BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Volume Penjualan

2.1.1.1 Pengertian Volume

Menurut Basu Swasta (2001:31) Volume adalah sebagai berikut:

> "Volume adalah suatu indikasi mengenai luasnya kapasitas penggunaan, yang diukur dengan selisih antara *fixed overhead* yang semula dianggarkan dan ditentukan untuk tingkat produksi yang sesungguhnya dicapai, jika *overhead* tetap yang dihitung lebih rendah dari pada yang semula dianggarkan, akan timbul varians volume yang menguntungkan yang menunjukkan bahwa organisasi beroperasi dengan kapasitas yang lebih rendah dari pada tingkat yang direncanakan, karena masalah ini dapat di interpretasikan dengan berbeda-beda,maka pengertiannya harus ditetapkan menurut konteksnya."

Dari kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa volume adalah suatu indikasi pengukuran mengenai luasnya kapasitas suatu penggunaan.

2.1.1.2 Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Beberapa para ahli mengemukakan tentang definisi penjualan antara lain.

Menurut M. Narafin (2006:60), bahwa:

> "Penjualan adalah proses menjual, padahal yang dimaksud penjualan dalam laporan laba-rugi adalah hasil menjual atau hasil penjualan (*sales)* atau jualan".

Adapun menurut *Warren Reeve fess* yang diterjemahkan oleh Aria Faramita dan kawan-kawan, (2006:300), bahwa:

> "Penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk barang dagang yang dijual, baik secara tunai maupun kredit".

Sedangkan menurut Kusnadi (2009:300), bahwa:

> "Penjualan *(sales*) adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada pembeli atas barang atau jasa yang dijual".

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu proses pembuatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian (penyerahan) barang atau jasa yang ditawarkan berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang terkait baik dibayar secara tunai maupun kredit.

2.1.1.3 Jenis Dan Bentuk Penjualan

Menurut Basu Swasta (2001:11) Terdapat beberapa jenis penjualan yang bisa dikenal dalam masyarakat diantaranya adalah:

1. *"Trade Selling*
   Penjualan Yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar memperhasilkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan kegiatan promosi perdagangan, persediaan dan produk yang baru, jadi titik beratnya adalah para penjual melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.
2. *Missionary selling*
   Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
3. *Technical Selling*
   Berusaha Meningkatkan Penjualan dan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
4. *New Business Selling*
   Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.

5. *Responsive selling*
   Setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *Roote driving and Retaining*, jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun akan terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang".

2.1.1.4 Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut Basu Swasta (2001:129) dalam kenyataanya sebuah kegiatan penjualan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar, beberapa faktor tersebut antara lain:

1. "Kondisi dan Kemampuan Pasar
   Disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami masalah penting yang sangat berkaitan yaitu:
   a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
   b. Harga Pokok
   c. Syarat penjualan seperti pembayaran, Perantaraan garansi dan sebagainya.
2. Kondisi Pasar
   Hal yang diperhatikan pada kondisi pasar antara lain:
   a. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar pemerintah atau pasar internasional.
   b. Kelompok pembeli dan segmen pasarnya.
   c. Daya beli.
   d. Frekuensi pembeliannya.
   e. Keinginan Dan Kebutuhan.
3. Modal
   Apakah modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan seperti untuk:
   a. Kemampuan untuk membiayai penelitian pasar yang dilakukan.
   b. Kemampuan membiayai usaha-usaha untuk mencapai target penjualan.
   c. Kemampuan membeli bahan mentah untuk dapat memenuhi target penjualan.
4. Kondisi Organisasi Perusahaan
   Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana

masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain"

2.1.1.5 Fungsi Dan Tujuan Penjualan

Menurut Basu Swasta (2003:406) Fungsi penjualan meliputi aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh penjual untuk merealisasikan penjual seperti:

1. "Menciptakan permintaan.
2. Mencari pembeli.
3. Memberikan Syarat-Syarat Penjualan.
4. Memindahkan Hak milik".

Pada Umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan laba semaksimal mungkin dan dapat mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapatdirealisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang telah direncanakan oleh perusahaan. Perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu:

1. Mencapai Volume penjulan tertentu.
2. Menentukan Laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

2.1.1.6 Pengertian Volume Penjulan

Pengertian volume penjualan menurut *John Downes* dan *Jordan Elliot Goodman* yang diterjemahkan oleh Susanto Budidharmo (2000:646), yaitu:

> "Volume penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu".

Selain itu menurut Alamiyah dan Padji (2003:126) bahwa:

> "Volume penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu".

2.1.1.7 Indikator Volume Penjualan

Indikator volume penjualan sebagai berikut :

Volume Penjualan = Total Penjualan Alamiah dan Padji (2003:126)

Dimana untuk mencari total penjualan berikut ini adalah rumusnya

Total Penjualan = Harga Jual per unit x total unit yang dijual Dwi Prastowo dan Rifka Julianty (2002:148)

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan hasil dari kegiatan penjualan yang dilakukan perusahaan dalam usahanya mencapai sasaran yaitu memaksimalkan laba.

2.1.2 Biaya Operasional

2.1.2.1 Pengertian Biaya Operasional

Definisi biaya operasional menurut Margaretha (2007:24) menyatakan bahwa:

> "Biaya Operasional adalah keseluruhan biaya sehubungan dengan operasional di luar kegiatan proses produksi termasuk didalamnya (1) biaya penjualan dan (2) biaya administrasi umum."

Definisi biaya operasional menurut Jopie Jusuf (2008:33) menyatakan bahwa:

> "Biaya operasional adalah biaya yang terus dikeluarkan oleh entitas, yang tidak berhubungan dengan produk namun berkaitan dengan aktivitas operasional sehari-hari."

Sedangkan menurut Syarul dan Muhhammad Afri Nizar (2000:256) sebagai berikut:

> "Biaya operasional adalah biaya – biaya yang berkaitan dengan kegiatan – kegiatan administrative dan penjualan dari suatu perusahaan. Disebut juga *non manufacturing expense*. Merupakan biaya periode – periode yang berkaitan degan waktu, bukan dengan produk. Biaya ini di bagi menjadi biaya penjualan dan biaya administrasi umum.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulakan bahwa biaya operasional (*operational cost*) adalah biaya-biaya yang dikorbankan untuk menunjang dan berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan termasuk di dalamnya biaya

penjualan dan biaya administrasi umum, di luar aktivitas kegiatan proses produksi.

2.1.2.2 Pengukuran Biaya Operasional

Menurut Margaretha (2007:24) rumus untuk mengetahui biaya operasional adalah sebagai berikut

Biaya Operasional = Biaya Penjualan/Pemasaran + Biaya Administrasi Umum

Menurut Ony etc all (2012:13) Biaya Operasional memiliki 2 indikator yaitu:

1. "Biaya Pemasaran/Penjualan: Merupakan biaya – biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran/penjualan produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli, gaji karyawan bagian – bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran, biaya contoh (sample).
2. Biaya Administrasi Umum: Merupakan biaya – biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produk dan pemasaran produk. Contohnya biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, Personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntansi dan biaya fotokopy".

Menurut indikator diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Administrasi Umum: Biaya administasi umum seluruh perusahaan.
2. Gaji Pegawai Kantor : Gaji pegawai tetap di semua bagian, termasuk di bagian produksi
3. Perlengkapan dan Peralatan kantor: Penggunaan perlengkapan dan peralatan seluruh bagian, termasuk perlengkapan kamar mandi, pencetakan form atau blanko dan fotocopy.

4. Penyusutan bangunan kantor: Penyusutan bangunan kantor dan bangunan – bangunan lain diluar pabrik dan gudang penyimpanan, termasuk bangunan parkir dan pos penjagaan.
5. Pemeliharaan bangunan kantor: Pemeliharaan untuk bangunan kantor.
6. Penyusutan peralatan kantor: Penyusutan peralatan yang tidak digunakan untuk aktivitas produksi, termasuk didalamnya komputer dan penyejuk ruangan diseluruh bagian.
7. Pemeliharaan perabotan kantor: Pemeliharaan untuk perabotan kantor seperti meja dan kursi.
8. Penyusutan kendaraan: Penyusutan kendaraan operasional kantor, termasuk kendaraan dinas yang digunakan oleh *executive,* manajer, dan pegawai diseluruh bagian.
9. Pemeliharaan kendaraan: Penyusutan kendaraan operasional termasuk biaya pengurusan STNK dan membayar pajak kendaraan. Asuransi – biaya asuransi bangunan, mesin dan pegawai.
10. Listrik kantor: Listrik yang digunakan untuk keperluan kantor termasuk aktivitas – aktivitas yang tidak ada d bagian produksi.
11. Telepon: Penggunaan telepon di seluruh bagian termasuk penggunaan telepon genggam yang ditanggung oleh perusahaan.
12. Perjalanan dinas: Biaya – biaya yang timbul akibat aktivitas perjalanan dinas, tiket, akomodasi, transportasi, termasuk akomodasi dan transportasi tamu perusahaan yang berkunjung dan ditanggung oleh perusahaan.

13. Iklan dan promosi: Iklan dan promosi untuk keseluruhan bagian, termasuk iklan lowongan dari bagian sumber daya manusia.
14. Lain – Lain: Biaya – biaya operasional yang tidak bisa digolongkan ke dalam akun yang telah ada.
15. Pajak Penghasilan: Pajak penghasilan perusahaan (PPh Badan).
16. Bunga: Bunga atas pinjaman baik dari bank maupun institusi keuangan lainnya.

2.1.3 Laba Bersih

2.1.3.1 Pengertian Laba

Sedangkan, berikut ini definisi laba menurut Soemarso (2010:230):

> "Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Apabila beban lebih besar dari pendapatan, selisihnya disebut rugi. Laba atau rugi merupakan hasil perhitungan secara periodik (berkala). Laba atau rugi ini belum merupakan laba atau rugi yang sebenarnya. Laba atau rugi yang sebenarnya baru dapat diketahui apabila perusahaan telah menghentikan kegiatannya dan dilikuidasikan".

Menurut Sofyan S Harahap (2007:241) mendefinisikan laba sebagai berikut :

> "Gains (Laba) adalah naiknya nilai equity dari transaksi yang bersifat insidentil dan bukan kegiatan utama entity dan dari transaksi atau kegiatan lainnya yang mempengaruhi entity selama satu periode tertentu, kecuali yang berasal dari hasil atau investasi dari pemilik".

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulakan bahwa laba merupakan selisih antara pendapatan yang diperoleh dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, yang diperoleh dari transaksi-transaksi atau kejadian yang mempengaruhi badan usaha dalam suatu periode tertentu. Laba dapat ditingkatkan

dengan cara meningkatkan penjualan dan maminimalkan biaya-biaya yang dikeluarkan.

2.1.3.2 Jenis- Jenis Laba

Menurut Stice dan Skousen (2004:241) jenis-jenis laba dalam kaitannya dengan perhitungan laba-rugi terdiri dari beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

1. "Laba Kotor
   Yang dimaksud dengan laba kotor adalah selisih antara hasil penjualan dengan harga pokok persediaan.
2. Laba Operasional
   Laba operasional merupakan hasil dari aktivitas yang termasuk rencana-rencana kecuali ada perubahan-perubahan besar dalam ekonomi yang dapat diharapkan akan dicapai setiap tahun. Oleh karena, angka ini menyatakan kemampuan perusahaan untuk hidup dan mencapai laba yang pantas sebagai balas jasa pada pemilik modal.
3. Laba sebelum di kurangi pajak
   Laba sebelum dikurangi pajak merupakan laba operasi ditambah hasil usaha dan dikurangi biaya diluar operasi biasa. Bagi pihak-pihak tertentu dalam hal pajak,angka itu adalah yang terpenting kerena jumlah ini menyatakan laba yang pada akhirnya dicapai perusahaan.
4. Laba sesudah pajak atau laba bersih
   Laba sesudah pajak atau laba bersih merupakan laba setelah dikurangi dengan pajak. Laba bersih dipindahkan kedalam perkiraan laba ditahan atau *Retained Earning*. Dalam perkiraan ini akan diambil suatu jumlah tertentu untuk dibagikan sebagai deviden kepada para pemegang saham".

2.1.3.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Laba

Laba merupakan pos yang penting dan paling dasar dari ikhtisar keuangan yang memiliki beberapa kegunaan. Dalam berbagai konteks laba pada umumnya dipandang sebagai dasar bagi perpajakan, penentuan kebijakan, pembayaran dividen, pedoman investasi, pengambilan keputusan (decision making), dan unsur prediksi.

Menurut Mulyadi (2009;513) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap laba, antara lain:

1. "Biaya
   Biaya yang dapat timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
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 akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi".

Sedangkan menurut Sofyan S.Harahap (2002;233) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi laba diantaranya adalah:

1. "Perubahan dalam prinsip akuntansi adalah perubahan yang diterima umum dengan prinsip lain yang juga diterima umum yang lebih baik, misalnya menggunakan metode penyusutan *straight line* yang sebelumnya *declining balance*, FIFO ke LIFO dan sebagainya.
2. Perubahan dalam taksiran adalah merubah taksiran dari yang ditetapkan setelah taksiran tersebut tidak sesuai dengan apa yang kita taksir, contoh taksiran umur, taksiran deposit, barang tambang dan lain -lain jika beberapa lama kita mendapat informasi yang baru sehingga mengubah taksiran yang lama tersebut.
3. Perubahan dalam pelaporan *entity* adalah perubahan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan yang terjadi sebagai akibat dari perubahan yang material yang terjadi dalam *entity* yang sebelumnya dilaporkan melalui laporan keuangan misalnya anak perusahaan yang sebelumnya dilaporkan mengalami perubahan penting dibanding dengan keadaan sebelumnya".

Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa faktor yang mempengaruhi laba yaitu biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah produk, dan harga jual mempengaruhi volume penjualan, dan besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi, kemudian perubahan dalam prinsip akuntansi, perubahan dalam taksiran, dan perubahan dalam pelaporan *entity*.

2.1.3.4 Pengertian Laba Bersih

Sedangkan menurut Hery (2013:46) yang dimaksud dengan laba bersih adalah

> "Laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Transkasi-transkasi ini diiktisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode tertentu".

Kemudian definisi laba bersih menurut Harmono (2011:231) adalah sebagai berikut:

> **"**Laba bersih adalah pendapatan operasi perusahaan setelah dikurangi biaya bunga dan pajak.**"**

Menurut Nasution & Lisa (2013:4) yang dimaksud dengan laba bersih adalah

> "Laba setelah pajak merupakan laba yang diperoleh setelah dikurangkan dengan pajak. Ini disebut *net income* (laba bersih) atau *net profit* yang diterima oleh perusahaan".

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulakan bahwa laba bersih merupakan selisih antara pendapatan yang diperoleh dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, yang diperoleh dari transaksi-transaksi atau kejadian yang mempengaruhi badan usaha dalam suatu periode tertentu. Laba dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan penjualan dan maminimalkan biaya-biaya yang dikeluarkan.

2.1.3.5 Pengukuran Laba Bersih

Menurut Henry Simamora (2000:25) rumus untuk menghitung laba bersih adalah sebagai berikut:

Laba Bersih = Laba sebelum pajak – Pajak penghasilan

Menurut Soemarso S. R (2009:234) yang mempengaruhi laba bersih adalah sebgai berikut:

> "Laba bersih adalah selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian, jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal."

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran yang dikutip oleh sugiyono (2013:60) Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai maslah yang penting.

2.2.1 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih

Menurut Budi Rahardjo (2000:33) bahwa:

> "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".

Eva Eresti (2008) adanya hubungan yang erat volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, bahwa dengan semakin meningkatnya volume penjualan perusahaan ternyata membawa keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil laba bersih yang setiap tahunnya meningkat seiring dengan perubahan volume penjualan.

Putu Rustami, I Ketut Kriya, dan Wayan Cipta (2014) meneliti Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Perusahaan Kopi Bubuk Banyuatis. Hasil penelitian menunjukan bahwa volume penjualan berpengaruh terhadap laba perusahaan.

W Lenggana (2007) meneliti Pengaruh Sebuah Penjualan Terhadap Peningkatan Laba Pada PT. Tunas Prakarsa Group. Hasil penelitian menunjukan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba perusahaan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ibnoe Koes Soegiyatmodjo (2008) menunjukan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t terhadap variabel volume penjualan memperoleh thitung > ttabel (7,773 > 2,776) diterima pada taraf signifikansi 5%.

H_1: Volume Penjualan berpengaruh terhadap Laba Bersih.

2.2.2 Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih

Menurut Jopie Jusuf (2008:35) menyatakan bahwa:

> "Bila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih. Demikian juga sebaliknya, bila terjadi

> pemborosan biaya (seperti pemakaian alat kantor yang berlebih) akan mengakibatkan menurunya *net profit*".

Sedangkan menurut Kuswadi (2007:78) bahwa pengaruh biaya operasional tergadap laba bersih yaitu

> "Dalam perhitungan laba rugi, besarnya biaya ini akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan".

Adapun penelitian terdahulu yang mendukung pendapat diatas yang dilakukan oleh Pebrianti (2012) hasil penelitian menunjukan bahwa biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Meiza Eflia (2014) hasil penelitian menunjukan bahwa beban operasioanal berpengaruh signifikan terhadap laba bersih

Sedangkan menurut hasil penelitian Fadhillah Rramadhani Nasution dan Lisa Marlina (2013) bahwa biaya operasional yang terdiri dari variabel bunga, biaya administrasi umum, dan biaya tenaga kerja berpengaruh terhadap laba bersih.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Yulita Suhaedi (2012) menyatakan bahawa terdapat pengaruh yang signifikan dan hubungan positif sangat kuat antara baiaya operasional terhadap laba bersih setalah pajak.

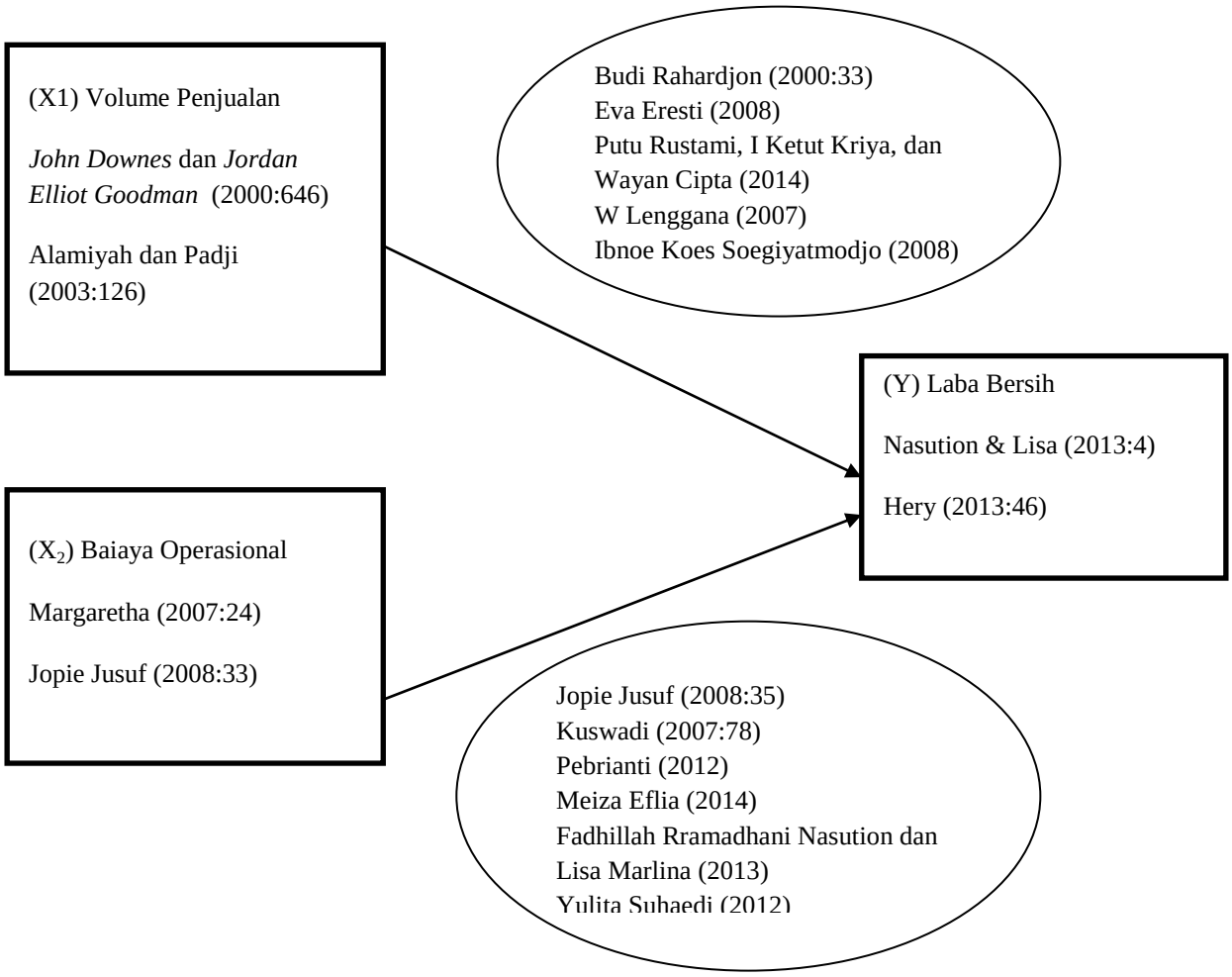
Dapat disimpulkan bahwa semakin besar biaya operasional suatu perusahaan dapat menurunkan laba dan sebaliknya jika dapat menekan biaya operasional, maka dapat meningkatkan laba bersih yang diperoleh perusahaan.

H_2: Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Bersih

Berdasarkan toeri-teori diatas, penulis menuangkan kerangka pemikirannya dalam bentuk skema kerangka pemikiran sebagai berikut :

Dengan paradigma penelitian, penulis dapat menggunakannya sebagai panduan untuk hipotesis penelitian yang selanjutnya dapat digunakan dalam mengumpulkan data dan analisis.

Paradigma pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Kata hipotesis berasal dari kata "*hipo*" yang artinya lemah dan "*tesis*" berarti pernyataan.Dengan demikian hipotesis berarti pernyataan yang lemah, disebut demikian karena masih berupa dugaan yang belum teruji kebenarannya.

Menurut Kuncoro (2003:48) menyatakan:

> "Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi".

Menurut Sugiyono (2011:64)

> "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan."

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka peneliti berasumsi mengambil keputusan sementara (hipotesis) adalah sebagai berikut:

H_1: Volume Penjualan berpengaruh terhadap Laba Bersih.

H_2: Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Bersih.

$H_{3:}$ Volume Penjualan dan Biaya Operasional secara bersama–sama berpengaruh terhadap Laba Bersih