

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penulisan usulan penelitian ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Selain itu, peneliti juga menggali informasi dari buku-buku maupun skripsi dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

Hal ini didasarkan pengertian Kajian Pustaka menurut Muh. Fitrah & Luthfiyah (2018:118), Kajian pustaka sering disebut *literatur review*. Kajian pustaka adalah kegiatan mendalami mencermati menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan. Kajian pustaka akan lebih mengarahkan pada pandangan kritis terhadap penelitian-penelitian yang telah dilakukan, yang signifikan dengan penelitian yang sedang atau akan kita lakukan. Tinjauan pustaka berisi uraian tentang penelitian sebelumnya, tentang permasalahan yang sama atau yang serupa. Pada bagian ini dilakukan pengkajian mengenai konsep dan teori yang digunakan berdasarkan literatur yang tersedia, terutama dari artikel-artikel yang dipublikasikan dalam berbagai jurnal ilmiah. Kajian pustaka berfungsi membangun konsep atau teori yang menjadi dasar studi dalam penelitian.

2.1.1 Biaya Produksi

2.1.1.1 Pengertian Biaya Produksi

Menurut Supriyono (2018:19), pengertian biaya produksi adalah sebagai berikut: “Semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai”.

Sedangkan menurut Harnanto (2017:28), berpendapat bahwa biaya produksi adalah sebagai berikut: “Biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk meliputi semua biaya, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.”

Senada dengan pernyataan diatas, Mulyadi (2015:115) juga berpendapat bahwa biaya produksi adalah sebagai berikut:

“Biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead.”

Senada dengan pernyataan tersebut, Ely, Sri (2014:168) juga berpendapat bahwa biaya produksi adalah :

“*Production Cost* adalah biaya yang dibebankan dalam proses produksi selama satu periode. Biaya ini terdiri dari persediaan dalam proses awal ditambah biaya pabrik. Termasuk dalam biaya produksi adalah biaya-biaya yang dibebankan pada persediaan dalam proses pada akhir periode.”

Menurut Riwayandi (2014:10) biaya produksi (*manufacturing cost*) adalah biaya yang berhubungan fungsi produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan, bahwa biaya produksi merupakan semua biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual

2.1.1.2 Elemen-Elemen Biaya Produksi

Menurut Badriyah, Hurriyah. (2015:45-46) Biaya produksi dapat dikelompokkan menjadi :

- 1) Biaya bahan baku
Bahan baku adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk selesai dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya atau merupakan bagian integral pada produk tertentu. Biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai di dalam pengolahan produk.
- 2) Biaya tenaga kerja langsung
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.
- 3) Biaya overhead pabrik
Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, yang elemennya dapat digolongkan menjadi sebagai berikut :
 - a. Biaya bahan penolong
 - b. Biaya tenaga kerja tidak langsung
 - c. Biaya penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik
 - d. Biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik
 - e. Biaya listrik dan air pabrik
 - f. Biaya asuransi pabrik
 - g. Biaya overhead lain-lain

Menurut Surwantini dan Sumiyati (2020: 11-14), biaya produksi memiliki unsur-unsur sebagai berikut :

- 1) Biaya bahan baku
Bahan baku adalah bahan yang melekat dan dapat diidentifikasi secara jelas pada produk jadi. Ada dua hal penting tentang biaya bahan baku yakni penetapan kuantitas yang digunakan dan penetapan harga bahan yang digunakan. Penetapan jumlah dapat dilakukan secara fisik dengan mencatat berapa yang masuk dalam proses produksi, dengan memperhatikan syarat atau dengan menggunakan standar.
- 2) Biaya bahan pembantu atau bahan penolong

Bahan Penolong merupakan bahan yang meskipun dimanfaatkan dalam proses produksi namun bukan merupakan bagian dari bahan baku utama untuk produk yang dihasilkan. Beberapa ahli berpendapat bahwa bahan pembantu merupakan item yang dapat meningkatkan efisiensi atau keamanan produksi tetapi bukan menjadi bagian utama produk jadi.

3) Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja adalah tenaga kerja manusia ini ada yang langsung berhubungan dengan pengerjaan proses produksi ada juga yang tidak langsung berhubungan dengan pengerjaan proses produksi.

Biaya tenaga kerja merupakan biaya yang dibayarkan oleh perusahaan kepada tenaga pekerja. Perhitungan upah dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu upah berdasarkan waktu dan upah berdasarkan unit. Upah berdasarkan waktu dapat ditentukan perjam, perhari perminggu, atau perbulan. Upah berdasarkan prestasi merupakan upah atas dasar prestasi kerja karyawan.

4) Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan biaya umum selain bahan baku dan tenaga kerja langsung. Contohnya yaitu biaya penyusutan, biaya listrik, air, telepon, asuransi, perbaikan mesin dan masih banyak yang lainnya.

2.1.1.3 Metode Penentuan Biaya Produksi

Terdapat dua untuk menentukan biaya produksi yaitu metode full costing dan metode variable costing.

1) Metode Full Costing

Pengertian Full Costing menurut Mulyadi (2016:17) adalah sebagai berikut:

“Full Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, baik variabel maupun tetap, ditambah dengan biaya non produksi (Biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum)”.

Berikut adalah Biaya Produksi Metode Full Costing terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variable	XXX
Biaya overhead pabrik tetap	<u>XXX</u> +

Cost Produksi XXX

2) Metode Variable Costing

Perusahaan dalam menentukan biaya produksinya dengan pendekatan variable costing dilakukan apabila perusahaan memiliki bahan yang menganggur. Penggunaan variable costing ini jangan terlalu sering karena dapat merugikan pemerintah dan investor, karena dengan menggunakan metode ini laba perusahaan yang dihitung lebih kecil dibandingkan dengan metode full costing.

Menurut Mulyadi (2016:18) metode Variabel Costing bahwa sebagai berikut:

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

Berikut adalah Biaya Produksi Metode Variable Costing adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variabel	<u>XXX</u> +
Kos produksi	XXX

2.1.1.4 Indikator Biaya Produksi

Untuk menaksir biaya produksi yang akan dikeluarkan dalam memproduksi produk dalam jangka waktu tertentu perlu dihitung unsur-unsur biaya tertentu. Adapun rumus menghitung biaya produksi menurut Harmanto (2017:30) adalah sebagai berikut :

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

2.1.2 Biaya Distribusi

2.1.2.1 Pengertian Biaya Distribusi

Distribusi berasal dari bahasa Inggris *distribution* yang berarti penyaluran, distribusi dapat dimengerti sebagai proses penyaluran barang atau jasa kepada pihak lain. Menurut Subagyo, Nur Aini Masruroh dan Indra Bastian (2018:177) pengertian distribusi sebagai berikut :

“Distribusi merupakan suatu cara pengelolaan pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap suatu produk, sehingga perusahaan industri membutuhkan jalur distribusi agar produknya sampai hingga ke tangan konsumen”.

Dalam mengimplementasikan kegiatan distribusi tersebut maka diperlukan biaya yang disebut sebagai biaya distribusi. Menurut para ahli pengertian biaya distribusi adalah sebagai berikut :

Menurut Subagyo, Nur Aini Masruroh dan Indra Bastian (2018:177) biaya distribusi yaitu sebagai berikut : “Biaya distribusi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses penyaluran produk-produk kepada konsumen (pembeli)”.

Menurut Mulyadi (2016:488) mengemukakan bahwa pengertian biaya distribusi adalah sebagai berikut :

”Biaya distribusi merupakan bagian dari keseluruhan biaya pemasaran yang meliputi biaya transportasi (biaya transportasi ini merupakan sekumpulan biaya-biaya yang meliputi: biaya angkutan umum dan kontrak seperti biaya kereta api, biaya sewa truk, biaya perawatan armada, biaya angkutan udara dan biaya angkutan laut serta biaya administrasi distribusi)”.

Dari beberapa pengertian distribusi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa distribusi yaitu sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau

pemakai dan biaya distribusi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan kegiatan distribusi tersebut seperti biaya pemasaran dan biaya distribusi.

