

## **BAB II**

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

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Biaya Operasional**

###### **2.1.1.1 Definisi Biaya Operasional**

Definisi biaya operasional menurut Murhadi (2013:37) adalah sebagai berikut:

“Biaya yang terkait dengan operasional perusahaan yang meliputi biaya penjualan dan administrasi (*selling and administrative expense*), biaya iklan (*advertising expense*), biaya penyusutan (*depreciation and amortization expense*), serta perbaikan dan pemeliharaan (*repairs and maintenance expense*)”.

Definisi biaya operasional menurut Mia Laswi Wardiyah (2017:13) adalah sebagai berikut:

“Biaya operasional adalah biaya yang menunjukkan sejauh mana efisiensi pengelolaan usaha. Biaya penjualan dan biaya administrasi berhubungan dengan operasi yang dilakukan”.

Sedangkan definisi biaya operasional menurut Jumingan (2017:32) adalah sebagai berikut:

“Biaya usaha/biaya operasional timbul sehubungan dengan penjualan atau pemasaran barang atau jasa dan penyelenggaraan fungsi administrasi dan umum dari perusahaan yang bersangkutan”.

Berdasarkan dari ketiga definisi diatas dapat disimpulkan bahwa biaya operasional adalah biaya yang terkait dengan penjualan dan biaya administrasi umum dan berkaitan dengan aktivitas perusahaan sehari-hari tetapi biaya tersebut diluar dari kegiatan proses produksi.

#### **2.1.1.2 Indikator Biaya Operasional**

Menurut Wati Aris Astuti dan Adeh Ratna Komala (2021:13) menjelaskan bahwa biaya operasional memiliki 2 indikator, yaitu:

1. Biaya Pemasaran (*Marketing Expenses*)

Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Dimulai pada barang siap dijual. Contohnya adalah beban penjualan, beban promosi, beban pengiriman.

2. Biaya Administrasi & Umum (*General Administration Expenses*)

Merupakan biaya-biaya yang digunakan untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya gaji karyawan, *overhead* kantor, dan biaya terkait lainnya.

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2013:86) terdapat 2 indikator biaya operasional yaitu sebagai berikut:

1. Biaya penjualan, adalah seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan penjualan sampai barang itu berada di tangan konsumen, seperti biaya pengiriman, pajak-pajak yang berkenaan dengan penjualan, promosi, dan gaji tenaga penjual.
2. Biaya umum dan administrasi, adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan-kegiatan di luar kegiatan penjualan seperti kegiatan administrasi, kegiatan personalia, dan umum. Misalnya gaji pegawai bagian umum (yang bukan barang produksi, pemasaran), air, telepon, pajak, iuran, dan biaya kantor.

### 2.1.1.3 Pengukuran Biaya Operasional

Menurut Mia Lasmi Wardiyah (2017:30) pengukuran biaya operasional yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya operasional} = \text{biaya penjualan/pemasaran} + \text{biaya administrasi umum}$$

Keterangan:

Biaya penjualan/pemasaran = biaya-biaya yang terkait langsung dengan aktivitas toko atau aktivitas yang mendukung operasional penjualan barang dagangan.

Biaya umum dan administrasi = dikeluarkan dalam rangka mendukung aktivitas urusan kantor (administrasi) dan operasi umum.

## 2.1.2 Pertumbuhan Penjualan

### 2.1.2.1 Definisi Pertumbuhan Penjualan

Definisi pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menurut Harahap (2007:301) adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) adalah presentasi kenaikan penjualan tahun ini dibandingkan tahun sebelumnya”.

Definisi pertumbuhan penjualan menurut Kasmir (2014) adalah sebagai berikut:

“Pertumbuhan penjualan merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya”.

Sedangkan definisi pertumbuhan penjualan menurut Kasmir (2016:107) adalah sebagai berikut”

“Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) menunjukkan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan”.

Berdasarkan dari ketiga definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) merupakan rasio untuk mengetahui peningkatan penjualan perusahaan setiap periode dari periode sebelumnya.

### 2.1.2.2 Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini dalam mengukur pertumbuhan penjualan (*sales growth*) menurut Kasmir (2016:107) adalah sebagai berikut:

$$\text{Sales Growth Ratio} = \frac{\text{Net Sales } t - \text{Net Sales } t - 1}{\text{Net Sales } t - 1}$$

Keterangan:

Net Sales : Penjualan Bersih

T : Tahun

### 2.1.3 Profitabilitas

#### 2.1.3.1 Definisi Profitabilitas

Definisi profitabilitas menurut Kasmir (2016:196) adalah sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi”.

Definisi profitabilitas menurut Hery (2016:192) adalah sebagai berikut:

“Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya”.

Sedangkan definisi profitabilitas menurut Toto Prihadi (2019:166) adalah sebagai berikut:

“Kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang menjadi tolak ukur utama keberhasilan perusahaan tergantung dari kebutuhan pengukuran laba tersebut”.

Berdasarkan dari tiga definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari semua kemampuan dan sumber yang ada. Semakin baik rasio profitabilitas maka akan semakin baik perusahaan memperoleh keuntungan.

### **2.1.3.2 Indikator Profitabilitas**

Rasio yang digunakan dalam menghitung profitabilitas suatu perusahaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan Return on asset (ROA).

Definisi Return on asset (ROA) menurut Toto Prihadi (2019:182) adalah sebagai berikut:

“Return on asset (ROA) laba atas asset mengukur kemampuan perusahaan dalam mendayagunakan asset untuk memperoleh laba”.

Definisi Return on asset (ROA) menurut Kariyoto (2017:114) adalah sebagai berikut:

“Return on asset sering disebut sebagai economic profitability yang merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua aktiva yang dimiliki perusahaan”.

Sedangkan definisi return on asset (ROA) menurut Kasmir (2016:196) menjelaskan bahwa:

“Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi”.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa return on asset (ROA) adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan sejumlah asset yang dimiliki oleh perusahaan.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur return on assets (ROA) menurut Kasmir (2016:200) adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Keterangan:

Earning after tax : Laba bersih setelah pajak

Total assets : Total asset atau total aktiva

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

### **2.2.1 Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas**

Jusuf (2016:35) menyebutkan bahwa

“Apabila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih. Demikian juga sebaliknya, bila terjadi pemborosan biaya (seperti pemakaian alat kantor yang berlebihan) akan mengakibatkan turunnya net profit”.

Menurut Ika, Syawal, Khairil (2019) dalam suatu perusahaan, apabila biaya operasional yang dikeluarkan lebih besar dari pendapatan maka perusahaan akan

mengalami kerugian, sebaliknya apabila biaya operasional yang dikeluarkan lebih kecil dari pendapatan maka perusahaan akan memperoleh laba/keuntungan. Agar perusahaan bisa memaksimalkan laba maka perusahaan harus mampu menekan biaya operasional yang dikeluarkan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa biaya operasional sangat erat hubungannya dengan tingkat profitabilitas perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fadilah (2015) menyebutkan bahwa apabila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih, demikian juga sebaliknya, jika terjadi pemborosan biaya akan mengakibatkan menurunnya laba.

### **2.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas**

Kasmir (2016) mengatakan bahwa:

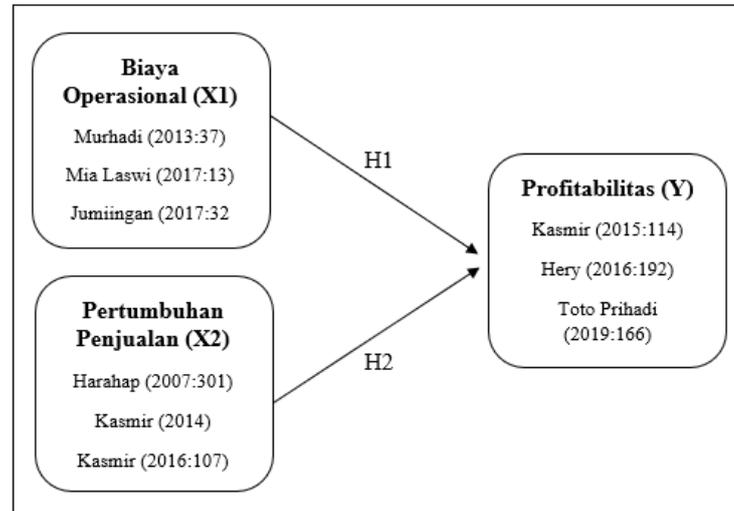
“Kenaikan penjualan dari tahun ke tahun merupakan gambaran perusahaan mengalami pertumbuhan dan merupakan gambaran keberhasilan perusahaan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan sejauh mana tingkat penjualan dapat dicapai oleh perusahaan dibandingkan dengan seluruh total penjualan”.

Brigham dan Houston (2014) mengatakan bahwa:

“Perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualan tinggi dan dapat memanfaatkan asset serta sumber dayanya secara maksimal maka akan berdampak positif pada profitabilitas. Ketika jumlah barang yang terjual, biaya produk per unit rata-rata akan semakin kecil sehingga meningkatkan profitabilitas perusahaan”.

Teori tersebut sejalan dengan penelitian Titin, Agus Salim, Agus Priyono (2018) yang menyebutkan bahwa jika pertumbuhan penjualan meningkat maka profitabilitas perusahaan meningkat.

### 2.2.3 Paradigma Penelitian



**Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian**

### 2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:63) menjelaskan bahwa:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat hipotesis sebagai berikut:

H1 = Biaya operasional berpengaruh terhadap Profitabilitas.

H2 = Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap Profitabilitas.