

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. [8]

Biaya yang mempunyai hubungan langsung dengan suatu produk dikenal dengan nama Biaya Produksi (*Production Cost / Manufacturing Cost / Factory Cost*) yang pada dasarnya dibagi menjadi tiga jenis, yaitu biaya bahan baku langsung (*direct materials*), biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*), dan biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*). [9]

Dalam rencana kegiatan perusahaan, biasanya biaya produksi dihitung berdasarkan jumlah produk yang sudah siap jual. Secara umum, biaya produksi didefinisikan sebagai keseluruhan biaya yang dikorbankan atau dikeluarkan untuk menghasilkan produk hingga produk itu siap jual dan sampai di pasaran ataupun langsung ke tangan konsumen.

Biaya produksi digolongkan menjadi beberapa kategori, diantaranya:

1. Biaya tetap atau *fixed cost* (FC)

Biaya yang dalam periode waktu tertentu jumlahnya tetap dan tidak berubah, serta tidak bergantung pada banyak sedikitnya jumlah produk yang berhasil diproduksi.

Contoh: biaya penyusutan alat, biaya sewa gedung, biaya penyusutan nilai gedung, pajak perusahaan, serta biaya administrasi.

2. Biaya variabel atau *variable cost* (VC)

Biaya yang jumlahnya dapat berubah-ubah sesuai dengan jumlah produk yang berhasil diproduksi. Kaitannya semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan, maka akan semakin besar pula jumlah biaya variabel yang dibutuhkan.

Contoh: biaya bahan baku, upah tenaga kerja bersistem komisi.

3. Biaya total atau *total cost* (TC)

Kombinasi dari biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan produksi dalam suatu periode.

Sebagian besar perusahaan manufaktur membagi biaya produksi ke dalam tiga kategori besar: [8]

1. Biaya bahan baku langsung

Bahan merupakan bagian tak terpisahkan di produk jadi dan dapat ditelusuri secara fisik dan mudah ke produk tersebut. Pertimbangan utama dalam menggolongkan suatu bahan ke dalam bahan langsung adalah mudahnya bahan tersebut dapat ditelusuri sampai menjadi barang jadi. Contoh: kayu dalam pembuatan meubel, kain dalam pembuatan pakaian, karet dalam pembuatan ban, minyak mentah dalam pembuatan bensin, kulit dalam pembuatan sepatu, dll.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Tenaga kerja pada umumnya dibedakan atas tenaga kerja langsung dan tenaga kerja tidak langsung. Yang dimaksud dengan tenaga kerja langsung yaitu tenaga kerja yang digunakan dalam mengubah bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Tenaga kerja langsung disebut juga *Touch Labour*. Yang termasuk dalam biaya tenaga kerja langsung adalah gaji karyawan. Sedangkan yang dimaksud tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang tidak dapat ditelusuri secara fisik dalam pembuatan produk. Biaya tenaga kerja tidak langsung misalnya biaya untuk pembersih gedung, penjaga malam dan lainnya.

Standar tenaga kerja langsung terdiri dari standar jam tenaga kerja langsung dan standar tarif upah tenaga kerja langsung. Standar jam tenaga kerja langsung dapat ditentukan dengan cara menghitung rata-rata jam kerja yang dikonsumsi dalam suatu pekerjaan dari harga pokok periode yang lalu, menggunakan cara operasi produksi dibawah keadaan normal yang diharapkan, mengadakan penyelidikan gerak dan waktu, mengadakan taksiran yang wajar, memperhitungkan kelonggaran waktu untuk istirahat, penundaan kerja yang tidak bisa dihindari dan factor kelelahan.

3. Biaya overhead pabrik

Seluruh biaya manufaktur yang tidak termasuk dalam bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai. Biaya overhead dapat dikelompokkan menjadi elemen:

a. Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong)

Bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Contoh: amplas, pola kertas, oli dan minyak pelumas, paku, sekrup dan mur, staples, asesoris pakaian, dll.

b. Tenaga kerja tidak langsung

Tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contoh: gaji satpam pabrik, pekerja bagian pemeliharaan, gaji operator telepon pabrik, penyimpanan dokumen pabrik.

c. Biaya tidak langsung lainnya

Biaya selain bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contoh: pajak bumi dan bangunan pabrik, listrik pabrik, air dan telepon pabrik, sewa dan asuransi pabrik, penyusutan pabrik, peralatan pabrik, pemeliharaan mesin dan pabrik.

Dua dari tiga unsur utama biaya produksi dapat digolongkan secara terminologi biaya sebagai berikut: [8]

1. Biaya utama adalah gabungan antara biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.
2. Biaya konversi adalah biaya yang digunakan untuk mengubah bahan baku langsung menjadi produk selesai. Biaya ini merupakan gabungan antara biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat dikelompokkan menjadi 2, yaitu: [10]

1. Biaya eksplisit atau biaya nyata adalah pengeluaran nyata yang dikeluarkan oleh perusahaan dari kas untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan baku yang dibutuhkan. Contoh: pembelian bahan baku, gaji tenaga kerja, pembayaran listrik, dsb.

2. Biaya implisit atau biaya tidak nyata adalah pengeluaran tidak nyata yang dikeluarkan karena faktor-faktor produksi tersebut. Contohnya adalah biaya penyusutan alat, dsb.

Biaya produksi menurut jangka waktunya, dibedakan menjadi 2 yakni: [10]

a. Biaya produksi jangka pendek

1. Biaya Total (*Total Cost / TC*) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Biaya total merupakan total pengeluaran yang harus dibayarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu output tertentu selama kurun waktu tertentu. ($TC = TVC + TFC$).
2. Biaya Variabel Total (*Total Variable Cost / TVC*) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam faktor produksi dan bersifat variabel atau dapat berubah-ubah sesuai dengan hasil produksi yang akan dihasilkan. Biaya variabel menjadi kewajiban yang harus dibayar oleh suatu perusahaan pada waktu tertentu untuk pembayaran semua input variabel yang digunakan dalam proses produksi. Semakin banyak produk yang dihasilkan, maka semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan. Contoh: biaya bahan baku, upah tenaga kerja, bahan bakar, dll. ($TVC = TC - TFC$).
3. Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost / TFC*) adalah biaya yang tidak berubah mengikuti tingkat produksi. Artinya biaya ini besarnya tidak dipengaruhi oleh jumlah output yang dihasilkan. Biaya tetap merupakan kewajiban yang harus dibayar oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu, untuk keperluan membayar semua input tetap. Contoh: biaya telepon, biaya penyusutan, biaya pemeliharaan bangunan, dll. ($TFC = TC - TVC$).
4. Biaya Total Rata-rata (*Average Total Cost / ATC*) adalah biaya total untuk memproduksi sejumlah barang tertentu dibagi dengan jumlah produksi tertentu oleh perusahaan tersebut. ($ATC = TC / Q$) atau ($ATC = AVC + AFC$).
5. Biaya Variabel Rata-rata (*Average Variable Cost / AVC*) adalah biaya variabel total untuk memproduksi sejumlah barang tertentu dibagi dengan jumlah produksi tertentu (Q) atau dengan rumus ($AVC = ATC - AFC$).

6. Biaya Tetap Rata-rata (*Average Fixed Cost / AFC*) adalah biaya tetap untuk memproduksi sejumlah barang tertentu dibagi dengan jumlah produksi tertentu atau dengan rumus ($AFC = ATC - AVC$).
 7. Biaya Marginal (*Marginal Cost / MC*) adalah kenaikan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah satu satuan output.
- b. Biaya produksi jangka panjang
1. Biaya Total Jangka Panjang (*Long Run Total Cost / LTC*) adalah keseluruhan biaya total jangka panjang sama dengan perubahan biaya variabel.
 2. Biaya Marginal Jangka Panjang (*Long Run Marginal Cost / LMC*) adalah perubahan biaya total jangka panjang dibagi dengan perubahan output.
 3. Biaya Rata-rata Jangka Panjang (*Long Run Average Cost / LRAC*) adalah biaya total jangka panjang dibagi dengan jumlah output.
- Biaya Produksi adalah jumlah dari biaya bahan baku langsung ditambah dengan biaya tenaga kerja langsung dan ditambah dengan biaya overhead pabrik. [8]

2.1.2. Biaya Kualitas

Semua kegiatan yang berhubungan dengan kualitas adalah kegiatan yang dilakukan karena mungkin atau telah dihasilkan suatu barang yang memiliki kualitas yang kurang baik. Untuk melakukan segala aktivitas-aktivitas yang telah dilakukan oleh perusahaan sehubungan dengan pengembangan kualitas suatu barang yang dihasilkan, perusahaan harus mengeluarkan biaya-biaya untuk melakukan aktivitas-aktivitas kualitasnya, yang disebut biaya kualitas.

Biaya Kualitas (Biaya Mutu) atau dalam bahasa Inggris sering disebut dengan *Quality Cost* adalah pencegahan, deteksi, dan aktivitas yang lain berkaitan dengan produk cacat yang memakan biaya. Dengan kata lain, Biaya Kualitas (*Quality Cost*) adalah semua biaya yang terjadi untuk mencegah terjadinya barang cacat atau biaya yang harus dikeluarkan karena adanya barang cacat [1].

Biaya mutu (*cost of quality*) adalah biaya yang tidak hanya terdiri atas biaya untuk mencapai mutu, melainkan juga biaya yang terjadi karena kurangnya mutu. [11]

Biaya Kualitas adalah biaya yang timbul karena produk yang dihasilkan mutunya jelek sehingga tidak disukai oleh konsumen. [12]

Dari definisi-definisi biaya kualitas yang dikemukakan diatas, terdapat beberapa persamaan yaitu:

1. Biaya kualitas adalah biaya yang terjadi karena adanya atau kemungkinan adanya kualitas produk yang rendah di dalam suatu perusahaan.
2. Biaya kualitas berhubungan dengan penciptaan, pengidentifikasian, perbaikan dan pencegahan produk cacat.

Pada umumnya dikenal ada dua tipe kualitas, yaitu: [12]

1. Kualitas rancangan (*quality of design*)
 Kualitas rancangan (*quality of design*) merupakan fungsi dari sebuah spesifikasi produk. Misalnya fungsi dari sebuah jam adalah memungkinkan seseorang mengetahui jam berapa saat ini. Kualitas rancangan akan berbeda antara satu produk dengan produk yang lain. Kualitas rancangan sangat dipengaruhi oleh variasi komponen produk, baik dari sisi kualitas, jenis bahan baku, harga, nilai artistik, dan lain-lain. Dalam hal ini, semakin tinggi kualitas rancangan, yang biasanya direfleksikan dalam biaya manufaktur yang tinggi, semakin tinggi pula harga jualnya.
2. Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*)
 Kualitas kesesuaian (*quality of conformance*) merupakan sebuah ukuran bagaimana sebuah produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi yang telah ditetapkan. Jika sebuah produk memenuhi semua spesifikasi rancangan, maka produk tersebut dapat berfungsi (digunakan) secara baik. Contoh: seseorang membeli sebuah jam dengan spesifikasi tertentu, dan berharap jam tersebut dapat digunakan untuk jangka waktu tertentu. Ketika pertama kali orang tersebut menyesuaikan waktu dengan memutar tombol, ternyata tombol tersebut terlepas dan patah, sehingga jam tersebut menunjukkan waktu yang lebih lambat 20 menit per hari.

Produk atau jasa dapat dikatakan memiliki kualitas baik apabila memenuhi dua kriteria berikut ini:

1. Kualitas Desain (*Quality of Design*), yaitu mengacu pada aktivitas-aktivitas yang menjamin bahwa produk baru atau produk yang dimodifikasi didesain

sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta secara ekonomis layak untuk diproduksi atau dikerjakan.

2. Kualitas Kesesuaian (*Conformance of Quality*)”, yaitu mengacu pada pembuatan produk atau pemberian jasa pelayanan yang memenuhi spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya pada tahap desain.

Biaya kualitas dapat dibagi menjadi empat kategori. Dua kategori dari pemilahan ini adalah biaya pencegahan (*prevention cost*) dan biaya penilaian (*appraisal cost*) – biaya yang terjadi agar konsumen tidak mendapatkan produk cacat. Dua kategori lainnya – biaya kegagalan internal dan biaya kegagalan eksternal terjadi karena adanya barang cacat. Contoh biaya apa saja yang masuk dalam keempat kategori tersebut disajikan dalam tabel berikut. [1]

Tabel 2.1. Biaya Kualitas Secara Umum

Biaya Pencegahan	Biaya Penilaian	Biaya Kegagalan Internal	Biaya Kegagalan Eksternal
Pengembangan sistem, Rekayasa ulang kualitas, Pelatihan kualitas, Lingkaran Aktivitas pengendalian proses statistik, Supervisi aktivitas pencegahan, Pengumpulan, analisis dan pelaporan data kualitas, Dukungan teknis dari pemasok, Proyek peningkatan kualitas, Audit efektivitas kualitas	Pengujian dan inspeksi barang datang, Pengujian dan inspeksi barang dalam proses, Inspeksi dan pengujian barang jadi, Supervisi aktivitas pengujian dan inspeksi, Depresiasi peralatan pengujian, Pemeliharaan peralatan pengujian, Penilaian dan pengujian di lapangan, Peralatan dalam area inspeksi, Perlengkapan yang digunakan dalam pengujian	Biaya neto sisa bahan, Biaya neto barang yang tidak sempurna, Overhead dan tenaga kerja untuk pengerjaan, Inspeksi ulang produk yang dikerjakan ulang, Pembuangan produk cacat, Waktu yang terbuang karena masalah kualitas, Mencari kesalahan peranti lunak, Analisis penyebab produk cacat dalam produk, Pemasukan ulang data karena adanya kesalahan	Biaya pelayanan dan penanganan keluhan dari konsumen, Garansi perbaikan dan pergantian, Penarikan produk, Kewajiban yang muncul karena adanya produk cacat, Pengembalian karena adanya produk cacat, Berkurangnya penjualan karena reputasi rendahnya kualitas

Penggolongan biaya kualitas dibagi menjadi 4, yaitu: [1]

1. *Prevention costs – costs incurred to preclude the production of product that do not confirm to specifications.* Biaya-biaya yang terjadi untuk mencegah dihasilkannya produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi.

Biaya ini meliputi:

- a. Biaya perencanaan kualitas, misalnya biaya menetapkan target kualitas yang diinginkan, biaya merencanakan bagaimana cara melakukan pengendalian supaya target kualitas yang ditetapkan dapat tercapai.
 - b. Biaya merancang produk dan proses produksi.
 - c. Biaya program pelatihan.
 - d. Biaya kerja sama dengan pemasok untuk meningkatkan kualitas dari bahan baku yang dikirimkan dan biaya menyeleksi pemasok.
 - e. Biaya perawatan peralatan dan mesin untuk membuat produksi.
2. *Appraisal costs – costs incurred to detect which of the individual units of products do not conform to specifications.* Biaya-biaya yang terjadi dalam mendeteksi unit-unit produk mana yang tidak sesuai dengan spesifikasi. Dengan kata lain, biaya yang terjadi karena usaha untuk memastikan bahwa bahan baku dan produk memenuhi standar kualitas. Sayangnya, melakukan aktivitas penilaian tidak menjamin bahwa cacat tidak akan terjadi lagi dan sebagian besar manajer merasa bahwa inspeksi ini terlalu banyak memakan biaya untuk mengendalikan kualitas.

Biaya ini meliputi:

- a. Biaya inspeksi dan pengetesan bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi.
 - b. Biaya perawatan peralatan dan mesin-mesin yang digunakan untuk mengetes produk.
3. *Internal failure costs – costs incurred on a defective product before it is shipped to customers.* Biaya-biaya yang terjadi sebagai akibat memproduksi produk yang tidak memenuhi standar kualitas dan ditemukan sebelum dikirim ke pelanggan.

Biaya ini antara lain:

- a. Biaya *rework*, *spoilage* dan *scrap*.
- b. Biaya dihentikannya proses produksi atau biaya perbaikan fasilitas produksi karena terjadinya kegagalan produk.
- c. Biaya potongan penjualan untuk produk yang tidak memenuhi standar kualitas.

4. *External failure costs – costs incurred on a defective product after it is shipped to customers.* Biaya-biaya yang terjadi karena mengirimkan produk yang tidak memenuhi standar kualitas kepada pelanggan.

Biaya ini antara lain:

- a. Biaya penanganan keluhan dan klaim pelanggan.
- b. Biaya penggantian garansi.
- c. Biaya perbaikan dan ongkos kirim produk yang dikembalikan.
- d. Biaya tuntutan lebih jauh dari pelanggan karena menerima produk yang tidak memenuhi standar kualitas.

Perusahaan menyusun laporan biaya kualitas yang memberikan sebuah perkiraan adanya konsekuensi keuangan dari tingkat cacat produk yang ada di perusahaan. Laporan biaya kualitas (*quality cost report*) menguraikan biaya pencegahan, biaya penilaian, dan biaya kegagalan internal dan eksternal, yang timbul dari tingkat kecacatan produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan saat ini. Manajer sering kali terkejut dengan besarnya biaya – biaya ini [1].

Pelaporan biaya kualitas mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan dan memberi dasar perencanaan pengendalian dan pembuatan keputusan manajerial. Sebagai contoh, dalam mengkuaitaskan penerapan program pemilihan pemasok untuk menghasilkan kualitas masukan bahan, seorang manajer akan memerlukan penilaian terhadap:

1. Biaya kualitas saat ini untuk setiap kelompok
2. Tambahan biaya yang berhubungan dengan program tersebut
3. Penghematan yang diproyeksikan untuk setiap elemen dan setiap kelompok

Waktu terjadinya biaya dan penghematan tersebut juga harus diproyeksikan. Setelah pengaruh-pengaruh terhadap kas dapat diproyeksikan, maka dapat dilakukan analisis penganggaran modal untuk menilai keunggulan program.

Pelaporan biaya kualitas sangat penting peranannya bagi suatu perusahaan apabila perusahaan itu benar-benar serius menerapkannya dan memandang penting peningkatan kualitas dan pengendalian biaya kualitas. Langkah pertama yang dilakukan adalah penilaian biaya kualitas yang sesungguhnya terjadi saat ini. Daftar biaya kualitas yang sesungguhnya terjadi untuk setiap kelompok biaya dapat memberikan dua pandangan, yaitu:

1. Daftar tersebut menunjukkan biaya kualitas untuk masing-masing kelompok sehingga memungkinkan para manajer memperkirakan dampak keuangannya.
2. Daftar tersebut menunjukkan distribusi biaya kualitas setiap kelompok sehingga memungkinkan para manajer untuk menaksir biaya relatif setiap kelompok.

Biaya Kualitas adalah jumlah dari biaya pencegahan ditambah biaya penilaian dan ditambah dengan biaya kegagalan internal dan eksternal. [13]

2.1.3. Biaya Promosi

Biaya promosi dapat diartikan biaya atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pelaksanaan promosi.

Biaya promosi ini ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Beberapa perusahaan memakai alat promosi yang berbeda satu dengan lainnya, hal ini berkaitan dengan promosi seperti apa yang cocok bagi perusahaan tersebut, sehingga dengan menggunakan beberapa alat promosi, maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pun akan terdiri dari beberapa macam alat promosi, sehingga total biaya promosi merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan saat perusahaan melakukan promosi dengan berbagai macam alat promosi seperti iklan di media massa, mengadakan pameran, iklan di media elektronik dan lain-lain. Promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Walaupun komunikasi antara perusahaan dan konsumen secara implisit berlangsung pada setiap unsur atau bagian dari *marketing mix* sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, namun sebagian besar komunikasi perusahaan berlangsung sebagai bagian dari suatu program promosi yang diawasi dan direncanakan dengan hati-hati. Instrumen dasar yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi perusahaan disebut dengan bauran promosi atau *promotional mix*. [14]

Secara tradisional, bauran promosi mencakup empat elemen, yaitu iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publikasi / humas, dan *personal selling*. [14]

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Menginformasikan (*Informing*), dapat berupa :
 - a. Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk
 - b. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
 - c. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar
 - d. Menjelaskan cara kerja suatu produk
 - e. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan
 - f. Meluruskan kesan yang keliru
 - g. Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli
 - h. Membangun citra perusahaan
2. Membujuk Pelanggan Sasaran (*Persuading*) untuk :
 - a. Membentuk pilihan merk
 - b. Mengalihkan pilihan ke merk tertentu
 - c. Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
 - d. Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga
 - e. Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (salesman)
3. Mengingat (*Reminding*), dapat terdiri atas :
 - a. Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
 - b. Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk-produk perusahaan
 - c. Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
 - d. Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk buatan perusahaan.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melaksanakan kegiatan promosi antara lain :

1. Harus dapat menimbulkan minat pembeli
Usaha-usaha produsen dapat mempengaruhi konsumen agar mempunyai keinginan atau minat untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

2. Harus dapat menimbulkan kesadaran pada pembeli
Cara-cara yang dilakukan produsen dalam melaksanakan promosi agar dapat menimbulkan kesadaran pembeli untuk membeli barang tersebut.
3. Harus dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk mencoba atau menggunakan barang-barang tersebut
Usaha yang dilakukan oleh produsen untuk mempengaruhi konsumen ingin mencoba dan menggunakan barang tersebut.
4. Harus dapat menimbulkan keputusan untuk membeli oleh konsumen.

Biaya promosi adalah total dari biaya iklan, biaya promosi penjualan, biaya publikasi dan biaya personal selling. [14]

2.1.4. Laba Bersih

Laba bersih (*net income*) adalah laba operasi ditambah pendapatan nonoperasi (seperti pendapatan bunga) dikurangi biaya nonoperasi (seperti biaya bunga) dikurangi pajak penghasilan. [15]

Laba operasi (juga disebut laba sebelum bunga dan pajak atau EBIT) untuk mengukur kinerja keseluruhan operasi perusahaan: pendapatan penjualan dikurang beban yang berkaitan dengan upaya menghasilkan penjualan. Angka laba operasi memberikan suatu dasar untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan terpisah dari pertimbangan pajak. [16]

Yang termasuk dalam kategori pendapatan nonoperasi dan biaya nonoperasi adalah pendapatan dividen dan pendapatan bunga, beban bunga, laba (rugi) dari investasi, pendapatan (rugi) dari penjualan aktiva tetap. [16]

Pajak penghasilan (PPh) adalah pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam satu tahun pajak. Peraturan perundangan yang mengatur Pajak Penghasilan di Indonesia adalah UU No. 7 Tahun 1983 yang telah disempurnakan dengan UU No. 7 Tahun 1991, UU No. 10 Tahun 1994, UU No. 17 Tahun 2000, UU No. 36 Tahun 2008, Peraturan Pemerintah, Keputusan Presiden, Keputusan Menteri Keuangan, Keputusan Direktur Jenderal Pajak maupun Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak. [17]

Faktor yang mempengaruhi laba. Besarnya laba yang diperoleh perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut [15]

1. Biaya

Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.

2. Harga Jual

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya *volume* penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.

3. *Volume* Penjualan dan Produksi

Besarnya *volume* penjualan berpengaruh terhadap *volume* produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya *volume* produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.

Laba bersih adalah laba operasi ditambah pendapatan dikurangi biaya dan pajak penghasilan. [15]

2.2. *Review* Peneliti Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini dan dijadikan pembandingan bagi penelitian sekarang oleh penulis adalah pada penelitian yang berjudul Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 – 2012 mendapatkan hasil bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan dan positif terhadap laba bersih perusahaan. [2]

Penelitian dengan judul Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Pendapatan Usaha dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011 – 2014 mendapatkan hasil bahwa secara simultan biaya produksi, biaya operasional, pendapatan usaha dan perputaran total aktiva berpengaruh terhadap laba bersih dan secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. [4]

Penelitian dengan judul Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Industri Logam yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 – 2013 memberikan hasil bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan negatif terhadap laba bersih. [5]

Penelitian berjudul Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010 – 2012 mendapatkan hasil

bahwa biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh signifikan positif terhadap laba perusahaan. [7]

Penelitian dengan judul Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih Perusahaan PT Pindad Persero mendapatkan hasil bahwa biaya kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih. [6]

Tabel 2.2. Review Peneliti Terdahulu (*Theoretical Mapping*)

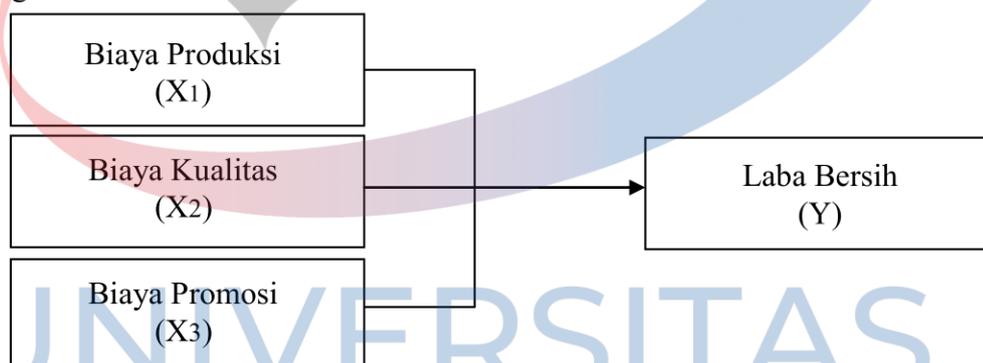
Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Novita Djamalu, 2013	Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 – 2012	Variabel Independen: Biaya Produksi Variabel Dependen: Laba Bersih	Biaya produksi berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih
Dwi Ear Yuliati, 2017	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Pendapatan Usaha dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indoensia Periode 2011 – 2014	Variabel Independen: Biaya Produksi, Biaya Operasional, Pendapatan Usaha dan Perputaran Total Aktiva Variabel Dependen: Laba Bersih	Secara parsial: a. Biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. b. Biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih. c. Pendapatan usaha berpengaruh terhadap laba bersih. d. Perputaran total aktiva tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Secara simultan: e. Biaya produksi, biaya operasional, pendapatan usaha dan perputaran total aktiva berpengaruh terhadap laba bersih
Elba Akbar Iswandi, 2015	Pengaruh Pendapatan Usaha dan Biaya Produksi Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Industri Logam yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010 – 2013	Variabel Independen: Pendapatan Usaha dan Biaya Produksi Variabel Dependen: Laba Bersih	Secara parsial: a. Pendapatan usaha berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih. b. Biaya produksi berpengaruh signifikan negatif terhadap laba bersih. Secara simultan: c. Pendapatan usaha dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.
Made Juni Widnyana, I Made Nuridja, I Ketut Dunia, 2014	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010 – 2012	Variabel Independen: Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Variabel Dependen: Laba	Secara parsial: a. Biaya promosi berpengaruh signifikan positif terhadap laba perusahaan.

Tabel 2.2. Sambungan

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			b. Biaya distribusi berpengaruh signifikan positif terhadap laba perusahaan. Secara simultan: c. Biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh signifikan positif terhadap laba perusahaan.
Anton Komara, Djuhara, Sonia, 2012	Tirta Djajun Lina Perusahaannya PT Pindad Persero	Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Laba Bersih	Variabel Independen: Biaya Kualitas Variabel Dependen: Laba Bersih

2.3. Kerangka Konseptual

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat dikembangkan kerangka sebagai berikut.



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar kerangka konseptual di atas dapat dijelaskan bahwa variabel independen dalam penelitian ini adalah Biaya Produksi (X1), Biaya Kualitas (X2) dan Biaya Promosi (X3) dan Laba Bersih (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian ini akan menganalisis apakah terdapat pengaruh biaya produksi, biaya kualitas dan biaya promosi baik secara simultan maupun parsial terhadap laba bersih.

2.4. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran yang ada, maka hipotesis yang dapat dikembangkan dari penelitian adalah:

2.4.1. Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Bersih

Biaya produksi merupakan 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. Berdasarkan teori tersebut, menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap laba yang dengan kata lain, laba yang diperoleh semakin besar jika biaya produksi yang dikeluarkan semakin kecil. [2]

Sedangkan pada teori [11] menyatakan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan, semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh. Berarti, biaya produksi mempengaruhi laba dimana ketika biaya produksi ditingkatkan maka akan menambah volume produksi yang nantinya akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh perusahaan.

Penelitian [2] mendapatkan hasil penelitian bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan dan positif terhadap laba bersih perusahaan. Sedangkan penelitian [5] mendapatkan hasil penelitian bahwa biaya produksi berpengaruh negatif terhadap laba perusahaan. Dari hasil penelitian sebelumnya dapat dirumuskan:

H1: Biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih.

2.4.2. Pengaruh Biaya Kualitas terhadap Laba Bersih

Kualitas adalah salah satu unsur terpenting yang dipertimbangkan oleh setiap orang sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang. Semakin tinggi kualitas suatu barang semakin tinggi pula nilai barang bagi pembeli. Kualitas yang lebih tinggi ini juga memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar sehingga bisa meningkatkan laba yang diperoleh [18]. Rendahnya kualitas produk dapat menurunkan reputasi produk dan tentunya penjualan akan turun dan berakibat pada laba yang diperoleh juga akan mengalami penurunan [19].

Penelitian [6] mendapatkan hasil bahwa biaya kualitas berpengaruh signifikan positif terhadap laba bersih perusahaan. Dengan demikian dapat dirumuskan:

H2: Biaya kualitas berpengaruh terhadap laba bersih.

2.4.3. Pengaruh Biaya Promosi terhadap Laba Bersih

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan harus berusaha mempengaruhi konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan sehingga apabila seringnya perusahaan melakukan promosi, tentu penjualan perusahaan akan meningkat dan diikuti dengan laba yang diperoleh perusahaan mengalami peningkatan. [20]

Penelitian [7] mendapatkan hasil bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba perusahaan. Dengan demikian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL