

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan pertama kali diperkenalkan oleh Michael C. Jensen dan William H. Meckling (1976). Teori ini menjelaskan bahwa hubungan keagenan merupakan suatu kontrak di mana *principal* mempekerjakan *agent* dan memberikan wewenang kepada *agent* untuk bertindak serta mengambil keputusan atas nama *principal*. Dalam hubungan tersebut dapat muncul kondisi asimetri informasi, yaitu ketika *agent* memiliki informasi lebih banyak daripada *principal*, sehingga informasi tersebut berpotensi digunakan untuk mengutamakan kepentingan pribadinya. Oleh karena itu, teori ini menegaskan adanya potensi konflik kepentingan antara *principal* dan *agent* akibat perbedaan tujuan dan preferensi masing-masing pihak (Takakobi et al., 2025).

Dalam perspektif teori agensi, hubungan antara pemilik perusahaan dan manajer sering kali tidak berjalan selaras karena adanya perbedaan kepentingan yang mendasar. Pemilik sebagai *principal* berharap manajer dapat menjalankan perusahaan secara efisien dan menghasilkan laba yang maksimal agar nilai investasi terus meningkat. Namun, manajer sebagai *agent* memiliki kepentingan sendiri yang terkadang tidak sejalan, seperti mengejar kenyamanan kerja, peningkatan anggaran, atau pemenuhan target tertentu demi memperoleh bonus dan insentif. Perbedaan orientasi ini dapat menimbulkan konflik, terutama ketika keputusan manajer tidak sepenuhnya mencerminkan tujuan utama perusahaan. Oleh karena itu, mekanisme

pengawasan dan penyelarasan kepentingan diperlukan agar manajer bertindak sesuai dengan harapan pemilik (Hartati, 2024).

Penggunaan teori agensi dalam penelitian ini menjelaskan bahwa perbedaan kepentingan antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agent*) dapat memengaruhi pengelolaan biaya, aset, serta aktivitas operasional yang berdampak pada laba bersih. Pada biaya produksi dan biaya operasional, manajer memiliki wewenang penuh dalam menentukan besarnya pengeluaran. Jika agen bertindak oportunistik, seperti meningkatkan anggaran untuk kenyamanan pribadi atau kurang efisien dalam pengelolaan sumber daya, maka biaya akan meningkat dan laba bersih menurun. Dalam konteks penjualan, agen dapat mengejar peningkatan pendapatan secara agresif demi menunjukkan kinerja, namun strategi yang tidak terkendali dapat menurunkan margin keuntungan. Modal kerja yang tidak dikelola secara efisien, seperti pembelian persediaan berlebih atau pengelolaan piutang yang longgar, juga mencerminkan risiko moral hazard yang berdampak pada penurunan laba. Sementara itu, rendahnya *total asset turnover* dapat terjadi ketika manajer tidak memanfaatkan aset secara optimal. Dengan demikian, teori agensi menjadi dasar untuk memahami bagaimana keputusan manajerial pada variabel-variabel tersebut dapat memengaruhi kinerja laba bersih perusahaan.

2. Persamaan Dasar Akuntansi

Persamaan dasar akuntansi adalah hubungan antara sumber daya ekonomi (aset) dan sumber pembiayaannya, baik yang berasal dari kreditur (kewajiban) maupun pemilik (ekuitas). Secara logis, persamaan ini membuktikan bahwa setiap transaksi keuangan akan memengaruhi minimal dua elemen dari laporan posisi

keuangan perusahaan (Ammy, 2025). Persamaan dasar akuntansi memodelkan kesetaraan posisi keuangan yang meliputi aset, liabilitas, ekuitas, pendapatan, dan beban. Akun-akun riil (aset, kewajiban, ekuitas) bersifat permanen, dengan saldo yang terus berjalan dan dilaporkan pada laporan posisi keuangan. Sebaliknya, akun nominal (pendapatan dan beban) bersifat sementara, di mana saldonya ditutup pada akhir setiap periode akuntansi dan dilaporkan pada laporan laba rugi (Haryanto et al., 2023).

Persamaan dasar akuntansi berfungsi sebagai prinsip fundamental dalam penyusunan dan pemahaman laporan keuangan suatu entitas. Prinsip ini menjadi landasan penyusunan seluruh komponen laporan keuangan mulai dari laporan laba rugi komprehensif, laporan perubahan ekuitas, laporan posisi keuangan, hingga laporan arus kas yang pada akhirnya digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi kapabilitas entitas dalam mengelola sumber daya keuangannya (Pamungkas et al., 2023).

Selain teori agensi, hubungan antar variabel juga dapat dijelaskan melalui persamaan dasar akuntansi, yaitu $Aset = Liabilitas + Ekuitas$. Persamaan ini menegaskan bahwa laba bersih yang dihasilkan perusahaan akan meningkatkan ekuitas pemilik. Biaya produksi, biaya operasional, serta pengelolaan modal kerja merupakan bagian dari aktivitas yang memengaruhi aset dan liabilitas perusahaan, sedangkan penjualan dan pemanfaatan aset tercermin dalam perubahan nilai pendapatan dan laba dalam laporan keuangan. Dengan demikian, setiap keputusan manajer terkait variabel yang diteliti akan berdampak langsung terhadap perubahan posisi keuangan dan laba bersih perusahaan.

3. Laba Bersih

a. Pengertian Laba Bersih

Secara etimologis, istilah “laba” berasal dari kata dalam bahasa latin “*laborem*” yang bermakna usaha atau kerja. Makna ini kemudian berkembang menjadi sebuah konsep yang mendefinisikan keuntungan atau hasil yang diperoleh dari suatu aktivitas usaha. Dalam konteks korporat, laba merepresentasikan keuntungan bersih yang dihasilkan dari aktivitas operasional suatu entitas setelah dikurangi seluruh beban yang relevan (Siladjaja, 2025). Laba didefinisikan sebagai penghasilan bersih (*net income*) atau imbal hasil yang diperoleh dari serangkaian aktivitas perusahaan, mencakup proses produksi hingga pemasaran, setelah dikurangi dengan seluruh biaya operasional (Monoarfa et al., 2023).

Laba bersih merepresentasikan total keuntungan atau kerugian entitas setelah memperhitungkan kewajiban pajak dan berbagai biaya lain. Sebagai indikator akhir kinerja keuangan, laba bersih menjadi ukuran fundamental yang mencerminkan tingkat profitabilitas perusahaan secara keseluruhan (Sofia et al., 2024). Laba bersih (*net income*) merupakan sisa keuntungan yang diperoleh suatu entitas setelah seluruh beban dan biaya operasional dikurangkan dari total pendapatan selama suatu periode akuntansi (Ardhianto, 2019).

Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa laba bersih (*net income*) adalah keuntungan yang tersisa setelah seluruh biaya operasional, beban, dan kewajiban pajak dikurangkan dari total pendapatan yang diperoleh perusahaan selama suatu periode akuntansi.

b. Jenis Laba dalam Laporan Laba Rugi

Jenis-jenis laba dalam laporan laba rugi menurut Sofia et al. (2024) adalah sebagai berikut :

1) Laba Kotor

Laba kotor merupakan selisih antara pendapatan usaha dengan harga pokok penjualan.

$$\text{Rumus Laba Kotor} = \text{Pendapatan Usaha} - \text{Harga Pokok Penjualan}$$

2) Laba Operasional

Laba operasional mencerminkan tingkat profitabilitas inti perusahaan sebelum dikurangi beban pajak penghasilan.

$$\text{Rumus Laba Operasional} = \text{Laba Kotor} - \text{Biaya Operasional}$$

3) Laba Bersih Sebelum Pajak

Laba bersih sebelum pajak adalah total keuntungan atau kerugian perusahaan sebelum dikurangi beban pajak penghasilan.

$$\text{Rumus Laba Sebelum Pajak} = \text{Laba Operasional} - \text{Biaya Non Operasional}$$

4) Laba Bersih

Laba bersih merupakan jumlah akhir keuntungan atau kerugian perusahaan setelah seluruh beban, termasuk pajak diperhitungkan.

$$\text{Rumus Laba Bersih} = \text{Laba Bersih Sebelum Pajak} - \text{Pajak Penghasilan dan Biaya Lainnya}$$

5) Laba per Saham

Laba per saham atau *Earnings Per Share* (EPS) menggambarkan besarnya laba bersih yang dialokasikan untuk setiap lembar saham yang beredar.

$$\text{Rumus Laba per Saham (EPS)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$$

6) Margin Laba Kotor

Margin laba kotor merupakan persentase laba kotor terhadap pendapatan usaha.

$$\text{Rumus Laba per Saham (EPS)} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Pendapatan Usaha}} \times 100\%$$

c. **Faktor yang Mempengaruhi Laba**

Faktor-faktor yang memengaruhi laba menurut Farhan (2021) antara lain sebagai berikut :

1) Faktor Penjualan

Penjualan merupakan total omzet barang atau jasa yang berhasil dipasarkan, baik diukur dalam satuan unit maupun dalam nilai rupiah. Besarnya tingkat penjualan menjadi aspek penting bagi perusahaan karena berfungsi sebagai data awal dalam proses analisis kinerja usaha.

2) Faktor Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa, termasuk biaya bahan baku serta biaya terkait lainnya yang diperlukan hingga produk siap dijual. Komponen ini memiliki peran penting sebagai dasar dalam penetapan harga jual kepada konsumen.

Dari pendapat lain menurut Siladjaja (2025) terdapat beberapa faktor yang memengaruhi besarnya laba, antara lain :

1) Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa merupakan faktor utama dalam penentuan laba. Semakin tinggi pendapatan yang dihasilkan, semakin besar kontribusinya terhadap peningkatan laba perusahaan.

2) Harga Pokok Penjualan (HPP)

Harga pokok penjualan mencakup biaya langsung yang berkaitan dengan proses produksi barang atau jasa yang dijual perusahaan. Nilai HPP yang lebih rendah akan meningkatkan laba kotor yang diperoleh.

3) Biaya Operasional

Biaya operasional meliputi berbagai pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan aktivitas perusahaan, seperti biaya pemasaran, administrasi, dan biaya operasional lainnya.

4) Biaya Non Operasional

Biaya non operasional merupakan biaya yang tidak berkaitan secara langsung dengan aktivitas utama perusahaan, seperti beban bunga dan kerugian selisih kurs.

5) Pajak Penghasilan

Pajak penghasilan adalah kewajiban yang harus dibayarkan perusahaan kepada pemerintah berdasarkan laba yang diperoleh. Pajak ini mengurangi jumlah laba bersih yang dapat diterima perusahaan.

6) Kualitas Laba

Kualitas laba berkaitan dengan kemampuan informasi laba dalam memberikan gambaran yang akurat dan andal mengenai kinerja perusahaan, serta mencerminkan kapasitasnya dalam menghasilkan arus kas di masa mendatang.

Dapat disimpulkan dari kedua penjelasan diatas, laba bersih perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor utama yang mencerminkan kinerja operasional maupun kondisi keuangan secara menyeluruh. Pendapatan dari penjualan menjadi elemen paling fundamental yang mendorong peningkatan laba, sementara harga pokok penjualan dan biaya operasional menentukan efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. Selain itu, biaya non-operasional seperti beban bunga serta kewajiban pajak penghasilan turut mengurangi laba bersih yang diperoleh. Di sisi lain, kualitas laba berperan penting karena menunjukkan sejauh mana laba yang dilaporkan benar-benar mencerminkan kinerja ekonomi perusahaan dan kemampuan menghasilkan arus kas di masa depan. Dengan demikian, kemampuan perusahaan dalam mengelola faktor-faktor tersebut secara efektif akan sangat menentukan tingkat laba bersih yang dihasilkan.

d. Unsur Laba (Penghasilan Bersih)

Menurut Monoarfa et al. (2023) terdapat 5 (lima) unsur laba atau penghasilan bersih, sebagai berikut :

1) Pendapatan (*Revenue*)

Pendapatan didefinisikan sebagai peningkatan dalam aset atau penurunan dalam liabilitas yang timbul dari aktivitas operasi utama entitas selama suatu periode akuntansi.

2) **Beban (*Expense*)**

Beban merupakan arus keluar atau penurunan manfaat ekonomi dalam bentuk pengurangan aset atau peningkatan liabilitas yang timbul dari aktivitas operasi utama entitas.

3) **Biaya (*Cost*)**

Biaya mengacu pada pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan moneter, yang dikeluarkan untuk memperoleh atau memproduksi barang dan jasa dengan harapan akan memberikan manfaat ekonomi di masa depan.

4) **Keuntungan dan Kerugian (*Gains and Losses*)**

Keuntungan (*gains*) merupakan kenaikan ekuitas (*aset bersih*) yang berasal dari transaksi insidental atau peristiwa lain di luar aktivitas operasi utama entitas, dan bukan berasal dari investasi atau kontribusi pemilik. Sebaliknya, kerugian (*losses*) merupakan penurunan ekuitas yang berasal dari transaksi atau peristiwa serupa.

5) **Penghasilan (*Income*)**

Penghasilan (*income*) adalah istilah luas yang mencakup seluruh peningkatan ekuitas selama suatu periode, kecuali yang berasal dari transaksi dengan pemilik.

4. Biaya Produksi

a. Pengertian Biaya Produksi

Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi/baru direncanakan

(Sujarweni, 2019). Biaya produksi adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan sejumlah input, yaitu secara akuntansi sama dengan jumlah uang yang tercatat (Sugiarto, 2025). Menurut Widjadjanta & Widyaningsih (2020) biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikorbankan untuk menghasilkan produk sehingga produk itu sampai ke tangan konsumen. Biaya produksi adalah total biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi yang siap untuk dipasarkan (Harahap & Tukino, 2020).

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi untuk mengubah bahan baku menjadi bahan jadi yang akan dipasarkan kepada pembeli. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

b. Unsur Biaya Produksi

Menurut Sujarweni (2019) terdapat unsur biaya produksi yang penting untuk diketahui, yaitu :

1) **Biaya Bahan Baku**

Bahan baku adalah bahan-bahan yang merupakan komponen utama yang membentuk keseluruhan dari produk jadi. Unsur dari harga pokok bahan baku yang dibeli adalah terdiri dari, harga pembelian (harga yang tercantum dalam faktur pembelian), biaya-biaya pembelian seperti biaya angkut, dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan bahan baku dalam keadaan siap untuk diolah.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang timbul dari pembuatan produksi yang langsung berhubungan dengan produk yang dihasilkan. Biaya ini meliputi, gaji karyawan produksi, biaya tunjangan karyawan pabrik, upah lembur karyawan pabrik, upah mandor pabrik, serta gaji pimpinan pabrik.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik (BOP) adalah semua biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. BOP ini sering juga disebut sebagai biaya produksi tidak langsung karena tidak dapat langsung dibebankan ke dalam satu produk. Adapun biaya *overhead* pabrik meliputi, biaya bahan tak langsung, biaya tenaga kerja tak langsung, dan biaya-biaya produksi lainnya yang tidak secara mudah dapat ditelusur secara langsung pada proses produksi.

c. Perhitungan Biaya Produksi

Untuk menaksir biaya produksi yang akan dikeluarkan dalam memproduksi produk dalam jangka waktu tertentu perlu di hitung unsur-unsur biaya tertentu. Menurut Supriyadi (2024) biaya produksi dapat diketahui dengan rumus :

$$\text{Biaya Produksi} = \text{Biaya Bahan Baku} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}$$

d. Faktor yang Mempengaruhi Biaya Produksi

Menurut Ndari et al. (2025) biaya produksi suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu :

1) Harga Bahan Baku

Fluktuasi harga bahan baku secara langsung berdampak pada biaya produksi. Kenaikan harga input produksi akan meningkatkan biaya variabel, sementara penurunannya dapat mengoptimalkan margin keuntungan.

2) Tingkat Teknologi

Penerapan teknologi yang maju dapat meningkatkan efisiensi produksi melalui, Otomatisasi proses manufaktur, Pengurangan *waste* dan optimalisasi material, Peningkatan kapasitas dan kecepatan produksi.

3) Ketersediaan Sumber Daya

Ketersediaan dan kualitas sumber daya produksi meliputi, tenaga kerja yang terampil dan produktif, modal sebagai akses pembiayaan, dan infrastruktur yang lengkap sebagai fasilitas pendukung produksi.

4) Kebijakan Pemerintah

Regulasi dan kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi biaya melalui, kebijakan perpajakan (PPN, pajak penghasilan), regulasi lingkungan dan standar produksi, kebijakan impor bahan baku dan tarif bea masuk, insentif atau disinsentif fiskal untuk sektor tertentu.

Pendapat lain menurut Pamungkas et al. (2024) faktor-faktor yang memengaruhi biaya produksi mencakup beberapa aspek utama, antara lain:

1) Permintaan

Ketika produk perusahaan berhasil diterima pasar, permintaan meningkat sehingga perusahaan perlu menambah persediaan bahan baku, tenaga kerja, atau

kapasitas produksi. Kondisi ini mendorong peningkatan kebutuhan modal kerja untuk memenuhi permintaan konsumen

2) Teknologi

Kemajuan teknologi memungkinkan proses produksi berjalan lebih cepat dan efisien melalui penggunaan mesin yang merupakan aset perusahaan. Penggunaan teknologi juga dapat menekan biaya operasional dibandingkan ketergantungan pada tenaga kerja manual.

3) Suku Bunga

Perusahaan yang membiayai produksi melalui pinjaman akan terpengaruh oleh perubahan suku bunga, karena kenaikan suku bunga meningkatkan beban pembayaran. Oleh sebab itu, fluktuasi suku bunga perlu diperhitungkan dalam perencanaan dan pencatatan biaya produksi.

4) Kurs

Perubahan kurs berpengaruh pada biaya produksi terutama bagi perusahaan yang mengimpor bahan baku, dimana kurs melemah meningkatkan biaya impor dan sebaliknya. Stabilitas nilai tukar menjadi faktor penting dalam pengendalian biaya produksi.

5) Pajak

Pajak merupakan bagian dari biaya produksi tidak langsung yang besarnya ditentukan oleh kebijakan pemerintah. Variasi tarif pajak dapat memengaruhi total biaya produksi, terutama ketika perusahaan menambah tenaga kerja atau kapasitas produksi.

6) Biaya Material

Biaya material bersifat fluktuatif karena dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, ketersediaan bahan, dan faktor waktu perubahan harga material secara langsung berdampak pada total biaya produksi perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang mencerminkan dinamika operasional dan kondisi pasar. Harga bahan baku, biaya material, dan ketersediaan sumber daya menjadi faktor utama yang secara langsung memengaruhi besaran biaya produksi. Selain itu, perkembangan teknologi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, menekan biaya operasional, dan mempercepat proses produksi. Faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, pajak, suku bunga, dan fluktuasi kurs turut menentukan struktur biaya melalui pengaruhnya terhadap akses pembiayaan, regulasi, serta biaya impor. Permintaan pasar juga menjadi determinan penting karena permintaan mendorong perusahaan untuk menambah kapasitas produksi dan kebutuhan modal kerja. Dengan demikian, biaya produksi merupakan hasil dari interaksi kompleks antara faktor-faktor ekonomi, teknologi, regulasi, dan kondisi pasar.

5. Biaya Operasional

a. Pengertian Biaya Operasional

Secara spesifik, biaya dapat didefinisikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh atau meningkatkan suatu aset (Suripto et al., 2024). Biaya operasional merujuk pada seluruh pengorbanan sumber daya ekonomi yang dikeluarkan oleh suatu entitas untuk

membayai aktivitas operasionalnya dalam rangka mencapai tujuan strategis perusahaan (Rusdiana, 2021). Dalam terminologi keuangan, biaya operasional (*Operating Expenses* atau OPEX) merujuk pada pengeluaran yang dikeluarkan suatu entitas untuk membiayai aktivitas operasionalnya sehari-hari. Biaya ini bersifat berulang dan diperlukan untuk menjaga kelangsungan operasi bisnis, yang mencakup antara lain pengeluaran untuk peralatan, pemeliharaan dan perbaikan, komisi penjualan, tunjangan karyawan, persediaan bahan baku, serta gaji dan upah (Siregar, 2022).

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya operasional merupakan seluruh pengorbanan sumber daya ekonomi yang bersifat berulang dan dikeluarkan oleh suatu entitas secara rutin untuk membiayai aktivitas operasionalnya sehari-hari. Pengeluaran ini diperlukan untuk menjaga kelangsungan operasi bisnis dan mendukung tercapainya tujuan strategis perusahaan.

b. Klasifikasi Biaya Operasional

Penggolongan biaya operasional merupakan suatu proses sistematis dalam mengelompokkan seluruh elemen biaya menjadi bentuk yang lebih terstruktur untuk keperluan penyajian informasi. Menurut Rusdiana (2021) klasifikasi biaya operasional pada entitas yang memproduksi barang maupun jasa dapat dibedakan sebagai berikut:

1) Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan seluruh pengeluaran yang dikeluarkan untuk mendukung aktivitas pemasaran, mulai dari proses penjualan barang dan jasa

hingga penagihan piutang. Berdasarkan fungsinya, biaya pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi:

- a) Biaya perolehan pesanan: Meliputi seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pesanan dari konsumen, terdiri dari biaya administrasi dan periklanan (pembuatan media promosi dan iklan), biaya penjualan (kompensasi tenaga penjual, komisi, bonus, perjalanan dinas, dan operasional kantor penjualan).
 - b) Biaya pemenuhan pesanan: Meliputi biaya-biaya yang timbul dalam proses pemenuhan pesanan yang diterima, terdiri dari Biaya pergudangan dan penyimpanan (remunerasi staf gudang, pemeliharaan, penyusutan, dan asuransi), biaya pengepakan dan pengiriman (tenaga kerja, material kemasan, dan transportasi), biaya penagihan piutang dan administrasi kredit, biaya administrasi penjualan (remunerasi staf administrasi dan perlengkapan kantor).
- 2) Biaya Administrasi dan Umum
- Biaya administrasi dan umum mencakup seluruh pengeluaran yang terkait dengan lingkungan administrasi perkantoran serta biaya-biaya lain yang bersifat untuk kepentingan organisasi secara keseluruhan. Komponen biaya administrasi dan umum terdiri dari:
- a) Remunerasi tenaga kerja: Meliputi gaji pokok karyawan, insentif, bonus, premi lembur, beban pajak penghasilan, dan upah tenaga honorer.
 - b) Program kesejahteraan karyawan: Meliputi biaya pengobatan, kegiatan rekreasi dan olahraga, serta pengembangan pendidikan.

- c) Pemeliharaan dan perbaikan: Meliputi biaya perbaikan dan pemeliharaan peralatan kantor, sarana transportasi, dan gedung.
- d) Operasional dan penyusutan: Meliputi biaya penyusutan aktiva tetap, pengadaan alat tulis kantor, perlengkapan kantor, serta biaya utilitas (listrik, air, dan telekomunikasi).

Sedangkan dalam Tarigan et al. (2025) biaya operasional dapat dikategorikan berdasarkan sifat maupun fungsinya dalam kegiatan bisnis, sebagai berikut :

1) Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak mengalami perubahan meskipun jumlah layanan yang diberikan meningkat atau menurun. Biaya ini wajib dibayarkan dalam periode tertentu tanpa bergantung pada tingkat aktivitas perusahaan. Meliputi, sewa kantor atau gedung, gaji karyawan tetap, penyusutan peralatan dan aset tetap, dan biaya langganan perangkat lunak atau layanan administratif.

2) Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang berubah sesuai dengan intensitas aktivitas bisnis. Semakin tinggi tingkat layanan atau produksi, semakin besar biaya yang dikeluarkan. Contohnya, biaya listrik, air, dan telekomunikasi, biaya bahan habis pakai seperti alat tulis kantor, komisi karyawan berdasarkan jumlah layanan atau penjualan, biaya transportasi atau pengiriman.

3) **Biaya Administrasi dan Umum**

Biaya administrasi dan umum mencakup seluruh pengeluaran yang diperlukan untuk mengelola perusahaan, terutama yang tidak memiliki kaitan langsung dengan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Contohnya, biaya akuntansi dan audit, biaya konsultasi hukum dan bisnis, biaya peralatan kantor dan kebutuhan administratif, biaya pelatihan serta pengembangan karyawan.

4) **Biaya Pemasaran dan Promosi**

Biaya ini digunakan untuk menarik pelanggan serta meningkatkan kesadaran publik terhadap layanan yang ditawarkan perusahaan. Meliputi, biaya iklan di media sosial, televisi, atau media cetak, biaya sponsorship dan kerja sama dengan pihak eksternal, biaya pembuatan materi promosi seperti brosur atau situs web, pengeluaran untuk program diskon atau loyalitas pelanggan.

5) **Biaya Pemeliharaan dan Perbaikan**

Biaya pemeliharaan dan perbaikan diperlukan untuk menjaga aset perusahaan tetap berfungsi dengan baik sehingga kegiatan operasional berjalan tanpa hambatan. Contohnya, biaya servis peralatan dan perangkat teknologi, biaya perawatan gedung dan fasilitas kantor, biaya pembaruan perangkat lunak dan sistem manajemen.

c. Perhitungan Biaya Operasional

Menurut Jumliana et al. (2025) biaya operasional adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis sehari-hari, meliputi biaya penjualan serta biaya administrasi dan umum. Adapun rumus untuk menghitung biaya operasional adalah sebagai berikut:

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

d. Manfaat Biaya Operasional

Menurut Siregar (2022) terdapat manfaat dari biaya operasional, yaitu :

1) Evaluasi Kinerja Keuangan

Pencatatan rutin biaya operasional membantu perusahaan menilai pengaruhnya terhadap keberlangsungan bisnis.

2) Perencanaan Bisnis

Informasi biaya operasional mempermudah perusahaan memprediksi kondisi usaha dan menyusun strategi yang tepat.

3) Dasar Pengelolaan Efisiensi

Pengurangan biaya operasional dapat meningkatkan penjualan, namun berpotensi menurunkan produktivitas dan kualitas.

4) Perhitungan Biaya Produksi

Pada perusahaan manufaktur, biaya operasional muncul di pabrik dan kantor serta menjadi bagian perhitungan harga pokok.

Adapun menurut Rusdiana, (2021) pemanfaatan data biaya operasional memberikan kontribusi penting bagi efektivitas pengelolaan perusahaan, karena informasi tersebut dapat diolah untuk berbagai kebutuhan manajerial, antara lain :

1) Tujuan Pengawasan

Data biaya operasional mendukung proses pengawasan melalui penyusunan anggaran yang mencakup rencana produksi, penggunaan bahan baku, tenaga kerja, dan *overhead* pabrik.

2) Membantu dalam Penentuan Harga

Informasi biaya membantu penentuan harga jual yang optimal dengan mempertimbangkan biaya historis, proyeksi biaya mendatang, serta potensi perubahan volume produksi dan penjualan.

3) Menghitung Rugi Laba Periodik

Data biaya diperlukan untuk menghitung laba rugi periodik dengan mencocokkan pendapatan dan biaya yang telah terjadi secara konsisten.

4) Pengendalian Beban

Data biaya digunakan dalam pengendalian beban melalui akuntansi pertanggungjawaban, di mana setiap unit organisasi mempertanggungjawabkan biaya sesuai kewenangannya.

5) Pengambilan keputusan

Informasi biaya menjadi dasar penting dalam pengambilan keputusan karena menyediakan data yang terukur, dapat dianalisis, dan memungkinkan untuk diimplementasikan.

Berdasarkan uraian diatas, maka kesimpulan dari manfaat biaya operasional yaitu informasi biaya operasional memiliki peran strategis dalam memastikan efisiensi, efektivitas, dan keberlanjutan bisnis. Data biaya operasional tidak hanya berfungsi sebagai alat evaluasi kinerja dan perencanaan bisnis, tetapi juga menjadi dasar penting dalam pengawasan, penentuan harga, pengendalian beban, serta perhitungan laba rugi. Selain itu, pada perusahaan manufaktur, biaya operasional berkontribusi langsung dalam perhitungan harga pokok produksi, sehingga memengaruhi keputusan manajerial dan strategi perusahaan secara menyeluruh.

6. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan suatu aktivitas bisnis yang bertujuan untuk mentransfer kepemilikan atas suatu produk, baik barang maupun jasa, dari produsen kepada konsumen sebagai target pasar (Arianty, 2024). Kegiatan penjualan merupakan suatu proses bisnis yang bertujuan untuk mengidentifikasi calon pembeli, mempengaruhi persepsi mereka, dan memberikan bimbingan agar pembelian yang dilakukan selaras dengan produk yang ditawarkan. Proses ini diakhiri dengan negosiasi untuk mencapai kesepakatan harga yang bersifat mutualistik, yaitu menguntungkan bagi kedua belah pihak (Wardana, 2022).

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa, penjualan adalah kegiatan mengajak orang lain agar bersedia membeli atau menerima barang maupun jasa yang ditawarkan oleh penjual dengan menetapkan kesepakatan harga antara kedua belah pihak sebelum terjadi pertukaran antara barang yang dijual dengan uang sebagai alat penukarnya, dengan tujuan untuk saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

b. Tujuan Penjualan

Tujuan dari kegiatan penjualan menurut Arianty (2024) meliputi pencapaian sejumlah sasaran strategis, yaitu:

- 1) Mencapai target volume penjualan yang telah ditetapkan.
- 2) Mendapatkan tingkat laba yang ditargetkan.
- 3) Mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar (market share) perusahaan.

Sementara menurut Djawahir & Fuaddy (2024) menyebutkan bahwa tujuan dari penjualan adalah sebagai berikut :

- 1) Penjualan dilakukan agar produk lebih dikenal konsumen.
- 2) Pengenalan produk yang baik mendorong meningkatnya minat pembelian.
- 3) Menjadi sumber utama pendapatan perusahaan.
- 4) Memperoleh laba dari selisih pendapatan dan biaya.
- 5) Penjualan dikelola untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Berdasarkan pendapat yang telah dijelaskan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan kegiatan penjualan pada dasarnya berorientasi pada pencapaian kinerja komersial dan keberlanjutan bisnis perusahaan. Penjualan tidak hanya bertujuan memenuhi target volume dan memperoleh laba sesuai yang ditetapkan, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun pengenalan produk, meningkatkan minat pembelian, serta memperluas pangsa pasar. Selain itu, penjualan berfungsi sebagai sumber utama pendapatan yang memungkinkan perusahaan memperoleh keuntungan maksimal melalui pengelolaan pendapatan dan biaya secara efektif.

c. **Volume Penjualan**

Menurut Atmoko & Susilowati (2021) volume penjualan merupakan realisasi akhir dari aktivitas penjualan produk yang dicapai melalui upaya tenaga penjual. Kinerja ini diukur dengan membandingkan antara realisasi pencapaian dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya. Volume penjualan merupakan indikator keberhasilan penjualan produk yang diukur dalam satuan moneter, yang merefleksikan hasil dari usaha pemasaran yang telah dilaksanakan.

Faktor-faktor yang memengaruhi volume penjualan menurut Atmoko & Susilowati (2021) antara lain :

1) Kebijakan Harga

Kebijakan penetapan harga merupakan faktor krusial yang memengaruhi penjualan produk atau jasa. Tingkat harga menentukan keterjangkauan produk bagi konsumen sasaran dan memengaruhi keputusan pembelian.

2) Kualitas Produk

Karakteristik dan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan harus sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Kesesuaian ini menjadi determinan penting dalam pencapaian volume penjualan.

3) Anggaran Promosi

Promosi mencakup serangkaian aktivitas perusahaan yang dirancang untuk mengomunikasikan informasi persuasif mengenai perusahaan serta produk dan jasa yang ditawarkan. Alokasi anggaran promosi yang efektif dapat meningkatkan volume penjualan.

4) Efisiensi Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan mekanisme yang digunakan perusahaan untuk menyalurkan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Efisiensi dalam distribusi memengaruhi keterjangkauan dan ketersediaan produk di pasar.

5) Standar Kualitas

Kualitas produk yang konsisten dan unggul dapat membangun loyalitas konsumen. Sebaliknya, kualitas yang tidak memenuhi standar dapat menyebabkan perpindahan konsumen ke produk pesaing. Keunikan dalam desain dan fitur produk

dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan perusahaan dari pesaingnya.

Adapun menurut Supriyati et al. (2023) perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai aspek lain untuk meningkatkan jumlah penjualan sehingga dapat mencapai tingkat keuntungan yang optimal. Faktor-faktor yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

1) Kualitas Produk atau Layanan

Tingkat kualitas produk atau layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kualitas yang baik mendorong minat beli, sedangkan kualitas yang rendah cenderung menurunkan ketertarikan konsumen.

2) Persaingan

Intensitas persaingan dalam pasar dapat memengaruhi volume penjualan perusahaan. Apabila persaingan meningkat, perusahaan dituntut untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif serta menawarkan produk yang memiliki nilai lebih dibandingkan pesaing.

3) Harga

Kebijakan harga yang ditetapkan perusahaan berpotensi memengaruhi tingkat permintaan; harga yang terlalu tinggi maupun terlalu rendah dapat menurunkan minat konsumen dalam melakukan pembelian.

4) Strategi Pemasaran

Implementasi strategi pemasaran yang tepat dan efektif berkontribusi pada peningkatan volume penjualan. Perusahaan perlu memperhatikan elemen promosi,

distribusi, dan pembentukan citra merek untuk memastikan efektivitas strategi tersebut.

5) Tren Pasar

Perubahan tren pasar dapat memengaruhi preferensi dan minat konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Oleh karena itu, perusahaan harus selalu memantau dinamika pasar dan melakukan penyesuaian yang diperlukan guna memenuhi kebutuhan serta ekspektasi konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kebijakan harga, startegi pemasaran, dan tren pasar merupakan faktor penting yang memengaruhi tingkat permintaan terhadap produk perusahaan. Penetapan harga yang tidak tepat, baik terlalu tinggi maupun terlalu rendah, dapat menurunkan minat konsumen, sementara strategi pemasaran yang efektif melalui promosi, distribusi, dan penguatan citra merek dapat meningkatkan volume penjualan.

7. Modal Kerja

a. Pengertian Modal Kerja

Modal adalah hak pemilik atas perusahaan yang timbul akibat penanaman (investasi) yang dilakukan oleh pemilik (Puspita et al., 2025). Secara konseptual, ekuitas (modal) merepresentasikan hak kepemilikan atas kekayaan bersih suatu entitas, yang nilainya ditentukan sebagai selisih antara total aset dan total kewajiban (Sujarweni, 2019).

Modal Kerja didefinisikan sebagai modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan sehari-hari, terutama yang memiliki jangka waktu pendek. Modal kerja juga diartikan seluruh aset lancar yang dimiliki suatu perusahaan atau

setelah aset lancar dikurangi dengan utang lancar (Kasmir, 2019). Modal kerja dipahami sebagai sejumlah kapital yang diperlukan untuk mendanai operasional rutin suatu entitas bisnis, khususnya yang berkaitan dengan siklus operasi jangka pendek. Konsep ini dimanifestasikan melalui dua pendekatan: pertama sebagai representasi dari total nilai aset lancar, dan kedua sebagai pos modal kerja bersih (*current assets* dikurangi *current liabilities*) (Sujarweni, 2019).

Dapat disimpulkan bahwa modal kerja adalah sejumlah dana yang digunakan untuk membiayai operasional bisnis sehari-hari dalam siklus jangka pendek yang diukur dengan dua cara, yaitu sebagai total aset lancar (modal kerja kotor) atau sebagai kelebihan aset lancar di atas utang lancar (modal kerja bersih).

b. Konsep Modal Kerja

Menurut Kasmir (2019) konsep modal kerja dapat dikategorikan ke dalam tiga paradigma utama, yaitu:

1) Konsep Kuantitatif

Konsep kuantitatif mendefinisikan modal kerja sebagai keseluruhan nilai aktiva lancar, fokus utama dalam pendekatan ini terletak pada pemenuhan kebutuhan pendanaan jangka pendek untuk membiayai operasional perusahaan.

2) Konsep Kualitatif

Konsep ini diukur melalui selisih antara aktiva lancar dan kewajiban lancar. Nilai modal kerja bersih yang positif, di mana aktiva lancar melebihi kewajiban lancar, mencerminkan kepercayaan dari para kreditor dan menandakan tingkat keamanan finansial yang lebih baik.

3) Konsep Fungsional

Konsep fungsional menekankan pada peran dan alokasi dana dalam kaitannya dengan profitabilitas. Dalam perspektif ini, modal kerja dipandang sebagai sejumlah dana yang diinvestasikan dengan fungsi utama untuk meningkatkan laba perusahaan.

Sedangkan menurut Bahri et al. (2022) konsep modal kerja antara lain:

1) Modal Kerja Bruto (*Gross Working Capital*)

Modal kerja bruto mencakup seluruh aset lancar perusahaan, seperti kas, bank, surat berharga jangka pendek, piutang, persediaan, dan lainnya. Namun, konsep ini belum sepenuhnya mencerminkan jumlah modal kerja yang benar-benar tersedia untuk mendukung kegiatan operasi pada periode berikutnya.

2) Modal Kerja Netto (*Net Working Capital*)

Modal kerja netto adalah selisih antara aset lancar dan kewajiban lancar. Modal kerja ini menggambarkan besarnya dana potensial yang dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan pada periode mendatang.

3) Modal Kerja Fungsional (*Functional Working Capital*)

Modal kerja fungsional terdiri atas seluruh aset yang digunakan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan pada periode berjalan, baik berupa aset lancar maupun aset tidak lancar. Sementara itu, aset yang berfungsi menghasilkan pendapatan pada periode mendatang dikategorikan sebagai modal kerja potensial.

c. Faktor yang Mempengaruhi Modal Kerja

Berdasarkan Kasmir (2019) dalam praktiknya terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi modal kerja antara lain tergantung dari:

1) Sektor dan Jenis Usaha

Perusahaan industri umumnya memerlukan modal kerja yang lebih besar dibandingkan perusahaan jasa. Hal ini disebabkan investasi yang lebih substansial dalam komponen-komponen modal kerja seperti kas, piutang, dan persediaan pada perusahaan industri.

2) Kebijakan Kredit dan Penjualan

Meskipun strategi kebijakan penjualan kredit, termasuk penjualan secara angsuran, dapat meningkatkan volume penjualan, namun penjualan kredit menyebabkan dana tertanam dalam piutang untuk jangka waktu tertentu.

3) Siklus dan Waktu Produksi

Durasi siklus produksi berbanding lurus dengan kebutuhan modal kerja. Semakin panjang waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi barang, semakin besar modal kerja yang diperlukan. Sebaliknya, efisiensi waktu produksi dapat mengurangi kebutuhan modal kerja.

4) Tingkat Perputaran Persediaan

Perputaran persediaan yang rendah mengindikasikan dana yang tertanam dalam waktu lama, sehingga meningkatkan kebutuhan modal kerja. Sebaliknya, perputaran persediaan yang tinggi dapat mengurangi kebutuhan modal kerja sekaligus meminimalkan risiko penurunan harga dan mengoptimalkan biaya penyimpanan.

Adapun menurut Saputri et al. (2023) besar kecilnya modal kerja dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:

1) Volume Penjualan

Modal kerja diperlukan untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan, di mana penjualan merupakan puncak dari kegiatan usaha. Semakin tinggi tingkat penjualan, semakin besar modal kerja yang dibutuhkan, demikian pula sebaliknya.

2) Kebijakan Perusahaan

a) Kebijakan penjualan kredit: Lamanya periode penagihan piutang menentukan kebutuhan modal kerja, karena perputaran piutang yang panjang meningkatkan jumlah dana yang tertahan.

b) Kebijakan penentuan persediaan: Besaran persediaan yang diinginkan baik kas, bahan baku, maupun barang jadi akan menentukan jumlah modal kerja yang harus disediakan perusahaan.

3) Pengaruh Musim

Perubahan musim memengaruhi permintaan barang atau jasa, yang kemudian berdampak pada fluktuasi penjualan, perubahan tingkat penjualan ini akan menentukan jumlah modal kerja yang dibutuhkan untuk menjalankan proses produksi.

4) Kemajuan Teknologi

Inovasi teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses produksi sehingga menurunkan kebutuhan modal kerja. Namun, untuk mengikuti perkembangan tersebut, perusahaan perlu mengganti atau memperbaiki mesin dan peralatan, yang justru memerlukan modal kerja dalam jumlah lebih besar.

Berdasarkan kedua sumber diatas, dapat dijelaskan bahwa modal kerja dipengaruhi oleh karakteristik usaha, kebijakan perusahaan, dan kondisi

operasional. Sektor usaha, kebijakan kredit, lamanya siklus produksi, serta tingkat perputaran persediaan menentukan besar kecilnya dana yang harus disediakan perusahaan untuk menjaga kelancaran operasi. Selain itu, volume penjualan, pengelolaan piutang dan persediaan, perubahan musim juga turut memengaruhi jumlah modal kerja yang diperlukan untuk menjaga kelancaran aktivitas perusahaan.

d. Perhitungan Modal Kerja

Dalam Zalogo et al. (2025) modal kerja mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar yang dimilikinya. Modal kerja dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Modal Kerja} = \text{Aset Lancar} - \text{Utang Lancar}$$

8. *Total Asset Turnover* (Perputaran Total Aset)

a. Pengertian *Total Asset Turnover*

Total asset turnover (perputaran total aset) merupakan bagian dari rasio aktivitas. Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi atas pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan atau untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari (Hery, 2019).

Perputaran total aset merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur perputaran semua aktiva yang dimiliki perusahaan, kemudian juga mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva (Kasmir, 2019). Menurut Sujarweni (2019b) *total asset turnover* adalah kemampuan dana dimana

semua aset dikumpulkan selama periode tertentu atau kemampuan modal yang diinvestasikan untuk menghasilkan pendapatan.

Dari beberapa pengertian yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa, *total assets turnover* merupakan rasio aktivitas yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi dan efektivitas seluruh aset yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aset perusahaan tersebut.

b. Perhitungan *Total Asset Turnover*

Menurut Madyan & Setiawan (2025) *total asset turnover* adalah rasio yang menunjukkan seberapa cepat aset perusahaan berputar melalui aktivitas penjualan. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *total asset turnover* :

$$Total\ Asset\ Turnover = \frac{Penjualan}{Total\ aset}$$

Sedangkan menurut Hery (2019) rumus *total asset turnover* dapat dihitung dengan :

$$Total\ Asset\ Turnover = \frac{Penjualan}{Rata-rata\ Total\ Aset}$$

c. Tujuan dan Manfaat *Total Asset Turnover*

Total asset turnover (perputaran total aset) merupakan bagian dari rasio aktivitas. Berikut adalah tujuan dan manfaat yang ingin dicapai perusahaan melalui rasio aktivitas menurut Hery (2019) :

- 1) Untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam piutang usaha berputar dalam satu periode.

- 2) Untuk menghitung lamanya rata-rata penagihan piutang usaha, serta sebaliknya untuk mengetahui berapa hari rata-rata piutang usaha tidak dapat ditagih.
- 3) Untuk menilai efektif tidaknya aktivitas penagihan piutang usaha yang telah dilakukan selama periode.
- 4) Untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam persediaan berputar dalam satu periode.
- 5) Untuk menghitung lamanya rata-rata persediaan tersimpan di gudang hingga akhirnya terjual.
- 6) Untuk menilai efektif tidaknya aktivitas penjualan persediaan barang dagang yang telah dilakukan selama periode.
- 7) Untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam modal kerja berputar dalam satu periode atau berapa besar tingkat penjualan yang dapat dicapai dari setiap rupiah modal kerja yang digunakan.
- 8) Untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam aset tetap berputar dalam satu periode atau berapa besar tingkat penjualan yang dapat dicapai dari setiap rupiah aset tetap yang digunakan.
- 9) Untuk mengukur berapa kali dana yang tertanam dalam total aset berputar dalam satu periode, atau berapa besar tingkat penjualan yang dapat dicapai dari setiap rupiah total aset yang digunakan.

Menurut Kasmir (2019) tujuan dan manfaat *total asset turnover* yang dilihat dari tujuan dan manfaat rasio aktivitas adalah sebagai berikut :

- 1) Mengukur jangka waktu penagihan piutang dalam satu periode atau frekuensi perputaran dana yang tertanam dalam piutang selama periode tersebut.
- 2) Menghitung rata-rata hari penagihan piutang (*days of receivable*) yang menunjukkan berapa hari piutang tersebut tidak tertagih secara rata-rata.
- 3) Menghitung jumlah hari rata-rata persediaan berada dalam gudang.
- 4) Mengukur frekuensi perputaran dana yang ditanamkan dalam modal kerja selama satu periode atau besarnya penjualan yang dihasilkan dari setiap unit modal kerja yang digunakan (*working capital turnover*).
- 5) Mengukur seberapa sering dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar selama satu periode.
- 6) Mengukur efektivitas penggunaan seluruh aktiva perusahaan dalam menghasilkan penjualan.

Berdasarkan kedua pendapat tersebut, tujuan dan manfaat *total asset turnover* pada dasarnya adalah untuk menilai seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan seluruh asetnya untuk menghasilkan penjualan selama satu periode. Rasio ini menunjukkan frekuensi perputaran total aset dan memberikan gambaran mengenai efisiensi operasional perusahaan, karena semakin tinggi perputaran aset, semakin besar kemampuan perusahaan dalam mengonversi investasi aset menjadi pendapatan. Dengan demikian, *total asset turnover* menjadi indikator penting dalam menilai kinerja penggunaan aset secara keseluruhan.

B. Penelitian Terdahulu

1. Aprianti & Oktaviani (2025), “Pengaruh Modal Kerja, Biaya Produksi, Penjualan, dan Total Hutang terhadap Laba Bersih Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023”, hasil penelitian ini menunjukkan modal kerja dan total hutang sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih perusahaan. Sebaliknya, biaya produksi dan penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada variabel modal kerja, biaya produksi, dan penjualan. Perbedaan penelitian adalah objek yang digunakan peneliti terdahulu pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI periode 2019-2023, sedangkan peneliti saat ini menggunakan objek di perusahaan manufaktur sektor barang konsumen nonprimer di BEI tahun 2021-2024.
2. Kurnia & Arismutia (2025), “Pengaruh Biaya Produksi, Pemasaran, Administrasi Umum, dan Penjualan terhadap Laba Bersih Perusahaan Sub Sektor Farmasi di BEI (2016-2023)”, menunjukkan biaya produksi, biaya pemasaran, biaya administrasi umum, dan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, dan secara simultan keempat variabel tersebut berpengaruh dan signifikan terhadap laba bersih. Persamaan penelitian yaitu variabel biaya produksi dan penjualan. Perbedaan objek peneliti terdahulu yaitu pada perusahaan sub sektor farmasi di BEI tahun

2016-2023, sedangkan peneliti saat ini pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen nonprimer di BEI tahun 2021-2024.

3. Alma et al. (2025), “Pengaruh Modal Kerja, Penjualan, Dan Perputaran Total Aktiva terhadap Laba Bersih Perusahaan Sektor Perkebunan”, dengan hasil penelitian yaitu, modal kerja tidak berpengaruh terhadap laba bersih, sedangkan penjualan dan perputaran total aktiva berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih. Persamaan dengan penelitian ini adalah variabel modal kerja, penjualan, dan perputaran total aktiva. Perbedaan peneliti terdahulu adalah objek penelitian perusahaan sektor perkebunan, sedangkan peneliti saat ini adalah perusahaan manufaktur sektor barang konsumen nonprimer di BEI tahun 2021-2024.
4. Hindi & Yasa (2023), “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sektor Farmasi pada Saat Pandemi Covid-19”, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, sedangkan biaya operasional berpengaruh negatif terhadap laba bersih, dan penjualan berpengaruh negatif terhadap laba bersih. Persamaan penelitian terletak pada variabel biaya produksi, biaya operasional, dan penjualan. Perbedaan dengan penelitian saat ini yaitu pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen nonprimer di BEI tahun 2021-2024, sedangkan peneliti terdahulu pada perusahaan sektor farmasi.
5. Putri et al. (2022), “Pengaruh Biaya Produksi, Penjualan dan Perputaran Total Aktiva terhadap Laba Bersih Studi Kasus Perusahaan Manufaktur

Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020”, hasil penelitian menyebutkan biaya produksi dan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Perputaran total aktiva tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Persamaan dengan penelitian ini yaitu, variabel biaya produksi, penjualan dan perputaran total aktiva, serta perbedaannya dengan penelitian saat ini yaitu pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen nonprimer di BEI tahun 2021-2024, sedangkan peneliti terdahulu pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman di BEI periode 2018-2020.

6. Saripah & Harahap (2021), “Pengaruh Biaya Operasional dan Penjualan terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2018”, hasil dari penelitian menunjukkan biaya operasional dan penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Persamaan penelitian terletak pada variabel biaya operasional dan penjualan. Objek peneliti terdahulu yaitu di perusahaan manufaktur sektor aneka industri di BEI tahun 2012-2018, sedangkan peneliti saat ini di perusahaan manufaktur sektor barang konsumen nonprimer di BEI tahun 2021-20234
7. Puspitasari (2024), “Analisis Faktor Keuangan terhadap Laba Bersih Perusahaan Consumer Non Cyclical di BEI”, hasil penelitian menunjukkan modal kerja, penjualan, biaya operasional, dan biaya promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan, biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Persamaan penelitian

terletak pada variabel modal kerja, penjualan, biaya produksi, dan biaya operasional. Objek peneliti terdahulu yaitu di perusahaan consumer non cyclicals di BEI, sedangkan peneliti saat ini di perusahaan manufaktur sektor barang konsumen nonprimer di BEI tahun 2021-2024.

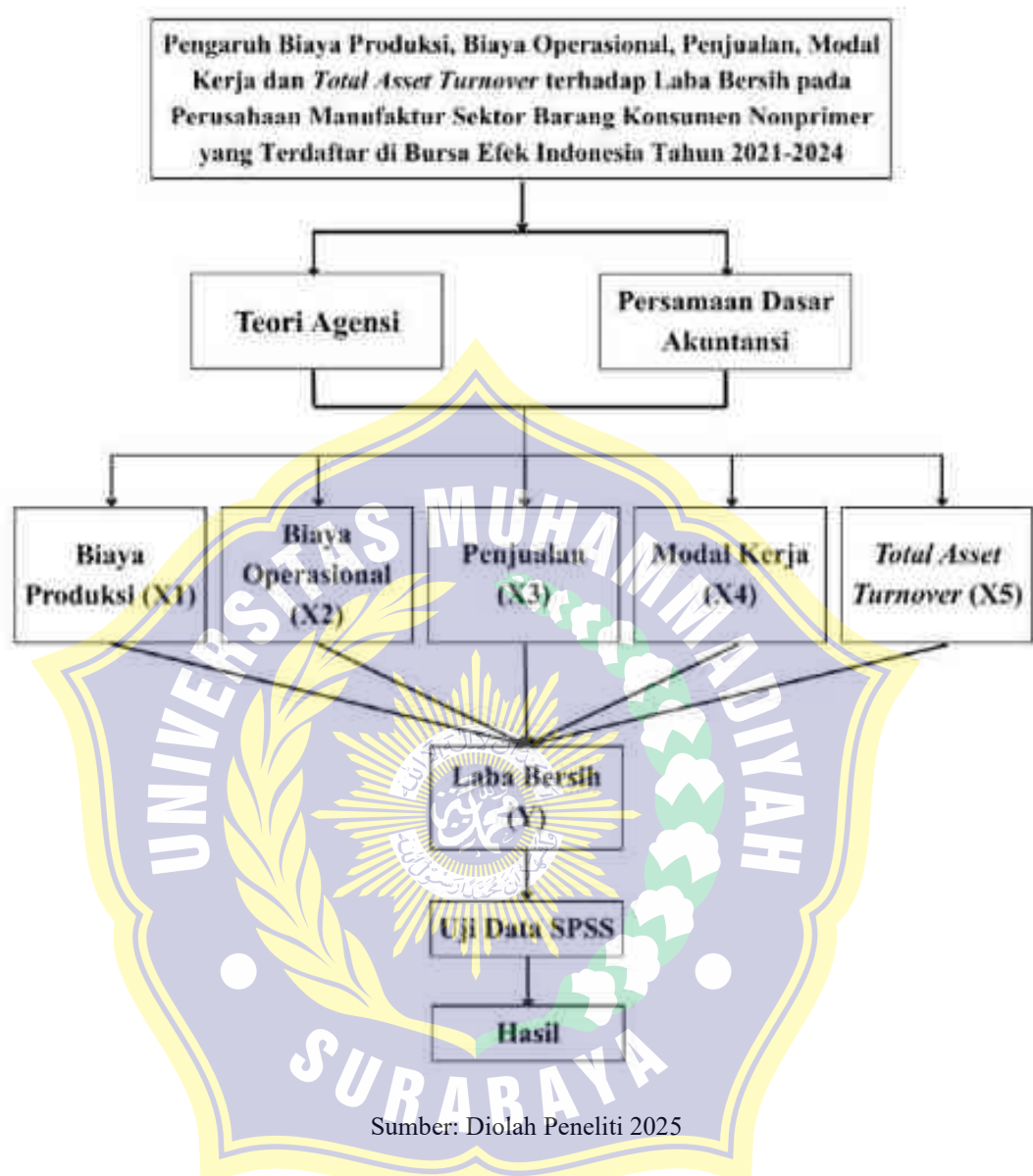
8. Murniwati & Firmanto (2021), “Pengaruh *Current Ratio*, *Total Asset Turnover* dan *Working Capital Turnover* terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Industri Semen di PT Bursa Efek Indonesia”, penelitian ini menunjukkan perputaran total aktiva berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih sedangkan perputaran modal kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Persamaan dalam peneliti saat ini yaitu pada variabel *total asset turnover*. Peneliti saat ini yaitu pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen nonprimer di BEI tahun 2021-2024, sedangkan peneliti terdahulu pada perusahaan industri semen di BEI tahun 2010-2012.

C. Kerangka Berpikir dan Model Analisis

1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu serta permasalahan yang ada, maka kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Kerangka berpikir penelitian ini menjelaskan hubungan antara biaya produksi, biaya operasional, penjualan, modal kerja, dan *total asset turnover* terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumen nonprimer. Landasan utamanya adalah teori agensi, yang menyatakan bahwa perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajer dapat memengaruhi keputusan pengelolaan biaya, aset, dan aktivitas operasional. Manajer sebagai *agent* memiliki wewenang dalam mengatur biaya produksi dan operasional, menentukan strategi

penjualan, serta mengelola modal kerja dan aset. Keputusan yang tidak efisien atau bersifat oportunistik dapat meningkatkan beban perusahaan dan menurunkan laba bersih, sementara pengelolaan yang efektif akan mendorong peningkatan kinerja laba.

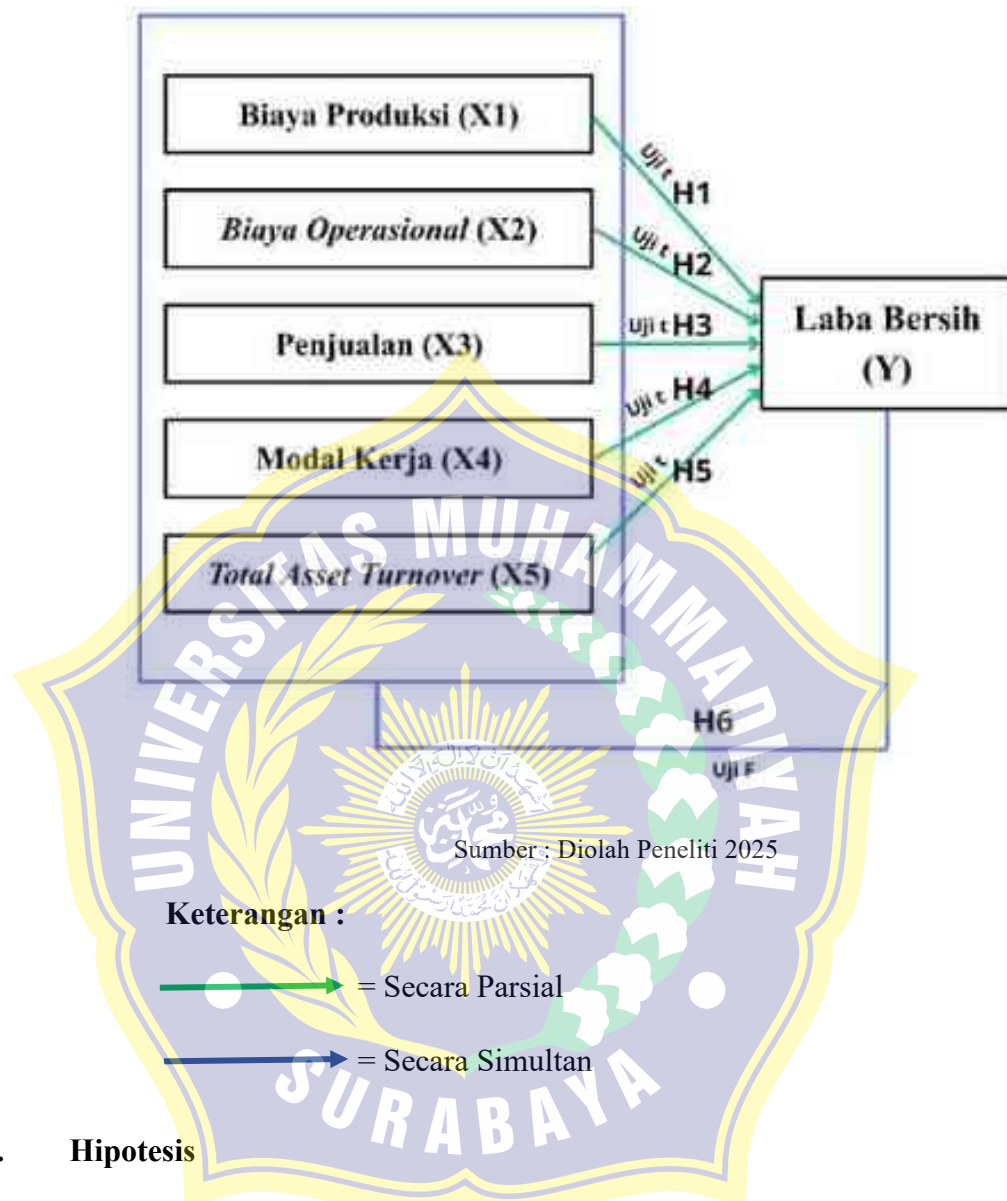
Selain itu, hubungan antarvariabel juga dapat dijelaskan melalui persamaan dasar akuntansi ($Aset = Liabilitas + Ekuitas$). Biaya dan pengelolaan modal kerja memengaruhi struktur aset dan liabilitas, sedangkan penjualan dan pemanfaatan aset tercermin dalam pendapatan dan laba. Dengan demikian, seluruh variabel yang diteliti berhubungan langsung dengan perubahan posisi keuangan dan laba bersih perusahaan.

Kerangka berpikir ini diuji secara empiris menggunakan analisis regresi linier berganda melalui *software* IBM SPSS versi 25, untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari kelima variabel tersebut terhadap laba bersih serta memastikan kesesuaian hasil penelitian dengan teori yang mendasarinya.

2. Model Analisis

Pengaruh biaya produksi, biaya operasional, penjualan, modal kerja, dan *total asset turnover* terhadap laba bersih tergambar dalam model analisis sebagai berikut:

Gambar 2.2 Model Analisis



D. Hipotesis

1. Pengaruh Biaya Produksi (X1) terhadap Laba Bersih (Y)

Biaya produksi berarti pengeluaran secara menyeluruh yang dipakai dalam pengelolaan bahan baku sehingga bisa dijadikan suatu produk yang sifatnya siap jual. Biaya tersebut mencakup tenaga pekerja langsung, *overhead* pabrik dan bahan baku. Tingginya biaya produksi bisa memberi dampak pada tingkatan penjualan (Putri et al., 2022).

Dalam perspektif *agency theory*, pengendalian biaya produksi merupakan aspek penting agar selaras dengan tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan laba. Apabila manajer tidak mengelola biaya produksi secara efektif, hal tersebut dapat menurunkan pendapatan yang diperoleh perusahaan. Penggunaan bahan baku berkualitas baik akan menghasilkan produk yang lebih baik, sehingga biaya produksi menjadi faktor penentu dalam penetapan harga jual suatu produk atau jasa, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap tingkat laba yang dicapai. Selain itu, biaya produksi juga dapat berfungsi sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan profitabilitas yang diharapkan perusahaan (Casmadi & Azis, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Marismiati & Ziddan (2022) menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh dan signifikan terhadap laba bersih. Sejalan dengan penelitian oleh Fatmawati & Avriyanti (2024) biaya produksi berpengaruh dan signifikan terhadap laba bersih. Tetapi tidak sejalan dengan penelitian Puspitasari (2024) dan Purwanto (2021) menunjukkan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Berdasarkan pada pernyataan, teori, dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₁: Biaya produksi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap laba bersih

2. Pengaruh Biaya Operasional (X₂) terhadap Laba Bersih (Y)

Biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mendukung kegiatan operasional perusahaan di luar proses produksi, seperti biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, serta gaji manajemen. Jika ingin mendapatkan laba

yang tinggi maka perusahaan harus menekan atau mengurangi biaya operasional tersebut (Sinaga et al., 2019).

Dalam perspektif *agency theory*, Apabila suatu perusahaan dapat menekan biaya operasionalnya serendah mungkin maka laba bersihnya dapat meningkat secara optimal, namun sebaliknya bila terjadi pemborosan biaya maka akan menyebabkan penurunan laba. biaya operasional ini dapat dimanfaatkan oleh pihak manajemen untuk menaikkan biaya operasional demi kepentingan pribadi seperti meningkatkan biaya fasilitas yang mereka nikmati. Ini akan menyebabkan pengeluaran yang tidak seimbang dengan laba bersih yang didapat. Oleh karena itu, biaya ini perlu pengendalian secara efektif dan efisien guna mencegah pemborosan biaya (Salsabila & Sinaga, 2024).

Penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti et al. (2025) mengungkapkan bahwa biaya operasional memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih. Pendapat lain dikemukakan oleh Chandra et al. (2025) yang mengungkapkan biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Berbeda dengan pendapat Putri et al. (2022) menunjukkan biaya operasional tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Berdasarkan pada pernyataan, teori, dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: Biaya operasional berpengaruh signifikan secara parsial terhadap laba bersih

3. Pengaruh Penjualan (X3) terhadap Laba Bersih (Y)

Penjualan merupakan total jumlah yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dagangan yang dijual perusahaan, baik meliputi penjualan tunai maupun

penjualan secara kredit. Penjualan dapat diartikan sebagai salah satu sumber pendapatan dari perusahaan, karena semakin tinggi dan banyak penjualan tentu laba yang didapatkan oleh perusahaan akan semakin tinggi pula sehingga kontinuitas perusahaan terjamin dengan perkembangan perusahaan yang diharapkan akan terus meningkat (D. S. Santoso & Rachmawaty, 2024).

Dalam konteks *agency theory*, setiap penjualan harus ada perencanaan dan strategi dari manager untuk dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Penjualan dapat dijadikan sebagai alat penunjang membayar segala beban yang menjadi tanggungan dalam setiap kegiatan operasional. Laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Perusahaan harus dapat lebih selektif dalam menjual produk kepada konsumen, sehingga target volume penjualan yang telah direncanakan oleh perusahaan dalam periode tertentu dapat tercapai dengan optimal dengan biaya-biaya yang efisien (D. S. Santoso & Rachmawaty, 2024). Informasi pencapaian penjualan tahun berjalan yang sudah dibukukan oleh perusahaan, dapat dijadikan sebagai pijakan penting dalam membuat strategi pemasaran dan rencana perusahaan (Kurnia & Arismutia, 2025).

Berdasarkan penelitian Santoso & Rachmawaty (2024) menunjukkan bahwa secara parsial penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Adapun Suharti & Fitriyanti (2021) mengemukakan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Namun, dalam penelitian Suraiya et al. (2024) dan Aprianti & Oktaviani (2025) penjualan tidak berpengaruh terhadap laba

bersih. Berdasarkan pada pernyataan, teori, dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₃: Penjualan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap laba bersih

4. Pengaruh Modal Kerja (X₄) terhadap Laba Bersih (Y)

Modal kerja adalah seluruh aktiva lancar yang akan digunakan sebagai kas dan dimiliki oleh perusahaan, atau sejumlah dana yang disediakan untuk mendukung pembiayaan kegiatan operasional perusahaan sehari-hari (Oktapianus & Mu'arif, 2022). Semakin besar modal kerja yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula potensi laba yang diperoleh. Hal ini disebabkan oleh kemampuan perusahaan untuk memaksimalkan penggunaan modal kerja sehingga jumlah produk yang dihasilkan dapat meningkat (Fauzyah & Priantilianingtiasari, 2023).

Dalam perspektif *agency theory*, pengelolaan modal kerja sangat ditentukan oleh keputusan manajer. Kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan secara optimal apabila modal kerja yang tersedia memadai untuk memenuhi kewajiban jangka pendek serta memungkinkan perusahaan memanfaatkan keuntungan dari periode kredit pemasok. Sebaliknya, apabila modal kerja tidak mencukupi, potensi gangguan seperti tunggakan hutang dapat muncul, yang pada akhirnya menghambat kelancaran operasional dan menurunkan laba bersih. Dengan demikian, semakin efektif manajemen dalam mengelola modal kerja, semakin besar pula kemungkinan peningkatan laba bersih yang sejalan dengan tujuan pemilik perusahaan (Oktapianus & Mu'arif, 2022).

Berdasarkan penelitian Oktapianus & Mu'arif (2022) hasil menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh terhadap laba bersih. Ada pula penelitian yang dilakukan oleh Setiarini (2024) mengungkapkan modal kerja berpengaruh positif terhadap laba bersih. Tidak sejalan dengan penelitian Safitri et al. (2025) dan Alma et al. (2025) modal kerja tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Berdasarkan pada pernyataan, teori, dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₄: Modal kerja berpengaruh signifikan secara parsial terhadap laba bersih

5. Pengaruh *Total Asset Turnover* (X₅) terhadap Laba Bersih (Y)

Total Asset Turnover (TATO) adalah rasio efisiensi yang mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan seluruh asetnya untuk menghasilkan pendapatan penjualan (Candradevi & Alliyah, 2024). Rasio *total asset turnover* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan melalui penjualan, serta menunjukkan sejauh mana sumber daya perusahaan digunakan secara efektif dan optimal. Tingkat perputaran total aktiva yang tinggi mencerminkan pemanfaatan aset yang efisien untuk meningkatkan volume penjualan, yang pada akhirnya dapat berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan (Krismonika & Rosita, 2022).

Dalam perspektif *agency theory*, rasio perputaran total aset mencerminkan tingkat efisiensi pemanfaatan aset yang dikelola oleh manajer. Rasio TATO yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan seluruh aset untuk mendorong penjualan. Dengan demikian, aset dapat lebih cepat

ditransformasikan menjadi laba, sehingga mencerminkan penggunaan aset yang efektif dalam menghasilkan pendapatan sesuai dengan kepentingan pemilik, yaitu memaksimalkan profit. Sebaliknya, rasio yang rendah mengindikasikan bahwa pendapatan yang diperoleh belum mampu mendukung kapasitas investasi perusahaan secara memadai (Candradevi & Alliyah, 2024).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Murniwati & Firmanto (2021) menegaskan bahwa *total asset turnover* berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Novika (2019) yang menunjukkan *total asset turnover* berpengaruh dan signifikan terhadap laba bersih. Namun, berbeda pendapat dengan Mansur et al. (2020) dan Panggabean et al. (2024) mengungkapkan *total asset turnover* tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Berdasarkan pada pernyataan, teori, dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H_s: *Total asset turnover* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap laba bersih

6. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Penjualan, Modal Kerja, dan *Total Asset Turnover* terhadap Laba Bersih

Salah satu fokus penting yang menjadi perhatian setiap perusahaan adalah bagaimana perusahaan dapat mencapai laba bersih yang maksimal secara terus menerus. Untuk meningkatkan laba bersih perusahaan, diperlukan seorang manajer yang mampu mengambil keputusan keuangan yang tepat dan meningkatkan laba bersih untuk kondisi perusahaan yang lebih baik. Menurut teori agensi, manajer sebagai agen berkewajiban mengelola sumber daya secara efisien agar selaras

dengan tujuan pemilik, sehingga pengendalian biaya dan pemanfaatan aset menjadi aspek penting dalam meminimalkan konflik kepentingan dan memaksimalkan laba. Dalam hal ini, keputusan keuangan yang harus dilakukan seorang manajer berhubungan erat dengan efisiensi penggunaan biaya produksi dan operasional, strategi meningkatkan penjualan, produktivitas modal kerja dan pemanfaatan asetnya.

Secara keseluruhan, pencapaian laba bersih dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola struktur biaya dan memaksimalkan efektivitas aktivitas operasional. Biaya produksi dan biaya operasional yang efisien akan menurunkan beban perusahaan, sehingga margin keuntungan dapat meningkat. Penjualan yang optimal akan memperbesar pendapatan, selama perusahaan mampu menjaga keseimbangan antara volume penjualan dan biaya yang dikeluarkan. Modal kerja yang dikelola secara produktif memungkinkan kelancaran aktivitas operasional dan distribusi barang, yang pada akhirnya mendukung peningkatan penjualan dan laba. Selain itu, total asset turnover yang tinggi mencerminkan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan pendapatan, sehingga semakin besar kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba bersih.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri et al. (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh biaya produksi, penjualan, dan perputaran total aktiva secara bersama-sama atau secara simultan terhadap laba bersih. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Panggabean et al. (2024) yang menunjukkan bahwa beban operasional dan perputaran total aset berpengaruh terhadap laba bersih secara

simultan. Adapun dalam Filrisqi et al. (2023) mengungkapkan modal kerja dan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih. maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₆: Biaya produksi, biaya operasional, penjualan, modal kerja dan *total asset turnover* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap laba bersih

