

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Biaya

2.1.1 Pengertian Biaya

Biaya merupakan salah satu faktor penting dalam setiap pengambilan keputusan bisnis suatu perusahaan, karena setiap kebijakan yang akan diambil perusahaan dalam produksi maupun penjualan salah satunya dilandasi oleh sejumlah biaya yang dikeluarkan. semua kegiatan yang dilakukan tidak akan terlepas dari biaya.

Pemahaman akan konsep biaya sangatlah penting karena biaya merupakan salah satu faktor yang menentukan perolehan laba suatu perusahaan dalam periode tertentu. Dengan demikian secara tidak langsung biaya mempengaruhi setiap keputusan perusahaan dalam menjalankan kontinuitas usahanya.

Menurut Ajang Mulyadi (2002: 23) yang dimaksud dengan biaya adalah “kas atau setara kas yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat baik sekarang maupun masa yang akan datang”. Armanto Witjaksono (2005:6) mengemukakan bahwa “biaya/cost di definisikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi (resources)”. Sedangkan Kusnadi (1999:8) mengungkapkan bahwa “biaya didefinisikan sebagai manfaat (benefit) yang dikorbankan dalam rangka memperoleh barang dan jasa”. Berdasarkan pengertian diatas maka dalam biaya tersebut terdapat empat unsur pokok yaitu :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
2. Diukur dalam satuan uang

3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

(Mulyadi,1999:9)

Biaya yang dikeluarkan atau dikorbankan untuk memperoleh barang dan jasa dapat berupa uang (kas) atau setara dengan kas yang dapat diambil manfaatnya baik untuk masa sekarang ataupun masa yang akan datang serta dapat digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Akuntansi biaya sangat diperlukan oleh suatu perusahaan untuk memperoleh informasi yang tepat dalam rangka pengambilan keputusan atau kebijakan perusahaan. Oleh sebab itu ketepatan informasi yang relevan tergantung data biaya yang tersedia.

Untuk memperoleh ketepatan informasi biaya yang tepat maka biaya harus digolongkan kedalam beberapa kelompok biaya sehingga manajemen dapat mengetahui dan mengendalikan penggunaan biaya – biaya dan aktifitas yang dimanfaatkan dengan dikeluarkannya biaya tersebut

Ajang Mulyadi (2002:25-28)mengklasifikasikan biaya sebagai berikut :

Klasifikasi biaya :

1. Pengelompokan biaya yang pertama dan paling banyak digunakan, baik oleh sistem akuntansi keuangan maupun akuntansi manajemen adalah pengelompokan biaya berdasarkan objek biaya. Contoh pengelompokan biaya berdasarkan objek biaya digunakan dalam akuntansi keuangan, yaitu sebagaimana yang terlihat dalam akun – akun buku besar perusahaan atau dalam laporan laba/rugi.
2. Pengelompokan kedua didasarkan pada fungsi pokok perusahaan dapat diklasifikasikan kedalam 3 macam yaitu produksi, pemasaran, dan administrasi umum.

- a. Biaya Produksi, yaitu biaya-biaya yang pengorbanannya terkait dengan proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi (*finished goods*). Biaya produksi terdiri dari :
 - 1) *Biaya bahan baku (direct materials)*
 - 2) *Biaya tenaga kerja langsung (direct labor)*
 - 3) *Biaya Overhead pabrik (manufacturing overhead)*
 - b. Biaya Pemasaran, yaitu biaya-biaya yang pengorbanannya terkait dengan keseluruhan proses penjualan barang. Biaya pemasaran antara lain :
 - 1) *Biaya iklan*
 - 2) *Biaya gaji karyawan penjualan*
 - 3) *Komisi Penjualan*
 - 4) *Biaya transportasi penjualan dan lain-lain*
 - c. Biaya administrasi umum, yaitu biaya-biaya diluar biaya produksi dan biaya pemasaran. Administrasi umum merupakan fungsi perusahaan yang memberikan dukungan terhadap fungsi produksi dan fungsi pemasaran.
3. Pengelompokan ketiga di dasarkan pada hubungan antara biaya biaya dengan objek biaya. Berdasarkan hal ini biaya biaya dibedakan menjadi dua kelompok yaitu :
- d. *Biaya langsung (direct costs)* yaitu biaya-biaya yang pengorbanannya terkait langsung atau dimaksudkan untuk satu obyek biaya.
 - e. *Biaya tidak langsung (indirect costs)* adalah biaya-biaya yang pengorbanannya terkait dengan lebih dari satu obyek biaya.
2. Pengelompokan keempat didasarkan kepada perilaku biaya jika terjadi perubahan pada pemicu biaya. Pemicu biaya adalah segala sesuatu yang mempengaruhi jumlah biaya. Didasarkan pada perilaku biaya jika terjadi perubahan pemicu biaya kita mengenal tiga macam biaya yakni :
- a. *Biaya variabel*, yaitu biaya-biaya yang jumlahnya berubah secara proporsional mengikuti perubahan pemacu biaya.
 - b. *Biaya tetap*, yaitu biaya-biaya yang jumlahnya konstan pada rentang relevan tertentu.
 - c. *Biaya semi variabel*, yaitu biaya-biaya yang memiliki unsur biaya tetap dan biaya variabel sekaligus.
3. Pengelompokan lainnya, yang dipergunakan dalam akuntansi manajemen kontemporer dewasa ini adalah pengelompokan biaya berdasarkan aktivitas fungsi bisnis. Aktifitas fungsi bisnis membentuk rantai nilai yang terdiri dari :
- a. *Biaya riset dan pengembangan*
 - b. *Biaya perancangan*
 - c. *Biaya Produksi*
 - d. *Biaya Pemasaran*
 - e. *Biaya Distribusi*
 - f. *Biaya pelayanan customer.*

Sedangkan klasifikasi biaya menurut Garrison dan Norren dalam buku Akuntansi manajerial terjemahan A Totok Budisantoso (2000:51) yaitu :

Klasifikasi Biaya :

1. Klasifikasi biaya untuk menyiapkan laporan keuangan eksternal
 - a. *Biaya Produksi*. Kebanyakan perusahaan manufaktur membagi biaya manufaktur kedalam tiga kategori besar : bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead
 - b. *Biaya periode (biaya non produksi)* terbagi dalam biaya penjualan/marketing dan biaya administrasi
2. Klasifikasi biaya untuk memprediksi perilaku biaya untuk merespon perubahan aktivitas
 - a. *Biaya variabel* adalah biaya yang berubah secara proporsional dengan perubahan aktivitas
 - b. *Biaya tetap* adalah biaya yang selalu tetap secara keseluruhan tanpa terpengaruh oleh tingkat aktivitas
3. Klasifikasi biaya untuk menentukan biaya ke objek biaya seperti departemen / produk
 - a. *Biaya langsung* adalah biaya yang dapat dengan mudah ditelusuri ke objek biaya yang bersangkutan
 - b. *Biaya tidak langsung* adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri dengan mudah ke objek biaya yang bersangkutan
4. Klasifikasi biaya untuk pembuatan keputusan
 - a. *Biaya differensial*, yang berupa biaya tetap maupun biaya variabel
 - b. *Sunk Cost* adalah biaya yang terjadi dan tidak dapat diubah oleh keputusan apapun yang dibuat saat ini ataupun masa yang akan datang
 - c. *Opportunity cost* adalah biaya yang harus selalu dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan

2.1.3 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang timbul sebagai akibat pengolahan bahan baku mentah menjadi barang jadi yang meliputi semua proses produksi. Biaya produksi inilah yang kemudian akan membentuk harga pokok produksi.

Menurut Mulyadi (1999: 14) “Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual”. Sedangkan menurut Ajang Mulyadi (2002:26) “Biaya produksi adalah biaya-biaya yang pengorbanannya terkait dengan proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi (*Finished goods*) yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik”. Biaya produksi juga bisa dianggap sebagai biaya manufaktur, sebagaimana yang diungkapkan oleh Carter dan Ursy (2004:40) yang mendefinisikan biaya produksi sebagai berikut :

Biaya manufaktur - juga disebut biaya produksi atau biaya pabrik - biasanya didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya : bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung, keduanya disebut biaya utama (*prime cost*). Tenaga kerja tidak langsung dan overhead pabrik, keduanya disebut biaya konversi (*conversion cost*).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi (menghasilkan suatu barang). Maka dapat dikatakan bahwa biaya produksi itu adalah biaya yang timbul akibat adanya proses produksi mulai dari pembelian, pengolahan bahan baku hingga menjadi barang jadi siap jual.

2.1.4 Penggolongan Biaya Produksi

Penggolongan biaya dilakukan untuk mengetahui dan mengendalikan sejumlah pengeluaran biaya dan penggunaannya. Penggolongan biaya produksi akan mempermudah perolehan informasi yang jelas dan terperinci mengenai sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan. Biaya produksi itu sendiri tergolong kedalam tiga elemen yakni :

1. Biaya bahan baku langsung
2. Biaya Tenaga kerja langsung
3. Biaya overhead pabrik

Menurut Carter dan Ursy (2004:40) mendefinisikan ketiga kelompok diatas sebagai berikut :

Bahan baku langsung adalah semua bahan baku, yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk. Biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu. Sedangkan biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

Menurut Mulyadi (1999 : 14) biaya produksi dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Biaya bahan baku (*direct materials*), Menurut prinsip akuntansi semua biaya yang terjadi untuk memperoleh bahan baku dan menempatkannya dalam keadaan yang siap diolah merupakan unsur harga pokok bahan baku yang dibentuk oleh harga pokok yang terdiri dari harga beli (harga yang tercantum dalam faktur) ditambah dengan biaya-biaya pembelian dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan bahan baku tersebut dalam keadaan siap untuk diolah
2. Biaya Tenaga kerja langsung (*direct labor*), dibagi kedalam tiga golongan besar yaitu
 - a. gaji dan upah
 - b. premi lembur
 - c. biaya-biaya yang berhubungan dengan dengan tenaga kerja (*labor related costs*)
3. Biaya Overhead Pabrik (*Manufacturing overhead*), dikelompokkan menjadi beberapa golongan berikut ini :
 - a. Biaya bahan penolong
 - b. Biaya reparasi dan pemeliharaan
 - c. Biaya tenaga kerja tidak langsung
 - d. Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap
 - e. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu
 - f. Biaya overhead pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai

Dalam hubungannya dengan produk, biaya produksi dibagi menjadi dua yaitu biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Biaya langsung yaitu biaya yang terjadi disebabkan karena ada sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya produksi tidak langsung yaitu biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya overhead pabrik (*factory overhead costs*).

2.2 Profitabilitas

Untuk mengetahui keadaan suatu perusahaan perlu dilakukan analisis terhadap laporan keuangan, dengan mengadakan interpretasi maka kita dapat mengetahui perkembangan serta kesehatan perusahaan dalam menjalankan kontinuitas usahanya.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai posisi keuangan yang kuat apabila :

1. Memenuhi kewajiban dalam jangka pendeknya tepat waktu
2. Memelihara modal kerja yang cukup untuk operasi yang normal, artinya keuangan dapat memenuhi untuk kegiatan intern
3. Membayar bunga dan deviden yang segera dibayar
4. Memelihara tingkat kredit yang menguntungkan

(Toto Sucipto,1999:109)

Untuk mengukur prestasi perusahaan diperlukan analisis rasio untuk masing-masing laporan keuangan. masing-masing jenis rasio yang digunakan adalah :

1. Rasio likuiditas, adalah rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek.
2. Rasio solvabilitas, adalah rasio untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjang.
3. Rasio profitabilitas, adalah rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.
4. Rasio aktivitas, adalah menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menagih piutang.

(Darsono,2005: 51)

Rasio- rasio tersebut digunakan untuk menganalisis serta untuk mengetahui informasi kesehatan suatu perusahaan sebab analisis rasio memiliki kelebihan-kelebihan sebagai berikut :

1. Rasio merupakan angka-angka atau ikhtisar statistic yang mudah dibaca dan ditafsirkan
2. Merupakan pengganti yang lebih sederhana dari informasi yang disajikan laporan keuangan yang rinci dan rumit
3. Mengetahui posisi perusahaan ditengah industri lain
4. Sangat bermanfaat untuk bahan dalam mengisi modul-modul pengambilan keputusan prediksi
5. Menstandarisir size perusahaan
6. Lebih mudah membandingkan dengan perusahaan lain atau melihat perkembangan perusahaan secara periodik
7. Lebih mudah melihat tren perusahaan atau melakukan prediksi dimasa yang akan datang

(Sofyan Syafari,2007:298)

2.2.1 Pengertian Profitabilitas

Salah satu faktor utama yang menentukan kesehatan suatu perusahaan adalah perolehan laba yang dicapai perusahaan dalam periode tertentu. Untuk

mengetahui seberapa baik keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba diperlukan suatu ukuran. Ukuran yang dipakai adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba.

Menurut J.Fred Weston dan Thomas E.Copeland terjemahan Jaka Wasana (1991:225) “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang dihasilkan dari penjualan dan investasi perusahaan”. Sedangkan menurut R.Agus Sartono (2001:122) “ Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan di dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri”.

Untuk mengukur tingkat profitabilitas perusahaan, dapat dilakukan dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio ini memberikan gambaran mengenai perubahan-perubahan finansial perusahaan dari tahun ke tahun.

Menurut Suad Husnan (2004: 72) “ Rasio Profitabilitas adalah rasio yang dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan yang dikaitkan dengan penjualan yang berhasil diciptakan”.Sedangkan menurut J.Fred Weston dan Thomas E.Copeland terjemahan Jaka Wasana (1991:232) “Rasio profitabilitas adalah rasio yang merupakan hasil akhir bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan”.

2.2.2 Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas dapat digunakan sebagai bahan analisis bagi penentuan kebijakan periode selanjutnya, karena setiap perubahan yang terjadi akan berpengaruh terhadap pertimbangan pihak yang berkepentingan dalam mengambil

keputusan. Menurut R. Agus Sartono (2001: 123-125) rasio profitabilitas terdiri dari :

1. Gross Profit Margin Ratio
2. Operating Profit Margin
3. Operating Ratio
4. Sales Margin (Net Profit Margin)
5. Earning Power of Total Investment
6. Net Earning Power Ratio (Rate of Return on Investment)
7. Rate of Return on Net Worth

Berikut ini penjelasan mengenai rasio-rasio profitabilitas :

- **Gross Profit Margin Ratio**

Rasio ini merupakan persentase dari laba kotor dengan penjualan. Semakin besar gross profit margin ratio maka semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa cost of good sold lebih rendah dibandingka sales. Gross profit margin ini sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka gross profit margin akan menurun, begitu juga sebaliknya.

Rumus gross profit margin rasio :

$$\text{gross profit margin} = \frac{\text{gross profit}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

- **Operating Profit Margin**

Operating profit margin disebut juga “operating income ratio”. menggambarkan apa yang disebut “pure profit” yang diterima atas penjualan yang dilakukan. Dalam pengertian bahwa jumlah tersebutlah yang benar-benar diperoleh dari hasil perusahaan dengan

mengabaikan kewajiban-kewajiban financial lainnya. Atau laba bersih sebelum bunga serta pajak dibandingkan dengan penjualan.

Rumus operating profit margin :

$$\text{Operating profit margin} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

- Operating Ratio

Rasio ini menggambarkan biaya operasi dari setiap rupiah hasil penjualan. Semakin tinggi persentase rasio ini maka semakin buruk kondisi perusahaan tersebut. Atau disebut juga sebagai rasio untuk membandingkan biaya operasi perusahaan dengan penjualan.

Rumus operating ratio :

$$\text{Operating ratio} = \frac{\text{COGM} + \text{Operating cost}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

- Sales Margin (Net Profit Margin)

Merupakan rasio antara laba bersih (net profit) yaitu penjualan yang sudah dikurangi seluruh biaya termasuk pajak dibandingkan dengan penjualannya.

Rumus sales margin :

$$\text{Sales margin} = \frac{\text{Earning after tax}}{\text{Sales}} \times 100\%$$

- Earning Power of Total Investment

Disebut juga dengan Rate of Return on Total Investment (ROA) yang menunjukkan suatu tingkat kemampuan atau tingkat efisiensi dari penggunaan keseluruhan modal yang di investasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi pihak investor.

Rumus ROA :

$$\text{ROA} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

- Net Earning Power Ratio (Rate of Return on Investment)

Merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Atau merupakan kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan netto.

Rumus ROI :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Net Profit after tax}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

- Rate of Return on Net Worth

Disebut juga “Rate of Return for the Owners”, juga sering disebut dengan “Return on Equity” adalah merupakan suatu pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik para

pemegang saham biasa maupun para pemegang saham preferen) atas modal yang mereka investasikan. Dengan kata lain, rasio ini menunjukkan kemampuan dari modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan.

Rumus Rate of Return on Net Worth :

$$\text{Rate of Return on Net Worth} = \frac{\text{Net Profit after tax} \times 100\%}{\text{Net Worth}}$$

2.3 Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Profitabilitas

Semakin terglobalisasinya perekonomian menyebabkan persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat, hal ini menuntut perusahaan untuk selalu memperkuat fundamental manajemen sehingga akan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Untuk itu perusahaan harus mampu mengedepankan kualitas barang yang dihasilkan. Akan tetapi untuk setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan baik dalam proses produksi ataupun penjualan memerlukan pengorbanan berupa sejumlah uang yang disebut sebagai biaya. Keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi bahan mentah menjadi barang jadi disebut biaya produksi.

Sejumlah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi ini akan membentuk harga pokok produksi dan harga pokok produksi ini akan menentukan besarnya harga pokok penjualan.

Semakin baik kualitas barang yang dihasilkan akan berdampak pada penguasaan pangsa pasar, dan menimbulkan kebutuhan produksi yang banyak.

Akan tetapi seperti yang telah diuraikan diatas, untuk menghasilkan sejumlah barang yang dibutuhkan tersebut perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya produksi yang cukup besar. Untuk itu manajemen perusahaan harus mampu mengambil kebijakan yang tepat agar biaya produksi yang dikeluarkan dapat mengimbangi jumlah laba yang diperoleh.

Biaya produksi akan mempengaruhi besar kecilnya pendapatan laba yang diperoleh perusahaan. Sebab biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan akan membentuk harga pokok penjualan yang menjadi dasar untuk mengeluarkan harga jual produk di pasaran, sehingga menentukan besar kecilnya perolehan laba perusahaan dari penjualan yang dilakukan, sehingga biaya produksi secara tidak langsung akan mempengaruhi kemampulabaan (*profitabilitas*) perusahaan.

2.4 Kajian Peneliti Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini penulis membandingkan dengan kajian dari peneliti terdahulu guna meyakinkan apakah teori yang dipakai dalam penelitian tersebut masih dapat berlaku pada penelitian selanjutnya.

Adapun hasil penelitian terdahulu dalam skripsi yang memiliki tema sentral yang sama yakni sebagai berikut :

1. Yeti Rohaeti (2003): Pengaruh biaya tenaga kerja dan tingkat produktivitas tenaga kerja terhadap profitabilitas pada unit produksi patal Cipadung, dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa biaya tenaga kerja dan tingkat produktivitas memiliki pengaruh positif yang rendah terhadap tingkat profitabilitas.

2. Herawati (2003): Pengaruh pelaksanaan anggaran biaya produksi terhadap pencapaian laba kotor pada Mc.Donald's Bandung, dengan hasil penelitian yaitu terdapat pengaruh yang positif antara pelaksanaan anggaran biaya produksi terhadap pencapaian laba kotor, sehingga apabila anggaran biaya produksi tinggi, maka laba yang diperoleh juga tinggi, begitupun sebaliknya. Selain itu terdapat pengaruh yang signifikan antara pelaksanaan anggaran biaya produksi dengan pencapaian laba kotor.

Adapun penelitian yang dilakukan penulis dengan judul Pengaruh Biaya Produksi terhadap tingkat profitabilitas di PT.Winstar Jaya Knitting merupakan penelitian yang mengkaji topik baru di PT.Winstar Jaya Knitting.

2.5 Kerangka Pemikiran

Dalam sebuah perusahaan manufaktur rencana penjualan harus diubah kedalam kebutuhan produksi yang akan menciptakan rencana produksi. Untuk itu dibutuhkan pengembangan kebijakan mengenai tingkat produksi yang efisien. Hal tersebut akan menimbulkan anggaran yang dibutuhkan yaitu biaya. Biaya yaitu pengorbanan sejumlah uang untuk memperoleh atau menghasilkan barang maupun jasa. Sejumlah yang direncanakan dalam kegiatan produksi disebut biaya produksi, yang dimaksud biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual baik langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi (*Mulyadi, 1999 : 14*). Menurut Welsch, Hilton (2000:18), secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi:

1. Biaya bahan baku
2. Biaya tenaga kerja langsung
3. Biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*).

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan perusahaan dalam keseluruhan proses produksi. Biaya produksi ini juga membentuk formula harga pokok produksi yang akan berpengaruh pada perhitungan harga pokok penjualan.

Untuk mengimbangi sejumlah pengorbanan berupa biaya produksi yang dikeluarkan maka perusahaan harus mampu menciptakan penjualan yang tinggi, Tingkat penjualan yang tinggi di pengaruhi oleh pembentukan harga pokok penjualan pada perusahaan industri manufaktur, menurut *Ajang Mulyadi*(2002 : 33), formula harga pokok penjualan adalah sebagai berikut:

| |
|--|
| $\begin{array}{rcccl} \text{Harga Pokok} & & \text{Persediaan Awal} & & \text{Harga Pokok} & & \text{Persediaan Akhir} \\ \text{Penjualan} & = & \text{Produksi} & + & \text{Produksi} & - & \text{Produk Jadi} \end{array}$ |
|--|

Dalam product costing tersebut terdapat unsur harga pokok produksi yang terbentuk dari sejumlah biaya yang dikeluarkan selama proses produksi yaitu, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Maka dari itu, sejumlah biaya akan turut mempengaruhi perolehan laba perusahaan yang di sebut profitabilitas. Adapun gambaran biaya produksi yang dikeluarkan PT.Winstar Jaya knitting periode tahun 1998-2007 yang dikeluarkan semakin

meningkat dari tahun ke tahun, hal tersebut dikarenakan tingginya komponen pembentuk biaya produksi,terlebih pada pengeluaran biaya bahan baku.

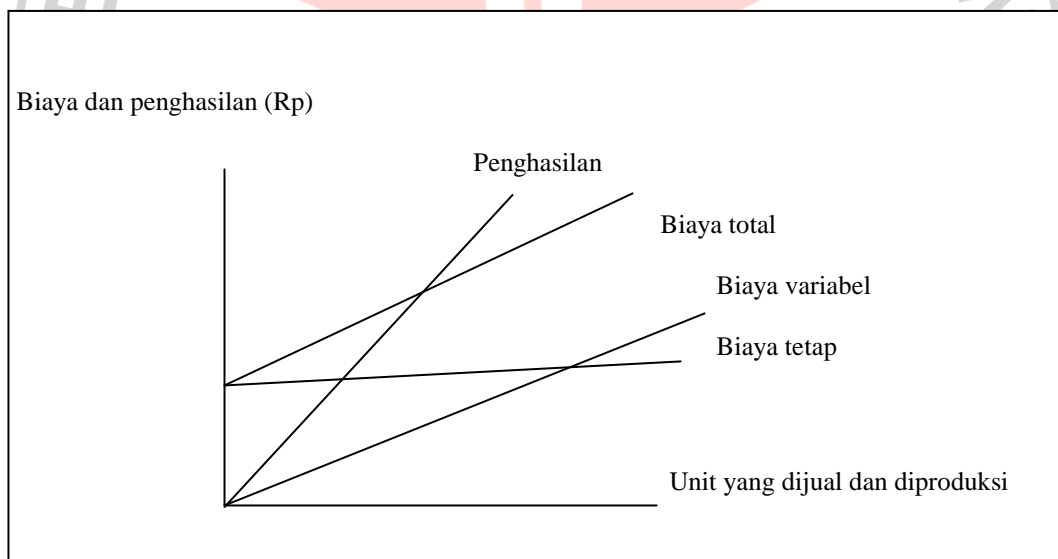
Tujuan akhir dari suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan disamping kontinuitas dan pengembangan. Dengan laba yang diperolehnya perusahaan akan mampu mempertahankan kelangsungan hidup dan ekspansi. Dari pernyataan tersebut maka laba yang diperoleh perusahaan merupakan kunci untuk menjaga stabilitas. Ukuran yang umumnya digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan yaitu dengan menggunakan analisis rasio profitabilitas yang berhubungan dengan aktivitas penjualan.

Menurut S.Munawir (2002:33) “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu”. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas yang akan digunakan gross profit margin ratio, rasio ini mewujudkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan operasi sebelum dikurangi beban-beban usaha, dimana perimbangan laba kotor dengan tingkat penjualan pada periode yang sama sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan yang didalamnya dipengaruhi oleh tingkat biaya produksi. Semakin tinggi harga pokok penjualan maka semakin rendah tingkat profitabilitas perusahaan begitu juga sebaliknya.Jadi dengan rasio ini kita dapat mengetahui laba kotor yang diperoleh perusahaan dari setiap penjualan barang.Adapun tingkat profitabilitas yang diperoleh PT. Winstar Jaya Knitting bersifat fluktuatif periode tahun 1998-2007 dan cenderung menurun.

Berdasarkan paparan teoritis, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi diduga kuat memengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan. Seperti yang dikemukakan

oleh Paul A.Samuelson & William D.Nordhaus (1995:153) bahwa “Laba(Keuntungan) merupakan selisih dari penjualan dengan biaya” maka jelas semakin tinggi biaya yang dikeluarkan maka akan semakin kecil keuntungan yang diperoleh. Begitu juga dengan profitabilitas perusahaan yang menggunakan rasio gros profit margin ini, semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan, maka akan semakin kecil laba kotor yang diperoleh perusahaan. Begitupun yang dikemukakan oleh Suad Husnan dalam teori operating risk dan ketidakpastian arus kas bahwa hubungan biaya, laba dan volume penjualan adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Hubungan biaya, laba dan volume penjualan



Hal tersebut dengan asumsi bahwa:

1. Biaya variabel per unit konstan
2. Harga jual per unit konstan
3. Biaya tetap total konstan sepanjang kapasitas produksi

Suad Husnan,(2004:214)

Oleh sebab itu dalam penelitian ini hubungan antar variabel penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.2
Paradigma Penelitian



2.6 Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran, terlihat bahwa biaya produksi berpengaruh pada tingkat profitabilitas suatu perusahaan, oleh karena itu dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut, "*Biaya produksi mempunyai pengaruh negatif terhadap tingkat profitabilitas*".