

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Biaya Operasional

2.1.1.1. Pengertian Biaya Operasional

Menurut Supriyono (2011:43) Biaya Operasional adalah biaya yang berkaitan langsung dengan pelaksanaan modal kerja. Pengertian dari Biaya Operasional itu sendiri adalah semua biaya yang menunjang penyelenggaraan pelayanan jasa atau semua biaya yang dapat didefinisikan mempunyai hubungan langsung dengan penyelenggaraan pelayanan jasa.

Menurut Mulyadi (2012:8) Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi untuk satuan tertentu.

Menurut Slamet Sugiri dan Bogat Agus Riyono (2010:70) pengertian beban penjualan adalah “Biaya Operasional yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan usaha (operasi) perusahaan”.

Menurut Yusuf (2011:33) pengertian beban pokok penjualan adalah “biaya pokok penjualan atau Biaya Operasional adalah biaya-biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas operasi perusahaan sehari-hari”.

Menurut Adhariani (2012:35) memberikan definisi yang membedakan beban penjualan adalah “Biaya Operasional langsung adalah suatu objek biaya terkait dengan suatu objek biaya dan dapat dilacak ke objek biaya tertentu dengan volume penjualan yang layak volume penjualan ekonomis (biaya-efektivitas)”. Sedangkan beban penjualan tidak langsung didefinisikan sebagai “Beban penjualan tidak langsung adalah suatu objek biaya berkaitan dengan suatu objek biaya namun tidak dapat dilacak ke objek biaya tertentu dengan volume penjualan yang layak volume penjualan ekonomis (biaya-efektifitas)”.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa beban penjualan merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan selama aktivitas perusahaan, untuk melihat apakah penggunaan Biaya Operasional efektif dan efisien atau tidak yang sesuai dengan rencana, maka dibutuhkan alat pengendalian biaya yang mendukung usaha untuk menghasilkan produk tersebut.

2.1.1.2. Pengendalian Biaya Operasional

Pengendalian terhadap Biaya Operasional mempunyai arti yang sangat penting bagi perusahaan jasa yang bertujuan meningkatkan *profit*, karena efisiensi dari beban penjualan akan mempengaruhi kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan *profit*, dan agar efisiensi tersebut dapat tercapai maka diperlukan adanya pengendalian.

Menurut Welsh, Hilton, Gordon yang diterjemahkan oleh Purwatiningsih dan Maudi Waraouw (2011:264) pengertian pengendalian Biaya Operasional adalah “Pengendalian Biaya Operasional adalah usaha-usaha manajer untuk mencapai tujuan-tujuan (dalam hal biaya) pada sebuah lingkungan operasi tertentu”.

Hongren, Datar, dan Foster yang diterjemahkan oleh Adhariani (2012:263) menyatakan “pengendalian Biaya Operasional dilakukan dengan volume penjualan membandingkan antara biaya yang sesungguhnya dengan rencana atau anggaran biaya yang telah ditetapkan dan ini merupakan bagian yang sangat penting dari proses pengendalian. Apabila timbul *variance* (selisih/penyimpangan) yang berarti manajemen harus mempelajari volume penjualan cermat dan melakukan penyelidikan untuk menentukan sebab-sebab dari timbulnya selisih tersebut. Hal ini dilakukan untuk menentukan tindakan koreksi apa yang akan dilaksanakan oleh manajemen untuk memperbaiki penyimpangan-penyimpangan yang terjadi”.

Menurut Supriyono (2011:209) Biaya Operasional dikelompokkan menjadi 2 golongan dan dapat diartikan sebagai berikut:

1. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang terjadi atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu.

2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang terjadi atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada objek atau pusat biaya tertentu, atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa objek atau pusat biaya.

Menurut Mulyadi (2012:14) jenis-jenis biaya dibebankan menurut cara penggolongan biaya adalah sebagai berikut:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Penggolongan ini menggunakan nama objek pengeluaran sebagai dasar penggolongan misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Biaya ini merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap pakai atau diperusahaan dagang biasa disebut sebagai biaya pengadaan barang hingga siap dijual

3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya Dengan Sesuatu yang Dibiayai

Merupakan biaya yang terjadi yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibayar. Contohnya biaya tenaga kerja langsung dan

biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibayai.

Contohnya adalah gaji yang menjaga gudang

4. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Dan Manfaat

biaya yang mempunyai manfaat lebih dalam suatu periode Manajemen,

Contohnya adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap dan

pengeluaran yang memiliki manfaat dalam periode Manajemen terjadinya

pengeluaran tersebut. Penggolongan ini dilakukan berdasarkan tujuan yang

hendak dicapai oleh perusahaan tersebut, artinya terdapat penggolongan

biaya yang berbeda untuk kebutuhan yang berbeda pula.

Dari pengertian tersebut diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Biaya Operasional langsung merupakan biaya yang dapat digunakan perusahaan untuk volume penjualan langsung pada kegiatan operasional.
2. Biaya Operasional tidak langsung adalah biaya yang tidak volume penjualan langsung perusahaan pada kegiatan operasional.

Sunardi & Anita Prismaticiwi (2015:71) Jadi Biaya Operasional adalah pengeluaran yang berhubungan dengan operasi, yaitu semua pengeluaran yang langsung digunakan untuk produksi atau pembelian barang yang diperdagangkan termasuk biaya umum, Penjualan, administrasi, dan bunga pinjaman.

Biaya Operasional meliputi biaya tetap dan biaya variable. Jumlah biaya variable tergantung pada volume Penjualan atau proses produksi, jadi mengikuti

peningkatan atau penurunannya. Sedangkan biaya tetap selalu konstan meskipun volume Penjualan produksi meningkat atau turun. Singkatnya beban penjualan merupakan biaya yang harus dikeluarkan agar kegiatan atau operasi perusahaan tetap berjalan.

Unsur-unsur Biaya Operasional yang biasa terdapat pada suatu perusahaan dagang dan jasa adalah:

1. Biaya tenaga kerja, gaji, komisi, bonus, tunjangan, dan lain-lain

Istilah biaya tenaga kerja langsung digunakan untuk biaya tenaga kerja yang dapat ditelusuri dengan mudah ke produk jadi. Tenaga kerja langsung biasanya disebut juga "*touch labor*" karena tenaga kerja langsung melakukan kerja tangan atas produk pada saat produksi. Usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja langsung adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia

2. Biaya administrasi dan umum

semua biaya yang terdapat serta terjadi dalam lingkungan pabrik, tetapi tidak secara langsung berhubungan dengan kegiatan produksi, yaitu proses mengubah bahan mentah menjadi bahan yang siap dijual

3. Biaya promosi

bagian dari Biaya Operasional yang dikeluarkan oleh Wajib Pajak dalam rangka memperkenalkan dan/atau menganjurkan pemakaian suatu produk

baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan/atau meningkatkan penjualan.

4. Biaya asuransi

Pertanggungan adalah suatu perjanjian di mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan diderita

5. Biaya pemeliharaan gedung, mesin, kendaraan, dan peralatan

Biaya overhead pabrik termasuk bahan tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, pemeliharaan dan perbaikan peralatan produksi, listrik dan penerangan, pajak properti, penyusutan dan asuransi fasilitas-fasilitas produksi. Di dalam perusahaan juga terdapat biaya-biaya tersebut yang berkaitan dengan operasi perusahaan yang termasuk kategori biaya overhead produksi

2.1.2. Penjualan

2.1.2.1. Pengertian Penjualan

Aktivitas penjualan merupakan tujuan utama perusahaan karena jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka volume penjualan langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena

sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan penjualan pun akan berkurang.

Simamora (2012:24) menyatakan bahwa: “Penjualan adalah Penjualan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang diperusahaan kepada pelanggan atas barang dan jasa”.

Menurut Marom (2010;28) menyatakan bahwa : “Penjualan artinya Penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan volume penjualan teratur”.

Menurut Kartajaya (2011:51) “Penjualan adalah bagaimana menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui produk atau jasa perusahaan. Penjualan merupakan pembelian suatu barang atau jasa oleh seorang pembeli dari seorang penjual sesuai dengan harga yang telah ditetapkan atau dalam beberapa kasus melalui perjanjian pertukaran barang atau imbal beli.

Menurut Mulyadi (2012:202), “Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan Penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Penjualan adalah persetujuan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli, dimana penjual menawarkan suatu produk dengan harapan pembeli dapat menyerahkan sejumlah uang sebagai alat ukur produk tersebut sebesar harga jual yang telah disepakati.

2.1.2.2. Tujuan Penjualan

Dalam suatu perusahaan kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut maka akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Tujuan umum penjualan yang dimiliki oleh perusahaan menurut Basu Swastha (2011;404) yaitu:

1. Mencapai volume Penjualan tertentu.

Kegiatan penjualan merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dengan memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa. Kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan.

2. Mendapat laba tertentu.

Hal yang paling lumrah dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai laba tertentu, yaitu dengan menaikkan omzet perusahaan. Dengan semakin banyaknya pesaing yang dimiliki oleh perusahaan, maka perlu melakukan analisa pasar. Analisa tersebut bisa dilakukan dengan melihat keinginan pasar, seperti menaikkan kualitas barang yang dijual ataupun menurunkan harga jual barang tersebut.

3. Menunjang pertumbuhan perusahaan”.

Pertumbuhan perusahaan (badan usaha) memerlukan komitmen pendanaan yang permanen dan terus meningkat. Situasi ini akan berlawanan pada saat

pola penurunan. Begitu penjualan (jasa atau barang) menurun manajemen harus berhati-hati dalam menurunkan operasi, modal kerja, dan akiva operasi.

Menurut Kasmir (2012:58) tujuan penjualan dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1. Kegiatan yang ditujukan untuk mendidik atau memberitahukan konsumen
2. Kegiatan yang bertujuan untuk mendorong mereka

Menurut Kartajaya (2011:28) Fungsi penjualan meliputi aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh penjual untuk merealisasikan penjual seperti:

1. Menciptakan permintaan

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen, pada berbagai tingkat harga, dan pada waktu tertentu

2. Mencari pembeli

Meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan merupakan inti dalam sebuah perusahaan bisnis. Kedua hal tersebut menentukan hidup atau tidaknya sebuah perusahaan, yang dapat dilihat dari lancar atau tidaknya perusahaan dalam merekrut karyawan, membeli perlengkapan perusahaan, memproduksi produk, atau memberikan peningkatan dalam jasa pelayanan.

3. Memberikan Syarat-Syarat Penjualan

Syarat-syarat ini berlaku menggantikan syarat-syarat dan ketentuan umum pembelian Pembeli mana pun terlepas jika atau waktu Pembeli mengajukan pemesanan pembelian atau syarat-syarat tersebut. Penerimaan Pembeli terhadap istilah Surat Penawaran secara jelas

4. Memindahkan Hak milik

Hak milik atas suatu benda tidak dapat diperoleh dengan cara lain melainkan dengan pemilikan, karena perlekatan, karena daluwarsa

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan umum perusahaan dalam kegiatan penjualan adalah untuk mencapai volume penjualan, mendapat laba yang maksimal dengan modal sekecil-kecilnya, dan menunjang pertumbuhan suatu perusahaan.

2.1.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Aktivitas Penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan, oleh karena itu manajer Penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha (2011;406) antara lain sebagai berikut:

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan penjual terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual, jumlah dan sifat dari tenaga penjual adalah:

- a. Jenis dan karakteristik barang atau jasa yang ditawarkan
- b. Harga produk atau jasa
- c. Syarat Penjualan, seperti: pembayaran, pengiriman

2) Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembelian atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya.

3) Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian Penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli dibidang Penjualan.

4) Faktor-Faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi Penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama

Menurut Kotler (2010:327) ada beberapa faktor yang mempengaruhi

Penjualan yaitu:

- 1) Faktor harga jual, harga persatuan atau unit atau lainnya produk yang dijual di pasaran. Penyebab berubahnya merupakan perubahan nilai harga jual per satuan.
- 2) Faktor jumlah barang yang dijual, banyaknya kuantitas atau jumlah barang yang dijual dalam suatu periode.

Amirullah (2012:65) faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan penjualan adalah :

- 1) Kebijakan harga jual
- 2) Kebijakan Produk
- 3) Kebijakan distribusi

Perhitungan tingkat penjualan pada akhir periode dengan penjualan yang dijadikan periode dasar. Apabila nilai perbandingannya semakin besar, maka dapat dikatakan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan semakin baik

Menurut Sunardi & Prismawati (2015:84), penjualan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lingkungan yaitu :

- 1) Faktor lingkungan tak terkendali

Adalah faktor yang mempengaruhi pemasaran termasuk penjualan perusahaan yang berbeda di luar perusahaan. Faktor-faktor lingkungan antara lain :

- a) Sumber daya dan tujuan perusahaan
- b) Lingkungan persaingan
- c) Lingkungan ekonomi dan teknologi
- d) Lingkungan politik dan hukum
- e) Lingkungan sosial dan budaya

- 2) Faktor lingkungan terkendali

Adalah faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran termasuk penjualan yang berada di dalam perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan penjualan yang berada di

dalam perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah Marketing Mix terdiri dari :

a) Produk

Produk adalah hasil barang/jasa yang diciptakan oleh perusahaan yang akan dipasarkan kepada konsumen di pasar.

b) Harga jual

Harga jual adalah nilai dari suatu produk yang diterapkan kepada konsumen

c) Distribusi

Distribusi merupakan penyaluran produk melalui pihak ketiga sebelum jatuhnya produk tersebut ke konsumen

d) Biaya promosi

Biaya promosi adalah biaya yang dibebankan untuk melakukan pengenalan produk terhadap konsumen

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi kegiatan Penjualan, yaitu: kondisi dan kemampuan Penjualan, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor-faktor lain.

2.1.3. Modal Kerja

2.1.3.1. Pengertian Modal kerja

Kasmir & Jakfar (2012: 150) aspek teknik atau operasi juga dikenal sebagai aspek produksi. Penilaian kelayakan terhadap aspek ini sangat penting

dilakukan sebelum perusahaan dijalankan. Penentuan kelayakan teknis atau operasi perusahaan menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan teknik/operasi, sehingga apabila tidak dianalisis dengan baik maka akan berakibat fatal bagi perusahaan dalam perjalanannya di kemudian hari.

Aktivitas perusahaan yang menghasilkan tampak seperti Koran, majalah televisi, radio, computer, makanan, minuman dan lain-lain ini disebut operasi barang atau produksi barang. Sedangkan looper, pemasok layanan dan sopir merupakan orang-orang yang menjadi bagian dari operasi.

Menurut Sunardi & Prismatiwi (2015: 107) operasi atau produksi adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan pembuatan produk, baik barang maupun jasa untuk konsumen. Operasi memberikan keuntungan bagi produsen dan konsumen, bagi produsen operasi memberikan hasil-hasil ekonomi seperti laba, upah dan barang yang dibeli dari perusahaan lain.

Sunyoto & Putri (2016: 233) produksi adalah penciptaan barang-barang dan jasa-jasa. Manajemen produksi adalah kegiatan yang bertalian dengan penciptaan barang-barang dan jasa melalui pengubahan masukan atau factor produksi menjadi keluaran atau hasil produksi, kegiatan mana memerlukan perencanaan, pengorganisasian dan pengawasan agar tujuan-tujuan dapat dicapai volume penjualan efisien dan efektif.

Sutrisno (2013:51) Produksi juga merupakan suatu kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan manfaatnya atau penciptaan faedah baru. Faedah atau manfaat ini dapat terdiri dari beberapa macam, misalnya faedah bentuk, faedah waktu, faedah tempat, serta kombinasi dari beberapa faedah tersebut di atas. Dengan demikian produksi tidak terbatas pada pembuatan, tetapi sampai pada distribusi. Namun komoditi bukan hanya dalam bentuk output barang, tetapi juga jasa.

Kasmir (2012:31) Fungsi produksi menghubungkan input dengan output dan menentukan tingkat output optimum yang bisa diproduksi dengan sejumlah input tertentu, atau sebaliknya, jumlah input minimum yang diperlukan untuk memproduksi tingkat output tertentu. Fungsi produksi ditentukan oleh tingkat teknologi yang digunakan dalam proses produksi. Karena itu hubungan output input untuk suatu sistem produksi merupakan suatu fungsi dari tingkat teknologi pabrik, peralatan, tenaga kerja, bahan baku dan lain-lain yang digunakan dalam suatu perusahaan.

Simamora (2012:12) Fungsi produksi adalah kaitan antara jumlah output maksimum yang bisa dilakukan masing-masing dan tiap perangkat input (faktor produksi). Fungsi ini tetap untuk tiap tingkatan teknologi yang digunakan. Fungsi produksi ditetapkan oleh teknologi yang tersedia, yaitu hubungan masukan/keluaran untuk setiap sistem produksi adalah fungsi dari karakteristik teknologi

pabrik, peralatan, tenaga kerja, bahan dan sebagainya yang dipergunakan perusahaan. Setiap perbaikan teknologi, seperti penambahan satu komputer pengendalian proses yang memungkinkan suatu perusahaan pabrikan untuk menghasilkan sejumlah keluaran tertentu dengan jumlah bahan mentah, energi dan tenaga kerja yang lebih sedikit, atau program pelatihan yang meningkatkan produktivitas tenaga kerja, menghasilkan sebuah fungsi produksi yang baru.

2.1.3.2 Aspek Modal Kerja

Sunyoto dan Putri (2016: 241) Fungsi/manfaat produksi dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan atau pengadaan barang atau jasa. Transformasi yang dilakukan dalam kegiatan produksi adalah untuk membentuk nilai tambah. volume penjualan filosofis, aktivitas produksi meliputi :

1. Produk apa yang dibuat
2. Berapa kuantitas produk yang dibuat
3. Mengapa produk tersebut dibuat
4. Di mana produk tersebut dibuat
5. Kapan produk dibuat
6. Siapa yang membuat
7. Bagaimana memproduksinya

Lebih lanjut dikatakan bahwa etika bisnis yang terkait dengan fungsi produksi adalah keterkaitan dengan upaya memberikan solusi atau tujuh permasalahan di atas. Solusi dari produksi adalah berorientasi pada pencapaian

harmoni atau keseimbangan bagi semua atau beberapa pihak yang berkepentingan dengan masalah produksi.

Kasmir dan Jakfar (2012: 151) volume penjualan umum ada beberapa hal yang hendak dicapai dalam penilaian aspek teknik/operasi yaitu :

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat, baik untuk lokasi pabrik, gudang, cabang maupun kantor pusat.
2. Agar perusahaan dapat menentukan layout yang sesuai dengan proses produksi yang dipilih, sehingga dapat memberikan efisien.
3. Agar perusahaan bisa menentukan teknologi yang paling tepat dalam menjalankan produksinya.
4. Agar perusahaan bisa menentukan metode persediaan yang paling baik untuk dijalankan sesuai dengan bidang usahanya
5. Agar menentukan kualitas tenaga kerja yang dibutuhkan sekarang dan dimasa yang akan datang.

Simamora (2012:13) Proses produksi merupakan suatu bentuk kegiatan yang paling penting dalam pelaksanaan produksi disuatu perusahaan. Hal ini karena proses produksi merupakan cara, metode maupun teknik bagaimana kegiatan penambahan faedah atau penciptaan faedah tersebut dilaksanakan. Kelancaran proses produksi sangat dipengaruhi sistem produksi yang telah dipersiapkan sebelum perusahaan melaksanakan proses produksi. Selain itu demi kelancaran proses produksi diperlukan pula pengendalian proses produksi yang akan mengendalikan seluruh komponen penting dalam suatu perusahaan.

Mulyadi (2012:79) Macam-macam dari fungsi pengendalian proses produksi adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan produksi

Untuk merencanakan tentang apa dan berapa produk yang akan diproduksi oleh perusahaan yang bersangkutan dalam suatu periode yang akan datang. Hal yang perlu dipertimbangkan dalam penyusunan produksi adalah adanya optimalisasi produk sehingga akan dapat dicapai tingkat biaya yang paling rendah untuk pelaksanaan suatu proses produksi itu sendiri.

2. Penentuan urutan kerja

Suatu fungsi yang menentukan urutan suatu proses produksi yang akan dilaksanakan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan dapat menentukan urutan kegiatan kerja yang logis, sistematis, dan ekonomis melalui urutan mana bahan baku yang dipersiapkan untuk diproses menjadi produk akhir atau barang jadi.

3. Penentuan waktu kerja

Suatu fungsi yang menentukan waktu kerja kapan pekerjaan proses produksi akan dilaksanakan. Penentuan waktu kerja yang tepat dan jelas akan dapat membantu tercapainya tingkat produktivitas kerja yang tinggi dalam perusahaan.

4. Pemberian perintah kerja

Yang memiliki fungsi untuk menyampaikan perintah kepada bagian pengelolaan yang akan dilakukan sesuai dengan urutan pekerjaan yang telah ditentukan. Pemberian perintah kerja merupakan awal dari

pelaksanaan suatu pekerjaan untuk menyelesaikan produk yang ada dalam perusahaan.

5. Tindak lanjut dalam pelaksanaan proses produksi

Fungsi yang menindaklanjuti dalam kegiatan proses produksi. Sebab walaupun urutan kerja dan waktu kerja sudah disusun dengan baik, kemudian diberikan perintah untuk memulai suatu pekerjaan, bukan berarti semua proses produksi dapat berjalan dengan yang diharapkan. Bisa saja terjadi penyimpangan-penyimpangan proses produksi sehingga masih perlu adanya tindak lanjut dalam proses produksi. Diharapkan dengan adanya tindak lanjut ini penyimpangan-penyimpangan proses produksi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya, yang pernah dilakukan mengenai strategi penjualan dan biaya operasional dalam meningkatkan kegiatan modal kerja diantaranya adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil
1	Fandi Iskandar Sofang (2010)	Arus Kas Berdasarkan PSAK No. 2 Pada PTPN II Tanjung Morawa	kinerja keuangan PTP Nusantara IV (Persero) Unit Kebun Tanah Itam Ulu yang diukur dengan rasio likuiditas, rasio fleksibilitas, rasio arus kas bebas raso kualitas laba, dan rasio akuisisi modal, bahwa rasio likuiditas, rasio kualitas laba dan rasio

			akuisisi modal sudah baik berdasarkan standar rasio yaitu diatas 1, sedangkan rasio fleksibilitas dan rasio arus kas bebas masih berada di bawah 1.
2	Debi Novianti (2012)	Laporan Arus Kas Sebagai Kebijakan Pengambilan Keputusan Manajemen Pada CV Kober Industri Plastik Medan	CV Kober Industri Plastik Medan belum pernah melakukan penyusunan dan analisa terhadap laporan arus kas yang sesuai dengan PSAK No 2 tahun 2007 karena perusahaan beranggapan bahwa informasi yang diperlukannya hanya cukup dari laporan keuangan yang terdiri dari atas neraca dan laporan rugi laba.
3	Elysa Marina (2012)	Analisa Informasi Arus Kas Sebagai Dasar Kebijakan Dalam Pengambilan Keputusan Pada AJB Bumiputera Cabang Medan	Analisis laporan arus kas terhadap AJB Bumiputera Cabang Medan dilakukan untuk melihat informasi yang dihasilkan oleh laporan arus kas dan terungkap bahwa arus kas dari aktivitas operasi tidaklah meningkat
4	Kristia (2015)	Sistem Pengendalian Kas Pada Perum Bulog Divre I Sumut.	Hasil penelitian tersebut ialah setiap perusahaan harus mempunyai keputusan bisnis yang baik. Keputusan bisnis tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan pengendalian internal kas untuk

			mengarahkan kepada kegiatan modal kerja dan mencegah penyalahgunaan sistem kas yang diterapkan
--	--	--	--

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu perbedaannya terletak pada objek yang dijadikan tempat penelitian variabel yang digunakan dan tahun dalam pengumpulan data.

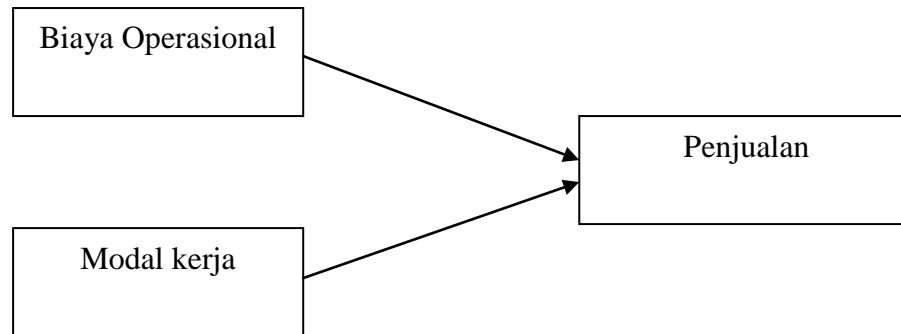
2.3 Kerangka Pemikiran

Mengetahui bagaimana kondisi keuangan suatu perusahaan, diperlukan laporan keuangan yang disusun setiap akhir periode tertentu. Laporan keuangan tersebut dibuat oleh manajemen dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang diberikan kepada manajer.

Bila perusahaan dapat menekan beban pokok penjualan, maka perusahaan akan dapat meningkatkan laba, demikian juga sebaliknya, bila terjadi pemborosan biaya akan mengakibatkan menurunnya laba.

Aktivitas Penjualan merupakan Penjualan utama perusahaan karena jika aktivitas Penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik maka volume penjualan langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran Penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan Penjualan pun akan berkurang.

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



2.4 Perumusan Hipotesis

Menurut Sulistyawati (2010: 137) “hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus diuji volume penjualan empiris”. Hipotesis dirumuskan berdasarkan teori, dugaan, pengalaman pribadi yang diuji kebenarannya dengan menggunakan data / informasi yang dikumpulkan melalui sampel penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah Volume Penjualan Dan Biaya Operasional Belum Dapat Meningkatkan Kegiatan Operasional Pada PT. Kamadjaja Logistics Medan.