap bagian perusahaan. Jika keuntungan yang diperoleh perusahaan tinggi, keuntungan yang akan diberikan kepada investor juga tinggi sehingga banyak pendukung keuangan tertarik untuk memasukkan sumber daya ke dalam perusahaan. Di sisi lain, dengan asumsi manfaat yang diperoleh organisasi rendah, keuntungan yang akan diberikan kepada investor akan menurunkan premi pendukung keuangan untuk memasukkan sumber daya ke dalam organisasi.⁴⁴

⁴⁴ Arieska D. Nawangwulan, Ventje Ilat, dan jessy D.L Warongan, "Pengaruh Total Revenue dan Laba Bersih Terhadap harga saham (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)", *JurnalRiset Akuntansi Going Concern* 13(3), 2018, hal. 175.

b. Pengertian Laba Bersih Menurut Islam

Dalam bahasa arab, laba berarti pertumbuhan dalam dagang. Jual beli adalah ribh dan perdagangan adalah rabihah yaitu laba atau hasil dagang. Hal ini sudah dijelaskan dalam firman Allah:

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالََةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبَّتْ جِئَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Artinya: “*Mereka itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk*”. (Al-Baqarah: 16)⁴⁵

Pengertian laba dalam Al-Quran berdasarkan ayat diatas ialah kelebihan atas modal pokok atau penambahan pada modal pokok yang diperoleh dari proses dagang. Jadi, tujuan menyempurnakan modal pokok utama berdagang adalah melindungi, menyelamatkan modal pokok dan mendapatkan laba.

Laba bersih adalah jumlah uang yang tersisa setelah harga pokok penjualan dan beban dikurangi dari penjualan bersih penjualan bersih dan laba bersih tidaklah sama. Banyak perusahaan yang memiliki penjualan yang nilainya besar tetapi tidak mendapatkan laba bahkan mungkin rugi. Laba bersih diperoleh dari beban yang seluruh biaya tersisa yang dikurangi dan di margin oleh laba kotor.⁴⁶

Menurut Mega Andriana Wulandari, laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Transaksi ini

⁴⁵ Dapertemen Agama Ri, “*Al-Qur’an dan Tafsiranya Jilid 1* (Edisi yang Disempurnakan)”, (Jakarta: Lentera Abad 2010), Hal. 43

⁴⁶ Cannon, William dan Mc Carthy, “*Pemasaran Dasar, Pendekatan Manajerial Globa*’l, (Jakarta: salemba empat, 2008) hal. 395

menjadi laporan laba rugi. Laba bersih ini di dapatkan dari nilai pengurangan pada pendapatan, beban dan pajak.⁴⁷

Indri Yuliafitri dalam jurnanya mengatakan laba bersih (*net income*) mempresentasikan dalam kenaikan ekuitas pada pemilik maupun pemegang saham. Jadi manfaat yang digunakan dalam hal ini adalah keuntungan atau *net income*, karena *net income* telah mempertimbangkan semua pendapatan dan biaya organisasi baik dari aktivitasnya maupun dari kejadian yang tidak biasa, serta ikut memperhitungkan pajak.⁴⁸

c. Jenis-Jenis Laba

Laba dalam hubungan dengan perhitungan laba terdiri atas:

- a. Laba kotor, perbedaan antara pendapatan serta penjualan dengan pokok penjualan.
- b. Laba dari operasi, selisih di antara laba kotor dengan total beban operasi.
- c. Laba bersih, angka dalam perhitungan antara laba rugi untuk mencari laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dan dikurangi oleh beban lain-lain.

d. Faktor yang mempengaruhi laba

⁴⁷ Mega Andriana Wulandari, "Pengaruh Pendapatan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih Studi Kasus Pada PT. Garuda Indonesia Tbk", *Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi (Jasa)* VOL. 1 No. 4 Desember 2017 hal. 2

⁴⁸ Indri Yuliafitri, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba dan "Arus Kas" Masa Depan pada Perusahaan *Go Public*", *Jurnal Investasi* Vol. 7 No. 1 Juni 2011, Hal. 18

- a. Biaya, biaya yang timbul dari perolehan mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- b. Harga jual, produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan.
- c. Volume penjualan, volume yang mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.⁴⁹

G. PENELITIAN TERDAHULU

Pada penelitian ini, penelitian terdahulu akan dimanfaatkan oleh peneliti sebagai sumber rujukan, tolak ukur, bahan perbandingan, referensi dan penguat dalam menyelesaikan peneliti dan berkontribusi dalam memutuskan metode yang sistematis untuk penyusunan penelitian. Diantaranya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Andi Azizah Nur Fitriah,⁵⁰ bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga jual dan perbedaan lokasi penjualan serta kontribusi dalam harga jual dan perbedaan lokasi penjualan pada volume penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Metode pengumpulan data bersumber pada data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menyatakan bahwa harga jual berpengaruh secara signifikan volume penjualan telur itik di Makasar, harga

⁴⁹ Muhammad, “*Manajemen Dana Bank Syariah*”, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), Hal. 75

⁵⁰ Andi Azizah Nur Fitriah, “*Pengaruh Harga Jual dan Lokasi terhadap Volume Penjualan terhadap Telur Itik di Kota Makassar*”. (Skripsi Program Sarjana Sosial Ekonomi Peternakan Fakultas Peternakan) (Makassar: UIN Hasanuddin, 2013)

Jual dan perbedaan lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap volume penjualan telur itik di makasar. Dalam variabelnya menggunakan variabel dummy. Digunakan untuk membandingkan volume penjualan telur itik lokasi.

