

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1 Biaya Produksi

2.1.1.1 Definisi Biaya

Dalam suatu perusahaan jasa, dagang maupun manufaktur tentunya tidak akan terlepas dari biaya-biaya yang dikeluarkan guna untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan. Adapun definisi mengenai biaya menurut para ahli adalah sebagai berikut :

Definisi biaya menurut Mulyadi (2005:8) adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Euis Rosidah (2013:2) menyatakan definisi mengenai biaya merupakan pengeluaran sumber-sumber ekonomi dalam bentuk keuangan yang telah terjadi, sedang terjadi, dan mungkin akan terjadi yang bertujuan untuk memperoleh pengembalian (*return*) yang lebih menguntungkan.

Sedangkan Menurut Henry Simamora (2012:36) mendefinisikan biaya (*cost*) adalah kas atau setara kas yang dikorbankan (dibayarkan) untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat (pendapatan) pada saat ini atau dimendatang bagi organisasi.

Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang dimana pengorbanan tersebut bertujuan untuk memperoleh pengembalian (*return*) dan memberikan manfaat (pendapatan) bagi perusahaan pada saat ini atau

dimasa mendatang. Oleh karena itu biaya merupakan hal yang penting yang harus dikendalikan agar tidak terjadi pembengkakan pengeluaran yang diharapkan pengeluaran biaya tersebut dapat menunjang kegiatan operasional perusahaan dan mampu menghasilkan pendapatan atau pengembalian (*return*) yang lebih bermanfaat.

2.1.1.2 Definisi produksi

untuk menghasilkan dan menciptakan suatu barang atau jasa tentunya harus melalui tahap produksi.

Menurut Assauri (2008:17) produksi adalah kegiatan yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), tercakup semua aktivitas atau kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau menunjang usaha untuk menghasilkan produk tersebut yang berupa barang-barang atau jasa. Sedangkan metode dan teknik yang digunakan dalam mengolah bahan baku menjadi produk disebut dengan proses produksi (Nasution, 2008: 1).

Sebagai salah satu fungsi manajemen, produksi sering dipandang salah satu yang menentukan penciptaan produk serta turut mempengaruhi peningkatan dan penurunan laba. Hal tersebut memiliki artian bahwa produksi harus selalu mengikuti standar pasar, bukan hanya atas dasar mengejar target perusahaan semata. Karena dengan kontinuitas yang stabil diharapkan mampu mewujudkan perolehan yang stabil (Fahmi, 2014).

2.1.1.3 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan komponen penting yang harus manajemen perhatikan dalam hal pengendalian proses produksi agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai diantaranya yaitu menekan pengeluaran biaya serendah mungkin guna untuk menghasilkan laba yang maksimal. Adapun definisi biaya produksi menurut para ahli adalah sebagai berikut:

Definisi biaya produksi menurut Harnanto (2017: 28) adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi semua biaya, baik yang secara langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang dibagi menjadi tiga elemen pokok, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi tersebut pada laba rugi akan diperlakukan sebagai beban atas pendapatan untuk tujuan penentuan laba rugi periodik apabila produk yang bersangkutan terjual.

Bustami dan Nurlala (2010:11) mendefinisikan bahwa biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi ini juga disebut dengan biaya produk yaitu biaya-biaya ini merupakan bagian dari persediaan”.

Sedangkan menurut William K. Carter (2009:40) yang diterjemahkan oleh Krista mengemukakan bahwa biaya manufaktur juga disebut biaya produksi atau biaya pabrik, biasanya didefinisikan sebagai jumlah tiga elemen biaya: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Bahan baku langsung

dan tenaga kerja langsung, keduanya disebut biaya utama (*prime cost*). Tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik, keduanya disebut biaya konversi”.

Dari definisi yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Oleh karena itu manajemen diharapkan mampu mengendalikan setiap biaya yang dikeluarkan guna untuk mencegah pembengkakan biaya yang dimana biaya produksi tersebut nantinya akan menjadi penentu besar kecilnya harga jual serta pada laba rugi akan diperlakukan sebagai beban atas pendapatan untuk tujuan penentuan laba rugi periodik apabila produk yang bersangkutan terjual. Untuk mampu bersaing serta agar kelangsungan hidup perusahaan terus berjalan, untuk perusahaan yang memproduksi produk secara massal harus menetapkan harga jual yang mengikuti standar pasar dengan tanpa mengubah mutu produk. Upaya tersebut dilakukan agar produk dapat bersaing dipangsa pasar dan dapat memperoleh keuntungan yang stabil.

2.1.1.4 Penggolongan Biaya Produksi

Menurut Usry penerjemah Krista penerbit salemba empat (2005: 24), biaya-biaya produksi digolongkan menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan unsur dasar yang diolah dengan menggunakan biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik sehingga berubah menjadi produk jadi. Biaya bahan baku adalah harga pokok bahan baku yang dipakai atau dikorbankan dalam proses produksi, Euis Rosidah (2015: 25).

2. Biaya Tenaga kerjaLangsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang timbul karena pemakaian tenaga kerja yang dipergunakan untuk mengolah bahan menjadi produk jadi. Biaya tenaga kerja langsung merupakan gaji dan upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan barang, Mulyadi (2005: 229).

3. Biaya *Overhead* pabrik

Definisi biaya overhead pabrik menurut Mulyadi (2005:299) adalah sebagai berikut: Elemen-elemen dari biaya *Overhead* Pabrik yaitu biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (upah langsung).

Biaya produksi langsung termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya-biaya langsung lainnya, seperti biaya sewa mesin untuk membuat suatu produk tertentu, juga disebut *prime cost*. Sedang biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik, keduanya disebut konversi atau *conversion cost*, karena biaya tersebut diperlukan untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi, Harnanto (2017:34)

2.1.2 Volume Penjualan

2.1.2.1 Definisi Penjualan

Menurut Hasan (2002 : 212) penjualan merupakan pemberian barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Pihak yang memberi di sebut sebagai penjual dan pihak yang

menerima disebut pembeli. Jadi, penjualan hanya meliputi pemindahan hak atas suatu produk dari penjual kepada pembeli.

Sedangkan menurut Swastha (2002: 403), penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan penjualan adalah suatu interaksi pemberian barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya yang saling bertemu ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lainnya.

2.1.2.2 Pengetian Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, namun dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Apabila volume penjualan meningkat dan biaya produksi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan akan meningkat. Namun sebaliknya apabila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun.

Menurut Mulyadi (2005:239). Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besar jumlah barang atau jasa yang terjual. Senada

dengan Mulyadi, Marbun (2003: 225) menyatakan bahwa volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan volume penjualan adalah total barang yang dijual oleh perusahaan dalam bentuk uang selama jangka waktu tertentu.

2.1.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan. Adapun faktor-faktor menurut Swastha dan Irawan (2008: 22) yang mempengaruhi penjualan sebagai berikut:

1. Produk

Salah satu tugas dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka yang diminta bertindak sebagai mata dari perusahaan dan secara konstan memberikan saran perbaikan yang diperlukan produk.

2. Harga

Merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhannya. Penetapan harga suatu produk yang dihasilkan merupakan salah satu usaha produsen untuk menarik para konsumen tertarik membeli dalam jumlah yang lebih banyak.

3. Distribusi

Merupakan penyaluran barang dari produsen kepada konsumen. Semakin luas pendistribusian maka akan mempengaruhi penjualan.

2. Promosi

Merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan.

Setiap perusahaan tentunya mengeluarkan sejumlah biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk menunjang kegiatan operasionalnya dimana pihak manajemen dituntut untuk mengelola seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan termasuk biaya produksi guna untuk menghasilkan harga jual yang sesuai dengan standar pasar tanpa mengubah kuantitas atau mutu produk dimana hal tersebut diharapkan produk dapat bersaing dipangsa pasar.

Dengan demikian bahwa volume penjualan memiliki hubungan yang erat dengan laba dimana suatu perusahaan akan memperoleh laba jika pendapatan dari hasil penjualan lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan.

2.1.2.4 Usaha-Usaha Meningkatkan Volume Penjualan

Beberapa usaha yang dapat digunakan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan menurut Kotler terjemahan Jaka Wasana (2006: 55), diantaranya yaitu:

1. Menjajakan produk dengan sedikimian rupa sehingga konsumen dapat melihatnya.
2. Menempatkan produk dan pengaturan yang teratur sehingga produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
3. Mengadakan analisa pasar.
4. Menentukan calon pembeli atau konsumen yang potensial.

5. Mengadakan pameran atau acara untuk memperkenalkan produk.
6. Mengadakan discount atau potongan harga.

Untuk menarik minat daya beli konsumen yang akan berdampak pada peningkatan volume penjualan yang akan berpengaruh pada laba tentunya diperlukan beberapa strategi diantaranya menetapkan harga sesuai standar pasar atau mengadakan potongan harga.

2.1.3 Laba Operasional

2.1.3.1 Pengertian Laba

Banyak yang mengkaitkan bahwa laba merupakan selisih lebih atas pendapatan setelah dikurangi dengan biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan itu. Laba biasanya mengacu pada surplus atau kelebihan pendapatan atas biaya, oleh karena itu, banyak teori mengenai laba yang dikembangkan oleh para ahli sesuai dengan kondisi yang ada. Pendapat para ahli tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

Smith dan Skousen yang dialih bahasakan oleh Hermawan (2010:119) mendefinisikan laba merupakan pengembalian (*return*) yang melebihi investasi.

Para ekonom telah mendefinisikan konsep laba sebagai jumlah yang dapat dikembalikan oleh intitas kepada investornya sambil tetap mempertahankan tingkat kesejahteraan entitas bersangkutan.

Harnanto (2012:444) mengemukakan bahwa secara umum laba adalah selisih dari pendapatan diatas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu. Laba sering digunakan sebagai suatu dasar untuk pengenaan pajak,

kebijakan deviden, pedoman investasi serta pengambilan keputusan dan unsur prediksi.

Berdasarkan dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa laba seringkali diartikan sebagai ukuran atas kekayaan yang diperoleh perusahaan. Selain itu laba juga dinyatakan sebagai alat ukur berhasil atau tidaknya manajemen perusahaan yang dapat dilihat melalui laba yang dihasilkan.

Laba merupakan indikasi kesuksesan suatu badan usaha, oleh karena itu tujuan utama dari suatu perusahaan yaitu memperoleh laba. Dengan diperolehnya laba tersebut perusahaan akan mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya.

2.1.3.2 Jenis-jenis Laba

Dalam laporan laba/ rugi terdapat berbagai jenis laba, menurut Smith dan Kousen penerjemah Hermawan (2010:132) sebagai berikut:

1. Laba kotor

Adalah selisih antara hasil penjualan bersih dengan harga pokok barang yang dijual.

2. Laba operasi

Adalah laba kotor setelah dikurangi dengan biaya-biaya komersil yaitu biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum.

3. Laba sebelum dikurangi pajak

Adalah jumlah laba yang diperoleh dengan menambahkan laba operasi dengan hasil lainnya yang dikurangi biaya atau kerugian yang terjadi diluar aktivitas normal perusahaan.

4. Laba bersih/laba setelah pajak

Adalah sejumlah keuntungan bersih perusahaan setelah dikurangi semua biaya dan pajak. Bagian laba bersih inilah yang akan dibagikan sebagai deviden kepada para pemegang saham.

2.1.3.3 Pengertian Laba Operasional

Laba terdiri dari beberapa jenis salah satunya adalah laba operasional. Pendapat para ahli mengenai laba operasional adalah sebagai berikut:

“Laba operasional adalah pendapatan dikurangi harga pokok yang dijual yang dikaitkan dengan beban operasi terhadap kegiatan bisnis dari kesatuan normal, Soemarso (2005:252).”

Sedangkan menurut Amir Abdi Jusuf (2004) laba operasional adalah selisih pendapatan yang merupakan hasil langsung dari kegiatan usaha perusahaan dikurangi dengan beban usaha langsung dari kegiatan operasional.

Segle at all., yang diterjemahkan oleh M Kurdi (1999) mengemukakan pendapatnya mengenai laba operasional adalah sebagai berikut:

“laba operasional yaitu pendapatan dikurangi harga pokok penjualan yang dijual dan dikaitkan dengan penerapan beban operasi terhadap kegiatan bisnis dari kesatuan normal.

Berdasarkan dari beberapa definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa laba operasional merupakan laba yang dihasilkan hanya dari kegiatan normal perusahaan dan tidak termasuk kegiatan-kegiatan diluar aktivitas bisnis perusahaan. Laba operasional merupakan hasil dari pendapatan kemudian

dikurangi harga pokok penjualan yang dikaitkan dengan beban operasi terhadap kegiatan bisnis dari kesatuan normal.

2.1.3.4 Konsep Unsur-unsur Laba

Untuk mengetahui laba operasional, perlu diketahui terlebih dahulu mengenai komponen unsur-unsurnya. Komponen unsur-unsur laba menurut Smith dan Skousen yang dialih bahasakan oleh Hermawan (2010 : 123) adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan (*revenue*)

adalah arus masuk atau penambahan nilai atas aktiva suatu entitas atau penyelesaian kewajiban-kewajiban (atau kombinasi keduanya) yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, atau aktivitas-aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau operasi ini berkelanjutan.

2. Beban (*expense*)

adalah arus keluar atau pemakaian lain nilai aktiva atau terjadinya kewajiban (kombinasi keduanya) yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, atau pelaksanaan aktivitas-aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau operasi inti yang berkelanjutan dari suatu entitas.

3. Keuntungan (*gain*)

adalah kenaikan ekuitas (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi periferan (menyatakan sesuatu yang bersifat sampingan, tidak merupakan hal yang utama) atau insidental pada suatu entitas dari transaksi lain dan kejadian serta situasi lain yang mempengaruhi entitas kecuali yang dihasilkan dari pendapatan atau investasi pemilik.

4. Kerugian (*losses*)

adalah penurunan ekuitas (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi perifer (menyatakan sesuatu yang bersifat sampingan, tidak merupakan hal yang utama) atau insidental pada suatu entitas dari transaksi lain dan kejadian serta situasi lain yang mempengaruhi entitas kecuali yang dihasilkan dari beban atau distribusi kepada pemilik.

2.1.3.5 Pengukuran Laba

Menurut IAI tentang kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan (PSAK, 2004:17) konsep pengukuran laba adalah sebagai berikut :

“penghasilan bersih (laba) sering digunakan sebagai ukuran kinerja atau sebagai dasar dari ukuran yang lain seperti imbalan investasi (*return on investment*) atau penghasilan pertahun (*earning per share*). Unsur yang langsung berkaitan dengan penghasilan bersih (laba) adalah penghasilan dan beban. Pengakuan dan pengukuran beban, dan karenanya juga penghasilan bersih (laba), tergantung sebagian pada konsep modal dan pemeliharaan modal yang digunakan dalam perusahaan penyusunan laporannya”.

Dari uraian tersebut jelas bahwa laba biasa digunakan sebagai alat ukur kinerja manajemen yang mengindikasikan kesuksesan suatu perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari laba yang dihasilkan.

Selanjutnya menurut IAI tentang kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan (PSAK, 2004:22), konsep pengukuran laba adalah sebagai berikut :

“ Penghasilan (laba) diakui dalam laporan laba rugi kalau manfaat kenaikan ekonomi dimasa depan yang berkaitan dengan peningkatan aktiva atau penurunan kewajiban telah terjadi dan diukur dengan andal. Ini berarti pengakuan penghasilan (laba) terjadi bersamaan dengan kenaikan aktiva atau penurunan kewajiban (misalnya, kenaikan bersih aktiva yang timbul dari penjualan barang atau penurunan kewajiban yang timbul dari pembebasan pinjaman yang masih harus dibayar)”.

Menurut uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penghasilan (laba) diakui dalam laporan laba rugi dengan menghitung aktiva bersih akhir periode dan mengurangkan aktiva bersih yang dihitung melalui cara yang sama pada awal periode, dan menyesuaikan transaksi modal kemudian semua aktiva dikurangi dengan kewajiban, maka laba pada periode tersebut dapat ditetapkan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Pada umumnya setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama yaitu mendapatkan laba yang optimal, termasuk perusahaan manufaktur seperti Galunggung Raya Block yang memproduksi bahan baku menjadi produk jadi berupa material block. Untuk mencapai laba tersebut tentunya harus mengeluarkan biaya-biaya untuk menunjang berjalannya operasional perusahaan, termasuk biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi bahan baku menjadi produk jadi siap jual, dimana semua biaya-biaya yang dikeluarkan tersebut harus dikelola dengan baik untuk mencegah terjadinya pembengkakan biaya yang akan berpengaruh pada laba operasional..

Harnanto (2017: 28) mengemukakan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang dianggap melekat pada produk, meliputi semua biaya yang secara langsung maupun tidak langsung dapat diidentifikasi dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang dibagi menjadi tiga elemen pokok, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik,. Senada dengan Harnanto, Nafarin (2009: 497) mendefinisikan biaya produksi adalah semua biaya yang berkaitan dengan produk yang diperoleh, dimana didalamnya terdapat unsur – unsur biaya produk. Dapat disimpulkan biaya produksi adalah biaya-biaya yang digunakan dalam proses produksi dan dianggap melekat pada produk yang diperoleh.

Selain biaya produksi, volume penjualan juga berpengaruh terhadap laba karena laba akan timbul jika pendapatan dari hasil penjualan lebih tinggi dari biaya-biaya yang dikeluarkan.

Menurut Mulyadi (2005:239) volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besar jumlah barang atau jasa yang terjual. Senada dengan dengan mulyadi, Marbun (2003: 225) menyatakan bahwa volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Volume penjualan akan menjadi penentu laba yang diperoleh, dimana jika volume penjualan meningkat maka laba akan meningkat.

Menurut Swastha dan Irawan (2008: 22) faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan selain kualitas produk, pendistribusian, dan promosi adalah harga jual.

Dengan dilakukannya pengelolaan dan pengendalian biaya produksi yang efisien maka akan menentukan harga jual sesuai standar pasar tanpa mengubah kualitas mutu produk tersebut dan diharapkan produk yang dijual dapat bersaing dipangsa pasar serta dapat menarik perhatian minat konsumen sehingga volume penjualan meningkat yang akan berdampak terhadap peningkatan laba

Menurut Soemarso (2005:252) laba operasional adalah pendapatan dikurangi harga pokok yang dijual yang dikaitkan dengan beban operasi terhadap kegiatan bisnis dari kesatuan normal.

Segle at al., yang diterjemahkan oleh M Kurdi (1999) mengemukakan pendapatnya mengenai laba operasional adalah sebagai berikut:

“laba operasional yaitu pendapatan dikurangi harga pokok penjualan yang dijual dan dikaitkan dengan penerapan beban operasi terhadap kegiatan bisnis dari kesatuan normal”.

Dari definisi yang dikemukakan para ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa laba operasional merupakan hasil dari pendapatan dari hasil penjualan setelah dikurang dengan harga pokok penjualan dan beban-beban usaha dari kegiatan operasional perusahaan.

Oleh karena itu perusahaan Galunggung Raya Block melakukan pengendalian biaya produksi dengan cara menekan biaya produksi yang dikeluarkan seefisien mungkin guna untuk mencegah terjadinya pembengkakan biaya yang mana biaya produksi tersebut akan membentuk harga jual produk dan pada laba rugi akan diperlakukan sebagai beban atas pendapatan untuk tujuan penentuan laba rugi periodik apabila produk yang bersangkutan terjual.

Untuk meningkatkan volume penjualannya perusahaan Galunggung Raya Block menetapkan harga jual sesuai standar pasar tanpa mengubah mutu produk dengan cara mengikuti pergerakan biaya produksi dimana jika biaya produksi mengalami kenaikan pengeluaran biaya yang cukup signifikan perusahaan akan menaikkan harga jual perunitnya, namun jika biaya produksi yang dikeluarkan tidak mengalami kenaikan yang cukup signifikan pihak perusahaan tidak mengubah harga jual melainkan menetapkan harga jual sesuai dengan harga jual sebelumnya. Hal tersebut dilakukan agar produk dapat bersaing dipangsa pasar dan menarik banyak minat konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari hasil penjualan, biaya produksi rendah dan laba yang optimal dapat diperoleh. Mulyadi (2005:513) mengemukakan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi laba adalah sebagai berikut:

1. Biaya

Biaya yang 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 produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi, harga jual, volume penjualan dan volume produksi mempengaruhi laba. Semua itu saling berkaitan yang mana jika biaya yang besar yang tidak diimbangi dengan peningkatan harga jual tentu akan mengurangi laba. Harga jual yang terlalu rendah akan mengurangi laba dan harga jual yang terlalu tinggi tidak akan menarik banyak minat konsumen.

Keterkaitan antara Biaya Produksi terhadap Laba Operasional, menurut Harnanto (2017: 28) menyatakan bahwa biaya produksi pada laba rugi akan diperlakukan sebagai beban atas pendapatan untuk tujuan penentuan laba rugi periodik apabila produk yang bersangkutan terjual. Selain itu biaya produksi akan menjadi penentu besarnya harga jual dari suatu produk atau jasa yang nantinya akan mempengaruhi besarnya laba yang di peroleh, (Djamalu, 2013). Oleh karena itu biaya produksi akan mempengaruhi naik turunnya laba yang diperoleh perusahaan. Jika biaya tersebut tidak dikelola dengan baik maka akan terjadi pembengkakan biaya dimana apabila biaya yang dikeluarkan lebih besar dari pada pendapatan dari hasil penjualan besar kemungkinan laba perusahaan akan turun bahkan bisa mengalami kerugian. Biaya Produksi berpengaruh terhadap pencapaian Laba Operasional. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Eka Krisbandi (2004), bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan atau biasa disebut laba operasional.

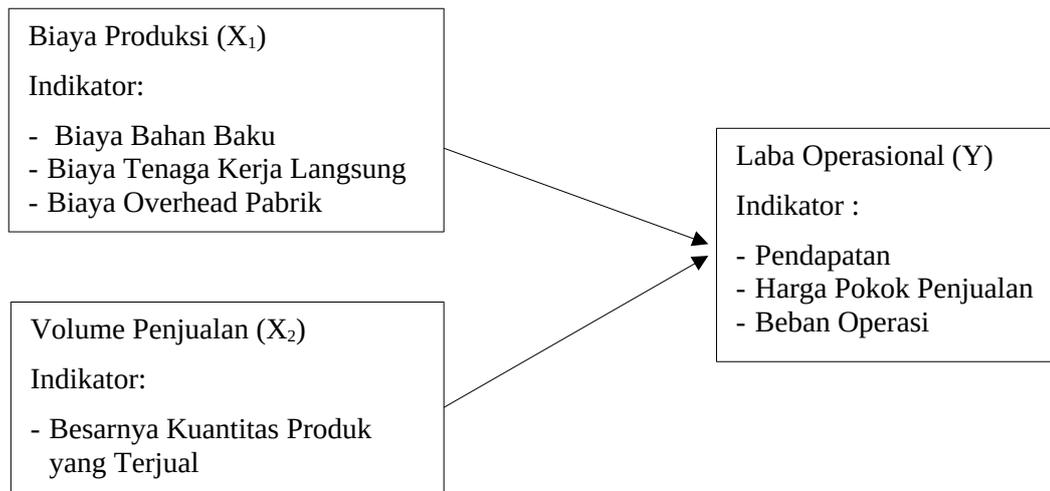
Keterkaitan antara Volume Penjualan terhadap Laba Operasional Menurut Rahardjo (2000: 33) adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba perusahaan, dalam hal ini dapat dilihat dari laporan

laba-rugi perusahaan. Laba akan timbul jika pendapatan dari hasil penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Volume penjualan berpengaruh terhadap laba operasional hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Irma Herliany (2010), hasil penelitiannya menyatakan bahwa volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba operasional.

Perusahaan harus menetapkan harga jual yang sesuai standar pasar tanpa harus mengubah kualitas mutu produk serta lebih selektif dalam menjual produk kepada konsumen, sehingga target volume penjualan yang telah direncanakan oleh perusahaan dalam periode tertentu dapat tercapai dengan optimal dengan biaya-biaya yang efisien (Wasesa *et. all*, 2014).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Biaya Produksi dan Volume Penjualan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap Laba Operasional.

Dalam hal ini, sesuai dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi dan Volume Penjualan terhadap Laba Operasional”. Maka kerangka pikir penelitiannya adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik (Sugiyono: 2011).

Hipotesis pada penelitian ini adalah “ Diduga bahwa Biaya produksi dan Volume Penjualan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Laba Operasional perusahaan Galunggung Raya Block.