

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Konsep teori keagenan (*agency theory*) menurut Supriyono (2018:63) dalam taufiqurahman (2022) yaitu hubungan kontraktual antara prinsipal (pemberi kontrak) dan agen (penerima kontrak). Hubungan ini dilakukan untuk suatu jasa dimana *principal* memberi wewenang kepada agen mengenai pembuatan keputusan. Sama halnya dengan teori entitas (*entity theory*) menurut Suwardjono (2010), teori ini hanya memandang entitas sebagai sesuatu yang terpisah dan berbeda dari pihak yang menanamkan modal dalam perusahaan dan unit usaha itulah yang menjadi pusat perhatian yang menyajikan informasi yang harus dilayani, bukan pemilik. Unit usaha (*entity*) itulah yang dianggap memiliki kekayaan dan kewajiban perusahaan baik kepada kreditor maupun pemilik.

Tujuan dari dipisahkannya pengelolaan dari kepemilikan perusahaan yaitu agar pemilik perusahaan memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan biaya yang efisien, apabila perusahaan menggunakan biaya dan utang dengan efisien maka perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba perusahaan. Begitupun sebaliknya, apabila tidak efisien dalam pengelolaan biaya dan utang maka perusahaan akan mengalami kerugian mungkin dengan dikelolanya perusahaan oleh tenaga profesional. Tenaga profesional bertugas untuk kepentingan perusahaan dan memiliki keleluasaan dalam menjalankan manajemen perusahaan yang berperan sebagai agennya pemegang saham. Semakin besar perusahaan yang dikelola maka akan memperoleh laba, semakin besar pula manfaat yang didapatkan agen. Sementara pemilik perusahaan (pemegang saham) menurut Tandiontong (2016) hanya bertugas mengawasi dan memonitor jalannya perusahaan yang dikelola oleh manajemen serta mengembangkan sistem insentif bagi pengelola manajemen untuk memastikan bahwa mereka bekerja demi kepentingan perusahaan.

2.2 Penjualan

Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, mempengaruhi, dan memberi petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produksi yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua pihak (Moekijat, 2000:488). Pengertian penjualan menurut Sumiyati dan Yatimatun (2021:2), adalah pembelian suatu (barang atau jasa) dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Menurut Kasmir (2018:305), mendefinisikan penjualan adalah omzet barang dan jasa yang dijual dalam unit ataupun dalam rupiah. Sedangkan menurut Jumingan (2019:32), mendefinisikan penjualan adalah penghasilan utama dari perusahaan dagang, perusahaan jasa atau perusahaan industri berupa hasil penjualan barang atau jasa kepada pembeli, langganan, penyewa, dan pemakai jasa lainnya. Jadi pendapat dari beberapa para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan yaitu penghasilan utama yang berupa dari hasil penjualan barang dan jasa.

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya bisa menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencari laba, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Menurut Basu Swastha DH (2004:404), tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

1. Mencapai volume penjualan.
2. Medapatkan laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Untuk mengetahui penjualan yang didapatkan diperlunya menghitung penjualan. Dalam penelitian ini menggunakan rumus menghitung penjualan “Menurut Mulyadi (2015:67) sebagai berikut:

$$\text{Penjualan} = \text{Volume penjualan} / \text{total unit} \times \text{Harga}$$

2.3 Volume Penjualan

Volume penjualan menurut Daryono (2011) merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yanggg dijual. Pengertian volume

penjualan menurut John Downes dan Jordan Elliot Goodman yang diterjemahkan oleh Susanto (2000), yaitu: Volume penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu. Sedangkan volume penjualan menurut Assegaf (2001), menyatakan Volume penjualan adalah jumlah unit yang terjual dari unit produksi suatu pemindahan dari pihak produk ke pihak konsumen, dan tetap pada suatu periode tertentu. Menurut Daryanto (2011) definisi Volume penjualan adalah volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

$$\text{Volume Penjualan} = \text{Jumlah Unit Terjual} \times \text{Periode Waktu}$$

A. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan, perusahaan perlu menetapkan hasil dalam penjualan yang harus dicapai untuk periode tertentu, biasanya dalam satu tahun. Target bisnis ini sangat penting untuk pengaturan keuangan, juga merupakan bantuan dalam memutuskan latihan yang harus dilakukan untuk mencapai volume transaksi yang ditentukan. Faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan meliputi:

- a. Kondisi dan Kemampuan Penjual,
- b. Kondisi Pasar,
- c. Modal,
- d. Kondisi Organisasi Perusahaan.

Menurut Rustami (2014), Faktor penting dalam memengaruhi volume penjualan adalah saluran distribusi yang bertujuan untuk melihat peluang pasar yang dapat memberikan manfaat paling tinggi. Biasanya, penyebaran pengalihan yang lebih luas akan menghasilkan biaya yang lebih besar, tetapi semakin luas saluran distribusi, maka perusahaan akan semakin dirasakan oleh area lokal yang lebih luas dan mendukung peningkatan proyeksi pemasaran yang pada akhirnya mempengaruhi perluasan volume penjualan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan sebagai berikut ini:

- a. Harga jual

Faktor nilai jual sangat penting dan mempengaruhi kesepakatan tenaga kerja dan produk yang dibuat. Terlepas dari apakah tenaga kerja dan produk yang disajikan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh pelanggan yang objektif.

b. Produk.

Produk adalah salah satu komponen yang mempengaruhi tingkat volume transaksi karena tenaga kerja dan produk yang disajikan oleh organisasi sesuai dengan tingkat kebutuhan pembeli.

c. Biaya promosi

Biaya promosi adalah kegiatan dalam suatu perusahaan yang dimaksudkan untuk memberikan data untuk meyakinkan orang lain tentang organisasi yang dirujuk dan tenaga kerja serta produk yang diiklankan.

d. Saluran distribusi

Saluran distribusi adalah kegiatan suatu perusahaan untuk meneruskan aset untuk menyalurkan barang dagangan yang disajikan oleh perusahaan kepada pembeli yang diujinya.

e. Mutu.

Kualitas dan sifat barang dagangan merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi volume penjualan. Dengan kualitas yang hebat, pelanggan akan tetap setia pada hasil suatu perusahaan, begitu juga sebaliknya jika sifat barang yang ditawarkan tidak dapat diterima, pembeli akan beralih ke barang yang berbeda.

2.4 Biaya Operasional

Biaya operasional merupakan biaya yang terdiri atas biaya iklan, biaya penyusutan dan pemeliharaan. Penggolongan biaya operasional ada 2 meliputi biaya produksi, biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau semua biaya dalam rangka pengolahan bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual. Kedua biaya non-produksi umumnya biaya jenis ini meliputi biaya pemasaran (biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan penjualan produk), biaya administrasi dan umum (biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran).

Menurut Supriyono (2011) Biaya Operasional adalah biaya yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan modal kerja. Menurut Adhariani (2012) memberikan definisi yang membedakan beban penjualan adalah “Biaya Operasional langsung adalah suatu objek biaya terkait dengan suatu objek biaya dan dapat dilacak ke objek biaya tertentu dengan volume penjualan yang layak volume penjualan ekonomis (biaya-efektivitas)”. Sedangkan beban penjualan tidak langsung didefinisikan sebagai “Beban penjualan tidak langsung adalah suatu objek biaya berkaitan dengan suatu objek biaya namun tidak dapat dilacak ke objek biaya tertentu dengan volume penjualan yang layak volume penjualan ekonomis (biaya-efektifitas)”.

Menurut Mia (2017) Menyatakan biaya operasional adalah biaya yang menunjukkan sejauh mana efisiensi pengelolaan usaha. Biaya penjualan dan biaya administrasi berhubungan dengan operasi yang dilakukan. Adapun rumus menghitung biaya operasional Menurut Mia (2017) adalah sebagai berikut:

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

Adapun penjelasan dari rumus biaya operasional adalah sebagai berikut:

- a. Biaya penjualan: biaya - biaya yang terkait langsung dengan aktivitas toko atau aktivitas yang mendukung operasional penjualan barang dagangan.
- b. Biaya umum dan administrasi: dikeluarkan dalam rangka mendukung aktivitas urusan kantor (administrasi) dan operasi umum.

2.5 Laba

Menurut Harahap (2011:276) laba adalah sebagai jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi. Laba adalah peningkatan dari pertukaran transaksi yang tidak disengaja dan bukan pergerakan utama dan dari pertukaran atau peristiwa lain yang mempengaruhi entity selama periode tertentu dengan pengecualian dari hasil atau spekulasi pemilik. Terlebih lagi, manfaat adalah perbedaan antara pendapatan atau penerimaan total dan jumlah seluruh biaya.

Laba adalah elemen yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk mempresentasi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Pengertian laba menurut Sundjaja (2003) menyatakan bahwa: Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba biasanya dilihat dari hubungan antara pendapatan dan biaya yang dihasilkan dari penggunaan aktiva perusahaan, baik aktiva tetap maupun aktiva lancar dalam kegiatan yang produktif. Laba perusahaan dapat ditingkatkan melalui peningkatan pendapatan dan pengurangan biaya. Laba perusahaan inilah yang akan meningkatkan dan mengembangkan usaha. Perusahaan akan memperoleh keuntungan lebih besar apabila perusahaan dapat memperluas pangsa pasar produknya. Laba merupakan keuntungan atau kelebihan yang diperoleh perusahaan. Dalam buku Sofyan Syafri Harahap yang berjudul Teori Akuntansi Laporan Keuangan, Committe on Terminology mendefinisikan: "Laba sebagai jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain, dan kerugian dari penghasilan operasi. Laba suatu perusahaan memegang peranan penting dalam menarik minat para investor untuk menginvestasikan uangnya dalam perusahaan".

A. Jenis-Jenis Laba

Laba dalam hubungan dengan perhitungan laba terdiri atas:

- a. Laba kotor, perbedaan antara pendapatan serta penjualan dengan pokok penjualan. Rumus: **Laba kotor = Total pendapatan – Total biaya barang yang dijual**
- b. Laba dari operasi, selisih di antara laba kotor dengan total beban operasi.
- c. Laba bersih, angka dalam perhitungan antara laba rugi untuk mencari laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dan dikurangi oleh beban lain-lain. Rumus: **Laba Bersih = Laba Kotor – Total Biaya Atau Laba Bersih = Total Pendapatan – Total Biaya**

B. Faktor yang mempengaruhi laba

- a. Biaya, biaya yang timbul dari perolehan mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- b. Harga jual, produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan.

- c. Volume penjualan, volume yang mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

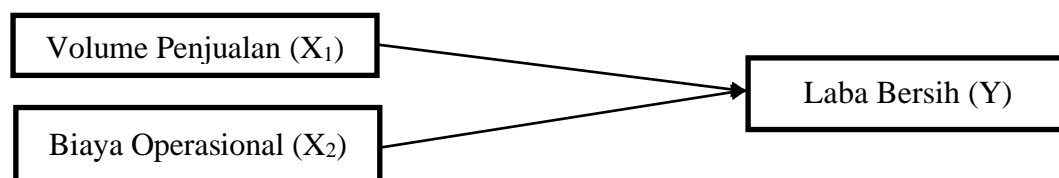
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Hasil
1	Susilawati & Mulyana (2018)	Pengaruh Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih PT Indocement Tunggul Prakarsa (Persero) Tbk Periode 2010-2017.	Deskriptif verifikatif dengan metode pendekatan kuantitatif.	Penjualan dan biaya operasional secara simultan dan parsial berpengaruh positif terhadap laba bersih.
2	Suzan & Siallagan (2022)	Pengaruh Biaya Operasional, Total Hutang dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih.	Deskriptif kuantitatif.	Secara simultan biaya operasional, total hutang, dan volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih dan secara parsial biaya operasional berpengaruh negatif signifikan terhadap laba bersih dan volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih, sedangkan total hutang tidak berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih.
3	roesnastiti	Pengaruh Volume Penjualan	Kuantitatif.	Secara parsial biaya

	(2021)	Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa efek indonesia.		operasional tidak berpengaruh signifikan terhadap laba bersih, dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan secara simultan volume penjualan dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
4	Suzan & Ayunina (2022)	Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Dan Komponennya Yang Terdaftar Pada Bursa efek indonesia Periode 2016-2019	Kuantitatif.	Secara simultan volume penjualan dan biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih. Secara Parsial, volume penjualan berpengaruh negatif terhadap laba bersih sedangkan biaya operasional berpengaruh positif terhadap laba bersih
5	Laili (2021)	Pengaruh Biaya Operasional, Biaya Produksi, Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa efek indonesia Periode 2015-2020	Kuantitatif.	Biaya produksi, volume penjualan dan biaya operasional secara simultan berpengaruh positif terhadap laba bersih.

2.7 Kerangka Berpikir

Menurut Sugiono (2019) Syahputri et al., (2023) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka berpikir dapat disajikan dalam bentuk bagan yang menunjukkan alur pikir peneliti serta keterkaitan antar variabel yang diteliti, yang biasa disebut dengan paradigma atau model penelitian.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

(Sumber: Diolah Penulis)

2.8 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau pernyataan sementara yang digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dalam penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris (Mawardi, 2022) Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

2.8.1 Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih

Penjualan merupakan saat yang kritis dalam operasi perusahaan sehingga menjadi standar utama dalam pengakuan pendapatan (Suwardjono, 2015). Hal ini yang menjadi tolok ukur peningkatan laba pada perusahaan yaitu peningkatan laba tidak terlepas dari indikator-indikator yang mendukungnya yaitu pendapatan. Ada hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, karena dalam hal ini akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Faktor utama yang mempengaruhi laba besar kecilnya laba adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan dagangan (Suwardjono, 2015).

Volume penjualan dan biaya sangatlah berpengaruh terhadap laba bersih. Budi Raharjo (2000:33) dalam Rachman & Basyirudin (2020) menyatakan 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 diperoleh dari hasil penjualan barang dagang. Hal ini dapat dibuktikan dengan nominal laba bersih setiap tahunnya meningkat seiring dengan meningkatnya volume penjualan.

H₁: Terdapat Pengaruh Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan.

2.8.2 Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih

Biaya operasional adalah biaya atau beban yang mempunyai peran besar dalam memprovokasi keberhasilan perusahaan guna menjangkau tujuannya. Karena, produk yang didapatkan perusahaan melewati proses produksi yang panjang dan produk harus sampai di konsumen melewati serangkaian kegiatan yang saling menunjang.

Perolehan laba bersih sangat ditentukan oleh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Menurut hasil penelitian Costaco (2020) menyatakan bahwa semakin biaya bisa ditekan seminimal mungkin akan berpengaruh terhadap meningkatnya laba bersih perusahaan. Apabila suatu perusahaan dapat menekan biaya operasional sekecil mungkin, maka suatu perusahaan akan dapat meningkatkan laba bersih secara optimal, demikian sebaliknya bila terjadi pemborosan terhadap biaya maka akan menyebabkan laba menurun.

H₂: Terdapat Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan.