

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Volume Penjualan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Volume Penjualan**

Menurut Arini T. Soemohadiwidjojo (2020 : 71) menyatakan pengertian Volume Penjualan adalah sebagai berikut :

“Volume Penjualan (*sales volume*) merupakan jumlah barang yang terjual dalam jangka waktu satu tahun. Satuan yang digunakan bergantung pada jenis barang yang dijual.”

Menurut Freddy Rangkuti (2018 : 207) menjelaskan pengertian volume penjualan adalah sebagai berikut:

“Volume Penjualan adalah suatu pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dalam bentuk fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan adalah sesuatu yang menunjukkan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam satuan, kilo, ton atau liter.”

Menurut Schiffan (2005 : 118), mendefinisikan volume penjualan adalah sebagai berikut :

“Volume Penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah).”

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa volume penjualan adalah suatu ukuran yang menunjukkan banyaknya barang yang terjual dalam suatu periode tertentu.

### 2.1.1.2 Indikator Volume Penjualan

Menurut Aliminsyah dan Padji (2003:126) terdapat indikator volume penjualan melalui rumus :

$$\text{Volume penjualan} = \text{Kuantitas atau Total penjualan}$$

Menurut Basu Swastha dan Irawan (2008:202) terdapat indikator volume penjualan melalui rumus :

$$\text{Volume Penjualan} = \text{Jumlah unit produk yang terjual}$$

Menurut Daryanto (2011:187) terdapat indikator volume penjualan melalui rumus :

$$\text{Volume Penjualan} = \text{Total Penjualan}$$

### **2.1.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan**

Menurut Swastha Basu (2001:22), menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain:

#### **1. Produk**

Desain produk adalah mereka diharuskan bekerja layaknya “mata” di perusahaan dan secara konstan menyampaikan saran perbaikan yang dibutuhkan desain produk. Itu adalah salah satu tugas utama manajemen penjualan.

#### **2. Harga**

Jumlah nominal atau dapat dengan alat tukar lainnya sesuai dengan ketentuan dari produsen yang wajib dibayarkan oleh pembeli (konsumen) guna memperoleh kebutuhannya. Salah satu cara produsen guna dapat menarik minat pembeli agar bersedia membeli dengan jumlah banyak adalah menetapkan harga pada produk yang telah dihasilkan.

#### **3. Penyaluran (distribusi)**

Penyaluran atau yang sering disebut dengan distribusi merupakan pengiriman barang kepada beberapa tempat. Semakin luas jangkauan penyaluran maka semakin mempengaruhi penjualan.

#### **4. Promosi**

Kegiatan promosi oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan. Berbagai macam promosi yang ada antara lain dengan periklanan, pameran, demonstrasi dan usaha yang bersifat membujuk.

## **2.1.2 Biaya Produksi**

### **2.1.2.1 Pengertian Biaya Produksi**

Menurut Harnanto (2017:28) mendefinisikan bahwa biaya produksi adalah sebagai berikut :

“Biaya Produksi adalah biaya – biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi biaya, baik langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.”

Menurut Dadan Ramdhani, Merida, Ai Hendrani, Suheri (2020 : 15) definisi biaya produksi adalah sebagai berikut :

“Biaya Produksi adalah sebagai nilai total input ke dalam kegiatan produksi untuk menghasilkan suatu produk, yang dapat berupa komoditas atau jasa.”

Sedangkan menurut M. Nur Rianto Al Arif, Euis Amalia (2016 : 187) menyatakan bahwa biaya produksi adalah sebagai berikut :

“Biaya Produksi dapat dipahami sebagai biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor produksi dan bahan baku yang digunakan untuk membuat barang yang diproduksi oleh perusahaan. Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang.”

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah semua pengeluaran perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi

yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

### 2.1.2.2 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 Harnanto (2017:30) :

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

Sedangkan rumus untuk menghitung Biaya Produksi menurut Ony Widilestariningtyas (2012 : 24) antara lain :

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

### 2.1.2.3 Unsur-Unsur Biaya Produksi

Menurut Dadan Fidya Arie Pratama (2016 : hal 46-48) Unsur – unsur biaya Produksi yang diklasifikasikan oleh suatu perusahaan terdapat 3 unsur yaitu:

- a. Biaya Bahan Baku (direct material cost)

Biaya bahan baku adalah seluruh biaya yang diperoleh dari seluruh bahan langsung yang menjadi bagian untuk membentuk barang jadi. Adapun rumus untuk menghitung biaya bahan baku antara lain :

$$\frac{\text{Taksiran biaya overhead pabrik}}{\text{Taksiran biaya bahan baku yang dipakai}} \times 100 \% = \text{Persentasi BOP dari biaya bahan baku}$$

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung (direct labour cost)

Biaya tenaga kerja langsung adalah gaji dari seluruh pekerja langsung baik menggunakan mesin atau tangan yang ikut dalam proses produksi untuk menghasilkan barang jadi. Adapun rumus untuk menghitung biaya tenaga kerja langsung antara lain :

$$\frac{\text{Taksiran biaya overhead pabrik}}{\text{Taksiran biaya tenaga kerja langsung}} \times 100 \% = \text{Persentasi BOP dari biaya tenaga kerja langsung}$$

c. Biaya Overhead Pabrik (factory overhead)

Biaya overhead pabrik adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Adapun rumus untuk menghitung biaya overhead pabrik antara lain :

$$\frac{\text{Biaya overhead pabrik yang dianggarkan}}{\text{Taksiran dasar pembebanan}} = \text{Tarif biaya overhead pabrik}$$

### 2.1.2.4 Konsep Faktor Biaya Produksi

Menurut Arwin (2020 : Hal 114 - 117), ada beberapa konsep faktor biaya produksi yaitu terdiri dari :

a. Biaya Tetap (fixed cost)

Biaya Tetap (fixed cost) merupakan fungsi yang tidak bergantung pada jumlah produksi yang di hasilkan. Berapa unit pun barang yang dihasilkan, jumlah biaya tetap dalam jangka pendek senantiasa tidak berubah. Adapun rumus untuk menghitung biaya tetap antara lain :

$$FC = k$$

b. Biaya Tidak Tetap atau variable cost (VC)

Biaya Tidak Tetap atau variable cost (VC) merupakan biaya yang yang besarnya bergantung pada jumlah produksi yang dihasilkan. Semakin banyak jumlah barang yang dihasilkan semakin besar pula biaya variabelnya. Adapun rumus untuk menghitung biaya tidak tetap atau variable cost antara lain :

$$VC = f(Q) = vQ$$

c. Total Biaya atau Total Cost (TC)

Total Biaya atau Total Cost (TC) adalah jumlah dari total biaya tetap (TFC) dan total biaya tidak tetap (TVC). Adapun rumus untuk menghitung total biaya atau total cost antara lain :

$$TC = TFC + TVC$$

d. Biaya rata-rata atau Average Cost (AC)

Biaya rata-rata atau Average Cost (AC) adalah biaya untuk setiap satuan hasil yang diperoleh dengan menjumlahkan biaya tetap rata-rata (AFC) dengan biaya tidak tetap rata-rata (AVC). Adapun rumus untuk menghitung biaya rata-rata atau average cost antara lain :

$$AC = AFC + AVC$$

e. Biaya marginal atau Marginal Cost (MC)

Biaya marginal atau Marginal Cost (MC) adalah biaya tambahan apabila produksi ditambah satu unit. Adapun rumus untuk menghitung biaya marginal atau marginal cost antara lain :

$$MC_n = TC_n - TC_{n-1}$$

### 2.1.3 Laba

#### 2.1.3.1 Pengertian Laba

Menurut Wastam Wahyu Hidayat (2020 : 155) menyatakan bahwa pengertian Laba adalah sebagai berikut :

“Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Laba disebut juga income, earnings, atau profit merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Laba adalah informasi bisnis yang paling dicari di pasar keuangan.”

Menurut Aldila Septiana (2019 : 78) mendefinisikan bahwa laba adalah sebagai berikut :

“Laba merupakan selisih antara pendapatan dan beban, sedemikian rupa sehingga laba dapat mengukur masukan (seperti pengeluaran yang diukur dengan biaya) dan keluaran (seperti pendapatan yang diperoleh). Ini seperti menyatakan “laba yang diperoleh penting untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi organisasi”. ”

Sedangkan menurut Frans Bararuallo (2019 : 6) pengertian Laba adalah sebagai berikut :

“Laba adalah perbedaan positif antara penerimaan (price per unit multiple total quantity are sold) dengan total biayanya (total fixed cost and variable cost). Maksudnya laba (profit) adalah selisih positif antara jumlah penerimaan (revenue) dengan jumlah biaya (total cost), dimana revenue adalah harga persatuan kali jumlah kuantitas yang terjual, sedangkan total cost (TC) adalah jumlah biaya tetap (fixed cost) dan biaya variabel (variable cost) dalam periode tertentu.”

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa laba adalah selisih positif antara pendapatan dalam suatu periode dan biaya yang dikeluarkan untuk mendatangkan laba.

### **2.1.3.2 Indikator Laba**

Menurut Hadion Wijoyo (2021:140), terdapat indikator Laba melalui rumus berikut :

$$\mathbf{Laba = Pendapatan - Beban-beban}$$

Sedangkan menurut Mahmud M. Hanafi (2010:32), terdapat indikator Laba melalui rumus berikut :

$$\mathbf{Laba = Penjualan-Biaya}$$

### 2.1.3.3 Jenis-jenis laba

Menurut Kasmir (2011:303), laba terdiri dari 2 jenis antara lain :

a. Laba kotor

Laba kotor (gross profit) artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh. Adapun rumus dari Laba Kotor antar lain :

$$\mathbf{Laba\ Kotor = Penjualan\ Bersih - HPP}$$

b. Laba bersih

Laba bersih (net profit) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

Adapun rumus dari Laba Bersih antar lain :

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

#### **2.1.3.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Laba**

Menurut Mulyadi (2015:513) bahwa faktor faktor yang mempengaruhi laba adalah :

a. Biaya

Biaya adalah biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

b. Harga Jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

c. Volume Penjualan dan Produksi

Besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

#### **2.1.3.5 Laba Bersih**

Menurut Wildana Nur Ardianto (2019:100), pengertian laba bersih adalah sebagai berikut :

“Laba bersih merupakan selisih positif atas penjualan dikurangi biaya-biaya dan pajak”.

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2017:197), mendefinisikan bahwa pengertian laba bersih adalah sebagai berikut :

“Laba bersih adalah angka terakhir dari perhitungan laba rugi dimana untuk mencarinya yaitu Laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain”.

Menurut Kamsir (2011 : 303), mendefinisikan laba bersih adalah sebagai berikut :

“Laba bersih (net profit) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak”.

Dari beberapa pengertian diatas dapat dijelaskan bahwa laba bersih adalah laba yang telah dikurangi biaya dan pajak.

#### **2.1.3.6 Indikator Laba Bersih**

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung laba bersih menurut Kamsir (2011 :303) adalah sebagai berikut :

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

Sedangkan rumus yang digunakan untuk menghitung laba bersih menurut Hery (2017: 44) adalah sebagai berikut :

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Sebelum Pajak} - \text{Pajak Penghasilan}$$

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

### **2.2.1 Pengaruh Volume Penjualan terhadap Laba**

Bauran pemasaran serta mengembangkan / menganekaragamkan produk merupakan strategi pemasaran yang menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan volume penjualan. Penjualan juga dapat diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh penjual ataupun perusahaan untuk menyalurkan barang dan jasa yang diinginkan dan dibutuhkan pembeli sehingga berpengaruh pada terciptanya volume penjualan yang diharapkan mencapai laba yang maksimum bagi perusahaan atau bidang usaha (A. A. Miftah, Ambok Pangiuk, 2020 : 220).

Volume penjualan dengan harga pokok penjualan dan biaya yang menghasilkan besar dan kecilnya tingkat laba yang diperoleh. Oleh karena itulah, maka setiap sumber pendapatan selain yang berasal dari penjualan jumlahnya harus disajikan tersendiri, secara terpisah dari hasil penjualannya. Kenaikan volume penjualan yang direalisasikan melalui kenaikan biaya usaha yang jauh lebih besar sehingga dapat mengurangi laba. Dari segi laba kenaikan volume penjualan demikian tidak bisa ditoleransi atau tidak menguntungkan, tetapi sebaliknya penurunan volume penjualan tidak selalu berakibat merugikan. dari segi penurunan volume penjualan harus dipertimbangkan atau justru diinginkan untuk menaikkan atau mempertahankan tingkat labanya (Farid, 2017 : 332).

Adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, karena dalam hal ini laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan.

Faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya laba adalah pendapatan, pendapatan dapat diperoleh dari hasil penjualan barang dagangan (Naufald Abdul Jawad : 2020).

Hasil penelitian mengenai pengaruh volume penjualan terhadap laba pernah dilakukan oleh Fauzi Dwi Putra (2017), menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ika Noviani dan Handra Tipa (2019), menunjukkan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba.

Dari penelitian diatas dapat dikatakan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap laba.

### **2.2.2 Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba**

Biaya produksi dapat meningkatkan laba, karena proses produksi yang berkualitas akan mengurangi dan bahkan dapat mengeliminasi produk cacat dalam proses produksi. Sebagai unsur yang berpengaruh pada laba hilangnya biaya-biaya yang tidak memberi nilai tambah secara bersama-sama dengan manfaat perbaikan kualitas melalui rute pasar akan meningkatkan laba (L.M. Samryn, 2015 : 305).

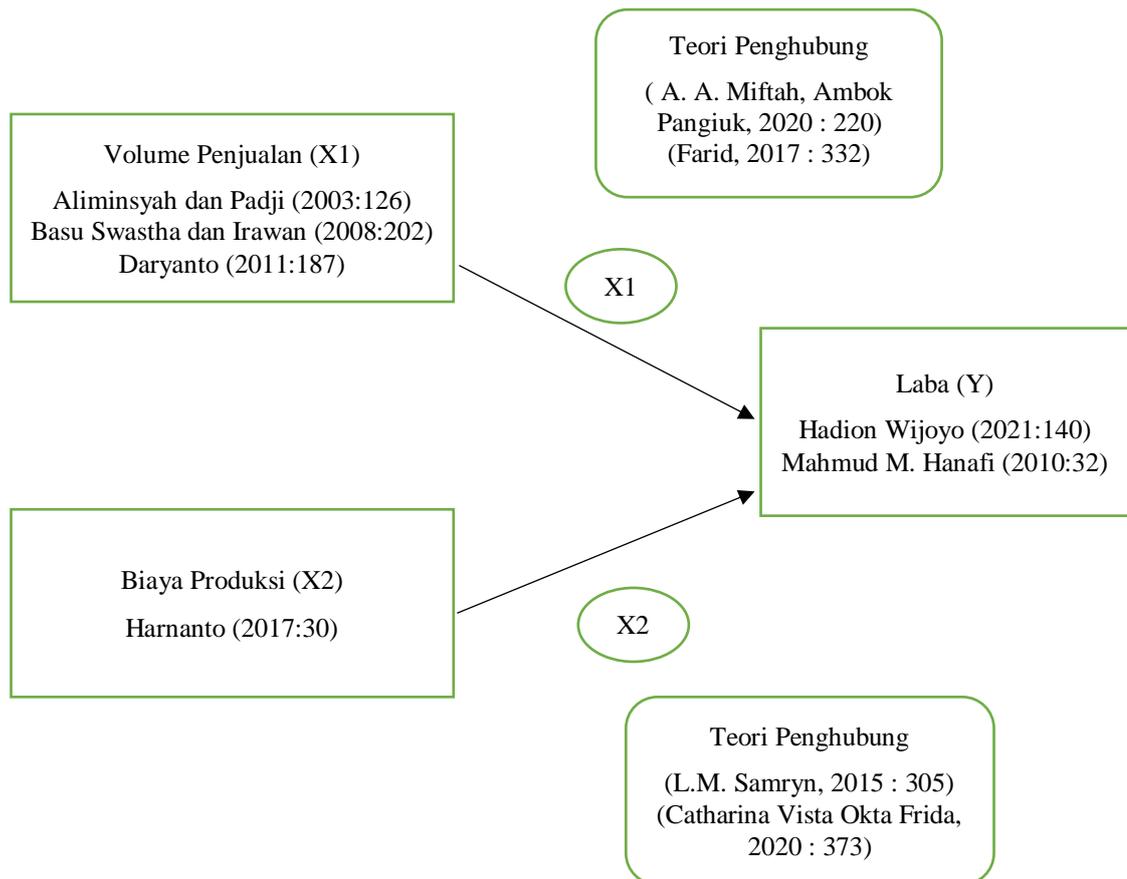
Agar bisa menghasilkan laba, perusahaan harus mengenakan harga cukup untuk bisa menutupi biaya produksi dan biaya-biaya lainnya. Markup terhadap biaya yang ditanggung yang ditanggung penjual merupakan jumlah yang ditambahkan pada biaya produksi dan biaya operasional untuk menjual produk pada harga tertentu yang menghasilkan laba (Catharina Vista Okta Frida, 2020 : 373).

Biaya Produksi dalam industri merupakan bagian terbesar dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Jika informasi biaya untuk pekerjaan atau proses tersedia dengan cepat, maka manajemen mempunyai dasar yang kuat untuk merencanakan kegiatannya. Manfaat Informasi akuntansi yang dihasilkan oleh sistem dalam perusahaan akan meningkatkan kinerja manajemen dalam mencapai tujuan organisasi (Sripeni : 2012)

Perusahaan harus cermat dan rinci dalam membuat laporan keuangan terutama yang berkaitan dengan biaya produksi agar tidak terjadi penyimpangan-penyimpangan serta pemborosan biaya dalam proses produksi. Informasi harga pokok produksi dapat dijadikan titik tolak dalam menentukan harga jual yang tepat kepada konsumen dalam arti yang menguntungkan perusahaan dan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Setiap kegiatan perusahaan khususnya kegiatan produksi dan penjualan bertujuan untuk memperoleh laba. Ukuran yang seringkali dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang diperoleh perusahaan (Andri Hasmoro Kusumo Broto, Rusbiyanti Sripeni & Retno Windu Permatasari : 2018) .

Hasil penelitian mengenai pengaruh biaya produksi terhadap laba dilakukan oleh Dani Rachman dan Ahmad Basyirudin (2020), menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh secara signifikan atau positif terhadap laba. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh I Made Ari Yuda dan I Ketut Puja Wirya Sanjaya (2020), menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan.

Dari penelitian diatas dapat dikatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba.



**Gambar 2.1**

**Paradigma Kerangka pemikiran**

### 2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:64), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan Kerangka pemikiran diatas maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

**H<sub>1</sub>** : Volume Penjualan berpengaruh positif terhadap Laba.

**H<sub>2</sub>** : Biaya Produksi berpengaruh negatif terhadap Laba.