BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini berisikan teori-teori, konsep-konsep, genetalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian bagi topik penelitian yang membahas menganai harga jual, biaya operasional dan laba bersih.

2.1.1 Harga Jual

Harga jual merupakan dasar terbentuknya keuntungan sehingga seluruh perusahaan berusaha memaksimalkan dengan pengembangan pasar. Permintaan pasar sebagian dipengaruhi oleh harga dimana harga akan memberikan posisi yang kompetitif pada pasar.

2.1.1.1 Pengertian Harga Jual

Harga jual suatu produk perlu ditetapkan,dimaksudkan untuk pencapaian memperoleh laba perusahaan. Harga jual suatu produk mempengaruhi posisi persaingan pasar, yang selanjutnya akan mempengaruhi volume produksi.” (Winny Gayatri, 2013).

Menurut Kotler dan Keller (2009: 439) menyatakan bahwa harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat ,karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Djahotman Purba dan Dermawan Sjahrial (2012: 25) mengemukakan pengertian harga jual adalah harga yang ditawarkan kepada pihak lain atau pelanggan dengan *cost per unit* ditambah *markup* (tambahan harga).

Menurut Eko Widodo (2013: 184), menyatakan harga jual atau harga penawaran adalah perusahaan menghitung biaya produk dan kemudian menambahkan dengan laba yang diinginkan.

Menurut Mulyadi (2001: 78) penetapan pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark up*.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang dijual.

2.1.1.2. Metode Penetapan Harga Jual

Menurut Herman (2006: 175) ada beberapa metode penentuan harga yang dapat dilakukan *budgeter* dalam perusahaan, yaitu:

1.) Metode taksiran
2.) Metode berbasis pasar
    a. Harga pasar saat ini
    b. Harga pesaing
    c. Harga pasar yang disesuaikan

3.) Metode berbasis biaya

a. Biaya penuh plus tambahan tertentu

b. Biaya variabel plus tambahan tertentu

1) Metode Taksiran

Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan instink saja walaupun market survei telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan tidak memerlukan konsultan untuk *surveyor*. Akan teteapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh instink.

2) Metode Berbasis pasar

a. Harga pasar saat ini

Metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil penduduk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa dan sebagainya.

b. Harga Pesaing

Metode ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena

dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, ketahanan, rasa, dan sebagainya.

c. Harga pasar yang disesuaikan

Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbakan, tingkat keuntungam yang diharapkan, tingkat pertumbuhan ekonomi nasional atau internasional. Faktor internalnya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, penigkatan efisiensi produk atau operasi, peluncuran produk terbaru, penarikan produk lama dari pasar dan sebagainya.

Dengan metode ini, perusahaan mengidentifikasi harga pasar yang berlaku pada saat penyiapan anggaran dengan melakukan *survey* pasar atau memperoleh data sekunder.

3) Metode Berbasis Biaya

a. Biaya penuh plus tambahan tertentu

Dalam metode ini *budgeter* harus mengetahui berapa proyeksi *full cost* untuk produk tertentu. *Full cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dan atau dibebankan sejak bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap untuk dijual. Hasil penjumlahan antara *full cost* dengan tingkat keuntungam yang diharapkan yang di tentukan oleh direktur pemasaran atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang.

b. Biaya variabel plus tambahan tertentu

Dengan metode ini *budgeter* menggunakan basis variabel cost. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan *mark-up* laba yang diinginkan. *Mark-up* yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari *mak-up* dengan basis *full cost*. Hali ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah daripada *full cost*.

2.1.1.3 Indikator pada Harga Jual

Karena permintaan atas produk tidak mudah untuk ditentukan harga jualnya, maka dalam penentuan harga jual tersebut, seorang manajer perusahaan akan menghadapi banyak ketidakpastian. Menurut Kotler dan Keller (2009: 157) keputusan dalam penetapan harga jual akan dipengaruhi oleh :

1. Pasar dan Permintaan
2. Biaya, Harga dan penawaran pesaing
3. Keadaan Perekonomian

2.1.2 Biaya Operasional

Biaya operasi merupakan salah satu elemen yang paling penting dalam aktivitas ekonomi pada suatu perusahaan dalam pembentukan laba. Beberapa sumber seperti di buku akuntansi biaya biaya operasional dikenal juga dengan beban komersil.

2.1.2.1 Pengertian Biaya Operasional

Menurut Jopie Jusuf (2008: 33) yang dimaksud dengan biaya operasional adalah biaya yang terus dikeluarkan oleh entitas, yang tidak berhubungan dengan produk namun berkaitan dengan aktivitas operasional sehari- hari.

Menurut Margaretha (2007: 24) yang dimaksud dengan Biaya Operasional adalah:

"Biaya operasional (*Commercial expense*) adalah keseluruhan biaya sehubungan dengan operasional diluar kegiatan proses produksi termasuk di dalamnya adalah (1) Biaya penjualan dan (2) Biaya Administrasi Umum."

Biaya Operasional = Biaya penjualan + Biaya Administrasi Umum

Berdasarkan kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya operasional adalah adalah biaya yang terus dikeluarkan oleh entitas, yang tidak berhubungan dengan produk namun berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan sehari hari.

2.1.2.2 Indikator Biaya Operasional

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

1. Biaya Pemasaran : Merupakan biaya – biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran 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 Albertus Indrato (2013: 21) indikator biaya operasional 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

Laba bersih seringkali digunakan menjadi tolak ukur keberhasilan suatu entitas serta laba bersih juga dapat dijadikan investor dalam suatu pertimbangan keputusan dalam menanamkan modal.

2.1.3.1 Pengertian Laba Bersih

Menurut Ismaya (2010) laba bersih adalah selisih pendapatan atas biaya-biaya yang dibebankan dan yang merupakan kenaikan bersih atas modal yang berasal dari kegiatan usaha.

Menurut Harmono (2011: 231) Laba bersih adalah pendapatan operasi perusahaan setelah dikurangi biaya bunga dan pajak.

Sedangkan menurut Horngren, Datar dan Foster (2006: 478) Laba bersih (*net* income) adalah laba operasi ditambah pendapatan nonoperasi (seperti pendapatan bunga) dikurangi biaya nonoperasi (seperti biaya bunga) dikurangi pajak penghasilan.

Menurut Henry Simamora (2000 : 25) Laba bersih dapat dirumuskan sebagai berikut

Laba bersih = laba sebelum pajak – beban pajak

Dari definisi di atas dapat di simpulkan laba bersih adalah pendapatan atas biaya-biaya yang dibebankan yang merupakan kenaikan bersih atas modal.

2.1.3.2 Pengukuran Laba Bersih

Menurut Soemarso S.R (2009: 234), yang mempengaruhi laba bersih adalah semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian, jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal.

2.2 Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekarang yang dikutip oleh sugiyono (2013: 60) memberikan pengertian mengenai kerangka berfikir yaitu kerangka berfikir

merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

2.2.1 Pengaruh Harga Jual Terhadap Laba Bersih

Menurut Widya (2011) bahwa untuk menilai harga jual hasil panen padi petani adalah harga jual riil atau harga pasar dimana harga jual yang tinggi sebagai penentun perolehan laba petani.

Menurut Ahmad Subulas dkk (2014) menyatakan bahwa laba bersih yang didapat perusahaan bisa bertambah dengan menaikan harga jual.

Menurut Achmad Slamet dan Sumarli (2002) menyatakan kenaikan pada laba perusahaan akan diikuti dengan oleh kenaikan harga jual dan penurunan laba perusahaan akan diikuti oleh menurunnya harga jual.

Menurut Ahmad, Kamarudin (2014 : 151) dalam buku akuntansi biaya dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual dengan *full costing* atau *variable costing* akan memberikan dampak pada laba bersih yang berbeda dilihat dari persediaan akhir.

Menurut Eko Widodo (2013 : 85) dalam buku dasar dasar konsep biaya dan pengambilan keputusan disimpulkan bahwa perubahan harga jual pada umumnya akan mempengaruhi volume penjualan dan laba perusahaan.

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi laba karena harga jual akan mempengaruhi besar kecilnya pendapatan yang di terima perusahaan. Oleh karena itu kelangsungan sebuah perusahaan akan bergantung pada harga jual yang meningkat.

2.2.2 Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih

Juki (2008:9) menjelaskan kaitan antara Biaya Operasional terhadap Laba Bersih, sebagai berikut:

"Tingginya biaya operasi akan membuat peningkatan laba turun, begitu juga jika nilai biaya operasi rendah peningkatan laba akan naik.

Menurut Kuswadi (2007, 78) bahwa pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih adalah :

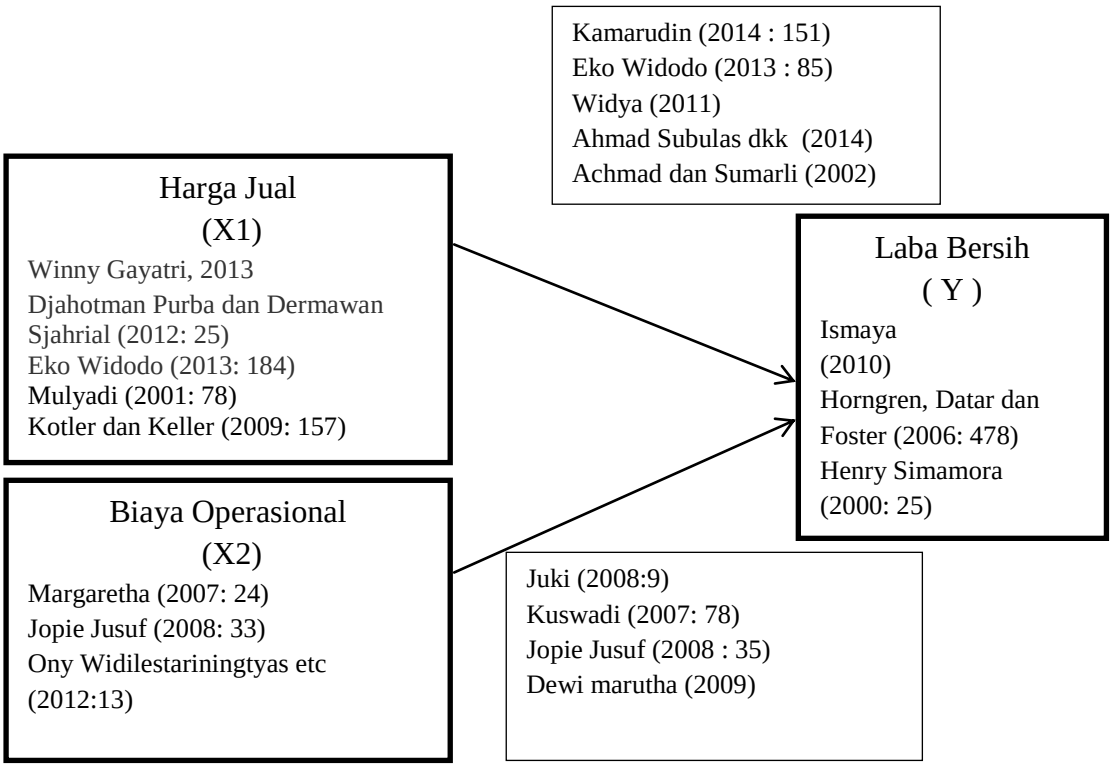
"Dalam perhitungan laba rugi, besarnya biaya ini akan mengurangi laba atau menambah rugi perusahaan."

Menurut Jopie Jusuf (2008 : 35) pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih adalah :

"Bila perusahaan dapat menekan biaya operasional, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih.

Adapun hasil penelitian yang mendukung pendapat tersebut diantaranya penelitian oleh Dewi Marutha yaitu Analisis rasio Efisiensi Operasional terhadap Laba Bersih yang menyatakan secara parsial penggunaan biaya operasional yang tinggi sangat menyebabkan menurunnya laba bersih.

Dari kerangka penelitian diatas maka dapat dibuat paradigma penelitian. Dengan paradigma penelitian, penulis dapat merumuskan hipotesis penelitian yang selanjutnya dapat digunakan dalam mengumpulkan data dan analisis. Paradigma pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1

Paradigma Pemikiran

Dalam pradigma di atas terdapat dua variabel independen yaitu harga jual dan biaya operasional dan satu variabel dependen yaitu laba bersih.

2.3 Hipotesis

Setelah adanya kerangka pemikiran, maka diperlukannya suatu pengujian hipotesis untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2013:64) memberikan pengertian hipotesis sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru

didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data".

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H1 : Harga Jual berpengaruh terhadap Laba Bersih

H2 : Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Bersih