

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Konsep Biaya

a. Pengertian Biaya

Biaya adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sebagian akuntan mendefinisikan biaya sebagai satuan moneter atas pengorbanan barang dan jasa untuk memperoleh manfaat di masa kini atau masa yang akan datang (Khadafi et al., 2018 : 161).

Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Ada 4 unsur : pokok dalam definisi biaya tersebut diatas:

- 1) Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
- 2) Diukur dalam satuan uang.
- 3) Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.
- 4) Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

Adapun pengertian biaya menurut Ari Fadiani & Dedi Purwana Biaya merupakan objek yang di catat, di golongan, di ringkas dan di sajikan, dalam arti luas adalah pengorban sumber ekonomis yang di ukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva (Armanto, 2013 : 98).

Menurut Wiratna Sujarweni, biaya mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara luas dan secara sempit. Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi/baru direncanakan.

Biaya dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva.

Biaya dibagi dua dalam arti luas dan sempit, dalam arti luas, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis (sifat kelangkaan) yang diukur dalam satuan mata uang yang terjadi atau kemungkinan terjadi dalam mencapai tujuan tertentu (*to secure benefit*). Dalam arti sempit, biaya adalah bagian harga pokok yang dikorbankan dalam usaha memperoleh penghasilan (Harmain et al., 2019 : 26).

Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya pengertian dari biaya adalah:

- 1) Nilai sumber ekonomis yang telah dikorbankan untuk mencapai tujuan tertentu merupakan biaya historis, yaitu biaya yang telah terjadi dimasa lalu.
- 2) Nilai sumber ekonomis yang akan dikorbankan untuk mencapai tujuan tertentu merupakan biaya masa yang akan datang.
- 3) Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
- 4) Diukur dalam satuan uang.
- 5) Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.
- 6) Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

b. Klasifikasi Biaya

Menurut Riwayadi, klasifikasi Biaya terbagi menjadi: (Hidayat, Wati, & Ardila, 2021 : 15)

- 1) Klasifikasi Biaya Berdasarkan Kemudahan Penelusuran (*Traceability*)

Kemudahan penelusuran menunjukkan mudah atau tidaknya penelusuran biaya ke objek biaya. Semakin mudah biaya tersebut ditelusuri ke objek biayanya, semakin akurat pembebanan biaya tersebut ke objek biaya. Ada dua klasifikasi biaya berdasarkan kemudahan penelusuran biaya, yaitu:

- a) Biaya langsung Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang dapat secara mudah dan akurat ditelusuri ke objek biaya.
 - b) Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang tidak dapat dengan mudah dan akurat ditelusuri ke objek biaya
- 2) Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi Utama Organisasi.

Klasifikasi biaya berdasarkan fungsi utama organisasi ada tiga, yaitu:

- a) Biaya produksi (*manufacturing cost*) Biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi. Biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
- b) Biaya pemasaran (*marketing expenses*) Biaya pemasaran adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi pemasaran. Biaya gaji karyawan pemasaran, biaya iklan, dan ongkos angkut penjualan adalah beberapa contoh biaya pemasaran.
- c) Biaya administrasi dan umum (*Administrative and General Expenses*) Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya gaji karyawan departemen personalia, biaya penyusutan peralatan departemen akuntansi, dan biaya perlengkapan departemen keuangan adalah beberapa contoh biaya administrasi dan umum.

3) Klasifikasi Biaya Berdasarkan Perilaku Biaya

Perilaku biaya mengkaji hubungan total biaya dan biaya per unit dengan perubahan output aktivitas. Klasifikasi biaya berdasarkan perilakunya ada tiga, yaitu sebagai berikut:

- a) Biaya tetap (*fixed cost*) Biaya yang totalnya tetap tanpa dipengaruhi oleh perubahan output aktivitas dalam batas

relevan tertentu, sedangkan biaya per unit berubah berbanding terbalik.

- b) Biaya variabel (*variable cost*) Biaya yang totalnya berubah secara proporsional dengan perubahan output aktivitas, sedangkan biaya per unitnya tetap dalam batas relevan tertentu.
- c) Biaya semivariabel (*semivariable cost*) Biaya yang totalnya berubah secara tidak proporsional dengan perubahan output aktivitas, dan biaya per unitnya berubah berbanding terbalik dengan perubahan output aktivitas.

Sedangkan menurut Wiratna Sujarweni, angka-angka yang disebut sebagai biaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a) Berdasarkan Pengelompokan Biaya
- b) Berdasarkan Perilaku Biaya
- c) Berdasarkan Pengambilan Keputusan
- d) Berdasarkan Sesuatu yang dibiayai
- e) Biaya Kesempatan (*Opportunity Cost*)

c. Akuntansi Biaya

Akuntansi dapat didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, mengukur, menangkap, mengelompokkan, meringkas, melaporkan dan menganalisis dan individu (Soemarso, 2004 : 190). Akuntansi keuangan adalah salah satu bidang akuntansi yang berhubungan dengan pelaporan keuangan untuk pihak-pihak diluar perusahaan. Yaitu dengan tujuan untuk menyajikan laporan keuangan di suatu usaha atau organisasi tertentu untuk kepentingan pihak eksternal. Akuntansi manajemen adalah salah satu bidang akuntansi yang bertujuan untuk mengendalikan kegiatan perusahaan, memonitori arus kas, dan menilai alternatif dalam pengambilan keputusan (Soemarso, 2004 : 213). Yaitu untuk menyajikan laporan-laporan di suatu satuan usaha atau organisasi tertentu untuk kepentingan pihak internal dalam rangka melaksanakan proses manajemen yang

meliputi perencanaan, pembuatan keputusan, pengorganisasian dan pengarahan serta pengendalian. Agar manajemen dapat melakukan tugasnya dengan baik, harus memiliki informasi lengkap tentang perusahaan atau bagian dari perusahaan, beberapa jenis informasi di antaranya adalah biaya, sehingga melihat perlunya sistem akuntansi biaya.

Akuntansi biaya adalah proses menangkap, mengklasifikasikan, meringkas dan menyajikan biaya. Pembuatan dan penjualan produk dan jasa dengan cara tertentu dan interpretasinya. Sehingga Anda dapat melihat data yang masuk akal. Akuntansi biaya juga menyediakan data tentang biaya berbagai produk. Untuk tujuan, termasuk menentukan biaya produksi, biaya yang dikeluarkan di perusahaan harus diklasifikasikan dan dicatat secara jujur agar memungkinkan perhitungan biaya produksi. Barang dibuat dengan hati-hati. Akuntansi biaya membantu manajemen dengan masalah klasifikasi biaya, yaitu mengelompokkan biaya ke dalam kelompok-kelompok tertentu sesuai dengan Persamaan yang ada untuk memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan manajemen. Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan biaya secara sistematis atau semua itemnya ke dalam kelompok tertentu untuk memberi mereka lebih banyak arti atau kepentingan. Informasi biaya harus mencerminkan tujuan penggunaan informasi biaya oleh pengguna (Mulyadi, 2017 : 115).

Sedangkan penjelasan mengenai sistem akuntansi biaya adalah suatu sistem akuntansi yang menggunakan sistem akuntansi persediaan perpetual untuk tiga persediaan produksi : bahan baku langsung, barang dalam proses, dan barang jadi. Akuntansi biaya membahas mengenai konsep dan perhitungan biaya, pengendalian biaya, nilai harga pokok produksi dan harga pokok penjualan, serta membantu dan melengkapi manajemen dengan alat-alat yang dibutuhkan untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas dan efisiensi, serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun strategis (Kamilah, 2014 : 129).

Sistem akuntansi biaya adalah sistem akuntansi yang digunakan untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan, mencatat dan meringkas biaya secara sistematis dalam satu unit organisasi perusahaan dan menyediakannya dalam bentuk laporan biaya produksi kepada mereka yang membutuhkan informasi biaya. Akuntansi biaya terkait erat dengan perusahaan industri (manufaktur). Perusahaan manufaktur adalah perusahaan dimana proses perubahan bahan baku menjadi barang setengah jadi, atau barang jadi, melalui tenaga kerja atau fasilitas pabrik. Beberapa fungsi perusahaan manufaktur sama dengan organisasi perusahaan dagang, hanya perlu dilengkapi dengan akuntansi mengenai proses produksi. Dengan demikian akuntansi untuk perusahaan industri ini akan lebih rumit dibandingkan dengan akuntansi perusahaan dagang. Oleh karena itu laporan yang dibuat secara periodik harus dapat memberi informasi yang lengkap untuk mengambil keputusan (Harmain et al., 2019 : 44).

d. Penggolongan Biaya

Menurut Mulyadi, biaya dapat digolongkan berdasarkan: (Mulyadi, 2012 : 89)

1) Penggolongan biaya berdasarkan objek pengeluaran

Cara 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. Contoh penggolongan biaya atas objek pengeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut “biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asumsi, biaya bunga, biaya zat warna”.

2) Penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produk, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi umum,

oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum (Khadafi et al., 2018 : 118).

Yang dimaksud biaya produksi adalah biaya-biaya yang timbul untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya bahan baku, biaya bahan penolong, dan biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian (baik langsung maupun tidak langsung berhubungan proses produksi).

Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi tiga yaitu : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, sedangkan yang dimaksud dengan biaya pabrik pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah iklan, biaya promosi dan biaya contoh produk (sampel). Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya gaji karyawan, biaya kegiatan keuangan, dan biaya akuntansi dan personalia.

3) Penggolongan Biaya berdasarkan Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai.

Biaya dapat berupa produk untuk departemen dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai dapat dikelompokkan menjadi biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Yang dimaksud dengan biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan biaya tidak langsung, adalah biaya yang

terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya overhead pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan pokok tertentu. Contohnya adalah biaya penyusunan barang pabrik.

4) Penggolongan Biaya berdasarkan Jangka Waktu Manfaatnya.

Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya, dapat dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut: pengeluaran modal (*capital expenditure*) dan pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*). Yang dimaksud dengan pengeluaran modal (*capital expenditure*), adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Sedangkan pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*), adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

5) Penggolongan Biaya Berdasarkan Perilaku Biaya dalam Hubungan dengan Perubahan Volume Kegiatan.

Biaya berdasarkan perilaku biaya dalam hubungan dengan perubahan volume kegiatan, dibagi menjadi dua yaitu biaya variabel dan biaya semi variabel. Yang dimaksud dengan biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan biaya semi variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel. Dengan demikian biaya semi variabel memiliki karakteristik apabila biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan akan tetap maka sifat perubahannya tidak sebanding. Semakin tinggi volume penjualan semakin besar jumlah totalnya dan sebaliknya semakin rendah volume kegiatan semakin rendah biaya total, tetapi perubahannya tidak sebanding.

Pada biaya semi variabel, biasanya satuan akan berubah terbalik dihubungkan dengan perubahan volume kegiatan tetapi sifatnya tidak sebanding sampai dengan kegiatan tertentu, semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah jumlah biaya satuannya dan sebaliknya. Contoh biaya semi variabel adalah biaya operasi kendaraan dan biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap. Yang dimaksud biaya semi variabel tetap adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu. Contoh biaya semi variabel tetap adalah biaya listrik. Sedangkan biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

2. Produksi

a. Pengertian Produksi

Menurut Patil, *“Production is a process of transforming (converting) inputs (raw-materials) into outputs (finished goods). So, production means the creation of goods and services. It is done to satisfy human wants. Thus, production is a process of transformation.”* (Patil et al., 2012 : 298).

Menurut Assauri, produksi adalah kegiatan yang mentransformasikan masukan (input) menjadi keluaran (output), mencakup semua aktivitas atau kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau menunjang usaha untuk menghasilkan produk tersebut yang berupa barang-barang atau jasa (Assauri, 2003 : 190).

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa, sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang. Produksi bertujuan

untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran. Kemakmuran dapat tercapai jika tersedia barang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi.

Menurut Irham Fahmi, produksi adalah suatu yang dihasilkan oleh perusahaan baik bentuk barang (*goods*) maupun jasa (*service*) dalam suatu periode waktu yang selanjutnya dihitung sebagai nilai tambah bagi perusahaan (Fahmi, 2014 : 105).

Jika ditelaah lebih lanjut, pengertian produksi dapat ditinjau dari dua sudut. dua sudut tersebut adalah :

- 1) Pengertian produksi dalam arti sempit, yaitu mengubah bentuk barang menjadi barang baru, ini menimbulkan *Form Utility*.
- 2) Pengertian produksi dalam arti luas, yaitu usaha yang menimbulkan kegunaan karena place, time, dan possession. Menurut definisi diatas dapat disimpulkan produksi meliputi semua aktivitas dan tidak hanya mencakup pengertian yang sangat luas, produksi meliputi semua aktivitas dan tidak hanya mencakup pembuatan barang-barang yang dapat dilihat dengan menggunakan faktor produksi. Faktor produksi yang dimaksud adalah berbagai macam input yang digunakan untuk melakukan proses produksi. Faktor-faktor produksi tersebut dapat diklasifikasi menjadi faktor produksi tenaga kerja, modal, dan bahan mentah.

3. Biaya Produksi

a. Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual. Elemen biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik (Permana, 2017 : 87).

Menurut Jannah, Biaya (*cost*) adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna

untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi (Jannah, 2018 : 46). Mulyadi mengemukakan bahwa “biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.” Riswayadi mengatakan, “biaya produksi adalah biaya yang terjadi pada fungsi produksi. Fungsi produksi adalah fungsi yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi” (Mulyadi, 2017 : 192).

Biaya produksi merupakan pengeluaran biaya terbesar bagi perusahaan manufaktur, oleh karena itu pihak manajemen harus melakukan suatu pengendalian biaya produksi dan mengoptimalkan pemanfaatannya secara rasional dan sistematis agar biaya produksi menjadi rasional dan efektif.

Biaya produksi dapat dikatakan efisien 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. Jadi dapat disimpulkan biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang berhubungan dengan fungsi atau kegiatan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang mempunyai nilai jual.

b. Unsur-Unsur Biaya Produksi

Untuk melakukan proses produksi, setiap perusahaan membutuhkan biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Mulyadi, 2017 : 112).

1) Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku adalah biaya bahan baku yang membentuk bagian yang tidak terpisahkan dari barang jadi dan yang dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Biaya bahan baku juga merupakan biaya yang pada umumnya dapat ditelusuri langsung ke dalam wujud produknya. Penentuan unsur biaya bahan baku akan dapat dilihat pada setiap produk yang dihasilkan. Misalnya untuk menentukan bahan langsung dari produk pakaian jadi adalah kain, maka biaya yang dikorbankan untuk memperoleh bahan kain digolongkan sebagai biaya bahan langsung. Contoh lain adalah produk mobil, bahan baku yang dapat ditelusuri pada produk tersebut adalah baja (Khadafi et al., 2018 : 128).

Jadi bahan baku membentuk bagian integral dari produk jadi. Biaya ini meliputi biaya untuk memperoleh bahan baku dan menemukannya dalam keadaan yang siap diolah. Kemudahan penelusuran item bahan baku ke produk jadi merupakan pertimbangan utama dalam pengklasifikasian biaya sebagai bahan baku langsung. Ketika suatu biaya bahan baku merupakan jumlah yang tidak signifikan atau penelusurannya sangat rumit maka pengklasifikasian biaya tersebut ke dalam biaya bahan baku langsung menjadi tidak ekonomis dan lebih tepat diklasifikasikan ke dalam biaya *overhead*.

Prinsip yang menjadi pedoman dalam penentuan harga pokok bahan baku yang dibeli adalah bahwa semua biaya yang terjadi akibat penggunaan satu unit bahan dalam proses produksi harus diperhitungkan, biaya perolehan seperti harga faktur dan ongkos

transportasi jelas merupakan biaya barang yang dibeli. Biaya bahan baku langsung merupakan semua biaya yang terjadi untuk memperoleh bahan baku, dan menempatkannya dalam keadaan selesai diproduksi, dan harga pokok bahan yang dibeli tidak hanya harga yang tercantum dalam faktur pembelian saja melainkan ditambah dengan biaya-biaya pembelian dan biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan bahan baku tersebut untuk diolah.

Biaya menurut faktur ditambah transportasi masuk dikurangi return dan potongan yang diterima penjual. Apabila didalam pembelian bahan baku ada potongan tunai, maka potongan tunai ini diperlakukan sebagai pengurangan terhadap harga pokok bahan baku. Dan hal ini juga dinyatakan dalam PSAK No. 14.2 Tahun 2009 (lampiran 2) antara lain: Biaya pembelian persediaan meliputi harga pembelian, bea cukai masuk dan pajak lainnya (kecuali yang kemudian dapat ditagih kembali oleh perusahaan kepada kantor pajak), dan biaya lainnya yang secara langsung dapat diatribusikan pada perolehan bahan jadi, bahan dan jasa. Diskon dagang (*trade discount*), rabat dan pos lain yang serupa dikurangkan dalam menentukan biaya pembelian.

Pada perusahaan industri pada umumnya, biaya bahan baku langsung merupakan biaya yang paling besar nilainya dalam operasi perusahaan, sehingga penggunaan bahan secara efektif dan efisien merupakan faktor yang paling penting. Berikut ini ada beberapa metode aliran biaya produksi yang dipakai :

- a) Metode Identifikasi Khusus
- b) Metode Masuk Pertama Keluar Pertama
- c) Metode Rata-Rata
- d) Metode Masuk Terakhir Keluar Terakhir
- e) Metode Harga Pokok Standar

Dalam mencatat transaksi yang menyangkut biaya bahan baku untuk proses produksi diperlukan satu sistem didalam

mengelola persediaan. Yang dimaksud dengan system persediaan ialah cara mengelola persediaan ditinjau dari sudut pandang ilmu akuntansi. Ada dua macam sistem persediaan adalah :

a) Sistem Persediaan Berkala

Sistem ini disebut juga sistem pencatatan persediaan, dimana setiap pembelian persediaan dicatat sebagai perkiraan pembelian. Sedangkan untuk mengetahui biaya bahan baku yang dikeluarkan dalam produksi selama periode yang bersangkutan, dihitung dengan cara harga pokok persediaan ditambah harga pokok bahan baku yang dibeli dikurang dengan harga pokok persediaan akhir. Untuk lebih jelas metode periodikal ini maka berikut ini diberikan contoh beserta penyelesaian :

Pada tanggal 22 juni 2016 PT. Zahirah membeli bahan baku untuk keperluan produksinya sebesar Rp10.000.000 tunai dari PT. Hasby, kemudian pada tanggal 29 juni bahan baku tersebut digunakan sebesar Rp8.000.000 untuk diolah menjadi barang jadi. Jurnal yang digunakan untuk mencatat pembelian bahan baku sebagai berikut:

Pembelian Bahan Baku	Rp10.000.000
Kas	Rp10.000.000

Pada saat pemakaian bahan baku,tidak ada penjurnalan hanya pada akhir periode dibuat jurnal :

Harga Pokok Produksi – Bahan Baku	Rp10.000.000
Pembelian	Rp10.000.000
Persediaan	Rp2.000.000
Harga Pokok Produksi – Bahan Baku	Rp2.000.000

b) Sistem Persediaan Perpetual

Sistem ini merupakan sistem persediaan secara terus-menerus dalam suatu pencatatan persediaan, dimana setiap terjadi transaksi pembelian persediaan dicatat perkiraan bahan. Berikut ini adalah jurnal yang digunakan pada

sistem periodikal sebelumnya, jurnal yang digunakan untuk mencatat pembelian adalah :

Persediaan Bahan Baku	Rp10.000.000
Kas	Rp10.000.000
Pada saat pemakaian dan pada akhir periode dibuat jurnal :	
Barang Dalam Proses	Rp8.000.000
Persediaan Bahan Baku	Rp8.000.000

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja langsung adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut. Jadi yang dimaksud dengan biaya tenaga kerja langsung adalah biaya dari tenaga kerja yang melakukan konversi dari bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke suatu produk tertentu. Sedangkan biaya tenaga kerja yang secara tidak nyata mengerjakan suatu produk atau hasil usaha mereka tidak mudah ditelusuri ke produk jadi merupakan bagian dari biaya tenaga kerja tidak langsung dan dibebankan ke overhead pabrik (Don R, 2006 : 136).

Biaya tenaga kerja langsung merupakan kontribusi manusia atau balas jasa atau pembayaran-pembayaran kepada karyawan perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan. dari jasa yang mereka berikan para karyawan menerima imbalan dari pihak perusahaan yang di sebut dengan gaji dan upah .

Biaya tenaga langsung adalah tenaga kerja yang dapat ditelusuri pada barang atau jasa yang sedang diproduksi. Dalam hubungannya, produk dan tenaga kerja langsung adalah semua karyawan yang secara langsung ikut serta dalam memproduksi produk jadi yang jasanya dapat diusut secara langsung pada produk. Komponen dari biaya tenaga kerja langsung terdiri dari

upah langsung, *Incentive* (Premi), dan *Overtime* (Lembur) (Don R, 2006 : 137).

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya overhead pabrik didefinisikan sebagai berikut: Semua biaya selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung yang terkait dengan proses pembuatan. Biaya overhead pabrik mencakup semua biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Overhead pabrik mencakup bahan tak langsung (*indirect materials*), tenaga kerja tak langsung (*indirect labor*), dan biaya-biaya lain di luar beban pemasaran dan administrasi.

Biaya pabrik tidak langsung terdiri unsur-unsur menurut sifatnya adalah sebagai berikut : Biaya bahan penolong, Biaya reparasi dan pemeliharaan, Biaya tenaga kerja tidak langsung, Biaya yang timbul akibat penilaian aktiva tetap, Biaya yang timbul akibat berlalunya waktu, dan Biaya overhead pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai.

Dalam suatu perusahaan sering kali pengolahan satu atau beberapa macam bahan baku dalam suatu proses produksi, dalam proses produksi seperti ini disebut sebagai biaya bersama (*joint cost*) yang sulit diidentifikasi alirannya kepada berbagai produk yang dihasilkan. Biaya bersama dapat diartikan sebagai biaya *overhead* bersama (*joint cost*) yang harus dialokasikan ke berbagai departemen, baik dalam perusahaan yang kegiatan produksinya berdasarkan pesanan maupun yang kegiatan produksinya dilakukan secara massa. Dari pengertian tersebut bahwa biaya bersama dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi berbagai macam produk yang dihasilkan oleh perusahaan sesuai dengan departemen yang diproduksi.

Adapun beberapa dasar pembebanan biaya pabrik tidak langsung yaitu:

a) Satuan Produk

Metode ini merupakan yang paling sederhana dan langsung membebankan biaya *overhead* pabrik kepada produk dengan dasar jumlah unit produksi. Metode ini sesuai digunakan dalam perusahaan yang memproduksi satu macam produk. Maka pembebanan biaya overhead dapat dilakukan dengan dasar berat, volume atau jumlah produk itu. Perhitungan rumus dapat dilihat sebagai berikut :

$$\text{Tarif } \textit{Overhead} \text{ Pabrik} = \frac{\text{Taksiran Biaya Pabrik Tidak Langsung}}{\text{Taksiran Jumlah Produk Yang Tidak Langsung}}$$

Contoh: taksiran biaya overhead pabrik adalah Rp10.000.000; dan ditaksir unit produksi 250.000 unit maka tarif biaya *overhead* adalah dapat dihitung :

$$\text{BOP} = \frac{\text{Rp } 10.000.000}{250.000 \text{ Unit}} = \text{Rp } 40 \text{ Per Unit Produksi}$$

b) Biaya Bahan Baku

Apabila biaya *overhead* yang akan dibebankan berhubungan erat dengan nilai bahan baku yang dipakai. Metode ini terbatas pemakaiannya dan dibuat untuk produk yang menggunakan bahan baku yang harga pabriknya bervariasi dengan jumlah berat bahan baku perhitungan ini dapat dilihat sebagai berikut:

Contoh : taksiran biaya *overhead* pabrik Rp10.000.000 dan taksiran biaya bahan baku Rp5.000.000 maka tarif biaya overhead pabrik adalah :

$$\text{Tarif BOP} = \frac{\text{Rp } 10.000.000}{\text{Rp } 5.000.000} \times 100\%$$

$$= 200\% \text{ dari biaya bahan baku yang dipakai.}$$

Perbedaan perusahaan dagang dengan perusahaan industri adalah jenis usaha yang dijalankannya. Untuk perusahaan dagang yang tidak memiliki persediaan bahan baku sebab bahan yang diimiliki adalah bahan yang bertujuan untuk

dijual bukan untuk diproses. Kegiatan perusahaan industri terdiri dari pengolahan bahan baku menjadi produk jadi dan penjualan produk tersebut kepada konsumen atau perusahaan industri lain. Kegiatan pengolahan bahan baku menjadi bahan produk jadi memerlukan 3 golongan pengorbanan sumber ekonomi menurut (Hansen & Mowen, 2004 : 90), yaitu:

- (1) Pengorbanan sumber ekonomi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi, pengorbanan ini dikelompokkan dengan biaya produksi dan dirinci menjadi bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
- (2) Pengorbanan sumber ekonomi untuk kegiatan pemasaran produk jadi, pengorbanan ini dikelompokkan dengan biaya pemasaran.
- (3) Pengorbanan sumber ekonomi untuk kegiatan selain produksi dan pemasaran produk, pengorbanan ini dikelompokkan dengan biaya administrasi dan umum.

Sehubungan dengan perusahaan yang bergerak dalam penanaman bibit kelapa sawit, maka unsur biaya yang perlu diklasifikasikan kedalam biaya bahan baku terdiri atas biaya semua pengorbanan ekonomi hingga bahan baku tersebut selesai untuk mengeluarkan hasilnya.

Dengan demikian dana reboisasi dan iuran hasil hutan tidak termasuk ke dalam komponen biaya bahan baku sebab biaya tersebut terjadi akibat dari pengusaha hutan yang dilakukan oleh perusahaan. Pembibitan sawit merupakan proses pengolahan hutan. Dengan demikian seluruh biaya yang dikorbankan hingga sawit tersebut dapat menghasilkan diklasifikasikan kedalam biaya perawatan.

c) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Cara ini juga sudah banyak digunakan karena cara pemecahannya lebih mudah diterima dan mendekati kebenaran. Rumus perhitungan untuk biaya tenaga kerja langsung dapat dilihat berikut ini: Karena keterbatasan metode tenaga kerja langsung, disebabkan oleh biaya overhead pabrik harus dipandang sebagai tambahan nilai produk. Tambahan nilai sering kali disebabkan oleh beban penyusutan mesin yang terlalu tinggi, yang tidak mempunyai hubungan tenaga kerja langsung. Selain itu juga dapat disebabkan oleh jumlah upah tenaga kerja langsung merupakan jumlah total upah tingkat tinggi dan rendah. Bila suatu pekerjaan dikerjakan oleh karyawan yang upahnya terlalu tinggi maka biaya overhead pabrik akan tinggi bila dibanding dengan pekerjaan yang upahnya rendah.

