

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil referensi dari beberapa penelitian terdahulu. Adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Yonnade Arga Putra (2014). Sesuai dengan topik yang peneliti akan lakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba usaha mikro kecil dan menengah di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar.. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil pengujian Hipotesis I untuk pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar. Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis II Ada pengaruh penjualan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar menyatakan ada pengaruh penjualan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar diterima kebenarannya. Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis III pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten menyatakan ada pengaruh biaya produksi dan penjualan secara bersama-sama terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar dapat diterima kebenarannya.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Asep Sepulloh Akbar (2017). Sesuai dengan topik yang peneliti akan lakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba usaha perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub sektor otomotif dan komponennya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya produksi terhadap laba bersih tergolong dalam kategori sedang dan hubungan yang bersifat negatif artinya, setiap kenaikan biaya produksi maka hal tersebut akan

menurunkan jumlah laba bersih dan sebaliknya ketika biaya produksi menurun maka jumlah laba bersih akan mengalami peningkatan. Selanjutnya pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih dipengaruhi oleh biaya produksi yang kurang dominan dan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti modal kerja, piutang dan biaya operasional.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Mukhlisatul Jannah (2018). Sesuai dengan topik yang peneliti akan lakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba usaha PT Indocement Tunggul Perkasa Tbk. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba kotor, dengan angka signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil analisis, terlihat bahwa peningkatan biaya produksi justru mampu meningkatkan laba yang berhasil diperoleh perusahaan. Ini berarti peningkatan biaya produksi dapat diimbangi dengan peningkatan pendapatan. Dilihat dari hasil uji t, penjualan secara parsial berpengaruh terhadap laba kotor, dengan signifikan. Jadi dapat dikatakan bahwa penjualan berpengaruh positif terhadap laba kotor. Dilihat dari hasil uji F, bahwa biaya produksi dan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba kotor sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan positif (searah).

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Agus Putranto (2017). Sesuai dengan topik yang peneliti akan lakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba usaha mikro kecil dan menengah di kecamatan Wonosobo kabupaten Wonosobo. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil pengujian Hipotesis I untuk pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Wonosobo Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap UMKM di Kecamatan Wonosobo. Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hasil pengujian Hipotesis II untuk pengaruh penjualan terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Wonosobo penjualan berpengaruh signifikan terhadap UMKM di Kecamatan Wonosobo.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Dani Latif Hidayat (2016). Sesuai dengan topik yang peneliti akan lakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba usaha perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perkembangan rata rata biaya produksi 'pada industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014 dari tahun ke tahun umumnya mengalami kenaikan dan perkembangan rata rata penjualan pada industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014 dari tahun ke tahun umumnya mengalami kenaikan.

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Budiastuti Fatkar (2016). Sesuai dengan topik yang peneliti akan lakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba usaha PT Indah Kiat Pulp And Paper Tbk. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perkembangan rata rata biaya produksi 'pada PT. Indah Kiat Pulp And Paper Tbk pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada PT. Indah Kiat Pulp And Paper Tbk, dan pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih pada PT. Indah Kiat Pulp And Paper Tbk.

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh Putu Rustami (2014). Sesuai dengan topik yang peneliti akan lakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba usaha perusahaan kopi bubuk Banyuwatis Singaraja. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan dari biaya produksi ,dan penjualan terhadap laba pada perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis Singaraja tahun 2010-2013 dan ada pengaruh secara parsial antara biaya produksi

terhadap laba perusahaan, antara penjualan terhadap laba pada perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis Singaraja tahun 2010-2013.

Penelitian kedelapan yang dilakukan oleh Fauzi Dwi Putra (2017). Sesuai dengan topik yang peneliti akan lakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba usaha hidayah shop Kuta-Badung. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba pada hidayah shop kuta-badung yang didukung dengan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t dan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba pada hidayah shop kuta badung yang didukung dengan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Biaya

Biaya merupakan objek yang dicatat, digolongkan, diringkas dan disajikan oleh akuntansi biaya. Proses akuntansi biaya dapat di tunjukkan untuk memenuhi kebutuhan baik pihak *intern* perusahaan maupun pihak *ekstern* perusahaan.

Untuk mengelola suatu perusahaan, diperlukan informasi biaya yang sistematis dan komparatif. Informasi ini membantu manajemen untuk dapat menetapkan sasaran laba perusahaan dimasa yang akan datang, menetapkan target departemen menuju pencapaian sasaran akhir, mengevaluasi keefektifan rencana dan sebagainya. Oleh karena itu, akan sangat penting bagi manajemen untuk mengetahui pengertian dan klasifikasi biaya secara lebih mendalam

Menurut Kautsar dan mohammad Farid (2016:28) Biaya (kos) adalah kas atau nilai yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi..

Menurut Mulyadi (2015:8) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2015:12) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi atau baru direncanakan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa biaya dapat diartikan sebagai nilai untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi yang diukur dalam satuan uang.

2.2.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya diperlukan untuk menyampaikan dan menyajikan data biaya agar berguna bagi manajemen dalam mencapai berbagai tujuannya. Sebelum menghimpun dan mengalokasikan biaya dengan baik.

Menurut Baldric siregar, dkk (2013:36) pada dasarnya biaya dapat diklasifikasikan berdasarkan :

1. Ketelusuran biaya
2. Perilaku biaya
3. Fungsi pokok perusahaan
4. Elemen biaya produksi

Ada klasifikasi biaya lain, yaitu klasifikasi berdasarkan proses pokok manajerial. Sebagian biaya yang berdasarkan klasifikasi ini adalah biaya standard dan biaya sesungguhnya. Dalam akuntansi biaya bagian biaya standar contoh lain biaya berdasarkan klasifikasi ini adalah biaya relevan dan tidak relevan.

2.2.2.1 Ketelusuran biaya

Klasifikasi berdasarkan Ketelusuran. Berdasarkan ketertelusuran biaya ke produk, biaya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu :

1. Biaya langsung (direct cost) adalah biaya yang ditelusur sampai kepada produk secara langsung. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dapat ditelusur sampai kepada produk. Dalam pembuata meja. Banyaknya kayu dan biaya kayu yang digunakan dapat ditelusur ke setiap meja yang diproduksi. Biaya tenaga kerja langsung adalah gaji

atau upah karyawan produksi yang terlibat langsung dalam mengerjakan produk. Karyawan dan jam kerjanya dapat diidentifikasi hingga ke setiap produk yang dihasilkan.

2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusur ke produk. Gaji mandor produksi adalah contoh biaya tidak langsung. Seorang mandor tidak langsung terlibat dalam pengerjaan suatu produk tertentu. Seorang mandor dapat mengawasi pengerjaan beberapa produk sekaligus. Oleh karena itu, gaji mandor produksi tidak dapat dikategorikan sebagai biaya langsung melainkan biaya tidak langsung.

2.2.2.2 Perilaku Biaya

Klasifikasi biaya berdasarkan Perilaku. Tingkat aktivitas dapat berubah-ubah, naik atau turun. Perilaku biaya menggambarkan pola variasi perubahan tingkat aktivitas terhadap perubahan biaya. Berdasarkan perilakunya, biaya dapat diklasifikasikan menjadi :

1. Biaya variabel (*variable cost*)
2. Biaya tetap (*fixed cost*)
3. Biaya campuran (*mixed cost*)

Yang mempunyai definisi sebagai berikut:

1. Biaya variabel

Biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Apabila tingkat produksi bertambah, jumlah biaya variabel bertambah. Apabila tingkat produksi menurun, jumlah variabel menurun. Namun, biaya variabel per unit tidak berubah walaupun jumlah biaya berubah sesuai dengan perubahan aktivitas.

2. Biaya tetap

Biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat aktivitas dalam kisaran waktu tertentu. Walaupun tingkat aktivitas meningkat atau menurun, jumlah biaya tetap tidak berubah. Meskipun demikian, biaya tetap per unit akan berubah seiring dengan perubahan tingkat aktivitas.

Apabila tingkat aktivitas meningkat, biaya tetap per unit akan meningkat. Contoh biaya tetap adalah biaya sewa peralatan pabrik.

3. Biaya campuran

Biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan sekaligus biaya tetap. Sebagaimana unsur biaya campuran yang lain tidak berubah walaupun tingkat aktivitas berubah. Biaya listrik adalah contoh biaya campuran. Biaya pemakaian listrik berubah sesuai dengan perubahan tingkat pemakaian listrik. Sementara, biaya abodemen listrik tidak berubah walaupun pemakaian listrik berubah.

2.2.2.3 Fungsi pokok perusahaan

Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi. Pada dasarnya ada tiga jenis fungsi pokok diperusahaan manufaktur. Fungsi pokok tersebut adalah fungsi produksi, fungsi pemasaran serta fungsi administrasi dan umum. Berdasarkan fungsi pokok perusahaan, biaya dapat diklasifikasikan menjadi:

- a. Biaya produksi (*production cost*)
- b. Biaya pemasaran (*marketing cost*)
- c. Biaya administrasi dan umum (*general and administrative expense*)
- d. Biaya finansial (*financial expense*)

Yang mempunyai definisi sebagai berikut:

- a. Biaya produksi adalah biaya untuk membuat bahan menjadi produk jadi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Akumulasi dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produk atau barang. Biaya-biaya ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional barang atau pabrik, dan lain sebagainya.
- b. Biaya pemasaran yaitu meliputi berbagai biaya yang terjadi untuk memasarkan produk atau jasa. Contohnya biaya promosi, biaya iklan dan biaya pengiriman. Biaya yang harus dikeluarkan untuk memastikan semua produk terbeli oleh konsumen. Contoh dari biaya pemasaran adalah biaya promosi dan Iklan yang dilakukan perusahaan.

- c. Biaya administrasi dan umum adalah biaya-biaya yang digunakan untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk, misalnya biaya gaji karyawan, overhead kantor, dan biaya terkait lainnya.
- d. Biaya finansial adalah semua biaya dalam rangka melaksanakan fungsi finansial dalam pemenuhan dana yang diperlukan oleh perusahaan.

2.2.2.4 Elemen biaya produksi

Klasifikasi biaya berdasarkan elemen biaya produksi. Aktivitas produksi adalah aktivitas mengolah bahan menjadi produk jadi. Pengolahan bahan dilakukan oleh tenaga kerja mesin, peralatan dan fasilitas pabrik lainnya. Berdasarkan fungsi produksi, biaya dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu :

- a. Biaya bahan baku (*raw material cost*)

Menurut Supriyono (2014:2) Biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai di dalam pengolahan produk. Barang yang di konsumsi perusahaan dapat digolongkan ke dalam bahan (material) dan barang yang bukan bahan.

1. Bahan adalah barang yang akan proses/diolah menjadi produk selesai, atau barang yang akan merupakan produk selesai.
2. Barang yang bukan bahan adalah barang yang akan dikonsumsi dalam perusahaan tetapi tidak merupakan bagian dari produk selesai, misalnya supplise yang dapat dipakai di pabrik maupun non pabrik, suku cadang yang dipakai di pabrik untuk perbaikan mesin merupakan barang yang bukan bahan sehingga tidak merupakan bagian produk selesai.

Pada dasarnya ada dua kategori bahan, yaitu bahan baku dan bahan penolong. Bahan dikategorikan bahan baku dan bahan penolong tergantung pada keputusan manajemen. Umumnya, ketelusuran dan signifikansi nilai bahan dijadikan dasar untuk mengklasifikasi bahan menjadi bahan baku atau bahan penolong. Apabila mudah ditelusur ke produk atau lainnya signifikan, maka bahan tersebut dapat dikategorikan sebagai bahan baku. Sebagai contoh, untuk pembuatan obat diperlukan bahan berupa paracetamol, antibiotik turunan

betalaktam, produk eksipien seperti amilum manihot, sorbitol, dektrosa, dan talkum.

b. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor cost*)

Menurut Supriyono (2014:2) Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.

Pada dasarnya ada dua jenis tenaga kerja, yaitu tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Karyawan produksi yang terlibat langsung dalam pembuatan produk, Misalnya buruh, termasuk tenaga kerja langsung. Supervisor dan kepala pabrik tidak secara langsung terlibat mengerjakan produk sehingga dikategorikan sebagai tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja tidak langsung bukan biaya tenaga kerja langsung melainkan biaya overhead pabrik.

c. Biaya overhead pabrik (*manufacture overhead cost*)

Menurut Supriyono (2014:21) Biaya overhead pabrik adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Menurut Supriyono (2014:294) Manfaat biaya overhead pabrik sebagai berikut:

1. Dapat dipakai sebagai alat untuk membebankan biaya overhead pabrik kepada produk dengan teliti, adil dan cepat dalam rangka menghitung harga pokok produk.
2. Dapat dipakai sebagai alat untuk mengadakan perencanaan terhadap biaya overhead pabrik, khususnya apabila tarif biaya overhead pabrik dipisahkan kedalam tarif tetap dan tarif variable.
3. Dapat dipakai sebagai alat pengambilan keputusan terutama dalam rangka menyajikan informasi biaya.
4. Dapat dipakai sebagai alat pengendalian biaya overhead pabrik, untuk itu tarif biaya overhead pabrik harus dikelompokkan kedalam tarif tetap dan tarif variabel.

Menurut Supriyono (2014:303) Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan biaya overhead pabrik sebagai berikut:

1. Pemilihan dasar pembebanan biaya overhead pabrik kepada produk, misalnya:
 - a) Satuan produksi
 - b) Biaya bahan baku
 - c) Biaya tenaga kerja langsung
 - d) Jam kerja langsung
 - e) Jam mesin
 - f) Harga pasar atau nilai jual
 - g) Rata rata bergerak
2. Tingkat aktivitas atau kegiatan yang dipakai untuk menentukan tarif biaya overhead pabrik, meliputi:
 - a) Kapasitas teoritis
 - b) Kapasitas praktis
 - c) Kapasitas normal
 - d) Kapasitas sesungguhnya yang diharapkan
3. Di ikut sertakan atau tidaknya elemen biaya overhead pabrik tetap dalam perhitungan tarif, dapat dipakai konsep penentuan harga pokok.
 - a) Harga pokok penuh atau diserap
 - b) Harga pokok variabel
4. Penggunaan satu tarif atau beberapa tarif di dalam pabrik.
 - a) Satu tarif untuk seluruh pabrik
 - b) Departemenisasi tarif di dalam pabrik

Contoh biaya overhead pabrik adalah nilai bahan penolong yang digunakan, gaji tenaga kerja tidak langsung, depresiasi peralatan pabrik, depresiasi gedung pabrik, dan asuransi pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung *relative* mudah ditelusur ke produk, sebaliknya biaya overhead pabrik *relative* ditelusur ke produk.

2.2.3 Penggolongan Biaya

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungan dengan suatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

1. Biaya langsung (*direct cost*)
2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Dalam hubungannya dengan produk, biaya produksi dibagi menjadi dua: biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Sedangkan dalam hubungannya dengan departemen, biaya dibagi menjadi dua: biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen.

2.2.3.1 Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan suatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung departemen (*direct departmental cost*) adalah semua biaya yang terjadi di dalam departemen tertentu. Contohnya adalah biaya tenaga kerja yang bekerja dalam departemen pemeliharaan merupakan biaya langsung departemen bagi departemen pemeliharaan dan biaya depresiasi mesin yang dipakai dalam departemen tersebut, merupakan biaya langsung bagi departemen tersebut.

2.2.3.2 Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya Tidak Langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh suatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*). Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu. Gaji mandor yang mengawasi pembuatan produk A, B, dan C, merupakan biaya tidak langsung bagi baik produk A, B, maupun C, karena gaji mandor tersebut bukan hanya karena perusahaan memproduksi salah satu produk tersebut. Jika perusahaan hanya menghasilkan satu macam produk (misal perusahaan

semen, pupuk urea, gula) maka semua biaya merupakan biaya langsung dalam hubungannya dengan produk sering disebut dengan istilah overhead pabrik (*factory overhead costs*). Dalam hubungannya dengan departemen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi di suatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen. Contohnya adalah biaya yang terjadi di departemen pembangkit tenaga listrik, biaya ini dinikmati oleh departemen-departemen lain dalam perusahaan, baik untuk penerangan maupun untuk menggerakkan mesin dan peralatan yang mengkonsumsi listrik. Bagi departemen pemakai listrik, biaya yang diterima dari alokasi biaya departemen pembangkit tenaga listrik merupakan biaya tidak langsung departemen.

2.2.4 Biaya Produksi

Dalam kegiatan usaha dibutuhkan suatu proses produksi yang efektif dan efisien. Proses produksi merupakan proses mengolah bahan baku menjadi suatu produk yang siap untuk dijual. Dalam proses produksi dibutuhkan suatu pengorbanan berupa biaya, dimana biaya tersebut ada yang dapat diidentifikasi secara langsung dalam suatu produk dan ada juga biaya yang tidak dapat diidentifikasi dalam suatu produk. Kedua jenis biaya tersebut saling mendukung dalam proses pembuatan suatu produk.

Menurut Mulyadi (2015:14) mengemukakan bahwa pengumpulan biaya produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Secara garis besar, cara memproduksi produk dibagi menjadi dua macam yaitu:

1. Perusahaan yang memproduksi berdasar pesanan, mengumpulkan biaya produksinya dengan menggunakan metode biaya pesanan (*job order cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan biaya produksi persatuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.
2. Perusahaan yang memproduksi masa, mengumpulkan biaya produksinya dengan menggunakan metode biaya proses (*process cost method*). Dalam

metode ini biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan biaya produksi persatuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

Menurut Sukirno (2013:208) Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut.

Dari definisi diatas, dapat di ambil pengertian bahwa biaya produksi merupakan semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi untuk menghasilkan barang jadi. Fungsi produksi itu sendiri merupakan fungsi yang terdapat didalam perusahaan yang kegiatannya berhubungan dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual dipasaran.

Oleh karena itu, untuk memperoleh dan mengolah bahan-bahan menjadi produk jadi dalam kegiatan proses produksi diperlukan dana atau biaya. Maka untuk menutup pengeluaran biaya tersebut biaya perusahaan memperhitungkan dalam penetapan harga jual produk.

Terkadang perusahaan menekan biaya produksi tanpa memperdulikan akibat-akibat yang timbulkannya, seperti penekanan biaya pemeliharaan mesin, bangunan pabrik dan peralatan pabrik yang lainnya. Sehingga untuk jangka panjang biaya-biaya itu justru semakin besar. Jadi perencanaan biaya produksi harus dititik beratkan pada perbandingan biaya produksi dan hasil produksi yang diinginkan.

Dengan adanya perencanaan biaya produksi diharapkan dapat membantu pimpinan untuk memperkirakan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*. Harga pokok yang telah dihitung dapat digunakan untuk menentukan harga jual per unit dengan memperhatikan kondisi pasar dan komperisi dari perusahaan lain. Informasi anggaran biaya juga sangat berguna untuk membantu pengambilan keputusan yang berkenaan dengan peningkatan produksi dan penjualan, melakukan pilihan antara lain membeli atau membuat sendiri ataupun dengan menyewa.

Tujuan yang hendak dicapai dalam perencanaan biaya produksi adalah:

1. Menghasilkan produk dengan biaya yang seminimal mungkin tanpa mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan.
2. Untuk memperoleh tingkat keuntungan yang tertentu yang akan dicapai perusahaan.
3. Untuk melaksanakan proses produksi perusahaan pada tingkat efisiensi dan efektivitas tertentu.

2.2.5 Penjualan

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

Menurut Swastha (2009:2) Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Peningkatan penjualan dapat dikaitkan dengan volume penjualan yang terjadi. Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Sehingga volume penjualan merupakan total yang dihasilkan dari penjualan barang. Semakin tinggi penjualan barang perusahaan maka menunjukkan tingkat keberhasilan dalam mengembangkan perusahaan dan semakin tinggi laba yang dihasilkan.

Penjualan adalah sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang atau jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya, penjualan sendiri tak akan dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja didalamnya seperti agen, pedangang, dan tenaga pemasaran.

Menurut Westwood (2011:4) Melakukan penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi pembeli agar pembelian dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan kedua belah pihak.. jadi kesimpulannya bahwa penjualan adalah suatu kegiatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan, berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam kegiatan tersebut.

Pada pokoknya istilah menjual dapat diartikan sebagai ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya. Penjualan adalah kegiatan pengeluaran yang langsung berhubungan dengan usaha pemasaran produk. Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dan menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut dengan harga jual yang telah disepakati.

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang.

Menurut Francis Tantri dan Thamrin (2016:3) penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran.

Menurut Moekijat (2014:288) Penjualan merupakan suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang di tawarkan serta mengadakan penawaran mengenai harga demi menguntungkan bagi kedua pihak.

Pada umumnya para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan laba tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Dengan demikian tidak

berarti bahwa barang atau jasa yang terjual selalu akan menghasilkan laba. Kemampuan usaha dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila usaha tersebut tidak mampu menjual maka usaha tersebut akan mengalami kerugian.

Menurut Kotler dan Keller (2016:491) mengemukakan ada 4 metode penetapan harga berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan menambahkan suatu jumlah persentase untuk menghasilkan laba yang sering diterapkan di setiap perusahaan yaitu : Cost-Plus Pricing Method yakni penetapan harga jual per-unit dengan cara menghitung jumlah biaya perunit ditambah beberapa jumlah sebagai laba atau yang sering disebut dengan margin, Mark-up Pricing yakni penetapan harga yang banyak digunakan oleh pedagang perantara yaitu dengan hanya menambahkan sejumlah laba saja, Fixed Fee Pricing perusahaan akan mendapatkan ganti rugi sejumlah yang dikeluarkan, dan mendapatkan sejumlah fee tertentu yang telah disepakati, jadi nilai fee tidak dipengaruhi nilai harga barang, Target Pricing yang merupakan penetapan harga yang dilakukan berdasarkan tingkat pengembalian investasi (ROI) sesuai dengan yang diinginkan.

2.2.6 Faktor – faktor yang mempengaruhi penjualan

Menurut Swastha (2009:129) faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan terbagi dua faktor antara lain :

2.2.6.1 Faktor Internal :

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual – beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni :

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b) Harga produk

c) Syarat penjualan seperti : pembayaran, pengantaran, pelayanan, garansi dan sebagainya

2) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan, apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti : alat transport, tempat peragaan baik di dalam perusaha'an maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

3) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

4) Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.

2.2.6.2 Faktor Eksternal :

1) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor – faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

- a) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- b) Keinginan dan kebutuhan

2) Faktor Lain

Faktor lain yang meliputi acara bazar mobil, bergabung dengan komunitas pengusaha. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada

pengusaha yang berpegangan pada suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

2.2.7 Laba

Menurut Wild dan Subramanyam (2014:25) laba adalah mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat.

Menurut Greuning et all (2013:39) menyatakan bahwa laba adalah jumlah yang dapat diberikan kepada semua pemegang saham biasa dari induk (yang memiliki kendali maupun tidak).

Menurut Henry Simamora (2013:46) pengertian laba bersih adalah Laba bersih yang berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode waktu tertentu.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa laba bersih adalah laba merupakan elemen yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk merepresentasi kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai prestasi perusahaan atau sebagai dasar ukuran penilaian yang lain, seperti laba per lembar saham. Unsur-unsur yang menjadi bagian pembentuk laba adalah pendapatan dan biaya. Dengan mengelompokkan unsur-unsur pendapatan dan biaya, akan dapat diperoleh hasil pengukuran laba yang berbeda antara lain: laba kotor, laba operasional, laba sebelum pajak, dan laba bersih.

Laba merupakan komponen yang penting dalam sebuah laporan keuangan. Laba dapat digunakan sebagai evaluasi bagi pihak internal dan eksternal. Bagi pihak internal, laba digunakan untuk menilai kinerja perusahaan dan manajemen. Sedangkan dari pihak eksternal laba dapat digunakan untuk pengambilan keputusan investasi.

Manajer sebagai pihak internal yang menjalankan perusahaan lebih memiliki informasi yang lengkap dan rinci mengenai informasi dalam laporan keuangan termasuk masalah laba. Sedangkan para pemegang saham dan stakeholder memiliki informasi internal yang lebih sedikit. Adanya perbedaan informasi yang dimiliki oleh manajer dan pemilik itulah yang disebut asimetri informasi.

Manajer sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam internal perusahaan mempunyai kewajiban untuk menyusun laporan keuangan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Manajer dituntut pula untuk dapat mencapai target yang telah ditetapkan pemegang saham. Pemegang saham berharap keuntungan yang dicapai dapat maksimal. Tetapi di sisi lain manajer sendiri memiliki kepentingan pribadi yaitu memperoleh kesejahteraan.

Sebagai pihak yang menyusun laporan keuangan maka manajer dapat mengetahui kondisi nyata perusahaan serta prospek perusahaan di masa datang. Laporan keuangan yang telah disusun dapat digunakan untuk mengkomunikasikan informasi terhadap pihak diluar perusahaan. Penyusunan laporan keuangan ini dapat dilakukan menggunakan beberapa kebijakan yang ditetapkan manajemen. Laba dalam laporan keuangan disusun berdasarkan basis akrual. Dalam basis akrual pengakuan pendapatan dilaporkan dalam laporan laba rugi pada saat pendapatan tersebut dihasilkan. Hal ini menyebabkan rentan terjadinya manipulasi sehingga dapat timbul manajemen laba.

Laba adalah salah satu hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan, Menurut Kasmir (2011:303), jenis-jenis laba adalah sebagai berikut:

1. Laba kotor

Laba kotor adalah selisih dari hasil penjualan dengan harga pokok penjualan

2. Laba operasional atau laba usaha

Laba operasional atau laba usaha merupakan hasil dari aktivitas-aktivitas yang termasuk rencana perusahaan kecuali ada perubahan-perubahan besar dalam perekonomiannya, dapat diharapkan akan dicapai setiap tahun. Oleh karenanya, angka ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk hidup dan mencapai laba yang pantas sebagai jasa pada pemilik modal

3. Laba sebelum pajak atau EBIT (*Earning Before Interest Tax*)

Laba sebelum dikurangi pajak atau EBIT (*Earning Before Interest Tax*) merupakan laba operasi ditambah hasil dan biaya diluar operasi biasa. Bagi pihak pihak tertentu terutama dalam hal pajak, angka ini adalah yang terpenting karena jumlah ini menyatakan laba yang pada akhirnya dicapai perusahaan

4. Laba setelah pajak atau EAT (*Earning After Tax*)

Laba Bersih adalah laba setelah dikurangi berbagai pajak. Laba dipindahkan kedalam perkiraan laba ditahan. Dari perkiraan laba ditahan ini akan diambil sejumlah tertentu untuk dibagikan sebagai Dividen kepada para pemegang saham

Laba atau keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara. Laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanam modalnya, setelah dikurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut (termasuk di dalamnya, biaya kesempatan). Sementara itu, laba dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi. Perbedaan diantara keduanya adalah dalam hal pendefinisian biaya. Akan tetapi, teori akuntansi sampai saat ini belum mencapai kematapan dalam pemaknaan dan pengukuran laba. Oleh karena itu, berbeda dengan elemen statemen keuangan lainnya, pembahasan laba meliputi tiga tataran, yaitu : semantik, sintaktik, dan pragmatik.

Menurut PSAK Nomor 1 informasi laba diperlukan untuk menilai perubahan potensi sumberdaya ekonomis yang mungkin dapat dikendalikan di masa depan menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada, dan untuk perumusan pertimbangan tentang efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan

sumber daya (IAI 2007). Bagi pemilik saham dan atau investor, laba berarti peningkatan nilai ekonomis (*wealth*) yang akan diterima, melalui pembagian dividen. Laba juga digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan selama periode tertentu yang pada umumnya menjadi perhatian pihak-pihak tertentu terutama dalam menaksir kinerja atas pertanggungjawaban manajemen dalam pengelolaan sumberdaya yang dipercayakan kepada mereka, serta dapat dipergunakan untuk memperkirakan prospeknya di masa depan.

Dari sudut pandang perekayasa akuntansi, konsep laba dikembangkan untuk memenuhi tujuan menyediakan informasi tentang kinerja perusahaan secara luas. Sementara itu, pemakai informasi mempunyai tujuan yang berbeda-beda. Teori akuntansi laba menghadapi dua pendekatan : satu laba untuk berbagai tujuan atau beda tujuan beda laba. Teori akuntansi diarahkan untuk memformulasi laba dengan pendekatan pertama. Konsep dalam tataran semantik meliputi pemaknaan laba sebagai pengukur kinerja, pengkonfirmasi harapan investor, dan estimator laba ekonomik. Meskipun akuntansi tidak harus dapat mengukur dan menyajikan laba ekonomik, akuntansi paling tidak harus menyediakan informasi laba yang dapat digunakan pemakai untuk mengukur laba ekonomik yang gilirannya untuk menentukan nilai ekonomik perusahaan.

Makna laba secara umum adalah kenaikan kemakmuran dalam suatu periode yang dapat dinikmati (didistribusi atau ditarik) asalkan kemakmuran awal masih tetap dipertahankan. Pengertian semacam ini didasarkan pada konsep pemertahanan kapital. Konsep ini membedakan antara laba dan kapital. Kapital bermakna sebagai sediaan (stock) potensi jasa atau kemakmuran sedangkan laba bermakna aliran (flow) kemakmuran. Dengan konsep pemertahanan kapital dapat dibedakan antara kembalian atas investasi dan pengembalian investasi serta antara transaksi operasi dan transaksi pemilik. Lebih lanjut, laba dapat dipandang sebagai perubahan aset bersih sehingga berbagai dasar penilaian kapital dapat diterapkan.

2.3 Pengaruh Antar Variabel Penelitian

2.3.1 Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Perusahaan

Penelitian yang di lakukan oleh Mulyana A (2018:27) mengemukakan bahwa terjadi pengaruh signifikan antara biaya produksi terhadap laba kotor serta didukung pembuktian hasil observasi terbukti berpengaruh serta di dukung dengan riset lapangan bahwa terjadi pengaruh yang sangat mutlak.

Penelitian yang di lakukan oleh Novita Djamalu (2013:14) mengemukakan bahwa maka diperoleh hasil pengujian yang menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan.

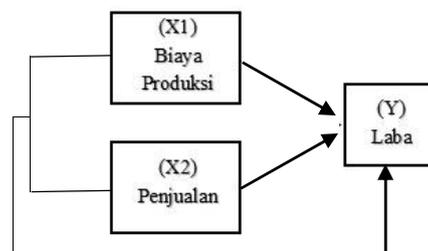
2.3.2 Pengaruh Penjualan Terhadap Laba Perusahaan

Penelitian yang di lakukan oleh Asep Sepulloh Akbar et all (2017:7) mengemukakan bahwa Penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan dimana ketika penjualan meningkat maka laba bersih akan ikut meningkat, sedangkan ketika penjualan menurun maka laba bersih akan ikut menurun.

Penelitian yang di lakukan oleh Aslichah et all (2018:12) mengemukakan bahwa pengaruh penjualan terhadap laba usaha diperoleh hasil bahwa secara positif dan signifikan penjualan berpengaruh terhadap laba usaha.

2.4 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual Penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti.



Gambar 2.1

Kerangka Konseptual Penelitian