

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Mencari beberapa kumpulan penelitian yang terkait kemudian diangkat untuk mendukung penelitian yang dibuat agar penelitian semakin menguat.

2.1.1 Teori Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu alat ukur untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas juga memberikan ukuran mengenai tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. (Kasmir, 2019).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri, (Santoso dan Priatinah, 2016). Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasionalnya.

Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi Investor (Ambarsari dan Hermanto, 2017).

Sedangkan menurut Danang (2013), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari hasil usahanya. Penilaian profitabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas-aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis, mengeliminasi pemborosanpemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisa profitabilitas ini (Simamora, 2000). Profitabilitas menunjukkan keberhasilan suatu badan usaha dalam menghasilkan pengembalian (*return*) kepada pemiliknya (Harahap, 2010).

Berdasarkan teori dan pandangan yang dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan nilai ekonomis lebih yang dihasilkan dari modal usaha baik modal secara keseluruhan maupun sebagian sehingga perusahaan mendapatkan nilai ekonomis tersebut secara 100%.

2.1.2 Biaya Tetap

Biaya tetap adalah semua pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan operasi sehari-hari sebuah perusahaan atau organisasi. Biaya ini mencakup semua biaya yang terkait langsung dengan proses produksi atau penyampaian layanan yang rutin dan diperlukan untuk menjaga bisnis tetap berfungsi. Biaya tetap adalah biaya yang digunakan untuk mendapatkan pendapatan utama (Sujarweni, 2017).

Biaya tetap adalah keseluruhan biaya komersial yang dikeluarkan untuk menunjang atau mendukung kegiatan atau aktivitas perusahaan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan, dan dalam arti lain biaya tetap adalah biaya yang

terjadi dalam hubungannya dengan proses kegiatan operasional perusahaan dalam usahanya mencapai tujuan perusahaan yang lebih maksimal (Murni, dkk, 2018).

Sedangkan menurut Rusdiana (2021) biaya tetap adalah suatu pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang diharapkan mendatangkan laba pada masa yang akan datang.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa biaya tetap adalah biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kebutuhan perusahaan setiap harinya diluar proses produksi.

2.1.2.1 Unsur-Unsur Biaya Tetap

Menurut Ony dkk (2012) Biaya tetap memiliki 2 unsur 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.

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 ATK.

Sedangkan menurut Astri Fitri (2015) unsur-unsur biaya tetap yang biasa terdapat pada suatu perusahaan dagang dan jasa adalah:

1. Biaya tenaga kerja, gaji, komisi, bonus, tunjangan, dan lain-lain.
2. Biaya administrasi dan umum.
3. Biaya advertensi, promosi.
4. Biaya asuransi.
5. Biaya pemeliharaan gedung, mesin, kendaraan, dan peralatan.

2.1.2.2 Indikator Biaya Tetap

Menurut Mia Lasmi Wardiyah (2017) indikator biaya tetap dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Biaya Tetap} = \text{Biaya Penjualan/Pemasaran} + \text{Biaya Administrasi Umum}$$

Adapun penjelasan dari rumus biaya tetap adalah sebagai berikut:

1. Biaya Penjualan

Biaya-biaya yang terkait langsung dengan aktivitas perusahaan atau aktivitas yang mendukung operasional penjualan barang dagangan.

2. Biaya Umum dan Administrasi

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

2.1.3 Biaya Variabel

Biaya variabel atau dalam istilah bahasa inggris disebut *Variable Cost* merupakan biaya yang muncul dari suatu proses produksi dalam perusahaan yang membuat barang dan jasa untuk dijual. Biaya variabel merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Secara garis besar biaya variabel ini dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* (Mulyadi, 2018).

Menurut Syamsul Rivai (2019), biaya variabel merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Sedangkan menurut Nursanty dkk (2022) Biaya variabel adalah biaya yang digunakan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya variabel merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi untuk mengubah bahan baku menjadi bahan jadi yang akan di jual.

2.1.3.1 Jenis-Jenis Biaya Variabel

Menurut Syamsul Rivai (2019), jenis-jenis biaya variabel yaitu: “biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik:

1. Biaya Bahan Baku

Barang yang dikonsumsi perusahaan-perusahaan dapat digolongkan ke dalam bahan (material) dan barang yang bukan bahan. Bahan adalah barang yang akan diproses atau diolah menjadi produk selesai. Sedangkan barang yang bukan bahan adalah barang yang akan dikonsumsi dalam perusahaan tetapi tidak merupakan bagian dari produk selesai.

Selanjutnya, biaya dalam hal ini dapat digolongkan dalam dua kategori:

- a) Biaya bahan baku langsung (*direct material cost*) merupakan biaya bagi bahan-bahan yang secara langsung digunakan dalam

produksi untuk mewujudkan suatu macam produk jadi yang siap untuk dipasarkan atau siap diserahkan kepada pemesan.

- b) Biaya bahan penolong (*indirect material cost*) yakni biaya bagi bahan-bahan yang dipakai dalam menunjang kelangsungan proses produksi tetapi tidak menjadi bagian integral dari produk yang dihasilkan, biaya-biayanya termasuk ke dalam biaya umum (*overhead* pabrik).

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Sesuai dengan fungsinya, maka biaya tenaga kerja di pabrik/produksi dapat digolongkan ke dalam:

- a) Biaya tenaga kerja langsung (*direct labour cost*) merupakan biaya bagi para tenaga kerja yang langsung ditempatkan dan didayagunakan dalam menangani kegiatan-kegiatan proses produksi, jadi secara integral diterjunkan dalam kegiatan produksi, menangani segala peralatan produksi sehingga produk dari usaha ini dapat terwujud.
- b) Biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labour cost*) adalah balas jasa diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Seperti halnya

dengan biaya bahan tidak langsung, pembiayaannya adalah termasuk biaya umum (*overhead* pabrik).

3. Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik merupakan biaya produksi yang tidak dibebankan secara langsung kepada suatu unit pekerjaan atau kepada suatu produk.

Biaya overhead dapat dikelompokkan menjadi elemen:

- a) Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong)

Bahan tidak langsung adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

- b) Tenaga kerja tidak langsung

Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang akan membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

- c) Biaya tidak langsung lainnya

Biaya tidak langsung lainnya adalah biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

2.1.3.2 Metode Penentuan Biaya Variabel

Menurut Mulyadi (2018) metode penentuan kos produksi merupakan cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam *variable cost*. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam *variable cost*, terdapat dua pendekatan diantaranya:

1) *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan *cost* produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam *cost* produksi, yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap ditambah dengan nonproduksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

2) *Variabel Costing*

Variabel costing merupakan metode penentuan *cost* produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam *cost* produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel ditambah dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran dan umum tetap).

2.1.3.3 Indikator Biaya Variabel

Menurut Harmanto (2017) untuk menaksir biaya variabel yang akan dikeluarkan dalam memproduksi produk dalam jangka waktu tertentu perlu dihitung unsur-unsur biaya tertentu, rumus perhitungan biaya variabel adalah:

$$\text{Biaya Variabel} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

Adapun penjelasan dari rumus biaya variabel menurut Ely Suhayati dan Sri Dewi Anggadini (2014) yaitu sebagai berikut:

1) Biaya Bahan Langsung (*Raw/Direct Material*)

Biaya Bahan baku adalah Biaya yang digunakan dan menjadi bagian dari produksi jadi.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor*)

Biaya tenaga kerja Langsung adalah Tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses mengubah bahan menjadi produk jadi.

3) Biaya *Overhead* Pabrik (*Factory Overhead*)

Biaya *overhead* Pabrik adalah biaya-biaya pabrik selain bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

2.1.4 Penjualan

Penjualan adalah proses di mana perusahaan atau individu menawarkan produk atau layanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk menghasilkan pendapatan. Menurut Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2016) Penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran.

Menurut Swastha dan Irawan (2019) Penjualan merupakan suatu kegiatan perencanaan, pengarahan, dan pengawasan penjualan personel, termasuk penarikan, pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, pembayaran dan motivasi sebagai tugas diberikan pada para tenaga penjualan.

Menurut Romli (2022) 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.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah proses menyeluruh yang melibatkan pemasaran, negosiasi, dan transaksi untuk menawarkan barang atau jasa kepada pelanggan, berdasarkan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam kegiatan tersebut secara tunai maupun kredit, dengan tujuan untuk menghasilkan pendapatan memenuhi kebutuhan pasar.

2.1.4.1 Jenis-Jenis Penjualan

Menurut Basu Swasta (2019) jenis-jenis penjualan adalah sebagai berikut:

1. Trade selling

Penjualan yang bisa terjadi bilamana Produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru. Pada intinya penjual menjual barangnya melalui penyalur sebelum barang dijual kepada konsumen.

2. *Missionary selling*

Missionary selling merupakan jenis penjualan pada Produsen yang mempunyai penyalur produknya sendiri. *Misionary selling* dilakukan dengan mendorong pembeli untuk membeli produk berasal penyalur tersebut.

3. *Technical selling*

Technical selling adalah usaha dimana penjual memberikan saran atau nasihat kepada konsumen dari barang atau jasa yang dijual oleh penjual. Hal ini memudahkan konsumen untuk menentukan apa barang yang sesuai dengan keinginannya.

4. *New bussines selling*

New bussiness selling adalah jenis teknik menaikkan penjualan dengan cara mencari pembeli baru. Contohnya, Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.

5. *Responsive selling*

Setiap tenaga kerja penjual dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *route driving and retailing*.

2.1.4.2 Bentuk-Bentuk Penjualan

Terdapat beberapa bentuk penjualan diantaranya:

1. Penjualan Tunai

Penjualan yang bersifat *cash and carry* dimana penjualan sesudah ada kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli

menyerahkan pembayaran secara kontan serta bisa eksklusif dimiliki oleh pembeli.

2. Penjualan Kredit

Penjualan *non cash*, dengan tenggang waktu tertentu, biasanya diatas satu bulan. Atau yang bisa kita ketahui penjualan kredit adalah suatu sistem penjualan yang memiliki waktu berjangka.

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 negeri yang mengimpor barang dan umumnya memakai fasilitas *letter of credit*.

5. Penjualan Secara Konsinyasi

Penjualan barang secara titipan pada pembeli yang juga sebagai penjual. jika barang tersebut tak terjual maka akan dikembalikan kepada penjual.

6. Penjualan Secara Grosir

Penjualan yang tidak langsung pada pembeli, namun melalui pedagang mediator yang menjadi perantara pabrik atau importir dengan pedagang eceran.

2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut Sumiyati dan Yatimatun (2021) faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, antara lain sebagai berikut:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Sebuah perusahaan akan mapan apabila mampu mengelola penjualan produknya dengan baik. Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Penjual harus mampu meyakinkan pembeli untuk memperoleh penjualan yang diharapkan. Beberapa masalah penting yang harus dipahami penjual, antara lain sebagai berikut, jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk, syarat penjualan, seperti pembayaran, pengantaran, pelayanan penjualan, garansi dan sebagainya.

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula memengaruhi kegiatan penjualnya. Adapun faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan antara lain sebagai berikut:

- a) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah, atau pasar elektronik.
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasar.
- c) Daya belinya.
- d) Frekuensi pembeliannya.
- e) Keinginan dan kebutuhannya.

3. Modal

Modal adalah daya beli yang ada dalam barang-barang modal. Modal berada di neraca sebelah kredit. Sedangkan yang dimaksud dengan kekayaan adalah seluruh barang-barang modal sebagai unsur kekayaan yang ada di neraca sebelah debet. Modal merupakan keseluruhan kekayaan yang terdapat dalam neraca yang merupakan pendapatan setiap periode, triwulan, bulan, minggu, maupun harian dari setiap orang atau sekelompok orang.

4. Kondisi Organisasi

Perusahaan Pemasaran barang dan jasa di perusahaan besar biasanya ditangani oleh bagian pemasaran/penjualan. Berbeda dengan perusahaan kecil, masalah pemasaran ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan jumlah tenaga kerja yang sedikit, sistem organisasi lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimiliki juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya masalah pemasaran/penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan perusahaan dan tidak diberikan kepada orang lain.

5. Faktor Lain

Faktor-faktor lain, seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering memengaruhi penjualan. Namun, untuk melaksanakannya diperlukan dana yang tidak sedikit. Kegiatan seperti ini dapat rutin dilakukan oleh perusahaan bermodal kuat. Sedangkan bagi perusahaan kecil dengan modal relatif kecil, akan jarang dilakukan.

2.1.5 Laba Bersih

Laba bersih adalah keuntungan yang didapatkan perusahaan setelah dikurangi dengan semua biaya yang dikeluarkan. Artinya, untuk menghitung laba bersih, kamu perlu mengetahui selisih antara pendapatan dan biaya yang dikeluarkan.

Menurut Kasmir (2019) Laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

Menurut Carl S. Warren et al (2017) mengemukakan bahwa jika pendapatan lebih besar daripada beban, selisihnya disebut laba neto (*net income atau net profit*).

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2017) Laba bersih adalah angka terakhir dari perhitungan laba rugi dimana untuk mencarinya: laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa laba bersih adalah seluruh total pendapatan yang dikurangi dengan total biaya-biaya termasuk pajak dalam periode tertentu.

2.1.5.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih

Menurut Jumingan (2019) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perubahan laba bersih (*net income*). Faktor-faktor tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Naik turunnya jumlah unit yang dijual dan harga per unit.

2. Naik turunnya harga pokok penjualan, perubahan harga pokok penjualan ini dipengaruhi oleh jumlah unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dari harga per unit atau harga pokok per unit.
3. Naik turunnya biaya usaha yang dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan efisiensi operasi perusahaan.
4. Naik turunnya pos penghasilan atau biaya non operasional yang dipengaruhi oleh variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan perubahan kebijaksanaan dalam penerimaan discount.
5. Naik turunnya pajak perseroan yang dipengaruhi oleh besar kecilnya laba yang diperoleh atau tinggi rendahnya tarif pajak.
6. Adanya perubahan dalam metode akuntansi.

2.1.5.2 Indikator Laba Bersih

Menurut Hery (2018) laba bersih didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Sebelum Pajak Penghasilan} - \text{Pajak Penghasilan}$$

Adapun penjelasan dari rumus laba bersih adalah sebagai berikut:

1. Laba sebelum pajak, yaitu laba operasi ditambah hasil usaha dan dikuran biaya diluar operasi biasa.
2. Beban pajak yaitu, pajak penghasilan yang harus dibayar oleh perusahaan.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai sumber kreativitas yang nantinya dapat membantu peneliti dalam melakukan sebuah penelitian. Penelitian terdahulu akan memudahkan kita dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis untuk menyusun sebuah penelitian dari segi teori dan konsep.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
1	Indrawan, Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih PT Panama Megah Jaya Bandung, 2022	Terdapat variabel biaya produksi (biaya variabel) dan laba bersih	Tidak terdapat variabel biaya tetap dan biaya penjualan	Biaya variabel berpengaruh signifikan terhadap laba bersih PT Panama Megah Jaya Bandung	Jurnal EKO-Bisma
2	Prasetya, Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Penjualan terhadap Laba Bersih (Studi pada Sub Sektor Food And Beveragedi Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021), 2022	Menggunakan variabel biaya produksi (biaya tetap), biaya operasional (biaya variabel), penjualan dan laba bersih	Analisis pada industri makanan dan minuman	Biaya produksi, biaya operasional dan penjualan berpengaruh terhadap laba bersih	JonEdu

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
3	Putri, Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih PT. Mayora Indah Tbk Periode 2012-2021, 2023	Menggunakan variabel biaya produksi (biaya variabel), biaya operasional (biaya tetap), penjualan dan laba bersih	Analisis pada perusahaan ritel	Laba bersih PT. Mayora Indah Tbk, dipengaruhi oleh biaya produksi dan biaya operasional.	Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan
4	Puspita, Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Melalui Volume Penjualan Di UD. Gajah Tempur, 2023	Menggunakan variabel biaya produksi (biaya variabel), biaya operasional (biaya tetap), penjualan dan laba bersih	Terdapat variabel mediasi	Biaya produksi memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap laba bersih.	SSCJ
5	Yuliani, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Intervening, 2023	Menggunakan variabel biaya produksi (biaya variabel), biaya operasional (biaya tetap), penjualan dan laba bersih	Terdapat variabel mediasi	Biaya produksi operasional berpengaruh langsung terhadap laba bersih. Biaya produksi operasional tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap laba bersih melalui penjualan	Yudishtira

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
6	Fitriasari, Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih, 2024	Menggunakan variabel biaya operasional (biaya tetap) dan laba bersih	Tidak terdapat variabel biaya variabel dan penjualan	Biaya operasional menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan dan dominan terhadap laba bersih	Jurnal Ekonomi dan Pajak
7	Manurung, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih PT Fast Food Indonesia, 2024	Menggunakan variabel biaya operasional (biaya tetap), biaya produksi (biaya variabel) dan laba bersih	Tidak terdapat variabel penjualan	Pengaruh simultan dari biaya produksi dan biaya operasional terhadap laba bersih PT Fast Food Indonesia adalah positif.	Jurnal Kewarga negeraan
8	Diana, Pengaruh Biaya Operasional, Biaya Produksi, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Dasar Industri Dan Kimia, 2020	Menggunakan variabel biaya produksi (biaya variabel), biaya operasional (biaya tetap), penjualan dan laba bersih	Analisis pada perusahaan kimia	Biaya operasional, biaya produksi, dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih;	Methonomix

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
9	Karmilah, Pengaruh Biaya Operasional, Biaya Produksi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman, 2024	Menggunakan variabel biaya produksi (biaya variabel), biaya operasional (biaya tetap), penjualan dan laba bersih	Analisis pada perusahaan makanan dan minuman	Biaya Fungsional, Biaya Pembuatan, dan Volume Transaksi secara fundamental mempengaruhi Transaksi Manfaat Bersih	Jurnal Mediasi
10	Suzan, <i>Production Costs,</i> <i>Operating Costs,</i> <i>Affect Net Profit,</i> 2023	Menggunakan variabel biaya produksi (biaya variabel), biaya operasional (biaya tetap) dan laba bersih	Tidak menggunakan variabel penjualan dan analisis pada UMKM	Biaya produksi, biaya operasional, dan penjualan berpengaruh terhadap laba bersih	JHSS
11	Ernayani, <i>The Influence of Sales and Operational Costs on Net Income in Cirebon Printing Companies, 2022</i>	Menggunakan variabel biaya operasional (biaya tetap), penjualan dan laba bersih	Tidak menggunakan variabel biaya variabel	Biaya operasional dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih	Journal of Islamic Economic

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
12	Syahrul, Pengaruh Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sektor Pertanian, 2024	Menggunakan variabel penjualan dan biaya produksi (biaya variabel)	Tidak menggunakan variabel biaya tetap	Penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih dan biaya variabel berpengaruh negatif terhadap laba bersih	JUMIA
13	Darmawan, Pengaruh Penjualan dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman, 2023	Menggunakan variabel penjualan, biaya produksi (biaya variabel) dan laba bersih	Tidak menggunakan variabel biaya tetap	Penjualan berpengaruh terhadap laba bersih, dan biaya produksi (biaya variabel) tidak berpengaruh terhadap laba bersih	FRIMA
14	Saripah, Pengaruh Biaya Operasional dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur, 2021	Menggunakan variabel biaya operasional (biaya tetap), penjualan, dan laba bersih	Tidak menggunakan variabel biaya variabel	Secara simultan biaya operasional dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.	JIKA

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
15	Putra, Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Subsektor Makanan dan Minuman, 2024	Menggunakan variabel biaya produksi (biaya variabel), penjualan, dan laba bersih	Tidak menggunakan variabel biaya tetap	Biaya produksi (biaya variabel) tidak berpengaruh terhadap laba bersih, penjualan berpengaruh terhadap laba bersih	JOM

2.2 Kerangka Pemikiran

Manfaat kerangka berpikir sebagai berikut: Membantu peneliti dalam mendapatkan suatu konsep yang matang yang kemudian dimanfaatkan untuk menjelaskan setiap masalah dalam penelitian. Memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Menghubungkan setiap bagian yang ada di dalam penelitian.

2.2.1 Hubungan Biaya Tetap dengan Laba Bersih

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2017), biaya tetap adalah biaya yang digunakan untuk mendapatkan pendapatan utama. Bila perusahaan dapat menekan biaya tetap, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih. Demikian juga sebaliknya, bila terjadi pemborosan biaya (seperti pemakaian alat kantor yang berlebihan) akan mengakibatkan menurunnya laba bersih (*net profit*).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fera Rahmawati et.al (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif biaya tetap terhadap laba bersih. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Jusuf (2016) terdapat pengaruh pada biaya tetap terhadap laba bersih. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Anis

Siti Aisah (2021) terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya tetap terhadap laba bersih.

2.2.2 Hubungan Biaya Variabel dengan Laba Bersih

Menurut Syamsul Rivai (2019), biaya variabel merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya variabel yang tinggi dapat mengurangi laba bersih perusahaan, karena laba bersih dihitung setelah mengurangi semua biaya produksi dari pendapatan total; dengan kata lain, semakin efisien perusahaan dalam mengelola biaya variabel, semakin besar potensi laba bersih yang dapat diperoleh.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sayyida (2014) menyatakan bahwa biaya variabel berpengaruh terhadap laba bersih. Menurut Elza et.al (2023) variabel biaya variabel berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Menurut Riani Tanjung (2023) menyatakan bahwa biaya variabel berpengaruh terhadap laba bersih.

2.2.3 Hubungan Penjualan dengan Laba Bersih

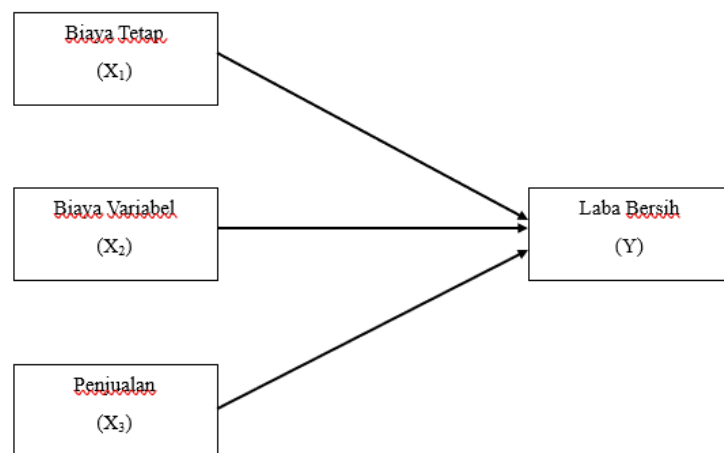
Menurut Swastha dan Irawan (2019), penjualan merupakan suatu kegiatan perencanaan, pengarahan, dan pengawasan penjualan personel, termasuk penarikan, pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, pembayaran dan motivasi sebagai tugas diberikan pada para tenaga penjualan.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan penjualan dengan laba bersih, dimana salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya laba bersih perusahaan adalah penjualan, dalam hal ini laba bersih akan timbul jika penjualan bersih yang

diperoleh dari hasil penjualan barang dagangan lebih besar di banding dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asep (2017) bahwa penjualan berpengaruh terhadap laba bersih. Menurut Zahara dan Rachma Zannati (2018) penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Dan menurut Nevin et al., (2021) mengemukakan bahwa penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.

Kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka penulis memiliki beberapa hipotesis dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Diduga variabel Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Penjualan berpengaruh parsial terhadap Laba Bersih

2. Diduga variabel Biaya Tetap, Biaya Variabel, dan Penjualan berpengaruh simultan terhadap Laba Bersih.