Contoh : taksiran biaya *overhead* pabrik Rp10.000.000 dan juga taksiran upah langsung Rp20.000.000 maka tarif biaya pabrik dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Tarif BOP} &= \frac{\text{Taksiran Biaya Pabrik Tidak Langsung}}{\text{Taksiran Biaya Tenaga Kerja Langsung}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 10.000.000}{\text{Rp } 20.000.000} \times 100\% \\ &= 50\% \text{ Biaya Tenaga Kerja Langsung} \end{aligned}$$

d) Jam Tenaga Kerja Langsung

Apabila biaya overhead pabrik mempunyai hubungan erat dengan waktu untuk membuka produk, maka dasar yang dipakai untuk membebankan adalah jam kerja langsung, perhitungan ini dapat dilihat sebagai berikut:

Contoh : taksiran biaya overhead pabrik Rp10.000.000 dan taksiran jam kerja langsung 500.000 jam maka tarif overhead pabrik adalah :

$$\text{Tarif BOP} = 100\% \frac{\text{Rp } 10.000.000}{500.000 \text{ Jam}} = \text{Rp } 20 \text{ Per Jam kerja}$$

langsung.

c. Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Menurut Mulyadi, Pengumpulan biaya produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Secara garis besar menurut (Mulyadi, 2017 : 163) cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam:

1) Produksi Atas Dasar Pesanan.

Perusahaan yang memproduksi atas dasar pesanan, mengumpulkan biaya produksinya dengan menggunakan metode kos pesanan (*job order cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan biaya produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

2) Produksi Masa

Produksi Massa. Perusahaan yang memproduksi massa, mengumpulkan biaya produksinya dengan menggunakan metode kos proses (*process cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan biaya produksi per satuan 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.

4. Harga Pokok Produksi

a. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah mewakili jumlah biaya bahan yang diselesaikan dalam periode tertentu. Harga pokok produksi terdiri atas

bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* (Hansen & Mowen, 2004 : 92).

Harga pokok produksi ditetapkan oleh perusahaan sebagai dasar penetapan harga jual. Dengan informasi harga pokok produksi, manajemen dapat memutuskan harga jual yang dapat bersaing agar produk yang diproduksi dapat bersaing pula dipasaran.

Harga pokok produksi adalah sejumlah aktiva, tetapi apabila selama tahun berjalan aktiva tersebut membantu memperoleh penghasilan, aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban (Armanto, 2013 : 67).

Sedangkan menurut Mulyadi, harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa selama periode bersangkutan. Dengan kata lain, bahwa harga pokok produksi merupakan biaya untuk memperoleh barang jadi yang siap jual. Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa harga pokok produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa.

b. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi, Metode penentuan cost produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam cost produksi (Mulyadi, 2010 : 185). Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam cost produksi terdapat 2 pendekatan :

1) *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan *cost* produksi memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam *cost* produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (baik yang berperilaku variabel maupun tetap).

Biaya Bahan Baku	XX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XX
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	XX
<u>Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel</u>	XX
Harga Pokok Produksi	XX

2) Variabel *Costing*

Variable *costing* merupakan metode penentuan *cost* produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam *cost* produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Biaya Bahan Baku	XX
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XX
<u>Biaya <i>Overhead</i> Pabrik</u>	XX
Harga Pokok Produksi	XX

5. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Bagi sebuah perusahaan penjualan merupakan sumber utama pendapatan perusahaan. Pendapatan yang diperoleh dari penjualan dipergunakan perusahaan untuk membiayai segala kegiatannya maupun untuk mengembangkan usahanya. Penjualan merupakan kegiatan ekonomis yang umum, dimana dengan penjualan sebuah perusahaan akan memperoleh hasil/laba sesuai dengan yang direncanakan atau memperoleh pengembalian atas biaya-biaya yang dikeluarkan. Berikut ini definisi penjualan menurut beberapa ahli:

Menurut Bashu Swastha, Penjualan meliputi perencanaan, pengarahan, dan pengawasan personal seling, termasuk penarikan, pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, supervisi, pembayaran, dan

motivasi sebagai tugas yang diberikan pada para tenaga penjualan untuk mencapai tujuan penjualan. Sedangkan menurut Sutanto, mengemukakan penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang yang telah dihasilkannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama (Wijayanti, 2018 : 189).

Dari definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan hasil penjualan adalah hasil usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang yang telah dihasilkannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan, atas persetujuan bersama dengan tujuan agar memperoleh pendapatan bagi perusahaan yang kemudian akan digunakan untuk membiayai kebutuhan perusahaan untuk selanjutnya. Dengan ini terlihat betapa pentingnya fungsi penjualan bagi sebuah perusahaan. Hasil penjualan yang merupakan sumber pendapatan yang paling utama akan digunakan kembali oleh para pengusaha untuk membiayai segala kegiatan dan kebutuhan usahannya, dengan tujuan agar usaha dapat terus berjalan, dan perusahaan dapat mendapatkan keuntungan dalam proses usahannya.

b. Tujuan Penjualan

Sukses bisa dicapai bilamana seseorang atau perusahaan jika mereka memiliki suatu tujuan atau cita-cita, demikian pula halnya dengan pengusaha atau penjual. Tujuan tersebut akan menjadi kenyataan apabila dilaksanakan dengan kemauan dan kemampuan yang memadai. Selain itu, harus diperhatikan pula faktor-faktor lain seperti:

- 1) Modal yang diperlukan.
- 2) Kemampuan merencanakan dan membuat produk.
- 3) Kemampuan menentukan tingkat harga yang tepat.
- 4) Kemampuan memilih penyalur yang tepat.
- 5) Kemampuan menggunakan cara-cara promosi yang tepat, dan
- 6) Unsur penunjang lainnya.

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan pendapatan 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 menghasilkan laba.

Pada umumnya perusahaan mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualannya menurut (Swastha, 2005 : 47), yaitu:

- 1) Mencapai volume penjualan tertentu.
- 2) Mendapatkan laba tertentu.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Dalam realitasnya penjualan dewasa ini tampak bahwa tujuan penjualan yang utama adalah mendapatkan laba. Laba tersebut jatuh pada produsen, grosir dan lembaga-lembaga penjualan lainnya.

6. Biaya Penjualan

a. Pengertian Biaya Penjualan

Biaya penjualan adalah semua biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan menjual dan memasarkan barang seperti kegiatan promosi, penjualan dan pengangkutan barang-barang yang dijual (Soemarso, 2004 : 79).

Biaya penjualan merupakan biaya yang dibebankan di dalam penjualan suatu barang atau jasa mulai dari keluarnya barang dari gudang ke tangan pembeli. Dalam hal ini biaya yang dikeluarkan adalah biaya untuk memasarkan produk selesai, termasuk biaya iklan, biaya gaji para pramuniaga, biaya angkut barang-barang yang dijual dan gaji manajer pemasaran (Permana, 2017 : 120).

Menurut Agus Putranto “Penjualan adalah salah satu aktivitas operasi dari koperasi, selain itu penjualan juga merupakan salah satu tujuan utama dari koperasi. Penjualan merupakan bagian yang penting,

baik untuk perusahaan industri, perusahaan perdagangan maupun koperasi.”(Putranto, 2017 : 110).

Secara umum definisi penjualan dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya. Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba.

b. Jenis-Jenis Penjualan

Menurut (Jannah, 2018 : 89) ada beberapa jenis penjualan menurut Basu Swasta, yaitu sebagai berikut :

1) *Trade Selling*

Dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka, hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan peragaan produk baru.

2) *Missionary Selling*

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Dalam hal ini perusahaan yang bersangkutan memiliki penyalur sendiri dalam pendistribusian produknya.