2.1.2.2 Saluran Distribusi

Mengingat saluran distribusi merupakan suatu struktur yang menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam lembaga usaha (seperti produsen, pedagang besar dan pengecer), maka kegiatan saluran distribusi harus dapat dipertimbangkan dan dilakukan secara efisien dan efektif.

Melati (2020:87), mengatakan bahwa “Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara yang akhirnya sampai kepada pemakai”.

Tengku Firli Musfar (2020 : 95), menerangkan bahwa saluran distribusi sebagai berikut:

“Saluran distribusi merupakan sumber daya eksternal yang utama. Sistem ini sama pentingnya dengan sumber daya internal utama lainnya seperti produksi, riset, rekayasa dan penjualan. Sistem distribusi juga menggambarkan komitmen terhadap seperangkat kebijakan dan praktek yang merupakan bahan dasar untuk disusun menjadi suatu hubungan jangka panjang yang luas”.

Tengku Firli Musfar (2020 : 99), mengemukakan bahwa saluran distribusi mencakup beberapa aspek, diantaranya :

- 1) Informasi yaitu pengumpulan dan penyebaran informasi riset pemasaran mengenai pelanggan pesaing dan pelaku lain serta kekuatan dalam lingkungan pemasaran yang potensial dan yang ada saat ini.
- 2) Promosi yaitu pengembangan dan penyaluran komunikasi persuasif mengenai penawaran yang dirancang untuk menarik pelanggan.
- 3) Negoisasi yaitu usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan

- 4) Pemasaran itu komunikasi terbalik dari anggota saluran pemasaran dengan produsen mengenai minat untuk membeli.
- 5) Pembiayaan yaitu perolehan dan alokasi dana yang dibutuhkan untuk membiayai Persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda
- 6) Pengambilan resiko yaitu asumsi resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran tersebut
- 7) Pemilihan fisika itu Kesenambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir
- 8) Pembayaran itu pembeli yang membayar melalui bank ataupun lembaga keuangan lainnya kepada penjual
- 9) Hak milik yaitu transfer kepemilikan sebenarnya dari suatu organisasi atau orang organisasi atau orang yang lain.

Dari beberapa pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa saluran distribusi merupakan jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara yang akhirnya sampai kepada pemakainya dan anggota saluran distribusi melaksanakan sejumlah fungsi yang dapat berpengaruh terhadap penentuan harga barang tersebut hingga sampai kepada konsumen.

2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi

Dalam rangka memilih saluran distribusi yang akan digunakan, produsen harus mempertimbangkan berbagai faktor yang sangat berpengaruh dalam pemilihan saluran distribusi.

Tengku Firli Musfar (2020 : 100), menyebutkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi, sebagai berikut:

A. Pertimbangan pasar

- 1) Jumlah pelanggan potensial Dengan adanya pelanggan potensial, yakni mungkin dapat menjadi pelanggan dalam jumlah relatif sedikit, produsen industri dapat menggunakan tenaga penjualan sendiri untuk menjual langsung kepada konsumen atau pemakai industrial. Jika pelanggan berjumlah banyak maka produsen harus menggunakan jasa perantara.
- 2) Kondisi geografis pasaran. Penjual dapat mengadakan cabang cabang penjualan dalam pasar yang berpenduduk padat, akan tetapi dalam pasar yang berpenduduk kurang padat digunakan jasa perantara.

- 3) Besarnya pesanan. Seorang produsen akan menjual langsung kepada rantai toko bahan makanan, tetapi agar mencapai toko kecil produsen menggunakan jasa pedagang besar.

B. Pertimbangan produk

- 1) Nilai satuan. Nilai satuan mempengaruhi jumlah dana yang tersedia untuk distribusi. Jadi makin rendah nilai satuan maka makin panjang pula saluran distribusinya, akan tetapi jika produk dengan nilai rendah dijual dalam volume besar maka saluran distribusi yang lebih pendek dan dapat dipertanggungjawabkan secara ekonomis.
- 2) Sifat cepat rusak. Produk yang secara fisik dapat cepat rusak atau cepat ketinggalan model harus segera disalurkan, karena biasanya saluran distribusinya pendek.
- 3) Sifat teknik produksi. Suatu produk industri yang bersifat teknis tinggi kebanyakan didistribusikan langsung kepada pemakai industri. Tenaga penjualan produsen harus banyak menyediakan jasa penjual dan purna jual, umumnya pedagang besar tidak dapat melakukan hal ini. Produk konsumen yang bersifat teknis tinggi merupakan suatu tantangan besar bagi usaha distribusi oleh produsennya. Biasanya produsen tidak dapat menjual langsung kepada konsumen, produsen berusaha sebanyak mungkin kepada pengecer, akan tetapi servis barang produk itu tetap merupakan masalah.

C. Pertimbangan perantara

- 1) Jasa jasa disediakan oleh perantara. Setiap produsen tidaknya memilih perantara yang mampu menyediakan jasa pemasaran yang tidak dapat disediakan oleh produsen atau tidak dapat disediakan secara ekonomis.
- 2) Tersedianya perantara yang dikendaki. Mungkin sekali perantara yang dikendaki produsen tidak ada mereka mungkin sudah menjual produk pesaing dan tidak ingin menambah jenis barang lain.
- 3) Sikap perantara terhadap kebijakan produsen. Kadangkala jumlah pilihan saluran distribusi ketika menangani tugas tertentu misalnya, *representative* produsen dapat berhubungan dengan pelanggan dengan biaya per pelanggan lebih rendah karena total biaya dibagi kepada beberapa klien.
- 4) Karakteristik pesaing. Perancangan saluran pemasaran dipengaruhi oleh saluran pemasaran pesaing. Produsen dapat bersaing dengan toko toko yang sama yang menjual produk pesaing. Maka produsen menginginkan produk mereka dipamerkan bertetangga dengan produk pesaing. Pada industri-industri lainnya produsen dapat menginginkan menghindari saluran pemasaran yang digunakan oleh pesaing.
- 5) Karakteristik perusahaan. Karakteristik perusahaan mencerminkan peranan penting dalam perancangan saluran. Saluran pemasaran perusahaan akan dipengaruhi oleh tujuan, sumber, bauran produk dan strategi pemasaran.
- 6) Karakteristik lingkungan apabila kondisi ekonomi lesu produsen produsen akan memindahkan barang ke pasaran dengan cara

yang ekonomis. Ini berarti menggunakan saluran distribusi yang lebih pendek dan melepaskan pelayanan yang tidak perlu menambah harga akhir dari barang-barang tersebut.

Muhammad Arif (2018 : 85), menyebutkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi antara lain yaitu :

- 1) Ciri-ciri konsumen, yang meliputi pola pembelian, jumlah konsumen atau lengganan, penyebaran secara geografis dan metode penjualan yang berbeda-beda.
- 2) Ciri-ciri produk, yaitu cepat dan tidak rusak, produk yang tidak terstandarisasi, nilainya tinggi, tidak tahan lama, memerlukan jasa-jasa instalasi dan pelayanan.
- 3) Sifat perantara, yaitu kekuatan maupun kelemahan perantara dan kemampuan untuk melakukan fungsi-fungsi promosi, negosiasi, penyimpangan dan lain-lain.
- 4) Sifat pesaingnya, yaitu melihat perantara yang di pergunakan oleh pesaing.
- 5) Sifat produsen, yaitu yang diukur berdasarkan beberapa hal seperti kekuatan finansial, ukuran produsen, kemampuan dan kejujuran produsen.
- 6) Sifat lingkungan, yaitu kondisi perekonomian dan legalitas atau perlindungan-perlindungan hukum.

Dari beberapa aspek tersebut maka dapat kita simpulkan bahwa saluran distribusi selalu terdiri dari produsen dan konsumen akhir. Termasuk di dalamnya terdapat perantara yang merupakan bagian dari saluran distribusi meskipun tidak memiliki hak atas barang yang dijual. Perantara hanya menjadi penghubung dalam pemindahan hak kepemilikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Jadi saluran distribusi membantu memperlancar pergerakan hak milik atas suatu produk.

2.1.2.4 Perhitungan Biaya Distribusi

Perhitungan biaya distribusi dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi biaya distribusi sebagaimana dimaksud menurut Kotler dan Armstrong yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2016:369), yaitu:

$$\text{Biaya Distribusi} = \text{Pengelolaan Pesanan} + \text{Persediaan} + \text{Pergudangan} + \text{Transportasi}$$

2.1.3 Laba

2.1.3.1 Pengertian Laba

Yayah Pudin (2016:45), mengemukakan bahwa pengertian laba adalah sebagai berikut:

“Merupakan kenaikan modal aktiva bersih yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama suatu periode, kecuali yang timbul dari pendapatan atau investasi oleh pemilik nya. Contohnya adalah laba yang timbul dari penjualan aktiva tetap.”

Hal yang sama diungkapkan oleh Darmawan dan Muhammad Iqbal Fasa (2020:117) bahwa “Laba adalah hasil dari penjualan modal melalui transaksi bisnis, seperti menjual dan membeli, atau jenis-jenis yang lainnya”

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya-biaya atau merupakan selisih lebih antara pendapatan atas beban-beban dalam suatu periode tertentu. Laba juga menjadi faktor yang sangat berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan serta mengembangkan perusahaan.

2.1.3.2 Elemen-Element Laba

Menurut Martani dkk, (2014: 215) unsur - unsur laba meliputi:

- 1) Penghasilan adalah kenaikan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi yang menyebabkan kenaikan aset neto (ekuitas), dalam bentuk penanaman atau pemasukan aset atau penurunan liabilitas, yang tidak berasal dari kontribusi pemilik modal.
- 2) Beban. Penurunan manfaat ekonomi (selama 1 periode akuntansi). Menyebabkan aset neto (ekuitas) bentuk arus keluar menurun

(berkurangnya aset)/bertambahnya liabilitas, dimana bukan termasuk distribusi kepada pemilik.

Halim dan Bambang (2019 : 64), mengatakan bahwa Faktor yang mempengaruhi besarnya laba yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- 1) Biaya, yaitu biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- 2) Harga jual, yaitu harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
- 3) Volume penjualan dan produksi. Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi (jasa). Dan volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Menurut Jumingan (2017:266) faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah :

- 1) Biaya
Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi laba perusahaan.
- 2) Harga jual
Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
- 3) Volume penjualan dan produksi
Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Menurut Stice et. al, yang diterjemah Oleh Ali Akbar (2019: 230) terdapat empat elemen utama laba, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pendapatan (*revenue*)
Adalah arus masuk atau peningkatan lain dari aktiva suatu entitas atau pelunasan kewajibannya (atau kombinasi dari keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha utama yang sedang dilakukan entitas tersebut.
- 2) Beban (*expense*)
Adalah arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau pelaksanaan aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha utama yang sedang dilakukan entitas tersebut.

3) Keuntungan (*gain*)

Adalah peningkatan dalam ekuitas (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi, kejadian, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.

4) Kerugian (*loss*)

Adalah penurunan dalam ekuitas (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi, kejadian, dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.

Dari beberapa aspek di atas maka dapat disimpulkan bahwa laba dapat dikembangkan melalui elemen atau unsur yang berbeda-beda, namun pada dasarnya unsur-unsur tersebut antara lain yaitu mengenai penghasilan dan beban.

2.1.3.3 Laba Bersih

Laba bersih merupakan kelebihan seluruh pendapatan atas seluruh biaya untuk suatu periode tertentu setelah dikurangi pajak penghasilan yang disajikan dalam bentuk laporan laba rugi.

Wildana (2019:100), mengemukakan pendapat bahwa pengertian laba bersih sebagai berikut: “Merupakan selisih positif atas penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak.”

Menurut Darmawan (2020:116) menyatakan bahwa “Laba bersih sama dengan total pendapatan dikurangi total biaya selama suatu periode.”

Senada dengan pernyataan diatas, Hery (2017:40) menyatakan bahwa pengertian laba bersih adalah sebagai berikut :

“Laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Transaksi-transaksi ini diikhtisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan Kerugian) selama periode waktu tertentu.”

Menurut Kasmir (2015:303) Laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak. Sedangkan menurut Fraser, Lyn M, and Aileen Ormiston (2018:101) menyatakan bahwa laba bersih adalah laba perusahaan setelah pertimbangan seluruh pendapatan dan beban yang dilaporkan selama periode akuntansi tertentu.

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa laba bersih mencerminkan hak pemilik setelah semua kewajiban yang terkait dengan beban dan pajak terselesaikan. Laba bersih juga diharapkan menjadi indikasi dari kinerja perusahaan.

2.1.3.4 Indikator Laba Bersih

Menurut Kasmir (2019:303) laba bersih dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban Operasi} - \text{Beban Pajak}$$

Keterangan :

Laba Kotor = Laba yang berasal dari penjualan dikurangi harga pokok.

Beban Operasi = Beban aktivitas operasional perusahaan.

Beban pajak = Beban pajak perusahaan pada periode tertentu.

Senada dengan pernyataan di atas, Kasmir (2019:303) berpendapat bahwa laba bersih bisa juga dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Laba bersih} = \text{Laba sebelum pajak} - \text{pajak penghasilan}$$

Keterangan :

Laba sebelum pajak = Laba operasi ditambah hasil usaha dan dikurang biaya diluar operasi biasa

Pajak penghasilan = Pajak penghasilan yang harus dibayar oleh perusahaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Hubungan Biaya Produksi terhadap Laba Bersih

Secara umum tujuan dari setiap perusahaan adalah untuk mendapatkan *profit* yang maksimum. *Profit* merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan yang berorientasi pada laba, karena biasanya keberhasilan dari suatu perusahaan tersebut dilihat dari jumlah laba yang diperolehnya pada periode tertentu. Hal tersebut ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memprediksi kondisi usaha pada masa yang akan datang yang penuh ketidakpastian, serta mengamati kemungkinan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba.

Menurut Mulyadi (2016:12) menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba usaha adalah sebagai berikut:

“Biaya produksi merupakan suatu sumber ekonomi yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran, nilai keluaran diharapkan lebih besar daripada masukan yang dikorbankan sehingga kegiatan organisasi tersebut dapat menghasilkan laba”.

Selain pernyataan di atas, Mulyadi (2016:121) menyatakan pula bahwa pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih adalah sebagai berikut : “Jika biaya produksi diturunkan maka yang akan terjadi adalah tingkat laba bersih akan naik. Jika tingkat laba naik, anggaran biaya dimasa mendatang akan naik pula”.

Sedangkan menurut Henry simamora (2016:42) menyatakan bahwa “Jika pendapatan melebihi beban/biaya maka menghasilkan laba bersih”.

Teori diatas didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Putu Rustami dkk (2014) bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih. Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amalia Suzana (2009) dapat disimpulkan biaya produksi dan penjualan air bersih berpengaruh signifikan terhadap laba bersih“. Artinya semakin meningkat biaya produksi maka akan semakin menurun laba bersih yang diperoleh atau sebaliknya. Hal senada dikatakan oleh Fadillah Zainah Ramadhan (2015) bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih.

Berdasarkan premis-premis diatas baik dari segi teori maupun hasil penelitian terdahulu maka rumusan hipotesis Satu (H1) penelitian ini adalah Biaya Produksi berpengaruh terhadap Laba Bersih.

2.2.2 Hubungan Biaya Distribusi terhadap Laba Bersih

Biaya yang harus diperhatikan dalam menentukan laba bersih perusahaan yaitu salah satunya biaya distribusi. Seperti yang dikemukakan oleh Wels, Hilton, Gordon (2015:270) dalam buku Anggaran Perencanaan dan Pengendalian Laba bahwa, “Biaya distribusi secara cermat akan mempengaruhi laba perusahaan”.

Selaras dengan pernyataan tersebut Jopie (2016:33) mengemukakan pendapat sebagai berikut :

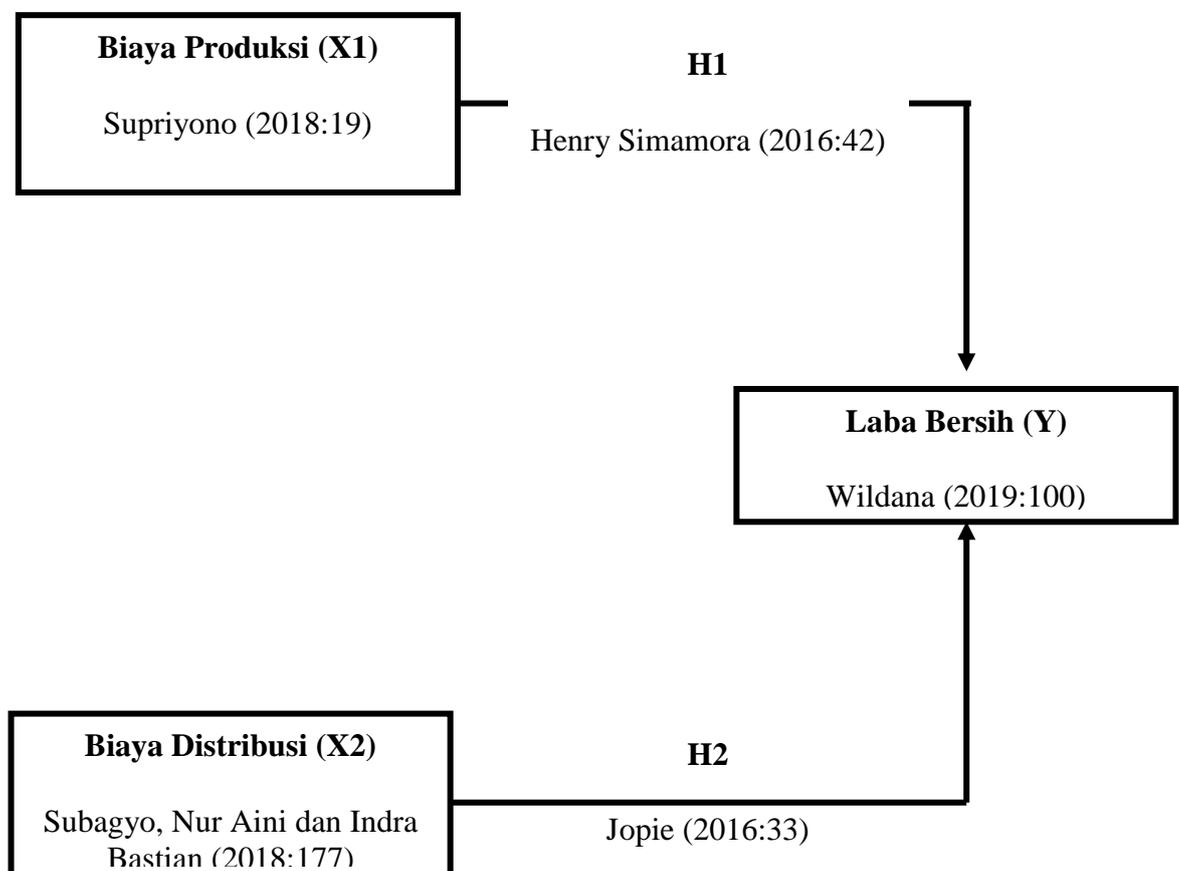
“Apabila suatu perusahaan dapat menekan biaya operasional sekecil mungkin seperti biaya pemasaran yang di dalamnya terdapat biaya distribusi, maka suatu perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih secara optimal, demikian sebaliknya bila terjadi pemborosan terhadap biaya maka akan menyebabkan laba menurun.”

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Widnyana, Nuridja, Ketut Dunia (2014), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya

Distribusi terhadap Laba” pada UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012, menyebutkan bahwa biaya distribusi berpengaruh terhadap laba secara parsial. Penelitian serupa dilakukan oleh Made Juni Widnyana, Made Nuridja, Ketut Dunia (2014), menyatakan bahwa biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih.

Berdasarkan premis-premis diatas baik dari segi teori maupun hasil penelitian terdahulu maka rumusan hipotesis dua (H2) penelitian ini adalah Biaya Distribusi berpengaruh terhadap Laba Bersih.

Berdasarkan dari kerangka pemikiran diatas bahwa biaya produksi dan biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih, maka dapat dibuat paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015:64): “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.”

Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan industri sub sector barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

H2 : Biaya distribusi berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan industri sub sector barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 -2020.