Penelitian ini dilakukan oleh Maulidina Rahmanita,⁵¹ bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh biaya promosi, biaya produksi terhadap volume penjualan pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh biaya produksi, biaya promosi, volume penjualan terhadap laba bersih pada PT. Unilever Indonesia Tbk. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data bersumber pada data sekunder. Hasil penelitian menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan, biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan, volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih, biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih. Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Dalam variabel penelitian variabel independen (X) biaya promosi dan biaya produksi, variabel dependen (Y) laba bersih, variabel *intervening* (Z) volume penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nusa Muktiadji dan Samuel Soemantri,⁵² bertujuan untuk menguji dan menganalisis biaya produksi dalam peningkatan kemampuan perusahaan pada PT HM Sampoerna Tbk.

⁵¹ Maulidina Rahmanita, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Produksi terhadap Laba bersih dengan Volume penjualan sebagai Variabel Intervening", (Skripsi Program sarjana Manajemen Bisnis Syariah Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam) (IAIN Surakarta, 2017)

⁵² Nusa Muktiadji dan Samuel Soemantri, "Analisis Pengaruh Biaya Produksi dalam Peningkatan Kemampuan Perusahaan Studi Kasus di PT HM Sampoerna", *Jurnal Imiah Kesatuan*, Nomor 1 Vol 11 Januari 2009

Metode penelitian yang digunakan penelitian ini analisis data kualitatif. Metode pengumpulan data bersumber data primer dan data sekunder. Hasil penelitian dalam 10 tahun, pada perusahaan PT. HM Sampoerna dapat diketahui bahwa biaya produksi (HPP) cenderung mengalami peningkatan, dimana kenaikannya lebih besar dari pada kenaikan penjualan dan laba kotor (kemampulabaan) yang dihasilkan, dimana dapat diketahui bahwa berarti setiap tahunnya perusahaan melakukan penambahan pada biaya-biaya di HPP dan penjualan.

Putu Agus Semara Jaya,⁵³ penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan dupa pada Putra Mas di Desa Bulian tahun 2010-2014. Metode yang digunakan merupakan metode kuantitatif. Hasil penelitian diketahui biaya promosi, harga jual, terhadap volume penjual berpengaruh secara simultan.

Penelitian yang dilakukan Asep Mulyana dan Imam Muslih,⁵⁴ bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif. Metode pengumpulan data bersumber data sekunder. Hasil penelitian diketahui biaya produksi (X1), biaya operasional (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih (Y)

⁵³ Putu Agus Semara Jaya, "Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual terhadap Volume Penjualan Dupa pada Putra Mas di Desa Bulian tahun 2010-2014", *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)* Vol. 5 No.1 Tahun 2015

⁵⁴ Asep Mulyana dan Imam Muslih, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih", *Jurnal Riset Akuntansi* Vol. 12 No. 1 April 2020

Penelitian yang dilakukan oleh Deli Purnama Sari,⁵⁵ bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap tingkat keuntungan Home Industri Kripik menurut perpektif ekonomi islam. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif bersifat deskriptif. Metode pengumpulan data bersumber data primer dan data sekunder. Hasil penlitian diketahui bahwa biaya produksi (X1), dan harga jual (X2), mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat keuntungan Home Industri Kripik menurut perpektif ekonomi islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari⁵⁶ bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan dan biaya operasional terhadap laba bersih studi kasus pada PT. Garuda Indonesia Tbk selama 9 tahun. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Dan perhitungan uji hipotesis baik uji F dan uji t menunjukkan bahwa secara simultan pendapatan dan biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih, secara parsial pendapatan berpengaruh terhadap laba bersih, dan untuk biaya operasional juga berpengaruh terhadap laba bersih dengan tingkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Indra Sasangka,⁵⁷ bertujuan untuk menggunakan konsep pemasaran untuk memperbaiki hubungan yang lebih baik dan dapat meningkatkan laba. Metode penelitian yang digunakan

⁵⁵ Deli Purnama Sari, “Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Tingkat Keuntungan Home Industri Kripik menurut Perpektif Ekonomi Islam”, (Skripsi) (Lampung : UIN Raden Intan, 2019)

⁵⁶ Mega Andriana Wulandari, “Pengaruh Pendapatan dan Biaya Operasional terhadap laba bersih, *Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi (Jasa)*”. Vol. 1, No. 4, 2017

⁵⁷ Indra Sasangka, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume penjualan Pada Mini Market Minimart’90 Bandung”, *Jurnal Imial Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, Vol 2 No. 1 2018.

deskriptif analisis. Metode pengumpulan data bersumber data empiris. Hasil penelitian variabel kehandalah, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada minimart'90. Variabel kehandalan, jaminan dan empati merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen karena variabel tersebut mempunyai nilai T-hitung yang lebih besar jika dibandingkan dengan variabel lain, yaitu sebesar 0.0881 dan angka sig. yang paling kecil sebesar 0.000.

Studi Gunardi, dkk⁵⁸ penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya operasi terhadap laba bersih PT. Sari Indah Teguh Purwakarta periode 2013-2017. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Data koleksi dengan observasi, dan studi literatur. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa data terdistribusi normal. Hasil penelitian yang dilakukan Gunardi, Sugianto Ikhsan, dan Syafirah Sehaq bahwa laba bersih dapat dipengaruhi oleh biaya operasi. Persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Gunardi, Sugianto Ikhsan, dan Syafirah Sehaq dan penelitian saat ini terdapat dalam 1 variabel X dan variabel Y yaitu pada biaya operasional (X) dan laba bersih (Y).

Studi Masril⁵⁹ yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap laba bersih pada perusahaan plastik dan kaca yang listing di BEI selama 4 tahun. Metode penelitiannya terdiri dari populasi pada perusahaan ini berjumlah 19 emiten, dengan sampel penelitian menjadi 10 perusahaan dengan

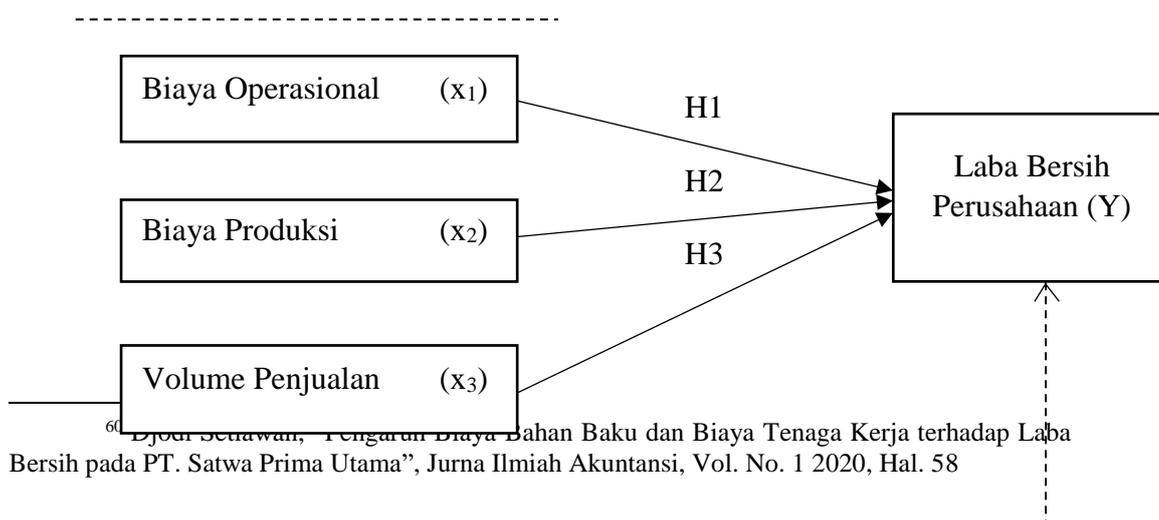
⁵⁸ Gunardi, dkk, "Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih", *Journal Of Accounting and Finance*, Vol. 4, No. 01 2019.

⁵⁹ Masril, Pengaruh "Pendapatan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Plastik dan Kaca Yang Listing Di BEI", *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, Vol.8 No.1, 2017

kriteria pengambilan sampel yaitu perusahaan yang mengalami keuntungan pada periode 2010-2014. Metode yang digunakan ialah kuantitatif. Hasil dari penelitian ini dihasilkan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan plastik dan kaca yang listing di BEI periode 2010-2014

H. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep merupakan susunan pemikiran yang diatur dalam rangka menjelaskan variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono dalam jurnal Djodi Setiawan, mengemukakan kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting.⁶⁰ Dimana, kerangka ini dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika untuk mengkaji secara sistematis kenyataan empiris. Kerangka konseptual ini ditujukan untuk memperjelas variabel yang diteliti sehingga elemen pengukurannya dapat dirinci secara kongkrit. Kerangka konseptual memberikan gambaran dan mengarahkan asumsi mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 2.1 sebagai berikut:



H4



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

- > Secara Parsial
 -----> Secara Simultan

Keterangan :

Dari kerangka konseptual diatas, maka dapat dijelaskan variabel penelitiannya: biaya operasional (X_1), biaya produksi (X_2), volume penjualan (X_3), dan Laba Bersih (Y). Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih usaha secara parsial maupun simultan.

I. Hipotesis Penelitian

H1 :Terdapat pengaruh signifikan biaya operasional terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.

H2: Terdapat pengaruh signifikan biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.

H3: Terdapat pengaruh signifikan volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.

H4: Terdapat pengaruh signifikan biaya operasional, biaya produksi dan volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.