3) *Technical Selling*

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat pada pembeli akhir dari barang dan jasanya dengan menunjukkan bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

4) *New Business Selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. jenis ini sering dipakai oleh perusahaan asuransi.

5) *Responsive Selling*

Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus pada pembeli ulang.

c. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan**

Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Penjual harus dapat menyakinkan 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, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

2) Kondisi Pasar

Faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar penjual, pasar industri, pasar pemerintah atau pasar internasional.
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- c) Daya belinya.
- d) Frekuensi pembelian.

e) Keinginan dan kebutuhan.

3) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal. Penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempa peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk perusahaan.

4) 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.

5) Faktor Lain

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

7. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan menghasilkan laba secara efektif dan efisien. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan pendapatan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Intinya adalah profitabilitas menunjukkan efisiensi perusahaan. (Kasmir, 2010 : 53) Sedangkan menurut Hasibuan mengemukakan bahwa profitabilitas perusahaan adalah suatu kemampuan bank dalam memperoleh laba yang dinyatakan dalam persentase. Profitabilitas pada dasarnya adalah laba (rupiah) yang dinyatakan dalam (persen) profit. Dari definisi diatas bisa disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan

dalam menghasilkan laba dari usaha yang dilakukannya (Malayu, 2006 : 27).

Profitabilitas merupakan dasar dari adanya keterkaitan antara efisiensi operasional dengan kualitas jasa yang dihasilkan oleh suatu bank, tujuan analisis profitabilitas sebuah bank adalah untuk mengukur tingkat efisiensi usaha yang dicapai oleh bank yang bersangkutan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antar berbagai komponen yang ada dalam laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi, tujuannya adalah agar terlihat perkembangan perusahaan dalam rentang waktu tertentu baik penurunan atau kenaikan sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut (Kasmir, 2014 : 218). Pengukuran analisis rasio profitabilitas salah satunya dapat menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA). Menurut Dendawijaya, alasan penggunaan *Return On Assets* (ROA) dikarenakan Bank Indonesia sebagai pembina perbankan lebih mengutamakan nilai profitabilitas suatu bank yang diukur dengan aset yang dananya sebagian besar berasal dari masyarakat. *Return On Assets* (ROA) penting bagi bank karena *Return On Assets* (ROA) digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan.

b. Tujuan Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

- 1) Untuk mengukur atau menghiung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- 2) Untuk menilai posisi laba perusahaan pada tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.

- 3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- 5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
- 6) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
- 7) Dan tujuan lainnya.

c. *Return On Asset (ROA)*

Profitabilitas sebagai variable independen yang di proksikan dengan *Return On Asset (ROA)* Profitabilitas atau kemampuan menghasilkan laba merupakan ukuran seberapa baik suatu sistem berfungsi menurut besarnya laba yang berhasil dicetak (Case & Fair, 2002 : 103). Laba adalah tujuan dengan alasan dengan laba yang cukup dapat dibagi keuntungan kepada pemegang saham, meningkatkan dana cadangan modal dan memperluas kesempatan masyarakat untuk meminjam dana sehingga akan menaikkan kredibilitas bank di mata masyarakat (Simorangkir, 2004 : 127).

- 1) Laba merupakan penilaian keterampilan pimpinan. Pimpinan bank yang cakap dan terampil umumnya dapat mendatangkan keuntungan yang lebih besar daripada pimpinan yang kurang cakap.
- 2) Meningkatkan daya tarik bagi pemilik modal untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham yang dikeluarkan oleh bank. Pada gilirannya bank akan mempunyai kekuatan modal untuk memperluas penawaran produk dan jasanya kepada masyarakat.
- 3) Bila tingkat laba bertambah diharapkan lalu lintas keuangan terjamin sehingga pemerintah dan masyarakat merasa tenang.

Laba bukan hanya untuk kepentingan pemilik, tetapi juga sangat penting untuk pengembangan usaha Perusahaan. Laba Perusahaan terutama diperoleh dari selisih antara pendapatan atas penanaman dana dan biaya-biaya yang dikeluarkan sela periode tertentu. Untuk dapat

memperoleh hasil yang optimal, Perusahaan dituntut untuk melakukan pengelolaan dananya secara efisien dan efektif baik atas dana-dana yang dikumpulkan dari masyarakat (Dana Pihak Ketiga), serta dana pemilik Perusahaan maupun atas pemanfaatan atau penanaman dana tersebut. Untuk mengukurnya, peneliti menggunakan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

d. Gross Profit Margin (GPM)

Margin laba kotor merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih. Cara pengukuran rasio ini dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$GPM = \frac{\text{Penjualan Bersih-HPP}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

e. Net Profit Margin (NPM)

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Cara pengukuran rasio ini dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan rasio ROA (*Return On Asset*) untuk mengukur rasio profitabilitas, dikarenakan atau kemampuan menghasilkan laba merupakan ukuran seberapa baik suatu sistem berfungsi menurut besarnya laba yang berhasil dicetak (Case & Fair, 2002 : 187).

8. Konsep Profitabilitas Dalam Islam

Tujuan utama dari sebuah usaha adalah ingin memperoleh laba yang merupakan cerminan dari pertumbuhan aset perusahaan. Dalam bahasa arab, laba berarti pertumbuhan dalam perdagangan. Dalam islam disarankan untuk menggunakan harta/modal dengan baik dan melarang menyimpannya hingga

tidak habis dimakan zakat, sehingga harta/modal dapat direalisasikan peranannya dalam aktivitas ekonomi. Dalam Al-Quran Allah SWT Berfirman pada Q.S Al Baqarah : 16.

أُولَئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَتْ تِجَارَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ ۝١٦

Artinya : “Mereka itulah orang-orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk. Maka, tidaklah beruntung perniagaannya dan mereka bukanlah orang-orang yang mendapatkan petunjuk.” (Q.S Al Baqarah : 16).(Indonesia, 2019)

B. Penelitian Terdahulu

Tujuan mencantumkan penelitian terdahulu adalah untuk menunjukkan penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang memiliki persamaan dengan yang akan diteliti, letak perbedaannya dengan yang akan diteliti sehingga jelas posisi permasalahan yang akan diteliti (Akmal Tarigan et al., 2015 : 42). Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1	(Triastuti, Sudjana, & Putri, 2022)	Piutang, Utang, dan Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Perusahaan	Metode analisis yang digunakan adalah dengan melakukan perhitungan	Berdasarkan hasil penelitian secara parsial, perputaran piutang memiliki nilai t hitung sebesar	Objek penelitian dan tidak ada variabel biaya penjualan dalam	Sama-sama membahas tentang biaya produksi dalam meningkatk

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
		Manufaktur Sub Sektor Farmasi	pada masing-masing variabel, uji deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, Uji F dan uji T	0,455 dan tingkat signifikan sebesar 0,654. Dengan nilai sig. 0,654 > 0,05 maka Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa perputaran piutang tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas	penelitian terdahulu ini.	an profitabilitas .
2	(Kadir, 2021)	Analisis Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Untuk Meningkatkan Profitabilitas Pada PT Aneka Tambang Tbk	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data	Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi yang dikeluarkan PT. Aneka Tambang Tbk masih bisa meningkatkan profitabilitasnya dengan cara melakukan	Objek penelitian dan metode penelitian.	Sama-sama membahas tentang biaya produksi dan penjualan dalam meningkatkan profitabilitas .

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
			<p>sekunder dengan Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yang dilakukan dengan cara meneliti bahan dokumentasi yang ada dan mempunyai relevansi terhadap tujuan penelitian.</p>	<p>beberapa koreksi pada biaya produksi dan biaya penjualan. Jumlah penjualan yang sama akan memperoleh profitabilitas yang tinggi jika menggunakan biaya produksi yang rendah. Berdasarkan evaluasi, terlihat bahwa biaya produksi dan biaya penjualan yang diterapkan selama ini masih terlalu tinggi karna bahan baku yang digunakan mahal. Dengan demikian semakin efisien</p>		

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
				ditentukannya biaya produksi dan biaya penjualan maka profitabilitas perusahaan dapat meningkat		
3	(D. K. Sari & Marliyah, 2021)	Analisis Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Terhadap Laba Rugi Perusahaan Properti (Studi Kasus Pada Pt. Prima Hasil Sejahtera).	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Dari hasil perbandingan tersebut dapat dilihat bahwa PT. Prima Hasil Sejahtera memperoleh keuntungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Maka akan diperoleh hasil yang terperinci dalam analisis biaya produksi dan biaya penjualan yang dikeluarkan	Objek penelitian dan metode penelitian	Sama-sama membahas tentang biaya produksi dan penjualan dalam meningkatkan profitabilitas.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
				<p>oleh PT. Prima Hasil Sejahtera sejak tahun 2018 hingga 2020. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa sejak tahun 2018-2020, PT. Prima Hasil Sejahtera memperoleh keuntungan setiap tahunnya. Namun jumlah besaran keuntungan yang diperoleh dari tahun ke tahun semakin menurun.</p>		
4	(Ramadita & Suzan, 2019)	Pengaruh Biaya Produksi, Debt to equity ratio, dan Perputaran Persediaan Terhadap	Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan biaya produksi, DER dan perputaran	Objek penelitian dan tidak ada membahas tentang	Sama-sama membahas tentang biaya produksi dalam

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
		Profitabilitas	regresi data panel dengan menggunakan <i>software eviews 9</i> .	persediaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan secara parsial biaya produksi dan DER berpengaruh negatif signifikan dan perputaran persediaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.	biaya penjualan.	meningkatkan profitabilitas.
5	(Gonibala et al., 2019)	Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kotamobagu	Metode yang digunakan analisis regresi berganda dan alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Modal dan Biaya Produksi terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu.	Objek penelitian dan tidak ada membahas tentang biaya penjualan.	Sama-sama membahas tentang biaya produksi dalam meningkatkan profitabilitas.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
				<p>Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Nilai koefisien negatif artinya ada hubungan searah antara modal dan pendapatan. Apabila modal dikeluarkan maka dapat dipastikan akan ada penurunan dari segi pendapatan. Koefisien bernilai positif artinya terjadinya</p>		

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
				<p>hubungan searah antara biaya produksi dan pendapatan. Semakin besar biaya produksi maka semakin banyak pendapatan yang di dapatkan oleh UMKM.</p>		
6	(Muktiadji & Soemantri, 2009)	<p>Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dalam Peningkatan Kemampulabaan Perusahaan Studi Kasus Di PT. Hm Sampoerna Tbk</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode explanatory, alasan penggunaan ini karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan dan</p>	<p>Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dalam 10 tahun data yang ada bahwa tahun 1999 merupakan tahun yang paling optimal atas kinerja perusahaan dalam mengendalikan HPP dalam penjualan dan laba kotor</p>	<p>Objek penelitian dan tidak ada variabel biaya penjualan dalam penelitian terdahulu ini.</p>	<p>Sama-sama membahas tentang biaya produksi dalam meningkatkan profitabilitas .</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
			<p>pengaruh antara biaya produksi (melalui tingkat HPP) dalam meningkatkan penjualan dan kemampuan laba.</p>	<p>(kemampulabaa n), yaitu dengan tingkat HPP sebesar 51.88%, mempengaruhi dalam meningkatkan penjualan sebesar 59.42% dan mempengaruhi laba kotor (kemampulabaa n) perusahaan sebesar 74.57% Dan tahun yang dilihat kurang optimal yaitu pada tahun 2003 dimana dengan tingkat HPP yang menurun yaitu sebesar (3.47%) mempengaruhi meningkatkan penjualan sebesar (3.00%) dan juga</p>		

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
				mempengaruhi laba kotor perusahaan sebesar (1.93%).		
7	(Saefullah, 2019)	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Bank Syariah Mandiri Periode 2016-2018	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji t, uji f, koefisien korelasi dan koefisien determinasi menggunakan SPSS 21.	Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Biaya Promosi lebih besar dari t tabel ($0,610 > 2,03011$) dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,546 lebih besar dari 0,05 ($0,05 < 0,546$) maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Biaya Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA. , Biaya Tenaga Kerja memiliki	Objek penelitian dan perbedaan variabel independen dalam penelitian terdahulu ini.	Sama-sama membahas tentang biaya produksi dalam meningkatkan profitabilitas .

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
				<p>t hitung (4,120 > 2,03011) dan variabel biaya tenaga kerja memiliki tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,05 > 0,000) maka dapat simpulkan bahwa secara parsial Biaya Tenaga Kerja berpengaruh signifikan terhadap ROA. Nilai F hitung sebesar 35,023 dan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a</p>		

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
				<p>diterima, nilai F hitung > F tabel (35,023 > 3,26) dapat disimpulkan bahwa Biaya promosi dan Biaya Tenaga Kerja berpengaruh signifikan terhadap ROA. Dari hasil regresi nilai Adj.RSquare adalah sebesar 78,7% artinya hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel dependen yaitu Profitabilitas (ROA) dapat dijelaskan variabel independen yaitu Biaya Promosi dan</p>		

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
				<p>Biaya Tenaga Kerja dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya (100% - 78,7% = 21,3%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Kata kunci: Biaya Promosi, Biaya Tenaga Kerja dan ROA.</p>		
8	(Sembiring & Siregar, 2018)	Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Bersih	Metode yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif sebanyak 60	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi biaya dan biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. secara simultan	Objek penelitian dan tidak ada variabel biaya penjualan dalam penelitian terdahulu ini.	Sama-sama membahas tentang biaya produksi dalam meningkatkan profitabilitas .

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
			<p>data dari 10 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2016. Regresi linier juga digunakan sebagai teknik analisis data penelitian.</p>	<p>variabel biaya produksi dan biaya pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011 hingga 2016.</p>		
9	(Riana, Paramita, & Santoso, 2018)	<p>Pengaruh Biaya Produksi Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Industri</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode <i>explanatory</i>, alasan penggunaan ini karena</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) secara parsial biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan DER berpengaruh</p>	<p>Objek penelitian dan tidak ada variabel biaya penjualan dalam penelitian terdahulu ini.</p>	<p>Sama-sama membahas tentang biaya produksi dalam meningkatkan profitabilitas.</p>

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
		Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	penelitian bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara biaya produksi (melalui tingkat HPP) dalam meningkatkan penjualan dan kemampuan laba.	positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan; 2) Secara parsial dari kedua variabel, DER yang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA; 3) Secara simultan Biaya produksi dan DER berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas; 4) Biaya produksi dan DER tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.		
10	(Işık,	<i>Determinants of</i>	Penelitian ini	Hasil estimasi	Objek	Sama-sama

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
	2017)	<i>Profitability: Evidence from Real Sector Firms Listed in Bursa Istanbul</i>	menggunakan metode regresi linear berganda.	diperoleh dari model data panel tampaknya menyiratkan bahwa, secara keseluruhan, profitabilitas diukur dengan pengembalian aset (ROA) publik perusahaan sektor riil yang diperdagangkan di Bursa Istanbul Stock Exchange sebagian besar didorong oleh ukuran perusahaan, tingkat likuiditas, aset berwujud, struktur hutang diukur dengan rasio total	penelitian dan tidak ada variabel biaya penjualan dalam penelitian terdahulu ini.	membahas tentang profitabilitas .

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
				<p>kewajiban terhadap total aset, volatilitas return saham, usia perusahaan, dan krisis keuangan.</p> <p>Di sisi lain, hasil analisis panel yang dilakukan mengungkapkan bahwa peluang pertumbuhan diukur dengan rasio pengeluaran modal terhadap penjualan tidak memiliki dampak yang signifikan secara statistik terhadap profitabilitas perusahaan sektor riil.</p>		

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara biaya produksi, biaya pemasaran, dan profitabilitas, adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas

Pada sebuah perusahaan dibutuhkan berbagai macam produk untuk proses produksi, yang tiap-tiap produk memiliki nilai-nilai yang cukup bersaing satu dengan yang lainnya, juga dapat digunakan sebagai alternatif bagi perusahaan untuk memperoleh laba yang lebih besar. Perhitungannya dapat dilihat dari harga bahan baku dengan kuantitas yang dihasilkan tanpa mengurangi kualitasnya. Selain biaya bahan baku, diperlukan juga biaya tenaga kerja. Maka berdasarkan hal tersebut bahwa biaya produksi dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

2. Pengaruh Biaya Penjualan Terhadap Profitabilitas

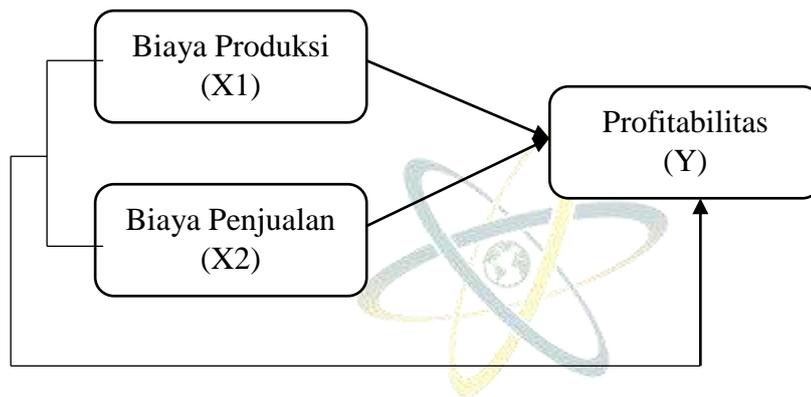
Salah satu fungsi manajemen produksi adalah mengupayakan terciptanya sistem produksi yang baik untuk keberhasilan perusahaan dengan cara melakukan pengendalian produksi. Pengendalian biaya produksi pada perusahaan selanjutnya akan berpengaruh pada tingkat penjualan dan berimbas pada laba usaha. Maka berdasarkan hal tersebut bahwa biaya penjualan dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

3. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Profitabilitas

Suatu perusahaan tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang dan mencapai tujuan lain sebagai mana telah direncanakan apabila perusahaan tidak mampu meningkatkan penjualan karena akan menghasilkan bahkan meningkatkan laba bagi perusahaan, agar hal tersebut dapat tercapai maka perusahaan dituntut untuk harus lebih teliti dalam melakukan analisis terhadap semua aspek yang berhubungan dengan kegiatan, agar efisiensi dan efektivitas dapat tercapai. Manajemen yang berperan dalam kegiatan perusahaan harus mampu melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang bertanggung jawab dalam setiap keputusan yang diambilnya. Salah satu fungsi manajemen produksi adalah mengupayakan

terciptanya sistem produksi yang baik untuk keberhasilan perusahaan dengan cara melakukan pengendalian produksi. Pengendalian biaya produksi pada perusahaan selanjutnya akan berpengaruh pada tingkat penjualan dan berimbas pada laba usaha.

Berikut ini adalah kerangka konseptualnya :



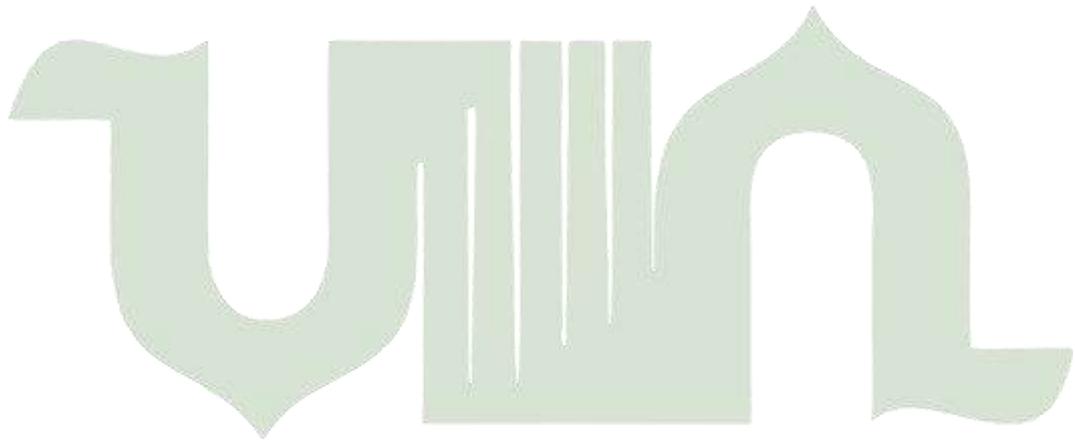
Gambar 2.1

Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua variabel yang diungkapkan dalam bentuk pertanyaan secara logis. Berdasarkan kerangka teoritis dan kerangka konseptual yang sudah diuraikan di atas, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. H_{01} : Biaya Produksi tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas
 H_{a1} : Biaya Produksi berpengaruh terhadap Profitabilitas
2. H_{02} : Biaya Penjualan tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas
 H_{a2} : Biaya Penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas
3. H_{03} : Biaya Produksi dan Biaya Penjualan tidak berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas.
 H_{a3} : Biaya Produksi dan Biaya Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN