

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan tentang Harga Pokok Penjualan**

##### **2.1.1 Definisi Harga Pokok Penjualan**

Ada beberapa pengertian harga pokok penjualan menurut para ahli, antara lain :

1. Hansen dan Mowen (2018)

Harga Pokok Penjualan merupakan biaya total yang terkait dengan produksi barang atau layanan yang dihasilkan. Harga Pokok Penjualan meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead produksi . Namun, penting untuk diperhatikan bahwa Harga Pokok Penjualan harus mencakup biaya variabel dan biaya tetap yang relevan untuk proses produksi.

2. Mulyadi (2020)

Harga Pokok Penjualan adalah total biaya yang terjadi dalam memperoleh atau memproduksi barang yang dijual, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

3. Garisson, Noreen, dan Brewer (2020)

Harga Pokok Penjualan adalah total biaya yang dibutuhkan untuk menghasilkan barang atau jasa yang dijual, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

4. Drury (2018)

Harga Pokok Penjualan adalah biaya total yang terkait langsung dengan kegiatan produksi barang atau jasa yang dijual, mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Jadi, Kesimpulannya Harga Pokok Penjualan adalah total biaya yang terkait langsung dengan produksi barang atau jasa yang dijual, meliputi bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

**Rumus untuk menghitung Harga Pokok Penjualan :**

$$\text{HPP} = \text{Biaya persediaan awal} + \text{Pembelian bersih} - \text{Persediaan akhir}$$

**2.1.2 Cara Menghitung Harga Pokok Penjualan, sebagai berikut :**

1. Penjualan bersih

$$\text{Penjualan bersih} = \text{Penjualan kotor} - \text{Return penjualan} - \text{Potongan penjualan.}$$

2. Pembelian bersih

$$\text{Pembelian bersih} = (\text{pembelian kotor} + \text{ongkos transportasi}) - (\text{return pembelian} + \text{potongan pembelian}).$$

3. Harga Pokok Penjualan

$$\text{HPP} = \text{Persediaan barang} - \text{persediaan akhir}$$

### 2.1.3 Unsur yang mempengaruhi laporan Harga Pokok Penjualan

1. Persediaan barang dagangan awal.
2. Pembelian barang dagangan.
3. Beban angkut pembelian.
4. Return pembelian dan pengurangan harga.
5. Potongan pembelian.
6. Persediaan barang dagangan akhir.

## 2.2 Tinjauan tentang Laba Kontribusi

### 2.2.1 Definisi Laba Kontribusi

Menurut Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) No 1, Laba kontribusi adalah informasi yang digunakan untuk menilai kinerja manajemen, memprediksi laba, dan menaksir risiko dalam investasi. Laba kontribusi adalah pertambahan manfaat ekonomi selama satu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan, perubahan aktiva, atau penurunan kewajiban yang menyebabkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penambahan modal.

Ada beberapa pengertian Laba dan kontribusi menurut para ahli, antara lain :

#### **Pengertian laba menurut para ahli, antara lain :**

1. Menurut Samryn (2012), Laba adalah sumber dana internal yang dapat diperoleh dari aktivitas normal perusahaan yang tidak membutuhkan biaya ekstra untuk penyimpanan dan penggunaannya.

2. Menurut Harahap (2001), Laba dalam bidang akuntansi mengacu pada surplus pendapatan dibandingkan dengan biaya dalam jangka waktu tertentu. Pada dasarnya, ini adalah perbedaan antara pendapatan sebenarnya yang diperoleh dari transaksi bisnis selama periode tertentu dan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.
3. Menurut Suwardjono (2008), Laba adalah imbalan atas upaya perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa, sehingga laba merupakan kelebihan pendapatan atas biaya total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang dan jasa.

**Pengertian Kontribusi menurut para ahli :**

1. Menurut A.A.Anwar Prabu Mangkunegara (2005), Kontribusi adalah sumbangan yang diberikan oleh individual atau kelompok dalam mencapai tujuan organisasi. Kontribusi dapat berupa ide, keterampilan, waktu, atau sumber daya lain yang membantu mencapai hasil yang diinginkan.
2. Menurut Gary Dessler (2012), Kontribusi adalah sumbangan atau pengaruh yang diberikan oleh individu terhadap pencapaian tujuan organisasi. Kontribusi dapat berupa peningkatan produktivitas, inovasi, atau kontribusi dalam tim kerja.

**2.2.2 Unsur dan Elemen laba menurut Yadiati (2007), sebagai berikut :**

1. Pendapatan mengacu pada masuknya asset atau berkurangnya kewajiban yang dialami suatu perusahaan selama periode tertentu. Arus masuk ini terutama dihasilkan melalui penjualan barang atau kredit,

yang merupakan kegiatan operasional inti perusahaan.

2. Beban mencakup nilai moneter atau nilai setara yang dilepaskan sebagai imbalan atas barang atau jasa yang diperkirakan akan menghasilkan keuntungan saat ini dan masa depan bagi entitas.
3. Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan membawa keuntungan masa ini dan masa yang akan datang untuk organisasi.
4. Untung-Rugi adalah merupakan kenaikan/penurunan ekuitas atau aktiva bersih yang berasal dari transaksi incidental yang terjadi pada perusahaan dan semua transaksi atau kejadian yang mempengaruhi perusahaan dalam suatu periode akuntansi, selain yang berasal dari pendapatan investasi pemilik.
5. Penghasilan adalah hasil akhir perhitungan dari pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian dalam periode tersebut.

### **2.2.3 Jenis-jenis laba menurut Stice,dkk (2004), diantaranya :**

1. Laba kotor adalah selisih antara pendapatan yang diperoleh dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan.
2. Ukuran kinerja operasional fundamental suatu perusahaan, yang disebut Laba Operasional (Beban Operasional), diperoleh dengan mengurangi biaya operasional dari laba kotor.
3. Laba sebelum pajak, disebut juga EBIT-Earning Before Tax mengacu pada keseluruhan pendapatan yang dihasilkan perusahaan sebelum

dipotong pajak, termasuk laba operasional dengan adanya pengurangan atau penambahan tambahan.

4. Laba bersih setelah pajak , disebut juga laba bersih merupakan jumlah laba akhir perusahaan setelah menghitung biaya dan pendapatan non-operasional serta dikurangi laba perusahaan.

#### 2.2.4 Laba margin kontribusi : Rumus dan fungsi terhadap Break Even

##### Point

Langkah pertama :

Rasio margin kontribusi =  $(\text{total penjualan} - \text{total biaya variabel}) : \text{jumlah unit yang dijual}$

Langkah kedua :

Break Even Point =  $\frac{\text{Total biaya tetap}}{\text{Margin kontribusi per unit}}$

Menghitung BEP dari rasio margin kontribusi ini turut membantu perusahaan dalam memperoleh informasi yang lebih detail terkait harga produk yang diproduksi dan dijual, selain itu perusahaan juga akan mengetahui nilai keuntungan yang diperoleh.

### 2.3 Tinjauan tentang Volume Penjualan

Menurut Basu Swasta (2005:65), Volume penjualan merupakan penjualan bersih yang tercantum dalam laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil

penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu. Tujuan utama penjualan adalah untuk menghasilkan keuntungan dengan mengelola produk atau jasa yang dihasilkan secara efektif, sekaligus mengupayakan profitabilitas yang maksimal. Untuk memaksimalkan keuntungan, penting untuk memastikan bahwa distributor memiliki akses terhadap produk dengan kualitas dan kinerja yang diperlukan, sehingga menanamkan kepercayaan pada konsumen bahwa produk yang mereka beli memang berkualitas tinggi. Hal ini akan mengakibatkan penjualan berkorelasi langsung dengan peningkatan pendapatan dari penjualan produk.

Perusahaan memiliki berbagai tujuan utama dalam penjualan, diantaranya:

1. Mencapai volume atau nilai penjualan yang signifikan.
2. Mendapatkan laba yang maksimal
3. Mendukung pertumbuhan jangka Panjang perusahaan.

### **2.3.1 Faktor yang mempengaruhi penjualan menurut para ahli, antara lain :**

Faktor yang mempengaruhi penjualan (Basu Swastha, 2001 : 22), antara lain:

1. Perubahan harga jual atau satuan produk adalah perubahan harga jual ini ditentukan oleh keadaan pasar yang sulit dikendalikan oleh perusahaan sehingga akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan.
2. Perubahan volume produk yang dijual atau dihasilkan adalah perubahan volume produk yang dijual mempunyai hubungan langsung dengan kegiatan bagian penjualan. Adanya kenaikan volume yang dijual berarti bagian penjualan bekerja secara aktif (dengan anggapan

bahwa biaya pemasaran tetap, dengan naiknya volume penjualan berarti perusahaan semakin efisien dalam operasinya.

3. Desain Produk adalah salah satu tanggung jawab utama manajemen penjualan. Mereka berfungsi sebagai “ mata ” perusahaan dan secara konsisten memberikan rekomendasi untuk menyempurnakan desain produk.
4. Harga pokok suatu produk adalah nilai moneter yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk yang memenuhi kebutuhannya. Produsen berusaha menentukan produksi suatu produk untuk menarik konsumen agar membeli dalam jumlah yang lebih besar.
5. Proses distribusi melibatkan perpindahan barang dari produsen ke konsumen. Semakin luas distribusinya, semakin besar dampaknya pada penjualan, dengan distribusi yang lebih luas akan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap penjualan.
6. Tujuan utama upaya promosi perusahaan adalah untuk efektif mengkomunikasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen tentang produk yang dihasilkan, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

### **2.3.2 Struktur Harga Pokok Penjualan**

Struktur dasar dalam harga pokok penjualan terdiri dari tiga elemen besar, antara lain :

- a. Persediaan

Elemen persediaan yang dimaksud adalah jumlah persediaan yang telah terjual.

b. Tenaga Kerja Langsung

Tenaga Kerja Langsung adalah gaji atau pembayaran yang diberikan kepada karyawan/ tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam aktivitas pengolahan barang dagang.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik adalah biaya yang timbul selain dari elemen-elemen yang telah disebutkan sebelumnya. Ini mencakup berbagai jenis sumber daya yang digunakan oleh perusahaan.

## **2.4 Hubungan antara laba kontribusi dan Volume Penjualan**

Dalam analisis Cost-Volume-Profit (CVP) atau analisis biaya, volume, dan laba, hubungan antara laba kontribusi dan volume penjualan sangat penting. Analisis CVP adalah metode akuntansi biaya yang memberikan pemahaman tentang keterkaitan antara biaya, volume penjualan, dan laba operasional perusahaan.

Dalam analisis CVP, laba kontribusi merupakan selisih antara pendapatan penjualan dan biaya variabel terkait dengan penjualan. Biaya variabel mencakup biaya bahan baku, biaya produksi, dan komisi penjualan. Hubungan antara laba kontribusi dan volume penjualan memungkinkan manajer untuk memahami bagaimana perubahan dalam volume penjualan akan memengaruhi laba perusahaan. Semakin tinggi volume penjualan, semakin besar laba kontribusi yang

dihasilkan, dan sebaliknya. Ini memungkinkan manajer untuk membuat keputusan yang lebih baik terkait dengan penetapan harga, perencanaan produksi, dan strategi penjualan. Laba kontribusi langsung terhadap laba kontribusi langsung terhadap laba perusahaan. Hubungan antara laba kontribusi dan volume penjualan adalah positif. Ketika volume penjualan juga meningkat. Selain itu laba kontribusi cenderung meningkat karena pendapatan yang lebih tinggi dapat menutupi biaya variabel yang terkait dengan penjualan. Hal ini dapat menghasilkan margin laba yang lebih tinggi. Jika volume penjualan menurun, pendapatan penjualan juga akan menurun. Hal ini dapat mengakibatkan laba kontribusi yang lebih rendah karena biaya variabel yang tetap tinggi relatif terhadap pendapatan yang lebih rendah. Dalam analisis CVP, titik impas atau break-even point adalah titik Dimana pendapatan penjualan sama dengan biaya total, sehingga perusahaan tidak mengalami laba atau rugi.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

**Tabel 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Metode	Hasil Penelitian
	Peneliti	Penelitian	Penelitian	
	(Tahun)			
1	1. Anggi Safitri Sembirin g.	Analisis Harga Pokok Penjualan	Penelitian ini menggunakan metode	Hasil penelitian bahwa volume penjualan beras pada Perum BULOG Divre Sumut terus

---

2.	Nurlaila dan Laba	kuantitatif.	mengalami peningkatan.
3.	Arnida Wahyuni Lubis. (2023)	Kontribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Perum Bulog Divre Sumut.	Data yang digunakan adalah data sekunder. dibanding tahun sebelumnya, akan tetapi hal tersebut tidak berdampak buruk terhadap volume penjualannya.

---

2	Muryati Joko Susilo (2021)	Analisis Harga Pokok Penjualan dalam Menentukan Laba pada Rumah Makan Putri Solo “Takana Jo Kumpang”	Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif juga dapat menggunakan	Hasil dari penelitian bahwa Rumah Makan Putri Solo “Takana Jo Kumpang” Muara Bulian mengalami kondisi keuangan yang stabil bahkan dapat mencapai hasil yang maksimal. Tentunya hal ini perlu dipertahankan dan ditingkatkan oleh pemilik usaha jika ingin usaha tetap bertahan
---	----------------------------	--	--	--

---

		Muara	penelitian	sebagai rumah makan	
		Bulian	untuk	yang maju.	
			perhitungan		
			harga pokok		
			penjualan		
			dan		
			pengumpula		
			n biaya yang		
			telah di		
			keluarkan		
			untuk usaha		
			makanan.		
3	Welly	Analisis	Data dalam	Hasil	penelitian
	Asnaka.	Penerapan	penelitian	membuktikan	bahwa;
	(2020)	Perolehan	ini	pertama, skema	rantai
		Penjualan	menggunak	tataniaga	beras di
		dan Harga	an data	Kabupaten	Indramayu
		Pokok	sekunder	cukup	panjang dan
		Penjualan	berupa	melibatkan	banyak
		Guna	laporan	lembaga	tataniaga, kedua,
		mengukur	keuangan	lembaga	yang paling
		Laba Bersih	tahunan.	bersa	mendapatkan
		pada	Objek	keuntungan	bisnis beras

---

	Perusahaan penelitian adalah para tengkulak (studi kasus ini adalah karena mereka memiliki pada Pt. PT. Japfa kekuatan modal untuk Japfa Comfeed membeli gabah dari para Comfeed Indonesia, petani produsen. Indonesia, Tbk Sidoarjo. Tbk Sidoarjo) Metode penelitian inimenggunakan akan metode penelitian deskriptif melalui metode kualitatif.
--	---

---

4	Sri Fauziah. (2018)	Analisis Harga Pokok Penjualan Beras Terhadap	Metode yang digunakan adalah metode deskriptif	peningkatan penjualan karena kualitas dari CV. SAIFUL sangat bagus, sehingga laba yang diperoleh pun juga meningkat.
---	---------------------	---	--	--

---

---

Kemampuan Laba Pada CV. Saiful di Kabupaten Pangkep. dengan pendekatan studi kasus. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan tujuan dan kriteria tertentu.

---