

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Biaya

1. Pengertian Biaya

Biaya dapat diartikan sebagai dedikasi untuk meraih sebuah harta, dalam mendapatkan harta tentunya terdapat suatu pengorbanan dan pengorbanan tersebut dapat diartikan sebagai beban.²¹ Biaya merupakan pengorbanan yang dijalankan dalam proses produksi suatu barang dan dilanjutkan ke tahap pencatatan, lalu penggolongan dan peringkasan dan ini termasuk ke dalam pengertian akuntansi biaya.²²

Menurut Ramdhani dkk Biaya merupakan suatu pengorbanan yang di dalamnya mengandung hal yang bersifat menghasilkan barang dan jasa yang berkualitas atau efisien dan diukur menggunakan satuan uang dengan tujuan tertentu.²³ Menurut Sulisman Yuni berpendapat bahwa biaya merupakan suatu hal yang gunanya dicatat, digolongkan lalu disajikan oleh akuntansi biaya.²⁴

2. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan proses yang dijalankan untuk melakukan pengelompokan suatu biaya berdasarkan tujuannya. Menurut

²¹ Victorina Z. Tirayoh Massie, Novela Irene Karly, David PE Saerang, “Analisis Pengendalian Biaya Produksi Untuk Menilai Efisiensi Dan Efektifitas Biaya Produksi,” *Going concern: jurnal riset akuntansi* 13, no. 03 (2018): 355–64.

²² Febriana Martina Longdong, “Penerapan Target Costing Dalam Perencanaan Biaya Produksi ” *Jurnal EMBA* , vol.4, no. 1 (2016): 1409–18.

²³ Suheri Dadan Ramdhani, dkk, *Akuntansi Biaya:(Konsep Dan Implementasi di Industri Manufaktur)*, ed. oleh Tim Redaksi (yogyakarta: CV. Markumi, 2020).

²⁴ D Yuni, S., Sartika, D., & Fionasari, “Analisis Perilaku Biaya Terhadap Biaya Tetap,” *Research In Accounting Journal* 1, no. 2 (2021): 247–53.

Mulyadi dalam wijaya²⁵ biaya secara umum bisa diklasifikasikan secara umum yaitu:

1. Klasifikasi biaya menurut waktu pengakuan terbagi menjadi 2 yaitu:

a. Biaya Produksi (*Product Cost*)

Pengertian biaya produk merupakan biaya yang timbul ketika terjadinya pencetakan produk. Bersifat sangat melekat pada produk, biaya produk sendiri akan disandingkan dengan pendapatan terhadap suatu periode dimana produk tersebut sudah terjual. Karena biaya produk sendiri juga dapat disebut sebagai persediaan.

b. Biaya Periode (*Period Cost*)

Biaya periode dapat diartikan sebagai biaya yang ada selama satu periode dan tidak berkaitan dengan biaya produk.

2. Klasifikasi biaya berdasarkan hubungan dengan produk, yaitu:

a. Biaya Produksi

Biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik adalah biaya yang dapat digunakan untuk mempertahankan proses produksi.

b. Biaya *Non* Produksi

Biaya penjualan dan administrasi umum biasanya terdiri dari biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi.

²⁵ M. Kusuma Wijaya, S. E., & Ak, *Konsep Akuntansi Biaya*, 1 ed. (padang: PT Globat Eksekutif Teknologi, 2022).

B. Teori Biaya Produksi

1. Pengertian Biaya Produksi

Produksi merupakan semua kegiatan yang didalamnya mampu menciptakan dan memberikan kegunaan dalam setiap barang maupun jasa, karena untuk kegiatan tersebut tentunya sesuai dengan faktor produksi itu sendiri.²⁶ Biaya yang berkaitan dengan produksi dan penyediaan jasa dikenal sebagai biaya produksi,²⁷ biaya produksi juga diartikan sebagai biaya yang digunakan saat terjadinya proses produksi dan di dalamnya tersusun dengan adanya biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan overhead pabrik.

Menurut Hariandi dalam Kerap biaya produksi merupakan suatu perencanaan yang dilakukan secara detail terhadap jumlah produk yang akan diproduksi selama rentan waktu atau periode yang akan datang. Biaya penualan juga merupakan acuan untuk menyusun biaya produksi.²⁸

Menurut Farah Dzakiyyah biaya produksi merupakan biaya yang perusahaan butuhkan untuk kelangsungan proses produksi dengan adanya

²⁶ Sri Wahyuni, "Teori Konsumsi Dan Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Akuntabel* 10, no. 1 (2013): 74–79.

²⁷ M. T. B Gonibala, N., Masinambow, V. A., & Maramis, "Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Mobagu," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 19, no. 01 (2019): 56–67.

²⁸ S. Kerap, V. T., Nangoi, G., & Rondonuwu, "Analisis Anggaran Biaya Produksi Pada PT . Anping Seafood Indonesia Analisis Of Production Cost Budget At PT . Anping Seafood Indonesia," *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)* 5, no. 2 (2022): 583–92.

pengelolaan bahan baku menjadi barang yang jadi.²⁹ Biaya produksi yang diluar kendali akan mengakibatkan harga produksi dan akan mengakibatkan turunnya daya saing produk terhadap pasaran dan mengakibatkan penurunan penjualan perusahaan.

Biaya produksi sendiri dapat dikatakan efisien jika di dalam pengeluaran produksi tidak adanya hal-hal yang menyebabkan pemborosan dan mampu menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik maka dari itu sangat diperlukanya suatu usaha yang sistematis yang dilakukan dengan adanya cara perbandingan antara presentasi kerja dengan rencana kerja dan selalu membuat tindakan yang tepat atas perbedaanya.

Berdasarkan informasi dan penjelasan yang telah diberikan tentang biaya produksi diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang memiliki nilai jual yang tinggi.

2. Unsur Biaya Produksi

Setiap bisnis selalu membutuhkan biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik.

a. Biaya Bahan Baku

Menurut Firdaus dalam Oktariansyah biaya bahan baku langsung merupakan penggandaan zat alami yang bersifat langsung dan merupakan bagian dasar dari barang yang sudah jadi, sedangkan biaya bahan baku tak langsung merupakan biaya yang di dapatkan

²⁹ Farah Dzakiyyah dan Jouzar Farouq Ishak, "Pengaruh Biaya Kualitas dan Biaya Produksi Terhadap Penjualan (Studi Kasus pada PT . XYZ)," *jurnal.polban* 13, no. 1 (2022): 13–14.

dari susunan yang tidak dimurnikan atau tidak dapat di deteksi secara baik ke objek biaya.³⁰

Rusgowanto menyatakan bahwa biaya bahan baku langsung yang digunakan dalam proses produksi yang bertujuan untuk menghasilkan produk yang dapat dijual.³¹

Biaya bahan baku langsung merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku dasar yang akan dipergunakan untuk menghasilkan suatu produk yang diinginkan sesuai dengan kelayakan. Bahan yang mampu membentuk bagian pusat dari bahan jadi dan mampu dijadikan langsung dalam ruang lingkup biaya produksi.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung dapat melakukan kerja dengan tangan terhadap produk saat berlangsungnya proses produksi. Biaya ini mencakup biaya karyawan yang termaksud dalam produk tertentu, misalnya tenaga kerja yang ada dalam perakitan seperti tukang kayu, operator mesin dsb.

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar suatu pekerjaan yang memiliki keterlibatan langsung di dalam proses produksi, contoh yang

³⁰ D Oktariansyah, "Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Overhead Pabrik Dan Biaya Tenaga Kerja Langsung Terhadap Penjualan Pada Sub sektor Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Media Akuntansi (Mediasi)* 5, no. 1 (2022): 89–100.

³¹ Fransisca Hanita Rusgowanto, "Pengaruh Biaya Produksi, Harga Pokok Penjualan, Good Corporate Governance Dan Company Growth Terhadap Laba Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019," *ProBank* 6, no. 2 (2021): 136–46,

biasanya ada di kehidupan sehari-hari kita seperti: upah tukang jahit, upah tukang kayu dll.

c. *Biaya Overhead* Pabrik

Biaya overhead pabrik memiliki kaitan terhadap biaya manufaktur yang tidak ditelusuri langsung ke *output* tertentu. *Biaya overhead* pabrik sendiri bisa dimasukkan ke semua biaya manufaktur kecuali terhadap biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Perusahaan sendiri juga terdapat biaya listrik, pajak mesin, penyusutan, asuransi dan laina yang memiliki kaitan dengan fungsi administrasi juga penjualan.³²

Jadi cara menghitung biaya produksi yaitu dengan cara:

$$\text{Biaya Produksi} = \text{BL} + \text{BTKL} + \text{BTKTL} + \text{BOP}$$

BL = Biaya Langsung

BTKL = Biaya Tenaga Kerja Langsung

BTKTL = Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

BOP = *Biaya Overhead* Pabrik

3. Metode Penentuan Biaya Produksi

Metode penentuan produksi sendiri merupakan sebuah cara untuk memperhitungkan berberapa unsur biaya produksi. Terdapat dua pendekatan untuk untuk memperhitungkan unsur biaya produksi yaitu:³³

³² D. H. Azizah, R. “Pengaruh Biaya Overhead Pabrik Terhadap Efisiensi Biaya Produksi (Studi Kasus PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk Tahun 2016 – 2020),” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 3 (2022): 1139–55.

³³ Eko Purwanto dan Sinta Sukma Watini, “Analisis Harga Pokok Peoduksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual (Studi Kasus Unit Usaha Regal Fruit),” *Journal Of Applied Managerial Accaunthing* 4, no. 2 (2020): 248–53.

1. *Full Costing*

full costing bisa didefinisikan sebagai suatu biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, walaupun di dalamnya terdapat perilaku variabel maupun tetap. Perhitungan *full costing* sendiri bisa dilakukan melalui pejumlahan seluruh komponen biaya kecuali memperhitungkan produk sudah terjual maupun belum.

2. *Variabel Costing*

Variabel costing merupakan sebuah metode kos produksi yang di dalamnya khusus memperhitungkan biaya produksi dan berperilaku variabel ke dalam kos produksi, *variabel costing* sendiri terdiri atas beberapa unsur di dalamnya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel pabrik. *Periode cost* juga termasuk ke dalam *variabel costing* karena merujuk pada adanya biaya tetap yang mampu digunakan meskipun sebuah produk belum bisa terjual.

C. Teori Biaya Penjualan

1. Pengertian Biaya Penjualan

Biaya penjualan merupakan sebuah usaha atau langkah yang disusun untuk mengalihkan suatu produk, baik produk itu berupa barang maupun jasa yang diciptakan oleh produsen dan diedarkan ke konsumen sebagai sasaran pasar mereka. Menurut Muhammad Satar biaya penjualan merupakan biaya yang memiliki hubungan dengan proses

kegiatan penjualan yang di dalamnya terdapat biaya promosi dan biaya distribusi.³⁴

Menurut Chairul Anwar biaya penjualan merupakan biaya yang perusahaan keluarkan untuk melakukan kegiatan pengenalan di masyarakat atau dengan pelanggan untuk mencapai tujuan perusahaan.³⁵

Menurut Irham Fahmi penjualam merupakan hasil usaha yang dilakukan oleh pengirim barang atau penyerahan barang atau jasa dalam usaha sebagai bahan pertimbangan..³⁶

Biaya penjualan ini dihitung oleh perusahaan dengan menggabungkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mempromosikan produk atau barangnya. Biaya ini meliputi berbagai hal seperti biaya promosi, biaya iklan, biaya distribusi, dan biaya penjualan lainnya. Analisis biaya penjualan penting untuk dilakukan dalam rangka menentukan laba bersih yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa.

2. Jenis-jenis Penjualan

Penjualan merupakan sebuah langkah yang di dalamnya mampu memindah barang maupun jasa yang berupa produk yang semula di ciptakan oleh prosdusen dan disebarkan kepada semua konsumen.

Terdapat berberapa jenis penjualan yaitu:³⁷

³⁴ M.Dallis.Ak Muhammad Satar, S.E., “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada PT. Sunson Textile Manufacture,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 11, no. 1 (2020): 31–42.

³⁵ Chairul Anwar dan Rinna, “Pengaruh Biaya Iklan Dan Biaya Penjualan Personal Terhadap Nilai Penjualan Pada PT Telekomunikasi Indonesia. TBK.,” *Jurnal Akuntansi & Keuangan* 6, no. 1 (2015): 23–27.

³⁶ Irham Fahmi, *Analisis Laporan Keuangan* (Bandung: Alfabeta, 2018).

³⁷ Mukhlisotul Jannah, “Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor,” *Jurnal BanqueSyar’i* 4, no. 1 (2018): 87–112.

a. *Trade Selling*

Jenis penjualan ini terjadi karena adanya faktor produsen dan pedagang yang sifatnya besar memberi kesempatan pengecer agar mampu memperbaiki distributor bagi produk-produk yang mereka ciptakan atau jual, hal ini tentunya akan melibatkan sebuah penyalur terhadap kegiatan promosi.

b. *Missionary Selling*

Jenis penjualan satu ini di dalamnya terjadi penjual yang berusaha meningkatkan penjualan dengan cara memberi dorongan pembeli agar mau membeli barang-barang dari penyalur perusahaan.

c. *Techbical Selling*

Jenis penjualan ini di dalamnya berusaha untuk meningkatkan tingkat penjualan dengan cara pemberian kritik, saran dan nasehat pada pembeli yang paling akhir dari barang maupun jasa.

3. Faktor Mempengaruhi Penjualan

Kegiatan penjualan tentunya di dalamnya terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan tersebut, berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan:³⁸

a. **Konsisi Penjual dan Kemampuan Penjual**

Penjual tentunya harus mampu meyakinkan kepada setiap pembeli yang datang agar bisa membuat tercapainya tujuan atau sasaran penjualan yang sesuai dengan harapan penjual.

³⁸ Ibid.,

b. Kondisi Pasar

Melihat kondisi pasar terdapat beberapa faktor yang harus diperhatikan agar kegiatan penjualan berjalan lancar, faktornya yaitu:

- Melihat bagaimana kelompok pembelinya atau mangsa pasar yang akan diterjuni oleh para penjual.
- Melihat daya beli masyarakat atau minat masyarakat.
- Melihat seberapa besar frekuensi pembelian barang.
- Melihat apa saja keinginan dan kebutuhan masyarakat.

c. Modal

Penjual akan mengalami kesulitan dalam menjual barangnya apabila barang jualan belum banyak dikenal oleh konsumen. Penjual tentunya akan memperkenalkan atau mempromosikan dahulu barang jualannya kepada pasar atau pembeli. Tingkat kepercayaan dan pengetahuan masyarakat tentang industri syariah dan konvensional adalah salah satu kendala permodalan.³⁹

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Hal ini bisa dilihat dalam perusahaan yang sudah bisa dibilang besar, karena masalah ini sering muncul dan mampu diselesaikan oleh bagian penjualan tersendiri yang dipegang oleh para ahli di bidangnya dan tentunya itu terdapat pada perusahaan besar.

³⁹ Choiril Anam Mutafarida, Binti, "Prinsip Ekonomi Syariah, Implementasi, Hambatan Dan Solusinya Dalam Realitas Politik Indonesia Terkini," *Jurnal of Economics and Policy Studies* 1, no. 1 (2020): 1–13.

D. Teori Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas bisa diartikan sebagai kemampuan yang dapat dilakukan untuk menghasilkan laba pada sebuah waktu tertentu dengan penggunaan aktiva maupun modal, modal itu berbentuk keseluruhan maupun individu. Profitabilitas sendiri mampu menggambarkan keberhasilan suatu perusahaan, Pada dasarnya pada pengukuran menggunakan profitabilitas ini dapat menunjukkan efisien atau tidak suatu perusahaan.⁴⁰

Menurut I Made dalam profitabilitas adalah kemampuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber-sumbernya, seperti aktiva, modal, atau penjualan. Profitabilitas perusahaan menunjukkan rasio antara laba dan aktiva atau modal yang digunakan untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu. Tingkat profitabilitas perusahaan berkorelasi positif dengan tingkat pengungkapan informasi sosialnya.⁴¹

b. Teori Sinyal Pada Profitabilitas

Teori sinyal dalam profitabilitas, teori ini memiliki di dalamnya memuat variabel yang berkaitan dengan prifitabilitas, dimana saat perusahaan dalam keadaan profitabilitas yang tinggi maka itu merupakan penanda bahwa keuangan perusahaan yang baik dan ini mampu

⁴⁰ Darmawan Kasirul Fadli Fauzan Haqiqi, "Analisis Pengaruh Likuiditas Dan Pemberian Kredit Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Bank BPR MEGA Mas Lestari Tahun 2016-2018 Kabupaten Karimun1," *juinal manajemen* 1, no. 1 (2020): 73–83.

⁴¹ Zuraidah Zuraidah Natalina, Sri Anugrah, "Analisa Dampak Faktor Makro Ekonomi: Inflasi dan Kurs pada Dua Era Pemerintahan terhadap Nilai Profitabilitas Perusahaan Perbankan Syariah (Studi pada Bank Umum Syariah Periode 2009-2018)," *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi* 20, no. 2 (2021): 289–302.

mengirim sinyal ke Investor. Memberikan petunjuk bagi investor bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

Tindakan manajer dalam memberikan informasi yang sama ke semua pihak bertujuan agar para investor yang telah menanamkan atau akan menanamkan sahamnya kepada suatu perusahaan dapat melihat prospek perusahaan dan dapat digunakan untuk mempertimbangkan dalam pengambilan keputusan mengenai investasinya.⁴²

c. Rasio Profitabilitas

Menghasilkan laba atau keuntungan yang paling besar adalah tujuan terakhir untuk mencapai tujuan perusahaan yang paling utama, bersama dengan sejumlah tujuan lain. Manajemen perusahaan dalam melakukan tugasnya harus mampu memenuhi target yang sudah ditetapkan sesuai dengan ketentuan dan bukan secara asal untung. Pengukuran tingkat keuntungan suatu perusahaan. Menggunakan rasio pengukuran profitabilitas.⁴³

Berdasarkan definisi diatas maka rasio profitabilitas sendiri mampu digunakan untuk mengetahui ukuran kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan keuntungan dari kegiatan yang dilakukan baik itu kegiatan didalam perusahaan maupun di luar perusahaan.

d. Ukuran Rasio Profitabilitas

Ukuran perusahaan bisa dilihat melalui rasio profitabilitas, maka hasil yang akan dicapai akan lebih sempurna, yang berarti bahwa kondisi

⁴² Dahlia Br Pinem Rachmawati, Dwi, "Pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan," *Jurnal Equity* 18, no. 1 (2015): 1–18.

⁴³ Mitha Christina Ginting, "Peranan Modal Kerja Dalam Meningkatkan Profitabilitas," *jurnal manajemen* 4, no. 2 (2018): 187–96.

profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan baik. Menurut Kasmir profitabilitas dapat diukur dengan rasio sebagai berikut:⁴⁴

1. *Return On Assets* (ROA)

Pengukuran rasio menggunakan ROA bisa diketahui dengan semakin kecil rasio di dalam suatu perusahaan, maka itu bisa dikategorikan kurang baik. Sebaliknya jika rasio semakin besar maka ukuran perusahaan bisa dikatakan baik. Cara pengukuran rasio ini yaitu sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

2. *Return On Equity* (ROE)

Hasil dalam pengembalian ekuitas atau ROE atau juga bisa disebut kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau *rentabilitas*. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik. Posisi pemilik semakin kuat di perusahaan, dan sebaliknya. Cara penghitungannya sebagai berikut:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. *Net Profit Margin* (NPM)

Margin laba bersih disini dapat didefinisikan sebagai sebuah pengukuran agar dapat mengetahui keuntungan yang dilakukan dengan cara melakukan perbandingan penjualan terhadap laba dan pajak. Cara pengukuran rasio ini yaitu dengan :

⁴⁴ Ibid.,

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

4. *Gross Profit Margin (GPM)*

Margin laba kotor dapat dihitung dengan membandingkan penjualan bersih lalu dikurangi dengan harga pokok penjualan dengan penjualan bersih, atau dengan menghitung rasio antara laba kotor dan penjualan bersih. Cara pengukuran rasio ini dengan sebagai berikut:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Penjualan Bersih HPP}}{\text{Penjualan Bersih}}$$