

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan untuk penelitian selanjutnya, sehingga peneliti dapat membandingkan hasil penelitiannya. Berikut adalah ringkasan dari penelitian terdahulu yang dijelaskan pada tabel 2.1

**Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu**

No	Judul, Peneliti, tahun	Variabel/fokus penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar) Yonnade Arga Putra (2014)	Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah	Deskriptif Kuantitatif	Hasil dari penelitian menyatakan ada pengaruh biaya produksi dan penjualan secara bersama-sama terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar dapat diterima kebenarannya.
2.	Analisis Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas Perusahaan. Lukman Hidayat, suhandi salim (2013)	Biaya Produksi Dalam Meningkatkan Profitabilitas	Deskriptif Kualitatif dan kuantitatif	Karena tidak dapat menggunakan peningkatan penjualan sebagai cara untuk meningkatkan profitabilitasnya, maka perusahaan harus berupaya mengefisienkan biaya produksi untuk meningkatkan laba, karena dengan biaya produksi yang efisien akan mengurangi jumlah pengeluaran. Dilanjutkan perlu menaikkan harga dan mengurangi kualitas.

3.	Hubungan Biaya Produksi dengan Pendapatan Usaha Ternah Ayam Kampung (Studi Kasus di Desa Pungkol, Kecamatan Tatapan, Kabupaten Minahasa Selatan) Nansi M. santa, Anie Makalew, Ooulla O. V. Waleleng (2014)	Biaya Produksi dengan Pendapatan Usaha Ternah ayam	Deskriptif kualitatif	Kesimpulannya bahwa hubungan biaya produksi dengan pendapatan sangat erat pada usaha ternak ayam kampung.
4.	Analisis harga pokok produksi dan keuntungan usaha ternak ayam ras pedaging (studi kasus pada pola kemitraan dan non kemitraan di kecamatan bandar mataram kabupaten lampung tengah) Dewi Irasanti (2019)	Harga pokok produksi dan keuntungan usaha ternak ayam ras pedaging	Deskriptif kualitatif	Harga pokok produksi (HPP) ternak ayam ras pedaging pola kemitraan lebih rendah dibandingkan dengan nonkemitraan
5.	Analisis Penerapan Metode <i>Process Costing System</i> Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi Ban Vulkanisir Sistem Dingin PT. Alkarin Mariendal. Dewi Amorita (2011)	Penerapan Metode <i>Process Costing System</i> Dalam Penentuan Harga Pokok Produksi.	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan pengalokasian biaya-biaya masih belum sesuai dikarenakan masih adanya biaya yang tidak dimasukkan dalam harga pokok produksi. sehingga harga pokok produksi menjadi lebih kecil, Dimana biaya tersebut dimasukan kedalam beban operasional.

Dilanjutkan

Lanjutan 2.1

6.	<p>Analisis Biaya Produksi dengan pendekatan <i>theory of constraint</i> untuk meningkatkan laba (studi pada PG. Krebbe Baru Malang) Rina Moestika Setyaningrum dan Muhammad Fauzan Hamidy (2011)</p>	<p>Biaya Produksi Dengan Pendekatan <i>Theory Of Constraintt</i> Untuk Meningkatkan Laba</p>	<p>Deskriptif Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan <i>theory of constraint</i> dalam usahannya meningkatkan laba perusahaan telah memberikan imlementasi suatu sistem yang dapat meminimalisasi biaya produksi berdasarkan aktivitasnya dalam sebuah proses produksi.</p>
7.	<p>Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan Terhadap Laba Kotor Mukhlisotul Jannah (2018)</p>	<p>Biaya Produksi Dan Tingkat Penjualan</p>	<p>Deskripsi Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh. Jadi ketika perusahaan meningkatkan volume produksinya, maka otomatis membutuhkan biaya produksi yang banyak atau biaya produksi akan mengalami peningkatan.</p>
8.	<p>Analysis of Production Cost Control and Its Effect on Factory Profit Milling (PP) Srikandi Palembang. Wijaya, Yuke Oktalina (2013)</p>	<p>Analysis of the reports of the production cost in the form of raw material cost, labor cost and factory overhead cost and use the budget report production cost.</p>	<p>Descriptive Qualitative</p>	<p>Based on the result of the analysis the author did, the allocation of production costs on PP Srikandi Palembang is ot appropriate because there are general and administrative cost it should not be included in the cost production, but included in the</p>

Dilanjutkan

Lanjutan 2.1

				costs company operation. Incorrect allocation the presentation of production cost causes the production cost presented bt the company more bigger than it should be.
--	--	--	--	--

Sumber: Berbagai literatur penelitian

Persamaan:

1. Penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama menggunakan fokus penelitian.
2. Dari beberapa penelitian diatas sama-sama menggunakan metode kualitatif seperti pada penelitian ini.

Perbedaan:

1. Dalam pemilihan objek penelitian ini, berbeda dengan objek pada penelitian terdahulu.
2. Penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat perbedaan pada tahun pengamatan.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Konsep Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan bagian dari dua tipe akuntansi, yaitu akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Akuntansi biaya melengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas- aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas dan efisiensi, serta membuat keputusan keputusan yang bersifat rutin maupun strategis Mulyadi (2012)

1. Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2012), akuntansi biaya mempunyai tiga tujuan pokok, yaitu:

a. Penentuan Harga Pokok Produk

Agar tujuan penentuan harga pokok produk dapat terpenuhi, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk. Biaya

yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang terjadi di masa lalu atau historis. Unsur unsur harga pokok produksi digolongkan menjadi tiga, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Tujuan dari perhitungan harga pokok produk menurut (Mulyadi, 2012) adalah:

- (a) Untuk memberikan bantuan guna mendekati harga yang dapat dicapai
- (b) Untuk menilai harga-harga yang dapat dicapai atau ditawarkan dari pendirian ekonomi perusahaan itu sendiri
- (c) Untuk menilai penghematan dari proses produksi
- (d) Untuk menilai barang yang masih dikerjakan
- (e) Untuk penetapan yang terus-menerus dan analisis dari hasil perusahaan

b. Pengendalian Biaya

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang sesungguhnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk. Setelah biaya yang seharusnya ini ditetapkan, akuntansi bertugas untuk membantu apakah pengeluaran biaya sesungguhnya telah terkendali atau tidak.

c. Pengambilan Keputusan Khusus

Akuntansi untuk pengambilan keputusan khusus menyajikan biaya masa yang akan datang (*future cost*). Untuk memenuhi kebutuhan manajemen dalam pengambilan keputusan, akuntansi biaya mengembangkan konsep informasi biaya untuk pengambilan keputusan, seperti biaya kesempatan (*opportunity cost*), biaya hipotesis (*hypothetical cost*), biaya tambahan (*incremental cost*), biaya terhindarkan (*avoidable cost*), dan pendapatan yang hilang (*forgone revenue*).

2. Perilaku Biaya

Perilaku biaya (*cost behavior*) adalah istilah umum untuk mendeskripsikan apakah biaya berubah seiring dengan perubahan keluaran. Baldric Siregar, dkk (2013:73) menyatakan bahwa pengertian dari perilaku biaya adalah pola yang menggambarkan bagaimana jumlah biaya bervariasi atas perubahan aktivitas bisnis.

3. Jenis-jenis Perilaku Biaya

a. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

Biaya variabel merupakan suatu biaya yang dikeluarkan secara berulang-ulang atau menyesuaikan pada jumlah barang yang di produksi, seperti biaya sapronak yaitu biaya pembelian DOC, biaya pakan, biaya tenaga kerja, biaya obat-obatan dan biaya lain (air, listrik dan lain-lain) Menurut Soekartawi (2006) dalam Lusi Dwi Windasari (2009). Biaya variable biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan aktivitas dan volume produksi, sementara jumlah perunitnya tidak berubah. Berdasarkan definisi di atas dapat ditekan bahwa biaya variable total berubah proporsional dengan perubahan aktivitas, biaya variable per uni tidak berubah walaupun aktviitas berubah.

b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang harus dikeluarkan peternak yang penggunaannya tidak habis dalam masa satu kali produksi, yang termasuk dalam biaya tetap ialah biaya peralatan yang meliputi: biaya pembuatan kandang ayam, tempat pakan, minum, biaya mesin, serta upah dan gaji tetap untuk tenaga kerja atau karyawan, dll. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dinyatakan bahwa jumlah biaya tetap total tidak berubah dalam kisaran relevan tertentu meski tingkat aktivitas berubah. Biaya tetap per unit berubah dengan berubahnya tingkat aktivitas. Besar biaya tetap

dipengaruhi oleh kondisi perusahaan dalam jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen.

c. Biaya semi variabel

Sejumlah biaya yang perubahan biayanya ditentukan dan sekaligus tidak ditentukan oleh besarnya aktivitas operasional perusahaan. Maksudnya suatu item biaya dalam jumlah tertentu sudah menjadi biaya tetap sedangkan selebihnya adalah unsur semi variabel. Contoh biaya operasional, meliputi biaya gas, sekam, biaya listrik (listrik untuk penerangan = biaya tetap, listrik untuk menggerakkan mesin pabrik = biaya variabel).

4. Prinsip biaya (*cost principle*)

Prinsip biaya merupakan biaya perolehan/akuisisi, atau biaya historis berdasarkan perhitungan yang sesuai untuk memperhitungkan akuisisi dari semua barang/jasa, beban, ekuitas dan biaya. Biaya adalah jumlah yang diukur dalam uang, dari kas yang dikeluarkan atau properti lain yang terjadi, biaya yang belum habis masa berlakunya adalah biaya yang berkaitan dengan produksi pendapatan dimasa depan. Sedangkan biaya yang sudah habis masa berlakunya tidak berkaitan dengan produksi pendapatan dimasa depan, dan karena itu di perlakukan sebagai pengurang dari pendapatan sekarang atau di bebaskan terhadap laba ditahan.

Berdasarkan prinsip biaya, nilai perolehan atau nilai historis yang menjadi dasar penilaian untuk pengakuan atas perolehan barang, jasa yang dinilai berdasarkan harga pertukarannya pada saat terjadinya transaksi. Prinsip biaya dapat dibenarkan dari segi

objektivitasnya maupun relevansinya, objektivitas biaya dapat dicapai sebab biaya merupakan informasi yang dapat diperiksa melalui pemeriksaan atas bukti pengeluaran biaya.

2.2.2. Konsep Biaya Produksi

1. Pengertian Biaya Produksi

Menurut Hansen dan Mowen menyatakan bahwa Biaya produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Biaya produksi dapat diklarifikasi sebagai biaya produksi langsung, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang di keluarkan oleh perusahaan untuk mendanai aktivitas produksi. Biaya produksi di harapkan bisa minimal, tetapi harus di pahami secara integratif dengan hasil produksi. Produksi dan biaya produksi bagaikan keping mata uang logam bersisi dua. Jika produksi berbicara tentang fisik penggunaan faktor produksi, biaya mengukurnya dengan nilai uang. Dalam hal ini di maksudkan bahwa perbandingan antara hasil produksi harus melebihi dari biaya yang di keluarkan dan sejauh dalam rasio perbandingan tersebut biaya di harapkan bisa minimal. Biaya yang meningkat tidak selalu buruk, asal peningkatan biaya tersebut berdampak terhadap peningkatan produksi yang lebih besar.

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik.

Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya utama, sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik disebut dengan istilah biaya konversi yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi. Dalam melakukan usahatani, setiap petani pasti akan mengeluarkan biaya-biaya, yang disebut dengan biaya produksi. Biaya produksi ini terdiri dari bermacam-macam namun memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk meningkatkan hasil produksi usahatani tersebut. Jadi besarnya biaya ini tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang diperoleh, sedangkan biaya tidak tetap dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi yang diperolehnya. Biaya tetap adalah sewa tanah, pajak, alat-alat pertanian, iuran irigasi, dan lainnya. Biaya tidak tetap terdiri dari biaya sarana produksi, biaya tenaga kerja, biaya panen, biaya angkutan.

Kata Produksi merupakan kata serapan dari bahasa Inggris, yaitu *production*. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, kata produksi diartikan sebagai proses mengeluarkan hasil; penghasilan. Di samping itu, terdapat dua makna lain dari produksi yaitu hasil dan pembuatan.

Pengertian produksi tersebut mencakup segala kegiatan, termasuk prosesnya, yang dapat menciptakan hasil, penghasilan dan pembuatan. Oleh karena itu, produksi meliputi banyak kegiatan seperti pabrik membuat sekian pasang sepatu, ibu rumah tangga memasak makanan untuk santapan, malam keluarga, petani memanen padi di sawah, dan lain sebagainya.

2. Macam-macam Biaya Produksi

Menurut Daniel (2014:56), biaya produksi dinyatakan sebagai kompensasi yang diterima oleh para pemilik faktor-faktor produksi, atau biaya yang dikeluarkan oleh

petani dalam proses produksi, baik secara tunai maupun tidak tunai. Biaya tetap adalah jenis biaya yang besar kecilnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi, misalnya sewa yang berupa uang, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya berhubungan dengan besarnya produksi, misalnya bibit, pupuk, obat-obatan dan sebagainya. Biaya dalam usaha tani dapat dibedakan menjadi beberapa macam yaitu:

- a. Biaya tetap, biaya yang harus dikeluarkan oleh para petani yang penggunaannya tidak habis dalam masa satu kali produksi, seperti kandang, peralatan, upah karyawan, pajak lahan dan bangunan.
- b. Biaya variabel, yaitu biaya yang besar dan kecilnya tergantung pada jumlah produksi seperti biaya pakan, obat-obatan, vaksin, listrik, sekam dll.

3. Fungsi Biaya

Fungsi Produksi menunjukkan hubungan antara jumlah faktor produksi (masukan) dan jumlah produksi (luaran) tertentu. Hubungan ini merupakan hubungan teknis antara masukan dan luaran. Pada umumnya ekonomi memperhatikan fungsi produksi secara mikro yaitu melihat hubungan antara masukan dan luaran dalam suatu produksi. Biaya dalam ilmu ekonomi adalah pengorbanan untuk menghasilkan sesuatu, baik yang berwujud uang maupun bukan. Analisa biaya berhubungan antara biaya dengan kegiatan produksi. Penertian biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan.

4. Tujuan Produksi

Tujuan barang dan jasa diproduksi yaitu:

- a. Memenuhi Kebutuhan manusia manusia memiliki beragam kebutuhan terhadap barang dan jasa. Itu semua harus dipenuhi dengan kegiatan produksi. Apalagi jumlah manusia terus bertambah.
- b. Mencari keuntungan/laba dengan memproduksi barang dan jasa, produsen (orang yang memproduksi) berharap bisa menjualnya dengan memperoleh laba sebanyak-banyak.
- c. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan Produksi barang dan jasa, produsen akan memperoleh pendapatan dan laba dari penjualan produknya. Pendapatan dan laba tersebut dapat digunakan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan termasuk kehidupan para karyawan.
 - d. Meningkatkan mutu dan jumlah produksi Produsen selalu berusaha memuaskan keinginan konsumen. Dengan berproduksi, produsen punya kesempatan melakukan uji coba/eksperimen untuk meningkatkan mutu sekaligus jumlah produksinya agar lebih baik dari produksi sebelumnya.

2.2.3. Konsep Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan pemberian sesuatu barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak yang menerima barang atau jasa tersebut. Menurut Hery (2014) pendapatan adalah arus masuk aktiva atau peningkatan aktiva lainnya atas aktiva atau penyelesaian kewajiban entitas (atau kombinasi dari keduanya) dari pengiriman barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.

Menurut Iman Santoso, pendapatan adalah arus masuk atau penambahan aktiva atau penyelesaian suatu kewajiban atau kombinasi dari keduanya yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau aktivitas-aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi inti yang berkelanjutan dari suatu perusahaan. Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dikenal dengan sebutan yang berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa (fees), bunga, deviden, royalti, dan sewa". Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa penjualan merupakan bagian dari pendapatan. Secara umum definisi penjualan dapat diartikan sebagai sebuah usaha atau langkah konkrit yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik itu berupa barang ataupun jasa dari produsen kepada konsumen sebagai sasarannya.

Tujuan utama penjualan yaitu mendatangkan keuntungan atau laba. Menurut Irham Fahmi, penjualan merupakan penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai bahan pertimbangan. Jadi, 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.

2. Pencatatan Penjualan

Pencatatan transaksi penjualan tergantung kepada metode yang digunakan dalam penilaian persediaan yaitu metode periodik/fisik dan metode perpetual. Dalam metode penilaian persediaan perpetual, setiap penjualan akan langsung mengurangi

nilai persediaan. Akibatnya jumlah barang yang tersedia untuk dijual dan jumlah yang telah dijual secara terus menerus tercantum dalam catatan persediaan.

Jurnal untuk mencatat transaksi penjualan yaitu pertama, mendebit kas bila penjualan dilakukan secara tunai, atau mendebit piutang usaha bila penjualan dilakukan secara kredit, dan mengkredit penjualan; kedua mendebit harga pokok penjualan dan mengkredit persediaan. Pada saat terjadi retur dan potongan penjualan, jurnal yang dibuat yaitu pertama, mendebit retur dan potongan penjualan dan mengkredit piutang usaha; kedua, mendebit persediaan dan mengkredit harga pokok penjualan. Pada saat pembayaran dilakukan oleh pembeli pada periode diskon, jurnal yang dibuat adalah mendebit kas dan diskon penjualan dan mengkredit piutang usaha.

Dalam metode penilaian persediaan periodik/fisik, setiap penjualan tidak langsung mengurangi nilai persediaan, akibatnya catatan persediaan tidak memperlihatkan jumlah yang tersedia untuk dijual atau yang telah dijual sepanjang periode tersebut. Akan tetapi dilakukan perhitungan fisik atas persediaan yang masih tersisa pada akhir periode. Pada saat terjadi penjualan, jurnal yang dibuat hanya mendebit kas bila dilakukan secara tunai, atau mendebit piutang usaha bila penjualan dilakukan secara kredit, dan mengkredit penjualan.

Pada saat terjadi retur dan potongan penjualan, jurnal yang dibuat juga hanya mendebit retur dan potongan penjualan dan mengkredit piutang usaha. Pada saat pembayaran dilakukan oleh pembeli pada periode diskon, jurnal yang dibuat sama dengan jurnal yang dibuat pada metode penilaian persediaan perpetual, yaitu mendebit kas dan diskon penjualan dan mengkredit piutang usaha.

3. Jenis-jenis Penjualan

Ada beberapa jenis penjualan menurut Basu Swasta (2014), yaitu:

a. 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 peragaan produk baru.

b. Missionary Selling

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Dalam hal ini perusahaan yang bersangkutan memiliki penyalur sendiri dalam pendistribusian produknya.

c. Technical Selling

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat pada pembeli akhir dari barang dan jasanya dengan menunjukkan bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

d. New Business Selling

Berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. jenis ini sering dipakai oleh perusahaan asuransi.

e. Renponsive Selling

Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus pada pembeli ulang.

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

- 1) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
- 2) Harga produk.
- 3) Syarat penjualan seperti: pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

b. Kondisi Pasar

Faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- 1) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar penjual, pasar industri, pasar pemerintah atau pasar internasional.
- 2) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- 3) Daya belinya.
- 4) Frekuensi pembelian.
- 5) Keinginan dan kebutuhan.

c. Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal. Penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya

ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk perusahaan.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan.

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

e. Faktor lain.

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

2.2.4. Konsep Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Harga jual merupakan sejumlah uang yang bersedia diperoleh oleh pedagang dan bersedia dibayar oleh pembeli. Harga jual merupakan nilai yang tercermin dalam daftar harga dan harga sendiri merupakan nilai akhir yang akan diperoleh perusahaan sebagai hasil pendapatan atau *net price*. Harga jual merupakan perhitungan dari biaya administrasi, harga pokok barang yang dijual, biaya penjualan, serta laba yang diinginkan. Harga dalam teori ekonomi, harga nilai barang dan *faedah* merupakan istilah yang saling berhubungan, *faedah* adalah atribut suatu barang yang dapat memuaskan kebutuhan, sedangkan nilai yaitu luapan secara kuantitatif terhadap kekuatan suatu barang untuk dapat menarik harga lain dalam pertukaran (Menurut Philip Kotler 2001 dalam Mia Aprilia 2018)

Sedangkan harga jual adalah nilai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang dan jasa atau harga jual adalah jumlah finansial yang dibebankan oleh biro usaha kepada pembeli ataupun pelanggan atas barang atau jasa yang dijual ataupun diserahkan. Konsep lain menunjukkan jika harga sebuah barang yang dibayar pelanggan dapat memberikan suatu hasil yang memuaskan, hingga penjualan total akan berada pada tingkat yang memuaskan dan diukur dalam nilai rupiah sehingga dapat menciptakan langganan. Karena pada dasarnya harga jual mesti dapat menutupi biaya penuh yang ditambahkan dengan keuntungan yang wajar (Menurut Mulyadi 2001 dalam Mia Aprilia 2018).

2. Metode Penetapan Harga Jual

Terdapat beberapa metode penetapan harga yang sering digunakan yaitu: penetapan harga yang berdasarkan pada biaya, break even pricing (BEP) atau *Target Pricing* (harga target) merupakan harga yang telah ditentukan berdasarkan pada titik impas dan *Perceived Value Pricing* (dirasakan nilai harga) yang dapat ditentukan oleh persepsi pembeli terhadap produk yang ditawarkan (Menurut Kamir 2001 dalam Mia Aprilia 2018). Harga tersendiri memiliki suatu peranan utama bagi pembeli dalam metode pengambilan kesimpulan yakni:

a. Penetapan Harga Biaya Plus (*Cost-Plus Pricing Method*)

Metode ini untuk menentukan harga jual per unit produk dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang dikehendaki pada unit tersebut, atau disebut margin.

b. Penetapan Harga Mark-Up (*Mark-Up Pricing Method*)

Penetapan harga mark-up ini hampir sama dengan penetapan harga biaya plus. Biasanya yang lebih banyak menggunakan penetapan harga mark-up ini para pedagang atau perusahaan perdagangan.

c. Penetapan Harga Break-even (*Break-Even Pricing*)

Adalah cara penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya. Suatu usaha dapat dikatakan dalam keadaan break-even apabila penghasilan yang diterima sama dengan ongkosnya, dengan anggapan bahwa harga jualnya sudah ditentukan. Cara penetapan harga break-even ini dapat anda terapkan dengan menggunakan beberapa “syarat” tertentu, yaitu: Seluruh biaya usaha anda dapat digolongkan ke dalam biaya variabel dan biaya tetap, Seluruh barang yang anda produksi akan terjual dan biaya variabel per unitnya tetap.

d. Penetapan Harga dalam Hubungannya dengan Pasar

Dimana yang dimaksudkan dalam menggunakan cara ini, penentuan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi sebaliknya harga yang menentukan biaya bagi suatu usaha.

Menurut Philip Kotler (2001) dalam Mia Aprilia (2018) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu jenis produk atau jasa untuk jumlah kualitas yang ditukar pelanggan atas manfaat karena menggunakan atau memiliki produk ataupun jasa tersebut. Dimasa lalu harga telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini masih berlaku dalam negara-negara miskin, namun faktor non harga kini telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa ini. Dalam artianya harga (*price*) yaitu sebesar dan yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Harga

produk ataupun jasa dapat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga dapat berpengaruh terhadap pemahaman pembeli dan pemastian posisi suatu merk.

Harga dapat berubah-ubah dengan cepat karena harga merupakan elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, pada saat yang sama penetapan harga dan juga persaingan harga merupakan masalah utama yang telah dihadapi banyak eksekutif pemasaran. Harga kini telah menjadi suatu ukuran bagi setiap customer ketika mengalami kesulitan yang telah ditawarkan dalam memenuhi suatu kebutuhan apabila barang yang diinginkan konsumen dengan barang yang memiliki kualitas atau mutu yang baik maka harga tersebut mahal, begitu sebaliknya jika yang diinginkan konsumen merupakan barang dengan kualitas yang biasa saja bahkan dengan kualitas rendah maka harga yang didapatkan tidak terlalu mahal.

Kesalahan dalam menentukan suatu kualitas harga maka dapat menimbulkan berbagai macam akibat dan dampaknya bejangkau jauh, usaha penentuan harga yang melampaui etika dapat memicu pelaku usaha tidak disukai customer. Para customer dapat melakukan sebuah reaksi yang dapat menjebloskan nama baik penjual, apabila harga tidak berada pada pelaku usaha melainkan berada pada kewajiban pemerintah, hingga penentuan harga yang tidak diinginkan oleh para konsumen (dalam hal ini sebagian masyarakat) bisa menjadikan suatu reaksi penolakan bagi banyak orang atau sebagian kalangan yang diungkapkan dalam berbagai macam respon yang kadang cenderung kepada reaksi anarkis atau kekerasan yang telah melanggar norma hukum.

Menurut Usman (2002), efisiensi usaha ternak ayam broiler dapat dipengaruhi oleh skala usaha, apabila dalam skala usaha ternak ayam boiler semakin besar maka semakin

efisien ternak ayam broiler, atau kata lain apabila semakin besar skala usaha ternak broiler semakin menguntungkan.

2.2.5. Konsep Laba

1. Pengertian Laba

Menurut Soemarso (2010) mendefinisikan laba sebagai berikut: 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.”

Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Pengertian laba menurut Harahap “kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi”. Sementara pengertian laba yang dianut oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah selisih pengukuran pendapatan dan biaya. Besar kecilnya laba sebagai pengukur kenaikan sangat bergantung pada ketepatan pengukuran pendapatan dan biaya.

Laba sebagai suatu alat prediktif yang membantu dalam peramalan laba mendatang dan peristiwa ekonomi yang akan datang. Nilai laba di masa lalu, yang didasarkan pada biaya historis dan nilai berjalan, terbukti berguna dalam meramalkan nilai mendatang. Laba terdiri dari hasil operasional atau laba biasa dan hasil-hasil nonoperasional atau keuntungan dan kerugian luar biasa di mana jumlah keseluruhannya sama dengan laba bersih. Laba bisa dipandang sebagai suatu ukuran efisiensi. Laba adalah suatu ukuran kepengurusan

(stewardship) manajemen atas sumberdaya suatu kesatuan dan ukuran efisiensi manajemen dalam menjalankan usaha suatu perusahaan

2. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba

Menurut Angkoso menyebutkan bahwa pertumbuhan laba dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

- a. Besarnya perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan, maka ketepatan pertumbuhan laba yang diharapkan semakin tinggi
- b. Umur perusahaan. Perusahaan yang baru berdiri kurang memiliki pengalaman dalam meningkatkan laba, sehingga ketepatannya masih rendah
- c. Tingkat leverage. Bila perusahaan memiliki tingkat hutang yang tinggi, maka manajer cenderung memanipulasi laba sehingga dapat mengurangi ketepatan pertumbuhan laba.
- d. Tingkat penjualan. Tingkat penjualan di masa lalu yang tinggi, semakin tinggi tingkat penjualan di masa yang akan datang sehingga pertumbuhan laba semakin tinggi.
- e. Perubahan laba masa lalu. Semakin besar perubahan laba masa lalu, semakin tidak pasti laba yang diperoleh di masa mendatang

3. Komponen – Komponen Laba

Menurut Subramanyam (2011:5) terdapat komponen - komponen yang mempengaruhi laba sebagai berikut:

a. Pendapatan

Pendapatan dan keuntungan Pendapatan (revenues) merupakan arus kas masuk yang diperoleh atau arus kas masuk yang akan diperoleh yang berasal dari aktivitas usaha perusahaan yang masih berlangsung. Pendapatan mencakup arus kas masuk seperti penjualan tunai dan arus kas masuk prospektif seperti penjualan kredit. Keuntungan

(gains) merupakan arus masuk yang diperoleh atau akan diperoleh yang berasal dari transaksi dan kejadian yang terkait dengan aktivitas usaha perusahaan yang masih berlangsung.

b. Beban dan Kerugian

Beban merupakan hal yang harus dikeluarkan atau apa yang harus dipertanggungjawabkan seseorang untuk mendapatkan sebuah hasil yang diharapkan. Beban tersebut akan sangat penting untuk dipenuhi sehingga suatu usaha akan mendapatkan keuntungan atau laba. Kerugian (losses) merupakan penurunan aktiva bersih perusahaan yang berasal dari aktivitas sampingan atau insidental perusahaan. .

c. Biaya

Biaya adalah suatu yang harus dikorbankan dalam suatu bisnis atau usaha. Dalam hal ini, biaya dapat diartikan sebagai hal yang harus menjadi kas dalam suatu bisnis. Biaya yang digunakan sebagai alat penggerak bisnis agar tetap berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan yang sesuai dengan harapan.

d. Untung-rugi

Keuntungan dan kerugian dipahami oleh banyak orang bahkan oleh orang-orang yang tidak berkecimpung di dunia ekonomi. Dalam hal ini, keuntungan merupakan salah satu hal yang akan didapatkan oleh seorang yang melakukan bisnis. Hal ini akan membuat seseorang mendapatkan pendapatan. Selain itu, kerugian adalah suatu hal yang dihindari oleh semua pemilik usaha.

e. Penghasilan

Penghasilan merupakan hasil akhir dari bisnis, penghasilan inilah yang dapat digunakan untuk kehidupan. Tidak ada hal yang tidak dapat dilakukan untuk

memberikan penghasilan yang tinggi, segala macam cara dapat dilakukan sehingga suatu bisnis dapat memperoleh laba yang tinggi.

4. Jenis – jenis Laba

Adapun laba yang dapat dibedakan dari jenis-jenisnya yang digolongkan dalam penetapan pengukuran laba pada suatu laporan keuangan menurut Wild, Subramanyam, dan Halsey (2010) diantaranya:

a. Laba kotor

Laba kotor merupakan “pendapatan dikurangi harga pokok penjualan”. Apabila hasil penjualan barang dan jasa tidak dapat menutupi beban yang langsung terkait dengan barang dan jasa tersebut atau harga pokok penjualan, maka akan sulit bagi perusahaan tersebut untuk bertahan.

b. Laba operasi

Laba operasi mengukur kinerja operasi bisnis fundamental yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan didapat dari laba kotor dikurangi beban operasi”. Laba operasi menunjukkan seberapa efisien dan efektif perusahaan melakukan aktivitas operasinya.

c. Laba sebelum pajak

Laba sebelum pajak merupakan “laba dari operasi berjalan sebelum cadangan untuk pajak penghasilan”. Laba bersih Laba bersih merupakan “laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak”.

2.2.6. Konsep Kelembagaan Kemitraan

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 1 ayat 13 mengatakan bahwa yang dimaksud dengan kemitraan adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang

melibatkan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dengan usaha besar. Pembangunan ekonomi dengan pola kemitraan dapat dianggap sebagai usaha yang paling menguntungkan (*maximum social benefit*), terutama ditinjau dari pencapaian tujuan pembangunan jangka panjang.

Hal ini didasari oleh perwujudan cita-cita pola kemitraan untuk melaksanakan sistem perekonomian gotong royong antara mitra yang kuat dari segi permodalan, pasar, dan kemampuan teknologi bersama petani golongan lemah yang tidak berpengalaman. Tujuannya adalah meningkatkan produktivitas usaha dan kesejahteraan atas dasar kepentingan bersama.

1. Manfaat dan Tujuan Menjalin Kemitraan

Manfaat menjalin kemitraan bagi bagi perusahaan atau kontraktor antara lain (Sutawi, 2007).:

- a. Terjadinya stabilitas produksi yang menjamin kontinuitas suplai,
- b. Meningkatkan efisiensi dan kinerja perusahaan, baik tenaga kerja maupun permodalan.
- c. Menciptakan perluasan pasar dan memperkuat posisi persaingan pasar
- d. Memperluas kesempatan melakukan ekspansi dan diversifikasi operasional perusahaan.

Pada dasarnya maksud dan tujuan dari kemitraan adalah “*win-win solution partnership*”. Kesadaran dan saling menguntungkan disini tidak berarti para partisipan dalam kemitraan tersebut harus memiliki kemampuan dan kekuatan yang sama, tetapi yang lebih dipentingkan adalah adanya posisi tawar yang setara berdasarkan peran masing- masing. Menurut Wibisono (2009).

Kemitraan bertujuan agar mitra usaha dapat mengadopsi nilai-nilai baru dalam berusaha seperti perluasan wawasan, prakarsa, kreativitas, berani mengambil resiko, etos kerja, kemampun aspek-aspek manajerial, bekerja atas dasar perencanaan, dan berwawasan kedepan. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pasal 11 tercantum bahwa tujuan program kemitraan yaitu:

- a. Mewujudkan kemitraan antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- b. Mewujudkan kemitraan antar Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar;
- c. Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- d. Mendorong terjadinya hubungan yang saling menguntungkan dalam pelaksanaan transaksi usaha antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah;
- e. Mengembangkan kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- f. Mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen; dan
- g. Mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Tamaluddin (2014) mengartikan sistem kemitraan ayam broiler sebagai kerjasama dalam bidang budidaya ayam broiler antara dua pihak, yaitu perusahaan inti dengan peternak plasma. Bentuk kerja sama yang umum dilakukan adalah perusahaan inti (pada beberapa daerah dilakukan oleh *poultry shop*) bertindak sebagai penyedia saponak

(DOC, pakan, vaksin, dan medikasi). Adapun peternak plasma bertanggung jawab melaksanakan kegiatan beternak hingga menjadi ayam broiler yang siap dipanen seperti disajikan pada tabel 2.2.

Tabel 2.2. Hak dan kewajiban perusahaan (inti) dan peternak (plasma) CV. Dua Putri Broiler

Hak/kewajiban	Perusahaan inti	Peternak plasma
Hak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerima hasil produksi (ayam ras pedaging) 2. Jaminan kualitas hasil produksi sesuai perjanjian 3. Menerima pembayaran sapronak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan penyediaan sapronak secara Kredit 2. Pembinaan dan Pengawasan 3. Jaminan pemasaran hasil produksi
Kewajiban	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan sapronak 2. Memberikan pembinaan 3. Membeli hasil produksi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membayar Sapronak 2. Melaksanakan Budidaya 3. Menjual hasil

Sumber: Sirajuddin, 2015

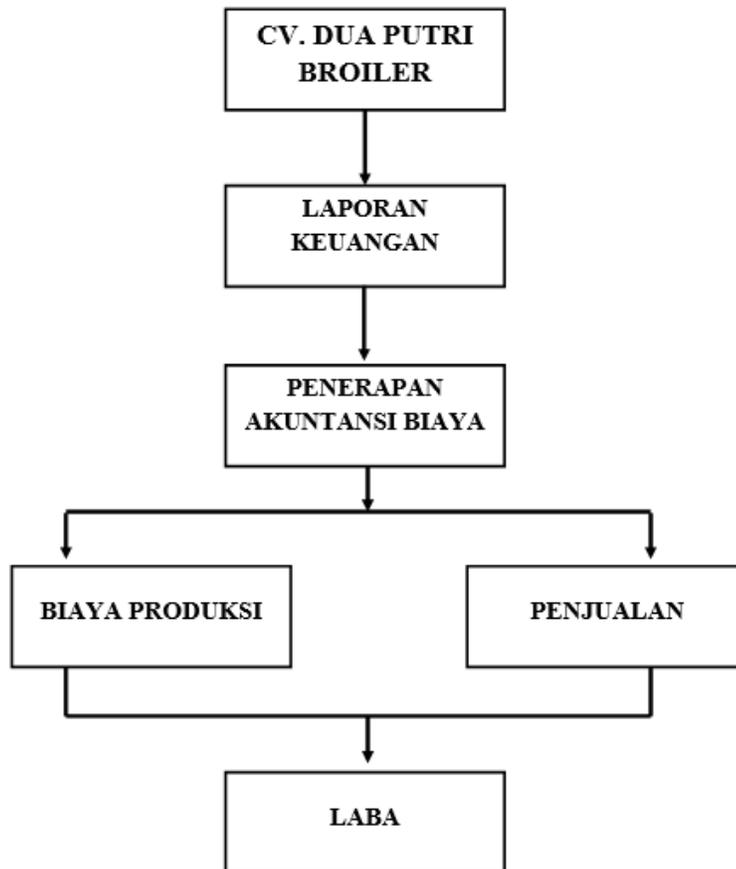
2. Sistem bagi hasil

Tamaluddin (2014) mengatakan bahwa kemitraan dengan sistem bagi hasil adalah suatu bentuk kemitraan dengan inti menyediakan sapronak, sedangkan peternak mitra menyediakan kandang, operasional, dan tenaga kerja. Pemasaran dilakukan oleh inti ataupun bersama-sama, tergantung kesepakatan. Perbedaan sistem bagi hasil dengan sistem kontrak adalah harga sapronak sistem bagi hasil berdasarkan harga pasar aktual (harga eceran tertinggi).

Pembagian keuntungan juga dihitung dari hasil penjualan ayam sesuai harga

pasar dikurangi biaya yang dikeluarkan kedua belah pihak. Besarnya persentase keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak, jika mengalami kerugian, kedua belah pihak menanggung kerugian secara bersama-sama sesuai kesepakatan. Keuntungan sistem ini yaitu adanya rasa tanggung jawab dari kedua belah pihak, pihak inti memperoleh keuntungan dari penjualan sapronak, dan pihak mitra mendapat pinjaman modal berupa sapronak serta bantuan pembinaan teknis pemeliharaan.

2.3. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Dari gambar kerangka konseptual di atas dapat dijelaskan bahwa dalam penelitian ini dimulai dengan memilih objek pada CV. Dua Putri *Broiler* sebagai objek penelitian. Setelah objek penelitian ditentukan yang akan dilakukan oleh penelitian ini adalah menganalisis laporan keuangan CV. Dua Putri *Broiler* yang terdapat pada penerapan akuntansi biaya tepatnya pada biaya produksi dan penjualan yang dapat meningkatkan laba pada CV. Dua Putri *Broiler*.