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.

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 menegemukakan 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 (*seles)* 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 Pengertian Volume Penjualan

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”.

Rumus volume penjualan sebagai berikut:

Volume penjualan= Kuantitas atau Total penjualan.

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

2.1.1.4 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.

Selain itu tedapat berbagai macam transaksi penjualan yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Penjualan Secara Tunai

   Penjualan yang bersifat *"Cash And Carry*" dimana penjualan setelah terjadi kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, pembeli langsung

menyerahkan pembayaran secara tunai dan bisa langsung dimiliki oleh pembeli.

2. Penjualan Kredit

   Penjualan non cash dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan.

3. Penjualan Secara Tender

   Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

4. Penjualan Ekspor

   Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan *fasilitas Letter of Credit* (LC).

5. Penjualan Secara Konsiyasi

   Penjualan Barang secara "titipan" kepada pembeli yang juga sebagai penjualan apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan pada penjual.

6. Penjualan Secara Grossir

   Penjualan yang dilakukan tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik atau importir dengan pedagang eceran.

2.1.1.5 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.

2.1.1.6 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 dapat

direalisasikan 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.

2.1.2 Pengertian biaya Produksi

Menurut Mulyadi (2007:8) yang dimaksud dengan biaya adalah **:**

" Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi untuk satuan tertentu".

Berdasarkan pengertian di atas maka maka dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan kasa atau setara kas yang dikorbankan dari sumber ekonomi yang diukur dalam satuan untuk mendapatkan uang atau jasa yang diharapakan dapat memberikan keutungan di masa sekarang atau yang akan datang bagi organisasi.

2.1.2.1 Jenis - jenis Biaya

Jenis biaya tergantung dari cara penggolongan atau pengklasifikasian yang dilakukan. Menurut Mulyadi (2005:14) mengungkapkan bahwa jenis-jenis biaya dibebankan menurut cara penggolongan biaya adalah sebagai berikut:

"1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran;
1 Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan;
2 Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya Dengan Sesuatu yang Dibiayai;
3 Penggolongan Biaya Menurut Prilakunya Dengan perubahan volume Kegiatan;

4 Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Dan Manfaat."

Adapun penjelasan mengenai penggolongan biaya diatas adalah sebagai berikut:

1. **Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran :**

   Penggolongan ini menggunakan nama objek pengeluaran sebagai dasar penggolongan misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut "*biaya bahan bakar*".

2. **Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan :**

   a. Biaya Produksi

      Biaya ini merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap pakai atau diperusahaan dagang biasa disebut sebagai biaya pengadaan barang hingga siap dijual.

   b. Biaya Pemasaran

      Biaya ini adalah biaya yang terjadi untuk memasarkan produk, Contohnya adalah Biaya produksi.

   c. Biaya Administarsi dan Umum

      Biaya ini merupakan biaya yang mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran, Contohnya adalah Gaji karyawan bagian keuangan.

3. **Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya Dengan Sesuatu Yang Dibiayai**

   a. Biaya Langsung (*Direct Cash*).

Merupakan biaya yang terjadi yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatau yang dibayar. Contohnya biaya tenaga kerja langsung

b. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cash*).

Adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebkan oleh sesuatu yang dibayai. Contohnya adalah gaji yang menjaga gudang.

4. Penggolongan Biaya Menurut Prilakunya Dengan perubahan Volume Kegiatan

a. Biaya Variabel

Biaya ini adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan Volume kegiatan.

b. Biaya Semi Variabel

Biaya ini adalah biaya yang merubah sebanding dengan perubahan Volume kegiatan.

c. Biaya *Semi Fixed*

Biaya ini merupakan biaya yang tetap pada tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tatap dalam kisaran volume kegiatan tertentu.

5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Dan Manfaat

a. Pengeluaran modal

Adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dalam suatu periode akuntansi, Contohnya adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap.

b. Pengeluaran Pendapatan

Adalah pengeluaran yang memiliki manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Penggolongan ini dilakukan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan tersebut, artinya terdapat penggolongan biaya yang berbeda untuk kebutuhan yang berbeda pula.

2.1.2.2 Biaya Produksi

Biaya merupakan objek yang dicatat, digolongkan, diringkas dan disajikan oleh akuntansi biaya. Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2006:4) menjelaskan bahwa :

"Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi/akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu".

Sedangkan menurut Mulyadi (2005:9) menjelaskan bahwa :

"Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis, yang di ukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva".

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi untuk memperoleh aktiva, dapat diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi, di mana pengorbanan tersebut untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Harjanto (2003:3), produksi adalah :

"Suatu kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan atau pembuatan barang, jasa atau kombinasinya, melalui proses informasi dari masukan sumber daya produk menjadi keluaran yang diinginkan".

Sedangkan menurut Daniel Wirajaya (2001:304) mendefinisikan produksi adalah sebagai berikut :

"Produksi adalah suatu proses untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dipasarkan".

Berdasarkan pengertian di atas maka produksi merupakan alat yang digunakan untuk mrngubah atau mengolah sumber daya menjadi produk jadi atau jasa yang berguna.

2.1.2.3 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk, di mana biaya ini merupakan bagian dari perusahaan.

Menurut Mulyadi (2005:14) menjelaskan bahwa Biaya produksi:

"Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap-siap untuk di jual".

Rumus Biaya produksi sebagai berikut :

Biaya produksi =
Biaya Bahan Baku Langsung +Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Overhead Pabrik.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannnya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual, produk yang sudah jadi menjadi memiliki nilai jual dan mampu memenuhi dan memuaskan konsumen sesuai dengan kebutuhan konsumen itu sendiri.

2.1.2.4 Unsur-Unsur biaya Produksi

Menurut *Garrison dan Noreen* (2000:40), unsur-unsur biaya produksi dapat dikelompokan menjadi tiga elemen, yaitu:

"1. Biaya bahan baku langsung

2. Biaya Tenaga kerja langsung

3. Biaya Overhead Pabrik".

Dari ketiga unsur-unsur biaya produksi diatas dijelaskan sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku

Menurut M.Munandar (2000:25) menjelaskan bahwa :

"Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan (*direct material*), merupakan biaya yang terdiri dari semua bahan yang dikerjakan dalam proses produksi, untuk diubah menjadi barang lain yang nantinya akan dijual."

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi, bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau dari pengolahan sendiri. Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan dan biaya-biaya perolehan lain.

Transaksi pembelian bahan baku melibatkan bagian-bagian produksi, gudang, pembelian, penerimaan barang dan asuransi. Dokumen sumber dan dokumen pendukung yang dibuat dalam transaksi pembelian bahan baku, terdiri dari prosedur permintaan pembelian bahan baku, prosedur order pembelian, prosedur penerimaan barang di gudang dan prosedur pencatatan keuntungan.

1) Prosedur penerimaan pembelian bahan baku.

   Jika persediaan bahan baku yang ada di gudang sudah mencapai tingkat minimum pemesanan kembali ke bagian gudang kemudian membuat surat permintaan pembelian untuk dikirim ke bagian pembelian.

2) Prosedur order pembelian.

   Bagian pembelian melaksanakan pembelian atas dasar surat permintaan pembelian dan bagian gudang untuk pemilihan pemasok, bagian pembelian mengirimkan surat permintaan penawaran harga kepada para pemesan, yang berisi permintaan informasi harga dan syarat-syarat pembelian dari masing-masing pemasok tersebut setelah pemasok yang dianggap baik dipilih, bagian pembelian kemudian membuat surat order pembelian untuk dikirim kepada pemasok yang dipilih.

3) Prosedur penerimaan bahan baku.

   Pemasok mengirimkan bahan baku kepada perusahaan sesuai dengan surat order pembelian yang diterimanya. Bagian penerimaan bertugas menerima barang, mecocokkan kualitas, kuantitas, jenis serta spesifikasi bahan baku yang diterima sesuai dengan surat order pembelian.

4) Prosedur pencatatan penerimaan bahan baku di bagian gudang.

Bagian penerimaan menyerahkan bahan baku yang diterima dari pemasok ke bagian gudang menyimpan bahan baku tersebut dan mencatat jumlah bahan baku dalam kartu gudang, kartu gudang ini digunakan untuk bagian gudang untuk mencatat mutasi tiap-tiap barang di gudang.

Jadi yang dimaksud dengan biaya bahan baku ini adalah biaya yang dikeluarkan untuk perusahaan sebagai akibat pembelian bahan baku dan biaya lain-lain yang berkaitan dengan bahan baku.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Istilah biaya tenaga kerja langsung digunakan untuk biaya tenaga kerja yang dapat ditelusuri dengan mudah ke produk jadi. Tenaga kerja langsung biasanya disebut juga "touch labor" karena tenaga kerja langsung melakukan kerja tangan atas produk pada saat produksi.

Menurut Mulyadi (2000:343) Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah :

"Usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja langsung adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia".

Dalam beberapa industri telah terjadi pergeseran yang besar dalam struktur tenaga kerja. Peralatan otomatis yang canggih yang dijalankan dan diawasi oleh tenaga kerja tidak langsung yang ahli mulai menggantikan peran tenaga kerja tidak langsung. Dalam sejumlah perusahaan, tenaga kerja langsung tidak lagi memiliki porsi yang besar yang menghilang bersamaan dengan pembagian kategori biaya. Meskipun demikian sebagian besar perusahaan produksi dan jasa

yang ada di dunia ini terus mengakui tenaga kerja langsung sebagai ketegori yang tersendiri.

3. Biaya Overhead Pabrik

   Biaya overhead elemen ketiga biaya manufaktur termasuk seluruh biaya manufaktur yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

   Menurut M.Munandar (2000:26) mengemukakan bahwa :

   " Biaya overhead pabrik adalah semua biaya yang terdapat serta terjadi dalam lingkungan pabrik, tetapi tidak secara langsung berhubungan dengan kegiatan produksi, yaitu proses mengubah bahan mentah menjadi bahan yang siap dijual."

   Biaya overhead pabrik termasuk bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, pemeliharaan dan perbaikan peralatan produksi, listrik dan penerangan, pajak properti, penyusutan dan asuransi fasilitas-fasilitas produksi. Di dalam perusahaan juga terdapat biaya-biaya tersebut yang berkaitan dengan operasi perusahaan yang termasuk kategori biaya overhead produksi.

2.1.2.5 Perhitungan Biaya Produksi

1. *Metode Full Costing*

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara menghitung unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, baik full costing maupun variable costing. Pengertian *Full Costing* menurut Mulyadi (2005:17) adalah :

"*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)".

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2006:48) menjelaskan bahwa :

"*Full Costing* adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk dengan memperhitungkan semua biaya produksi seperti biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead variabel dan biaya overhead tetap".

Dari dua pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perhitungan biaya dengan menggunakan *metode full costing* adalah salah satu cara dalam penentuan biaya dimana semua biaya produksi baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap diperhitungkan.

Berikut adalah Biaya Produksi Metode *Full Costing* menurut Mulyadi (2005:20) adalah :

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik	XXX +
Biaya Produksi	XXX

Berdasarkan bagan di atas dapat dilihat bahwa metode *full costing* memasukkan semua unsur biaya baik yang bersifat tetap maupun tidak tetap (*variabel*).

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 terhitung lebih kecil dibandingkan dengan metode *full costing.*

Menurut Mulyadi (2005:18) menjelaskan bahwa :

"*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."

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2006:48) menjelaskan bahwa :

"*Variable Costing* adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk, hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel saja."

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa perhitungan biaya dengan menggunakan metode *variable costing* adalah salah satu cara dalam penentuan biaya dimana biaya produksi yang bersifat variabel saja yang diperhitungkan.

Berikut adalah Biaya Produksi Metode *Variable Costing* menurut Mulyadi (2005:20) adalah :

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
Biaya overhead pabrik variabel	XXX +
Biaya Produksi variabel	XXX

2.1.3 Pengertian Laba Bersih

Laba indikasi kesuksesan suatu badan usaha atau perusahaan. Keinginan untuk memperoleh laba adalah tujuan utama dari setiap perusahaan, banyak literatur yang membahas mengenai laba diantaranya adalah :

Menurut Soemarso (2005,54) yang dimaksud laba adalah :

"Laba Bersih (*net income*) adalah selisih lebih pendapatan atas beban-beban dan yang merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha".

Menurut Henry Simamora (2000:25) yang di maksud laba bersih adalah:

"Laba bersih adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban, jikalau pendapatan melebihi beban maka hasilnya bersih"

Rumus Laba bersih sebagai berikut :

Laba bersih= laba sebelum pajak – pajak penghasilan

Jelas bahwa menurut pendapat diatas, laba dapat dijadikan dimana kebanyakan manajer puncak ataupun manajer unit-unit bisnis mengambil keputusan yang meliputi usulah untuk menambah biaya pada kegiatan bisnis dengan harapan mendapat laba yang lebih baik, hal ini dapat dilihat dari pendapatan penjualan. Keputusan-keputusan itu harus meliputi manfaat dari biaya dan pendapatan. Manajer harus selalu memperoleh informasi yang relevant untuk membuat keputusan oleh pendapat ini sebenarnya wajar saja, dikarenakan tujuan utama dari didirikannya perusahaan untuk memperoleh laba sebesar-besarnya dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Karena laba dari suatu perusahaan atau unit usaha dijadikan sebagai tujuan utama, maka laba merupakan alat yang tepat untuk mengukur prestasi dari pimpinan dan manajemen perusahaan, atau dengan kata lain efektifitas dan efisiensi dari suatu perusahaan secara garis besar dilihat dari laba (*profit)* yang diperoleh.

Walaupun tidak semua dari perusahaan atau organisasi menjadikan laba sebagai tujuan utamanya, tetapi tidak dapat dipungkiri pada organisasi non-profit juga laba diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup organisasi

tersebut. Untuk perusahaan yang bertujuan memaksimumkan laba, laba dapat menjamin eksisntesi perusahaan baik dalam operasional maupun kemampuan untuk memberikan deviden yang memuaskan kepada para pemegang saham.

2.1.3.1 Jenis-jenis Laba dan Perhitungan laba

Setiap jenis laba dalam hubungannya dengan perhitungan laba mempunyai suatu perhitungan sendiri seperti menurut *Stice* dan *Skouen (2004:241)* jenis-jenis laba dalam kaitannya dengan perhitungan laba-rugi terdiri dari beberapa jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Laba Kotor
2. Laba Operasional
3. Laba sebelum dikurangi pajak
4. Laba sesudah pajak atau laba bersih

Adapun Penjelasan dari kutipan diatas adalah:

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 karna, 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 *Ratainer Earning*. Dalam perkiraan ini akan diambil suatu jumlah tertentu untuk dibagikan sebagai deviden kepada para pemegang saham.

Perhitungan Laba suatu peusahaan dapat dilakukan setiap bulan, namun untuk tujuan praktis perhitungan laba sebaiknya dilakukan pada akhir periode akuntansi. Perhitungan ini dituangkan dalam suatu laporan laba-rugi bersamaan dengan penyusunan laporan neraca. Perhitungan laba ini umumnya mempunyai dua tujuan, yaitu:

1. Tujuan Intern

   Tujuan ini berhubungan dengan usaha pimpinan untuk menyerahkan aktivitas perusahaan pada kegiatan yang menguntungkan. Informasi tentang laba dapat dipergunakan oleh pimpinan untuk mengevaluasi aktivitas operasi perusahaan dalam periode yang lalu, dan untuk menganalisis dan memperbaikinya serta meningkatkan kemampuan unit usaha dalam menghasilkan laba.

2. Tujuan Ekstern

   Tujuan ekstern merupakan perhitungan laba yang ditunjukan untuk memberi peertanggung jawaban pada pemegang saham untuk keperluan pajak, untuk emisi saham dibursa efek serta untuk permohonan kredit pada pihak perbankan atau lembaga keuangan lainnya.

2.1.3.2 Konsep Laba

Dalam kehidupan yang nyata konsep laba sengat diperlukan dalam proses dunia atau bisnis, dimana konsep ini sebagai pedoman dalam pembuatan laporan keuangan bagi pihak-pihak tertentu dan berguna dalam pengambilan keputusan atau kebijakan yang akan dikeluarkan.

Menurut Sofyan S. Harahap (2002;273) konsep laba terdiri dari berbagai macam bentuk atau jenis diantaranya adalah:

"A. Konsep Laba Akuntansi

B.Konsep Laba Ekonomi

C. Konsep *Capital Maintenance*".

Adapun penjelasan dari kutipan diatas adalah:

A. Konsep laba akuntansi, dimana konsep ini menyatakan lima dari khas laba yang akuntansi diantaranya adalah :

1. Laba akuntansi didasarkan pada transaksi actual yang dilakukan oleh perusahaan (terutama pendapatan yang timbul dari penjualan barang atau jasa dikurangi biaya diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu).
2. Didasarkan pada postulat periodik dan berhubungan dengan prestasi keuangan perusahaan selama periode tertentu.
3. Didasarkan pada prinsip pendapatan dan membutuhkan definisi pengukuran dan pengakuan pendapatan.
4. Membutuhkan pengukuran biaya dalam bentuk biaya historis yang dikeluarkan perusahaan untuk mendapatkan hasil tertentu.

5. Didasarkan pada prinsip *matching* artinya hasil dikurangi biaya yang diterima atau dikeluarkan dalam periode yang sama.

B. Konsep laba ekonomi, yang menyatakan bahwa laba adalah kenaikan dalam kekayaan dan dikaitkan dengan praktis bisnis. Menurut *Fisher* seperti yang dikutip *Belkoali,* laba ekonomi sebagai peristiwa yang dihubungkan dengan tiga tahapan yaitu :

1. *Physical income* yaitu konsumsi barang atau jasa pribadi yang sebenarnya memberikan kesenangan fisik dan pemenuhan kebutuhan, laba jenis ini tidak dapat diukur.
2. *Real income* adalah ungkapan kejadian yang memberikan peningkatan terhadap kesenagan fisik. Ukuran ini yang digunakan adalah "biaya hidup" (*Cost of living*).
3. *Money income* merupakan hasil uang yang diterima dan dimasukin untuk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidup.

C. Konsep *Capital Maintenance* menurut Belkaoli ada dua konsep utama pemeliharaan modal atau pemulihan biaya yaitu :

1. *Financial Capital* (dalam satuan unit uang) yang terdiri :
   a. *Money Maintenance* yaitu modal keuangan yang diukur dengan jumlah unit uang. Modal uang yang diinvestasikan, dipelihara dan laba yang dihasilkan sama dengan perubahan aktiva bersih yang disesuaikan dengan transaksi modal yang dinyatakan dalam satuan uang.
   b. *General Purchasing power Money Maintenance* yaitu modal keuangan diukur dengan jumlah unit daya beli yang sama. Daya beli modal keuangan

yang dinvestasikan, dipelihara, dan laba yang dihasilkan sama dengan perubahan dalam aktivitas bersih yang disesuaikan dengan transaksi modal yang diinyatakan dalam jumlah unit daya beli.

2. *Physical Capacity* (dalam satuan unit daya beli umum) terdiri dari :
   a. *Productive Capacity Maintenance* yaitu modal fisik diukur dalam jumlah unit uang kapasitas produksi yang digunakan, dipelihara, kapasitas produksi dapat diartikan sebagai kapasitas fisik, kapasitas untuk beroprasi, volume barang dan jasa yang sama dengan kapasitas atau memproduksi nilai barang dan jasa yang sama.
   b. *General Purchasing Power Productive Capacity Maintennance*, Yaitu Modal fisik diukur dalam jumlah unit daya beli yang sama. Konsep ini disesuaikan dengan tingkat harga umum.

Dari uraian di atas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa konsep laba akuntansi didasarkan pada transaksi aktual, didasarkan pada postulat periodik, didasarkan pada prinsip pendapat, pengukuran biaya dan didasarkan pada prinsip *matching* yang dilakukan oleh perusahaan. Konsep laba ekonomi adalah kenaikan dalam kekayaan dan bisnis yang dihubungkan dengan tiga tahapan yaitu *phisical income, real income, money income*. Kemudian konsep capital maintennance yang dihubungkan dengan pemeliharaan modal atau pemulihan biaya yang teerdiri *financial capital dan physical capacity*.

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 (2001;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 di atas dapat disimpuulkan 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*.

2.1.4 Hubungan Volume Penjualan Terhadap Peningkatan Laba Bersih

Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat pada tingkat laba bersih yang itu sendiri karena tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba bersih yang yang sebesar-besarnya dan pencapaian laba bersih merupakan faktor yang menentukan bagi kelangsungan hidup perusahaan sendiri. Laba bersih bisa didapat secara optimal, jika volume penjualan mencapai hasil yang maksimal.

Dalam hal ini mengetahui hubungan antara volume penjualan dengan laba bersih dapat dilihat pada komponen-komponen dalam laporan laba rugi perusahaan yang saling terkait. Volume penjualan terhadap laba bersih ada hubungan yang erat, karena dalam hal ini dapat diketahui bahwa laba kan timbul jika penjualan produk perusahaan lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Laba Bersih diperoleh dari penjumlahan semua pendapatan perusahaan dan kemudian dikurangi dengan biaya-biaya . Faktor utama yang mempengaruhi laba bersih adalah volume penjualan barang dagangan perusahaan.

Seperti diketahui bahwa laba utama perusahaan adalah laba penjualan biasa disingkat menjadi penjualan, yang menunjukan penambahan dalam ekuitas pemilik dari pengirim persediannya kepada para pelanggan. Penjualan bersih adalah pendapatan penjualan dikurangi dengan berbagai pengurangan penjualan. Pada saat persediaan dijual kepada pelanggan maka biaya persediaan menjadi beban bagi perusahaan, kelebihan pendapatan penjualan dari harga pokok penjualan disebut bruto (*gross profit)* ukuran usaha ini dapat membantu mengukur keberhasilan suatu perusahaan, laba kotor yang tinggi merupakan kunci keberhasilan.

Sesuai dengan pendapat Budi Rahardjon (2000: 33), bahwa :

> "Adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan dalam hal ini dapat dilihat dari laporan laba-rugi 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 di peroleh dari hasil penjualan barang dagangan".

Dari teori menunjukan bahwa untuk meningkatkan laba bersih, maka volume penjualan pada suatu perusahaan harus meningkat juga. Volume penjualan yang meningkat dan laba bersih yang diperoleh meningkat juga maka akan membawa keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari laba bersih yang didapat oleh suatu perusahaan dalam setiap tahunnya meningkat seiring dengan perubahan volume penjualan.

2.1.5 Hubungan Biaya Produksi Terhadap laba Perusahaan

Dalam suatu industri biaya produksi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam kegiatan operasi koperasi, dengan menghitung terlebih dahulu besarnya biaya produksi tersebut.

Menurut Mulyadi (2005:11) 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 untuk menghasilkan keluaran tersebut sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba".

Dari teori menunjukan bahwa Untuk memperoleh laba yang maksimal, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas dan menghasilkan volume produksi yang banyak. Dengan demikian berarti makin banyak volume produksi yang dihasilkan maka makin tinggi pula anggaran biaya produksinya.

Setiap perusahaan dapat menjalankan perusahaannya tidak hanya mengandalkan kemampuan untuk membeli segala kebutuhan untuk kegiatan produksinya, namun juga harus memperhatikan kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya produksinya. Jika perusahaan mampu mengelola biaya produksinya dengan baik maka perusahaan tersebut kemungkinan akan besar mendapatkan keuntungan. Dari teori menunjukan bahwa Untuk memperoleh laba yang maksimal, perusahaan harus mampu menciptakan produk yang berkualitas dan menghasilkan biaya produksi yang banyak. Dengan demikian berati makin banyak biaya produksi yang dihasilkan maka makin tinggi pula anggaran biaya produksinya dan untuk meningkatkan laba bersih, maka volume penjualan pada suatu perusahaan harus meningkat juga. Volume penjualan yang meningkat dan laba bersih yang diperoleh meningkat juga maka akan membawa keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kegiatan perencanaan dalam suatu perusahaan sangatlah dibutuhkan untuk mempermudah perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Tujuan yang dimaksud dalam perencanaan adalah mencapai tingkat penjualan yang optimal. Penjualan merupakan ujung tombak dalam mencapai tujuan perusahaan mencari laba bersih yang maksimal.

Dengan pencapaian penjualan yang maksimal, maka perusahaan akan bertahan karena laba bersih yang diperoleh maksimal juga. Pencapaian volume penjualan yang baik akan berlangsung dengan baik apabila perusahaan sebagai pihak penjual menerapkan perencanaan yang baik yang bisa mengoptimalkan penjualan. Salah satu perencanaan itu adalah anggaran penjualan yang didasarkan

pada ramalan penjualan. Sehingga volume penjualan bisa dicapai dengan maksimal oleh perusahaan.

Pencapaian volume penjualan akan berlangsung dengan baik apabila perusahaan sebagi pihak penjual menerapkan perencanaan yang baik yang bisa mengoptimalkan penjualan. Dalam setiap penjualan harus ada perencanaan dan strategi serta kerjasama antara bagian yang terkait untuk dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Adapun menurut Marwan (2006:60), bahwa :

"Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba".

Jadi penjualan merupakan proses menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh penjual.

Sedangkan volume penjualan menurut Assegaf Abdullah (2001:444), menyatakan :

"Volume penjualan adalah jumlah unit yang terjual dari unit produksi suatu pemindahan dari pihak produk ke pihak konsumen, dan tetap pada suatu periode tertentu".

Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu atas perolehan laba bersih, bila laba bersih yang diperoleh perusashaan naik dari tahun ke tahun maka kelangsungan perusahaan dimasa yang akan datang bisa terjamin selama perusahaan bisa membuat perencanaan perusahaannya dengan baik. Volume

penjualan naik maka laba bersih yang diperoleh perusahaan akan mengalami kenaikan juga. Dan sesuai sengan pendapat yang diutarakan oleh Budi Rahardjon (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".

Salah satu fungsi objektif perusahaan adalah going concern, yaitu bahwa kegiatan suatu perusahaan diharapkan akan berjalan terus menerus, dalam hal ini berkaitan dengan aktivitas produksi.

Perusahaan PT.Metrodata Electronics Tbk Merupakan perusahaan Industri yang memiliki keunggulan daya saing, satu persyaratan penting yang harus dipenuhi oleh perusahaan adalah kemampuan dalam meningkatkan laba. Untuk mencapai Tujuan tersebut perusahaan PT.Metrodata Electronics Tbk harus memperhatikan kegiatan usahanya, dan harus memperhatikan produk yang dihasilkannya telah optimal dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya atau tidak, karena dapat berpengaruh terhadap laba yang akan diperolehnya. Untuk menghasilkan suatu produk, perusahaan ini pastinya harus memperhitungkan dahulu besarnya biaya yang akan dikeluarkannya.

Berikut ini adalah pengertian biaya Hansen dan Mowen (2004:40) menjelaskan bahwa :

> "Biaya didefinisikan sebagai kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagi organisasi"

Memperhitungkan besarnya biaya yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk, diantaranya biaya produksi yang digunakan untuk mendapatkan bahan baku yang diperlukan untuk menghasilkan produk tersebut. Secara umum keuntungan atau kerugian adalah perbedaan antara hasil penjualan dan biaya produksi. Sebuah perusahaan dikatakan memperoleh keuntungan jika hasil penjualan lebih besar dari biaya produksi, sedangkan kerugian jika hasil penjualan lebih kecil dari biaya produksi.

Pengertian biaya produksi menurut Mulyadi (2006:14) menjelaskan bahwa:

> "Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap-siap untuk di jual."

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Mulai dari kegiatan produksi diwali dengan pembelian bahan baku yang kemudian disimpan dalam bentuk persediaan.

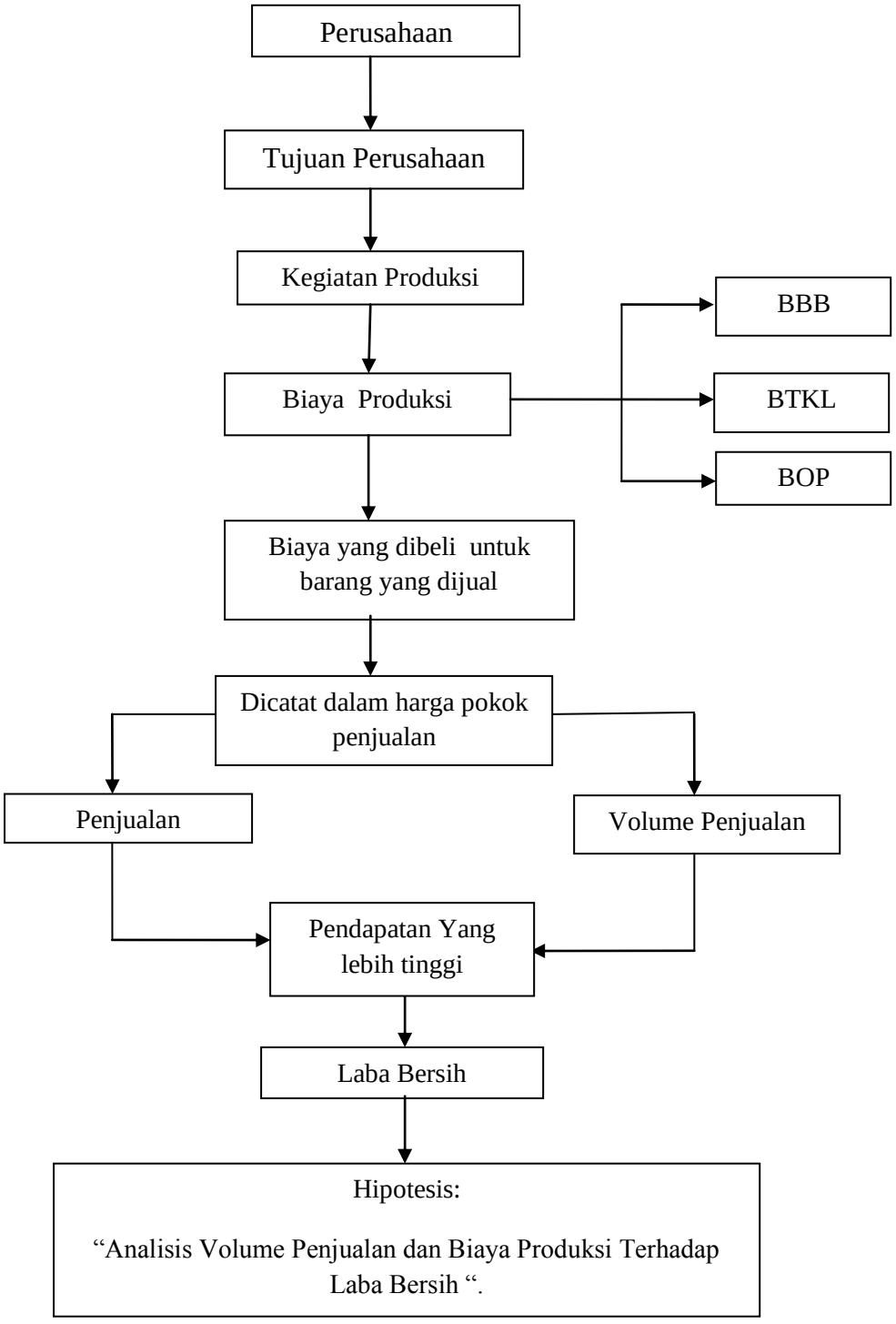
Laba indikasi kesuksesan suatu badan usaha atau perusahaan. Keinginan untuk memperoleh laba adalah tujuan utama dari setiap perusahaan, banyak literatur yang membahas mengenai laba diantaranya adalah :

Commite On Terminology (Sofyan Syafri H.,2004) dalam Aliyal Azmi (2007:12)

"mendefinisikan laba sebagai jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi".

Jelas bahwa menurut pendapat diatas, laba dapat dijadikan dimana kebanyakan manajer puncak ataupun manajer unit-unit bisnis mengambil keputusan yang meliputi usulah untuk menambah biaya pada kegiatan bisnis dengan harapan mendapat laba yang lebih baik, hal ini dapat dilihat dari pendapatan penjualan. Keputusan-keputusan itu harus meliputi manfaat dari biaya dan pendapatan. Manajer harus selalu memperoleh informasi yang relevant untuk membuat keputusan oleh pendapat ini sebenarnya wajar saja, dikarenakan tujuan utama dari didirikannya perusahaan untuk memperoleh laba sebesar-besarnya dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Karena laba dari suatu perusahaan atau unit usaha dijadikan sebagai tujuan utama, maka laba merupakan alat yang tepat untuk mengukur prestasi dari pimpinan dan manajemen perusahaan, atau dengan kata lain efektifitas dan efisiensi dari suatu perusahaan secara garis besar dilihat dari laba (*profit)* yang diperoleh.

Berdasarkan uraian diatas, penulis menuangkan kerangka pemikirannya dalam bentuk skema kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1
Skema Kerangka pemikiran

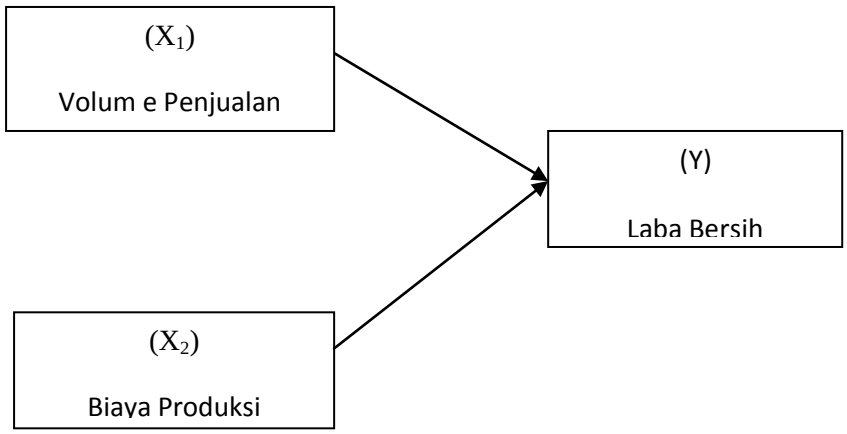
Dari kerangka pemikiran tersebut maka dapat dibuat paradigma penelitian.

Menurut Sugiyono (2010:42) paradigma penelitian adalah:

" pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statsitik yang akan digunakan".

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 2.2
Paradigma Penelitian

Perbedaan dengan Jurnal Sebelumnya

Tabel 2.1

Matrik Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil	Perbedaan	Persamaan	Sumber
1.	Eva Ariesti (2008)	"Pengaruh Volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih pada PT INDO PERKASA USAHATAMA.	Berdasarkan penelitian dapat disimpulkan adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan.	1. Hanya menggunakan 1 variabel independen yaitu volume penjualan 2. Analisisstatistiknya menggunakan analisis regresi linier sederhana.	1. variabel X nya sama-sama menggunakan Volume penjualan. 2.Analisis statistiknya menggunakan analisis regresi linier berganda.	Jurnal Akuntansi FE Unes Vol.3, No.2, 2008. ISSN 0853-7283
2	Amalia Suzanti (2009)	" analisis Pengaruh Biaya Produksi dan penjualan air bersih terhadap laba Bersih Pada PT PDAM Tirtanadi".	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan biaya produksi dan penjualan air bersih berpengaruh	1. Menggunakan 2 variable X. yaitu Biaya produksi dan penjualan air bersih. 2. Analisis Statistiknya menggunakan Analisis regresi linier berganda.	1. variabel X nya sama-sama Biaya produksi. 2. Analisis statistiknya sama menggunakan analisis regresi linier berganda.	Jurnal akuntansi FE Unsil vol.4, No.1, 2009. ISSN 1507-5896.

			signifikan terhadap laba bersih.			
3	Dewi kumala vera (20108)	"Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan variabel biaya produksi yang terdiri dari efisiensi biaya tenaga kerja langsung dan efisiensi biaya overhead pabrik secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.	1. Variabel Independen sama dengan penulis yaitu laba bersih 2. Analisis statistiknya menggunakan regresi linear sederhana	1. Variabel dependen sama dengan penulis yaitu Laba Bersih 2. Analisis Statistiknya penulis menggunakan analisis regresi linier berganda.	Jurnal akuntansi FE Usu Vol.20, No.1,2008. ISSN 0852-1875

2.3 Hipotesis

Hipotesis tidak lain merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya harus di uji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau yang ingin kita pelajari.

Menurut Moh. Nazir (2006:151) hipotesis adalah:

> "Pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena-fenomena yang kompleks".

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, penulis mencoba merumuskan hipotesis yang merupakan kesimpulan sementara dari penelitian sebagai berikut:

" Pengaruh volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih"