

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Penjualan

2.1.1 Pengertian Penjualan

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

Menurut **Leny Sulistiyowati (2010;270)** menyatakan bahwa Penjualan adalah pendapatan yang berasal dari penjualan produk perusahaan, disajikan setelah dikurangi potongan penjualan dan retur penjualan.

Sedangkan menurut **Warren Reve Fess yang diterjemahkan oleh Aria Faramita dan kawan-kawan (2006:300)** bahwa Penjualan adalah jumlah yang dibebankan kepala pelanggan untuk barang dagang yang dijual, baik secara tunai maupun kredit.

Dari pengertian diatas mengenai penjualan, maka dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah salah satu aktivitas rutin yang dijalani oleh setiap perusahaan dalam memperjualbelikan barang dan jasanya, yang tujuannya untuk memperoleh laba dan untuk membuat perusahaan tersebut tambah berkembang.

Menurut **Basu Swastha (2004;404)** tujuan umum penjualan dalam perusahaan adalah :

- 1. Mendapatkan volume penjualan**
- 2. Mendapatkan laba tertentu**
- 3. Menunjang pertumbuhan perusahaan**

2.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut **Basu Swastha (2002:129-131)** bahwa dalam prakteknya terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain :

- 1. Kondisi dan kemampuan penjual**
- 2. Kondisi pasar**
- 3. Modal**
- 4. Kondisi organisasi penjualan**
- 5. Faktor lain**

2.1.3 Jenis-Jenis Penjualan

Menurut **Swasta (2009:11)**, jenis-jenis penjualan adalah sebagai berikut :

1. Trade Selling

Trade selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.

2. Missionary Selling

Merupakan penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

3. *Technical Selling*

Yaitu berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya.

4. *New Business Selling*

Merupakan berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli.

5. *Responsive Selling*

Yaitu setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberi reaksi terhadap permintaan pembeli.

2.1.4 Cara Penjualan

1. Penjualan Langsung

Penjualan langsung merupakan cara penjualan dimana penjualan langsung berhubungan / berhadapan / bertemu muka dengan calon pembeli atau langganannya. Penjualan langsung ini dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu: Penjualan melalui toko dan penjualan diluar toko.

2. Penjualan Tidak Langsung

Dalam prakteknya terdapat variasi menjual yang dilakukan oleh para penjual, yaitu tidak menggunakan individu atau tenaga penjualan. Penjualan tidak langsung antara lain: Penjualan surat/pos, Penjualan melalui telepon, Penjualan dengan mesin otomatis.

2.2. Tinjauan Biaya Produksi

2.2.1 Pengertian Biaya

Pengertian Biaya menurut **Mulyadi (2016:8)** adalah :

“Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Sedangkan pengertian Biaya menurut **Lukman Surjadi (2013:4)** adalah :

“Pengorbanan sumber ekonomis (sifat kelangkaan) yang diukur dalam satuan mata uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi dalam mencapai tujuan tertentu (*to secure benefit*).

2.2.2 Penggolongan Biaya

Biaya dapat digolongkan menurut :

1. Objek pengeluaran.

Nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah gaji dan upah, maka semua pengeluaran dengan gaji dan upah disebut biaya gaji dan upah.

2. Fungsi pokok dalam perusahaan.

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum.

Biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok :

- Biaya produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya : biaya depresiasi mesin dan *equipment*, biaya bahan baku, dan biaya bahan penolong.

- Biaya pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya : biaya iklan, biaya promosi, dan biaya angkutan.

- Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produk dan pemasaran produk. Contohnya : biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, dan personalia.

3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Dalam hubungannya biaya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan :

- Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak

langsung dalam hubungannya dengan produk disebut istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik (*factory overhead costs*).

4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas.

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi :

- Biaya variable adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contohnya : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.
- Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel.
- Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah konstan pada volume produksi tertentu.
- Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contohnya : gaji direktur produksi.

5. Jangka waktu manfaatnya.

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua :

- Pengeluaran modal (*capital expenditures*) adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biayanya periode satu akuntansi adalah satu tahun kalender). Contohnya : pengeluaran untuk pembelian aset tetap, pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk. Manfaat modal tersebut dibebani sebagian modal berupa biaya depresi, biaya amortisasi, atau biaya depleksi.
- Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Contohnya : biaya iklan, biaya amortisasi, biaya tenaga kerja.

2.2.3 Pengetian Biaya Produksi

Pengertian Biaya Produksi menurut **Mulyadi (2016:14)** adalah :
Biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual.”

Pengertian Biaya Produksi menurut **Lukman Surjadi (2013:6)** adalah :

“Jumlah dari ketiga elemen biaya, yaitu Biaya bahan baku langsung (*direct material*), Biaya tenaga Kerja langsung (*direct labor*), dan Biaya overhead Pabrik (*factory overhead*) .”

2.2.4 Metode Penentuan Biaya Produksi

Metode pengumpulan biaya produksi menurut **Mulyadi (2007:17)** sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan, mengumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode kos pesanan (*job order cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan kos produksi persatuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.
- b. Perusahaan yang memproduksi massa, mengumpulkan kos produksinya dengan menggunakan metode kos proses (*prosess cost methode*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan dalam periode tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan”.

Menurut **Supriyono (2012:37)** menyebutkan metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan Harga Pokok Produksi yang biayanya di kumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu. Pada metode ini perusahaan menghasilkan produk yang homogeny dan jenis produk yang bersifat standar. Ada dua metode yang umum digunakan yaitu metode *average cost* dan metode *First In First Out (FIFO)*.

Menurut **Daljono (2011:34)** ada dua jenis utama dalam membebankan biaya ke produk yaitu metode penentuan harga pokok pesanan dan metode penentuan harga pokok proses. Kedua jenis tersebut adalah :

a. Metode penentuan **Harga Pokok Pesanan**

Pada metode ini, yang menjadi objek biaya (*cost objek*) adalah unit produk individual, *bacth*, atau kelompok produk dalam satu *job*. Umumnya manajer menghendaki adanya informasi tentang berapa harga pokok produk untuk setiap jenis produk/*bacth*/kelompok atau setiap kelompok pesanan, karena setiap pesanan/kelompok/job tersebut memiliki spesifikasi yang berbeda. Produk yang perhitungan harga pokoknya menggunakan metode ini, umumnya merupakan produk pesanan.

b. Metode penentuan **Harga Pokok Proseses**

Pada metode harga pokok proseses, yang menjadi objek biaya adalah produk yang bersifat massa (*masses product*) dimana tiap unitnya identik.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa metode pengumpulan data banyak metode yang dipakai yaitu salah satunya metode dengan harga pokok pesanan, metode harga pokok proseses, metode *average cost* dan metode *First In First Out (FIFO)*.

Perusahaan manufaktur dengan metode harga pokok pesanan menurut **Ryan Ariefiansyah, S.E. & Miyosi Margi Utami, S.E. (2012:57)** contoh perusahaan manufaktur yang hanya melakukan produksi berdasarkan pesanan

adalah percetakan. Dari segi pengumpulan dan perhitungan biaya, perusahaan manufaktur yang biaya produksinya sesuai pesanan ini lebih siple karena perusahaan hanya akan menghitung biaya-biaya tersebut hanya pada saat ada yang memesan.

Perhitungan secara umumnya akan di jelaskan sebagai berikut :

$$\text{Harga Pokok Persatuan} = \frac{\text{Jumlah Biaya Produksi Setiap Pesanan}}{\text{Jumlah Produk Yang Dipesan}}$$

2.2.5 Metode Penentuan Biaya Produksi

Menurut **Mulyadi (2012:17)** metode penentuan kos produksi adalah

“Cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi. dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi terdapat dua pendekatan : *full costing* dan *fariabel costing*.”

a. *Full costing*

Merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya Bahan Baku	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx
Biaya <i>Overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	xx
Biaya <i>Overhead</i> pabrik tetap	<u>xx</u>
Kos Produksi	<u>xx</u>

Kos produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur kos produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik *variabel* dan biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

b. *Variabel Costing*

Merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berprilaku *variabel* ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dengan demikian kos produksi menurut *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya Bahan Baku	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx
Biaya <i>Overhead</i> pabrik variabel	<u>xx</u>
Kos produksi	<u>xx</u>

Kos produk yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur kos produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap). Metode penentuan kos produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam los produksi yang terdapat pendekatan yaitu *full costing* dan *variabel costing*. *Full costing* adalah penentuan kos produksi yang dihitung semua unsur biaya produksi kedalam kos produksi, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik variabel maupun tetap. Dan sedangkan *variabel costing* adalah penentuan kos produksi yang hanya menghitung biaya produksi yang berperilaku variabel saja.

2.3. Tinjauan Laba

2.3.1. Pengertian Laba Bersih

Definisi laba menurut Soemarso (2010:230):

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

Menurut *Greuning et.al (2013:39)* menyatakan bahwa laba adalah jumlah yang dapat diberikan kepada semua pemegang saham biasa dari induk (yang memiliki kendali maupun tidak). Sedangkan menurut **Kasmir (2011:303)** menyatakan bahwa pengertian laba bersih (*Net Profit*) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa laba bersih adalah laba operasi dikurangi beban lain lain termasuk pajak pada suatu periode tertentu.

2.3.2. Indikator Laba Bersih

Menurut **Budi Rahardjo (2010 : 83)** laba bersih dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Laba bersih} = \text{laba sebelum pajak} - \text{pajak penghasilan}$$

Sumber: Budi Rahardjo (2010:83)

Keterangan:

Laba sebelum pajak = Laba operasi ditambah hasil usaha dan dikurangi biaya diluar operasi biasa.

Pajak Penghasilan = Pajak penghasilan yang harus dibayar oleh perusahaan.

Stice, Stice dan Skousen (2010 : 241), menyatakan laba sesudah pajak atau laba bersih merupakan laba setelah dikurangi dengan pajak. Laba bersih dipindahkan kedalam perkiraan laba ditahan atau Retainer Earning. Dalam perkiraan ini akan diambil suatu jumlah tertentu untuk dibagikan

sebagai deviden kepada para pemegang saham. Dengan gambaran seperti dibawah ini:

$$\text{Laba bersih} = \text{laba} - \text{beban pajak}$$

Sumber: Stice, Stice dan Skousen (2010 : 241)

Keterangan :

Laba = Laba kotor pada perioder tertentu.

Beban pajak = Biaya pajak perusahaan pada periode tertentu.

Sedangkan menurut **Kasmir (2011:303)** bahwa laba bersih dapat diukur dengan rumus:

$$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Kotor} - \text{Beban Operasi} - \text{Beban Pajak}$$

Sumber: Kasmir (2011:303)

Keterangan

Laba kotor = laba yang berasal dari penjualan dikurangi harga pokok.

Beban operasional = beban dari aktivitas operasi.

Beban pajak = biaya pajak perusahaan pada periode tertentu

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut indikator laba bersih dalam penelitian ini adalah laba bersih sama dengan laba kotor dikurangi beban operasi dan beban pajak.

2.3.3. Jenis Laba

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

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

2.3.4. 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 **Jumingan (2014:165)** Ada banyak faktor yang mempengaruhi perubahan Laba bersih (*net income*). Factor-faktor tersebut, yaitu sebagai berikut :

1. Naik turunnya jumlah unit yang dijual dan harga jual perunit.
2. Naik turunnya harga pokok penjualan. Perubahan harga pokok penjualan ini mempengaruhi oleh jumlah unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dan harga pembelian 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 usaha.
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 pemberian atau 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.

2.4. Hubungan Penjualan dan Laba Bersih

Tujuan utama suatu perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba bersih yang sebesar-besarnya maka laba bersih merupakan keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya. Laba bersih bisa didapatkan secara optimal jika volume penjualan bisa mencapai hasil yang maksimal.

Menurut **Budi Rahardjo (2000:33)** bahwa:

“Adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, karena dalam hal ini laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya laba adalah pendapatan, pendapatan dapat diperoleh dari hasil penjualan barang dagangan”.

Sedangkan menurut **Eva Eresti (2008)**

“Adanya hubungan yang erat volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, bahwa dengan semakin meningkatnya volume penjualan perusahaan ternyata membawa keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil laba bersih yang setiap tahunnya meningkat seiring dengan perubahan volume penjualan.”

2.5. Hubungan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih

Dalam menjalankan usahanya setiap perusahaan tidak hanya mengandalkan kemampuan untuk membeli segala kebutuhan untuk kegiatan produksinya, namun juga harus memperhatikan kemampuan dalam mengelola biaya produksinya.

Menurut **Mulyadi (2012:11)** menyatakan bahwa

“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 atau sisahasil usaha”

Dan menurut **Mulyadi (2013:121)** dalam bukunya mengemukakan jika biaya produksi diturunkan kemungkinan yang akan terjadi adalah tingkat laba bersih akan naik. Jika tingkat laba bersih naik, anggaran biaya dimasa yang akan datang akan naik pula.