



BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Agency theory merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan selaku agen dengan pemilik modal selaku pihak *principal* (Lesmono & Siregar, 2021). Teori Agensi pertama kali dicetuskan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976, mendefinisikan perusahaan bukan sekedar entitas tunggal, melainkan sebagai “titik temu” (*nexus of contracts*) dari berbagai hubungan kontraktual. Jensen & Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai kontrak di mana satu atau lebih orang (prinsipal) melibatkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu layanan atas nama mereka yang melibatkan pendelegasian wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Jika kedua pihak dalam hubungan tersebut adalah pihak yang memaksimalkan utilitas, maka ada alasan kuat untuk percaya bahwa agen tidak akan selalu bertindak demi kepentingan terbaik prinsipal. Dalam perusahaan kelapa sawit, pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen.

Masalah utama dalam teori ini muncul dari asumsi dasar bahwa setiap individu cenderung memaksimalkan utilitasnya sendiri (*utility maximizers*). Oleh karena itu, manajemen tidak akan selalu bertindak demi kepentingan terbaik pemegang saham, melainkan kerap mengutamakan kesejahteraan pribadinya. Untuk membatasi penyimpangan ini, muncullah biaya keagenan (*agency costs*) (Jensen & Meckling, 1976). *Agency cost* merupakan biaya yang muncul ketika



kepentingan manajemen perusahaan atau *agent* tidak sesuai dengan kepentingan pemegang saham atau *principal* dan akan mempengaruhi pilihan dalam tugas, kelalaian, dan keputusan manajemen berdasarkan kepentingan sendiri maupun *entrenchment* yang akan mengurangi kesejahteraan *principal*. Jensen & Meckling (1976) mengatakan bahwa biaya keagenan terdiri dari :

- a. Biaya Pemantauan (*Monitoring Cost*) yang dikeluarkan oleh prinsipal,
- b. Biaya Penjaminan (*Bonding Cost*) yang dikeluarkan oleh agen,
- c. Kerugian Residual (*Residual Loss*).

Monitoring cost atau biaya pemantauan adalah biaya yang ditanggung oleh prinsipal (pemegang saham) yang dirancang untuk mengawasi dan membatasi aktivitas menyimpang agen, seperti usaha untuk membatasi anggaran, aturan operasi, kebijakan investasi, membayar auditor eksternal untuk memeriksa laporan keuangan agar manajemen tidak melakukan manipulasi data.

Bonding cost atau biaya pengikatan adalah biaya yang dikeluarkan oleh agen (manajemen) untuk menjamin bahwa ia tidak akan mengambil tindakan tertentu yang dapat merugikan prinsipal atau untuk memastikan bahwa prinsipal akan diberi kompensasi jika ia mengambil tindakan tersebut. Seperti, audit laporan keuangan yang diinisiasi oleh manajemen, batasan kontraktual, serta memiliki saham perusahaan untuk membuktikan bahwa ia juga ingin meningkatkan harga saham perusahaan.

Residual loss adalah biaya yang tetap terjadi walaupun sudah ada biaya pengawasan dan pengikatan yang dapat mengurangi kesejahteraan prinsipal. Hal ini terjadi ketika keputusan yang diambil oleh agen tidak optimal dalam



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

memaksimalkan kesejahteraan prinsipal. Seperti, manajemen menunda keputusan investasi pada teknologi untuk pemupukan yang lebih efisien yang dapat menekan biaya dan menghasilkan keuntungan yang lebih. Keuntungan yang tidak didapat inilah disebut dengan *Residual Loss*.

Manajer (agen) sebagai pihak yang mengelola kegiatan perusahaan sehari-hari memiliki lebih banyak informasi internal dibandingkan pemilik (prinsipal). Manajer berkewajiban untuk memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan. Laporan keuangan tersebut penting bagi para pengguna informasi eksternal terutama karena kelompok ini berada dalam kondisi yang paling besar ketidakpastiannya. Ketidakseimbangan penguasaan informasi akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi (*asymmetriy information*). Asimetri antara agen dengan prinsipal dapat memberikan kesempatan kepada agen untuk melakukan manajemen laba (*earnings management*) dalam rangka menyesatkan pemegang saham mengenai kinerja ekonomi perusahaan (Purba, 2023).

Sebuah perusahaan umumnya dikelola oleh manajer yang dipercayakan oleh pemegang saham untuk menjalankan operasional perusahaan. Oleh karena itu, manajer lebih banyak mengetahui seluk beluk tentang kondisi perusahaan ketimbang pemiliknya. Ketidakseimbangan informasi ini disebut sebagai asimetri informasi. Manajer memiliki kewajiban dalam melaporkan kondisi perusahaan dalam bentuk laporan keuangan kepada pemilik serta pengguna laporan keuangan eksternal perusahaan. Namun adanya ketidakseimbangan informasi antara manajer



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

dengan pemilik dan pengguna laporan keuangan eksternal perusahaan ada kemungkinan manajer untuk melakukan manajemen laba dengan tujuan menyesatkan pemegang saham dan pengguna laporan keuangan eksternal perusahaan mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Laba bersih berhubungan dengan Teori Keagenan, karena menjadi indikator utama keberhasilan agen (manajemen) dalam mewujudkan tujuan prinsipal (pemegang saham), yaitu memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Semakin tinggi laba bersih yang diperoleh, semakin menunjukkan bahwa agen mampu mengelola sumber daya perusahaan secara efisien. Sebaliknya, laba yang rendah dapat mengindikasikan adanya keputusan manajemen yang kurang optimal atau tingginya biaya keagenan. An-nisa et al., (2024) mengatakan bahwa laba bersih menjadi indikator dalam melangsungkan pengukuran atau evaluasi kesuksesan kinerja sebuah perusahaan. Tujuan utama berdirinya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh laba secara optimal guna menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Marlina, 2024). Laba yang maksimal memungkinkan perusahaan memiliki dana yang cukup untuk mengembangkan aktivitas usahanya, sehingga pada akhirnya dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Hindi & Yasa, 2023).

Biaya produksi dalam perspektif Teori Keagenan mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengendalikan penggunaan sumber daya pada kegiatan produksi perusahaan. Manajemen bertanggung jawab dalam memastikan bahwa biaya bahan baku, tenaga kerja, pupuk, dan biaya produksi lainnya digunakan secara efisien agar tidak menimbulkan pemborosan yang dapat mengurangi laba bersih. Ketika biaya produksi meningkat secara tidak proporsional tanpa diikuti



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

peningkatan *output* atau pendapatan, kondisi ini dapat diindikasikan adanya inefisiensi dan meningkatnya *agency cost*, seperti lebih memilih pemasok (*supplier*) berdasarkan hubungan pertemanan yang harganya lebih tinggi dibandingkan dengan pemasok lain yang lebih efisien, serta tidak mau berusaha keras dalam mencari teknologi produksi yang lebih efisien (Jensen & Meckling, 1976). Hal ini diakibatkan kurangnya pengawasan atau mengambil keputusan operasional yang kurang tepat. Marlina (2024) mengatakan bahwa perusahaan dalam melakukan kegiatan produksi sangat penting untuk mengontrol biaya produksi yang dikeluarkan karena biaya ini dapat memprediksi laba yang akan dihasilkan. Serta perusahaan perlu mampu melaksanakan penaksiran biaya secara akurat agar dapat bersaing dan memperoleh laba yang diinginkan (Bilqis & Muhammad, 2025). Oleh karena itu, biaya produksi berhubungan erat dengan efektivitas manajemen dalam menjaga efisiensi kegiatan inti perusahaan.

Biaya operasional berkaitan erat dengan Teori Keagenan, karena mencerminkan bagaimana manajemen mengelola biaya-biaya penunjang di luar proses produksi, seperti biaya penjualan serta biaya administrasi dan umum. Biaya operasional rentan terjadinya perilaku oportunistik manajemen, misalnya menggunakan fasilitas berlebihan, memiliki staf lebih dari yang diperlukan, dan sebagainya (Jensen & Meckling, 1976) sehingga meningkatkan biaya keagenan. Hindi & Yasa (2023) mengatakan bahwa semakin besar biaya operasional yang dikeluarkan, maka semakin kecil laba yang akan didapatkan oleh perusahaan. Bilqis & Muhammad (2025) juga mengatakan bahwa besarnya pengeluaran operasional dapat menekan keuntungan perusahaan secara signifikan. Sehingga pengelolaan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

dan pengendalian biaya operasional secara efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, semakin besar biaya operasional yang tidak diimbangi dengan peningkatan pendapatan, semakin besar pula indikasi bahwa manajemen belum bertindak secara efisien sesuai kepentingan pemegang saham. Sehingga biaya operasional dapat digunakan untuk menilai sejauh mana manajemen bertindak efisien sesuai kepentingan pemegang saham.

Terakhir, volume penjualan mencerminkan kemampuan manajemen dalam merencanakan dan mengambil keputusan strategis dalam penjualan produk. Dalam perspektif teori keagenan, manajemen dituntut untuk mengoptimalkan volume penjualan agar pendapatan perusahaan meningkat, sehingga tujuan pemegang saham terwujud. Namun, peningkatan volume penjualan harus diimbangi dengan efisiensi pada biaya yang dikeluarkan agar memperoleh laba bersih yang optimal. Marlina (2024) mengatakan bahwa terdapat hubungan yang erat volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan, bahwa dengan semakin meningkatnya volume penjualan perusahaan ternyata membawa keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan. Serta peningkatan volume penjualan harus diimbangi dengan efisiensi biaya agar berdampak positif pada laba (Bilqis & Muhammad, 2025). Oleh karena itu, volume penjualan menjadi representasi kualitas keputusan strategis manajemen dalam menciptakan laba bersih.

2.1.2 Laba Bersih

2.1.2.1 Pengertian Laba Bersih

Menurut An-nisa et al., (2024) laba bersih adalah kelebihan penghasilan yang dihasilkan dari penjualan sesudah dikurangi dari beban penjualan beserta pajak



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

penghasilan. Kelebihan penghasilan ini nantinya berdampak positif pada manfaat ekonomi perusahaan berupa peningkatan pemasukan dan peningkatan aset atau pengurangan kewajiban yang akan menyebabkan pertumbuhan ekuitas. Noviyanti et al., (2025) mengatakan bahwa laba bersih adalah selisih lebih dari pendapatan dikurangi biaya dan pajak penghasilan. Menurut Bilqis & Muhammad (2025) laba bersih adalah keuntungan yang didapat setelah meminimalisir seluruh danan operasional, termasuk biaya tetap atau overhead dikurangkan dalam perhitungan ini. Kelebihan pendapatan atau laba yang dihasilkan dari selisih biaya beban perusahaan dalam periode waktu tertentu disebut laba bersih. Laba merupakan tujuan penting dari perusahaan yang berorientasi bisnis, perusahaan berusaha untuk mendapatkan laba di setiap periode (Suzan & Lumbantobing, 2023).

Menurut Kasmir dalam (Purwanto, 2021) laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak. Laba bersih merupakan hal yang terpenting didirikannya sebuah perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan laba memberikan motivasi pada perkembangan perusahaan menjadi lebih baik lagi (Mutiara, 2022).

Jadi, laba bersih adalah pendapatan lebih dari hasil penjualan produk atau jasa setelah dikurangi dari berbagai biaya dan beban pajak penghasilan dalam periode waktu tertentu. Laba bersih menjadi tujuan utama bagi perusahaan yang berorientasi pada laba. Sehingga, peningkatan laba menjadi motivasi untuk mengembangkan perusahaan menjadi lebih baik lagi. Laba bersih juga menjadi indikator dari keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dipercayakan oleh pemegang saham.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

2.1.2.2 Jenis-jenis Laba

Laba bersih memiliki beberapa jenis yang menggambarkan tahapan perhitungan keuntungan perusahaan berdasarkan pengurangan berbagai komponen biaya, diantaranya (Maulida & Hasanudin, 2025):

a. Laba Kotor Penjualan

Laba kotor penjualan, yaitu selisih antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Pada tahap ini, laba belum memperhitungkan beban operasional perusahaan dalam periode tertentu.

b. Laba Operasional

Laba operasional diperoleh dengan mengurangi laba kotor dengan seluruh biaya yang berkaitan dengan aktivitas operasional, seperti biaya produksi, administrasi, penjualan, dan operasional lainnya.

c. Laba Sebelum Pajak atau *Earning Before Tax* (EBT)

Laba sebelum pajak, yaitu pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum dikurangi kewajiban pajak.

d. Laba Setelah Pajak

Laba setelah pajak, yaitu keuntungan akhir yang diperoleh perusahaan setelah dikurangi seluruh beban, termasuk pajak, bunga, dan biaya operasional lainnya. Jenis ini mencerminkan pendapatan bersih perusahaan yang siap dilaporkan sebagai keuntungan riil dalam suatu periode.

Jadi, terdapat beberapa jenis laba dalam laporan keuangan, yaitu laba kotor penjualan, laba operasional, laba sebelum pajak, dan laba setelah pajak atau laba bersih. Dalam laporan keuangan terutama laporan laba rugi yang pertama terdapat



laba kotor penjualan. Laba ini didapatkan dengan cara mengurangi penjualan bersih dengan harga pokok penjualan. Selanjutnya, laba operasional adalah laba yang dihasilkan dari pendapatan dikurangi dengan harga pokok penjualan dan biaya operasional (beban penjualan serta beban administrasi dan umum). Kemudian, laba sebelum pajak yaitu laba setelah dikurangi beban pajak penghasilan. Terakhir, laba setelah pajak atau laba bersih, yaitu keuntungan yang telah dikurangi dari semua beban perusahaan.

2.1.2.3 Pengukuran Laba Bersih

Laba bersih dihitung sebagai hasil pengurangan antara laba sebelum pajak penghasilan dengan beban pajak penghasilan. Berikut ini terdapat beberapa rumus untuk mencari laba bersih menurut penelitian-penelitian terdahulu:

Tabel 2.1 Rumus Laba Bersih

Nama dan Tahun	Rumus Laba Bersih
An-nisa et al., (2024)	$\text{Laba Bersih} = \text{Laba Sebelum Pajak} - \text{Pajak Penghasilan}$
Suryani et al., (2025)	$\text{Net Profit} = \text{Revenue} - \text{Expenses} - \text{Taxes}$

Sumber: Data Olahan, 2026

Keterangan:

Laba Bersih/ *Net Profit* = keuntungan yang diperoleh yang sudah dikurangi dengan pajak, bunga, dan biaya operasional perusahaan

Laba Sebelum Pajak = keuntungan menyeluruh yang diperoleh perusahaan sebelum dipotong pajak perseroan

Pajak Penghasilan/*Taxes* = pajak yang dibebankan pada penghasilan perusahaan atas penghasilan yang diperoleh selama tahun pajak



Revenue = total pendapatan kotor yang diterima perusahaan dari hasil penjualan dalam periode tertentu sebelum dikurangi biaya operasional, pajak, atau beban lainnya

Expenses = pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan operasional dalam satu periode akuntansi

2.1.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Laba Bersih

Menurut Mulyadi dalam (Simatupang & Siagian, 2018), mengemukakan faktor - faktor yang mempengaruhi laba adalah sebagai berikut:

- Biaya, merupakan suatu pengorbanan yang diukur dengan satuan uang yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha. Biaya yang timbul dari perolehan atau mengolah suatu produk atau jasa akan mempengaruhi harga jual produk yang bersangkutan.
- Harga Jual, merupakan jumlah tertentu yang dibayarkan oleh konsumen terhadap barang atau jasa yang diterima. Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya volume penjualan produk atau jasa yang bersangkutan.
- Volume Penjualan dan Produksi, besarnya volume penjualan berpengaruh terhadap volume produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya volume produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi. Semakin besar volume penjualan suatu barang, biasanya akan berpengaruh terhadap laba yang diperoleh juga akan semakin besar. Demikian sebaliknya apabila volume penjualan suatu barang menurun, maka biasanya perolehan juga akan ikut menurun.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Jadi, ada beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba, yaitu biaya, harga jual, serta volume penjualan dan produksi. Besar kecilnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menghasilkan produk atau jasa akan mempengaruhi harga jualnya. Semakin tinggi biaya yang dikeluarkan, maka akan semakin tinggi pula harga jual produk atau jasa yang ditetapkan, begitu juga sebaliknya. Kemudian harga jual akan mempengaruhi volume penjualan produk atau jasa. Apakah harga jual dapat dijangkau oleh konsumen atau tidak. Serta besar kecilnya volume penjualan akan mempengaruhi laba yang akan diperoleh perusahaan.

Secara teoretis, laba bersih dipengaruhi oleh kombinasi keputusan biaya dan pendapatan yang saling terkait. Biaya produksi mencerminkan efisiensi proses dan pengelolaan input, sementara biaya operasional merepresentasikan pengeluaran rutin yang menopang aktivitas komersial dan administratif. Di sisi lain, volume penjualan adalah *outcome* komersial yang merefleksikan keberhasilan strategi penetapan harga, distribusi, dan komunikasi pemasaran (Intan & Nurhayati, 2025).

2.1.3 Biaya Produksi

2.1.3.1 Pengertian Biaya Produksi

Pada suatu industri atau perusahaan manufaktur, biaya produksi disebut juga biaya manufaktur yang sering digunakan dalam proses produksi. Menurut An-nisa et al., (2024) biaya produksi adalah biaya yang harus perusahaan keluarkan sepanjang proses pembuatan produk yang nantinya akan siap dijual. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual (Lestari & Permana, 2018). Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh



perusahaan yang berhubungan langsung dengan proses produksi dalam mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual (Noviyanti et al., 2025). Beban produksi mencakup seluruh biaya yang dihitung selama proses produksi untuk jangka waktu tertentu dan termasuk persediaan barang sejak proses awal dan biaya pabrik (Mutamimah & Dailibas, 2026). Menurut Purwoko et al., (2022) biaya produksi meliputi pengeluaran untuk memperoleh bahan baku dan mengolah bahan baku yang disertai dengan biaya tenaga kerja dan overhead untuk menghasilkan suatu produk yang siap dibeli oleh konsumen. Ini adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membiayai proses produk jadi hingga siap digunakan oleh pelanggan. Perusahaan harus mengelola anggaran mereka dengan bijak dalam memproduksi produk yang mereka hasilkan (Febrianti et al., 2024).

Berdasarkan definisi-definisi biaya produksi di atas dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan perusahaan manufaktur untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok untuk diolah yang disertai dengan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik untuk menciptakan produk jadi yang siap untuk di jual.

Aktivitas produksi dimulai dari pembelian bahan baku, pembayaran upah tenaga kerja untuk memproses bahan baku, dan pengeluaran biaya yang diperlukan agar bahan baku dapat dikonversi menjadi produk jadi yang siap dijual untuk mendapatkan keuntungan (Purnama et al., 2023). Biaya produksi merupakan pengeluaran biaya terbesar bagi perusahaan manufaktur. Oleh karena itu, manajemen harus mengendalikan biaya produksi dan mengoptimalkan pemanfaatannya secara rasional dan sistematis agar biaya produksi menjadi rasional



dan efektif, serta dapat meningkatkan laba bersih perusahaan jika dikendalikan dengan baik (Suzan & Lumbantobing, 2023). Pengelolaan biaya produksi yang efektif dapat mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan, karena biaya produksi yang tinggi dapat mengurangi laba meskipun penjualan meningkat (Difa et al., 2025).

Biaya produksi menjadi biaya utama dan terbesar dalam perusahaan manufaktur seperti perusahaan kelapa sawit, mulai dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta biaya lainnya yang mendukung pengolahan bahan baku menjadi produk yang bernilai. Oleh karena itu, sangat penting dalam mengelola biaya produksi seefisien mungkin dan memanfaatkan dengan optimal tanpa mengurangi kualitas produk agar perusahaan tetap memperoleh laba yang optimal.

2.1.3.2 Pengukuran Biaya Produksi

Biaya produksi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut (An-nisa et al., 2024) :

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

Keterangan:

Biaya Bahan Baku = biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan utama yang akan diproses menjadi produk jadi

Biaya Tenaga Kerja Langsung = upah atau gaji yang dibayarkan kepada karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses produksi



Biaya *Overhead* Pabrik = seluruh biaya produksi selain bahan baku dan tenaga kerja langsung

2.1.3.3 Unsur-Unsur Biaya Produksi

Biaya produksi meliputi semua biaya yang terkait dengan proses produksi barang yang mencakup bahan baku, tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya pengepakan/pengemasan, dan biaya-biaya lain yang secara langsung terlibat dalam produksi fisik. Biaya produksi penting dalam menentukan harga jual dan margin keuntungan perusahaan. Pada saat pembebanan biaya, maka biaya produksi inilah yang menjadi harga pokok produksi. Adapun unsur produk (harga pokok produk) perusahaan manufaktur (Lestari & Permana, 2018), yaitu :

- a. Bahan Baku Langsung (*Direct Materials*) atau sering disingkat BBL
- b. Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor*) atau sering disingkat TKL
- c. *Overhead* Pabrik (*Factory Overhead*) sering disingkat FOH atau BOP

Unsur pertama dalam biaya produksi yaitu bahan baku langsung. Bahan (*material*) dibedakan menjadi bahan baku langsung (*direct materials*) dan bahan penolong (*indirect materials*). Bahan baku langsung adalah semua bahan yang dapat diidentifikasi dengan produk jadi, yang dapat ditelusur ke produk setengah jadi dan produk jadi, dan merupakan bagian terbesar dari biaya produksi, contohnya papan kayu pada perusahaan mebel (Lestari & Permana, 2018).

Biaya bahan baku adalah beban pokok pembelian bahan baku yang masuk dalam proses produksi dan dapat ditelusur langsung pada produk (Purwanti, 2023). Sementara bahan penolong adalah semua bahan yang bukan termasuk bahan baku, contohnya paku pada perusahaan mebel (Lestari & Permana, 2018). Bahan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

baku penolong adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi yang nilainya kecil dan tidak dapat diidentifikasi dalam produk jadi. Contoh, produk kaos olah raga, bahan bakunya kain kaos dan bahan penolongnya adalah benang. Bahan baku penolong ini masuk dalam komponen biaya produksi sebagai biaya *overhead* pabrik (Sujardewi, 2015).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa bahan (*material*) terdiri dari dua, yaitu bahan baku langsung dan bahan penolong. Bahan baku langsung adalah bahan baku utama dan terbesar dari biaya produksi yang dapat ditelusuri ke produk setengah jadi maupun produk jadi yang menjadi beban pokok pembelian bahan baku. Sedangkan bahan penolong adalah bahan yang bukan bahan baku yang nilainya kecil dan tidak dapat diidentifikasi pada produk jadi.

Unsur biaya produksi kedua yaitu tenaga kerja langsung. Tenaga kerja dapat dibedakan menjadi tenaga kerja langsung (*Direct Labor*) dan tenaga kerja tidak langsung (*Indirect Labor*). Menurut Lestari & Permana (2018), tenaga kerja langsung adalah semua tenaga kerja yang melaksanakan proses produksi yang dapat ditelusur ke produk setengah jadi dan produk jadi dan merupakan bagian terbesar dari biaya tenaga kerja, contohnya tukang amplas pada perusahaan mebel. Sementara, tenaga kerja tidak langsung adalah semua tenaga kerja yang tidak dapat dipertimbangkan sebagai biaya tenaga kerja langsung, contoh: supervisor produksi ada perusahaan mebel (Lestari & Permana, 2018). Upah atas tenaga kerja tidak langsung dicatat ke dalam biaya *overhead* pabrik (Purwanti, 2023).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, biaya tenaga kerja terdiri dari dua macam, yaitu biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja



tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya gaji atau upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang melakukan proses produksi dan dapat ditelusuri pada produk setengah jadi dan produk jadi serta menjadi bagian terbesar dari biaya tenaga kerja. Sedangkan tenaga kerja tidak langsung adalah biaya gaji atau upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja yang tidak dapat dipertimbangkan sebagai biaya tenaga kerja langsung dan dicatat ke dalam biaya *overhead* pabrik.

Unsur ketiga, yaitu *overhead* pabrik yang merupakan semua biaya produksi yang tidak dapat dengan mudah ditelusur ke produk setengah jadi atau produk jadi sehingga termasuk biaya tidak langsung. Contoh biaya *overhead* pabrik pada perusahaan mebel antara lain: sarung tangan, amplas dan listrik, depresiasi pabrik dan biaya tenaga kerja tidak langsung seperti gaji kepala pabrik, biaya perawatan, dan kebersihan pabrik (Lestari & Permana, 2018). Menurut Purwanti (2023), biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi yang tidak dapat ditelusur atau diidentifikasi secara langsung pada suatu produk. Contoh biaya *overhead* pabrik antara lain biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya tidak langsung lainnya (depresiasi mesin pabrik, biaya reparasi peralatan pabrik, listrik dan air pabrik, asuransi pabrik, dan sebagainya).

Berdasarkan dari beberapa pengertian biaya *overhead* pabrik di atas dapat disimpulkan bahwa biaya *overhead* pabrik adalah salah satu biaya produksi yang tidak dapat ditelusuri langsung pada produk setengah jadi dan produk jadi serta termasuk ke dalam biaya tidak langsung. Contoh biaya ini, seperti amplas, depresiasi pabrik, gaji kepala pabrik, listrik, air, sarung tangan, biaya perawatan, kebersihan pabrik, asuransi pabrik, dan sebagainya.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

2.1.4 Biaya Operasional

2.1.4.1 Pengertian Biaya Operasional

Menurut An-nisa et al., (2024) biaya operasional yakni biaya mengenai operasional perusahaan, mencakup seluruh biaya yang dipergunakan secara langsung bagi produksi ataupun pembelian barang dagangan, misalnya biaya administrasi umum dan biaya penjualan. Biaya operasional ialah jenis biaya keluaran yang tidak memiliki hubungan langsung terhadap kegiatan produksi jasa maupun barang, namun tetap memiliki kontribusi besar dalam mendukung jalannya bisnis sehari-hari (Bilqis & Muhammad, 2025).

Perusahaan mengeluarkan biaya operasional ketika menjual atau memasarkan barang atau jasa dan melakukan fungsi administrasi dan umum. Aktivitas perusahaan berpengaruh terhadap biaya operasionalnya, sehingga semakin tinggi aktivitas perusahaan maka semakin tinggi pula biaya operasionalnya (Hidayat et al., 2025). Jadi besar kecilnya biaya yang dikeluarkan perusahaan akan sangat berpengaruh secara langsung terhadap perhitungan laba rugi yang akan diperoleh perusahaan pada setiap akhir periode. Oleh karena itu, pengaturan biaya operasional yang efisien dapat menjadi penting untuk menjaga stabilitas keuangan serta mendorong pertumbuhan keuntungan secara berkelanjutan.

Menurut Noviyanti et al., (2025) biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membiayai aktivitas bisnis sehari-hari. Contoh dari biaya operasional antara lain biaya gaji, sewa, dan lain sebagainya. Biaya operasional merupakan seluruh pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendanai kegiatan operasi perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

dicapai oleh perusahaan (Rachmat & Indrayati, 2024). Biaya operasional memengaruhi keputusan yang dapat mendukung keberhasilan tujuan bisnis. Jika suatu bisnis dapat mengurangi biaya operasionalnya, maka akan dapat meningkatkan laba bersihnya. Sebaliknya, jika biaya tersebut terbuang sia-sia, maka akan mengakibatkan berkurangnya laba (Suryani et al., 2025).

Berdasarkan definisi-definisi biaya operasional di atas dapat disimpulkan bahwa biaya operasional merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendanai seluruh kebutuhan dan aktivitas perusahaan setiap harinya yang bukan termasuk proses produksi untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Pengeluaran biaya ini secara langsung mempengaruhi perhitungan laba rugi pada akhir periode.

2.1.4.2 Unsur-Unsur Biaya Operasional

Secara garis besar unsur-unsur biaya operasional terbagi menjadi dua, (Purwanti & Rismasari, 2022), yaitu:

- a. Biaya Penjualan
- b. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya penjualan merupakan seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan penjualan sampai barang itu berada ditangan konsumen, seperti biaya pengiriman, pajak-pajak yang berkenaan dengan penjualan, promosi, gaji tenaga penjual, dan lainnya (Purwanti & Rismasari, 2022). Biaya penjualan merupakan biaya yang dibebankan di dalam penjualan suatu barang atau jasa mulai dari keluarnya barang dari gudang sampai ke tangan pembeli. Dalam hal ini, biaya yang dikeluarkan adalah biaya untuk memasarkan produk selesai, termasuk biaya



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

iklan, biaya gaji para pramuniaga, biaya angkut barang-barang yang dijual dan gaji manajemen pemasaran (Lestari & Permana, 2018).

Berdasarkan beberapa pengertian biaya penjualan di atas dapat disimpulkan bahwa biaya penjualan adalah biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam proses menjual produk selesai atau jasa mulai dari keluarnya barang dari gudang hingga sampai ke tangan pembeli, seperti biaya pengiriman, pajak-pajak yang berkaitan dengan penjualan, promosi, gaji tenaga penjual, gaji manajer pemasaran, dan lainnya yang berkaitan dengan penjualan.

Selanjutnya, biaya administrasi dan umum, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan-kegiatan di luar kegiatan penjualan seperti kegiatan administrasi, kegiatan personalia, dan umum (Purwanti & Rismasari, 2022). Biaya administrasi dan umum adalah biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produksi. Contoh biaya ini, yaitu biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntansi, biaya *fotocopy*, gaji pegawai bagian umum (yang bukan barang produksi, pemasaran), air, telepon, pajak, iuran, dan biaya kantor (Purwanti & Rismasari, 2022).

Biaya administrasi merupakan biaya yang dibebankan untuk mengarahkan, mengawasi dan mengoperasikan suatu perusahaan termasuk administrasi secara umum, seperti gaji para eksekutif, biaya penyelenggaraan akuntansi, gaji pegawai bagian administrasi, dan biaya habis pakai. Yang perlu dicermati adalah jika antara pabrik dan kantor berada di area terpisah, maka ada pemisahan pembebanan biaya. Jika biaya-biaya pendukung untuk keperluan pabrik maka akan dimasukkan sebagai



overhead pabrik, tetapi biaya-biaya untuk keperluan kantor akan dimasukkan sebagai beban administrasi dan umum (Lestari & Permana, 2018).

Berdasarkan berbagai definisi biaya administrasi dan umum di atas dapat disimpulkan bahwa biaya administrasi dan umum adalah biaya pendukung yang memastikan perusahaan tetap berjalan secara sistematis. Biaya ini mencakup upah staf administrasi dan biaya operasional kantor yang tidak terkait langsung dengan pembuatan barang dan penjualan. Jika letak pabrik terpisah jauh dari kantor, maka terdapat pemisahan pembebanan biaya, seperti biaya-biaya untuk mendukung keperluan kantor akan dimasukkan dalam kategori beban administrasi dan umum. Sementara, biaya-biaya untuk mendukung keperluan pabrik akan dimasukkan dalam kategori biaya *overhead* pabrik.

2.1.4.3 Pengukuran Biaya Operasional

Biaya operasional dapat dihitung dengan menggunakan rumus seperti berikut ini (An-nisa et al., 2024):

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

Keterangan:

Biaya Penjualan = biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan dan mendistribusikan produk kepada konsumen

Biaya Administrasi dan Umum = biaya yang dikeluarkan untuk mengkoordinasi, mengawasi, dan menjalankan operasional perusahaan di luar kegiatan produksi dan penjualan



2.1.5 Volume Penjualan

2.1.5.1 Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah barang yang terjual berupa uang sepanjang periode tertentu, termasuk strategi pelayanan yang efektif (An-nisa et al., 2024). Volume penjualan merupakan jumlah pendapatan perusahaan dari produk yang terjual dalam kurun waktu tertentu (Noviyanti et al., 2025). Dimana penjualan merupakan sumber pendapatan utama sebuah perusahaan manufaktur. Semakin besar tingkat penjualan semakin menunjukkan tingkat produktivitas perusahaan dan seberapa baik pemasaran yang dilakukan. Untuk mencegah terjadinya kerugian volume penjualan ini perlu dijadikan tujuan pokok suatu perusahaan karna ini juga menjadi salah satu sumber utama pendapatan perusahaan.

Menurut Edwar (2024) volume penjualan adalah jumlah total penjualan yang dinyatakan dalam satuan fisik atau nilai moneter, serta ukuran kuantitatif barang atau jasa yang terjual dalam periode tertentu. Ini mencakup pencapaian penjualan fisik dan melibatkan strategi layanan yang efektif. Semakin tinggi volume penjualan, semakin besar pendapatan perusahaan dan semakin sukses bisnis tersebut dalam memenuhi permintaan pasar.

Volume penjualan adalah metrik yang mengukur kuantitas atau besarnya produk atau layanan yang telah dijual secara efektif oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Untuk meraih laba yang optimal, salah satu caranya adalah dengan memperhatikan volume penjualan dan menekan biaya operasional yang akan di tanggung oleh perusahaan. Peningkatan volume penjualan dapat dicapai dengan menjaga kualitas produk. Seiring berjalannya waktu, tidak dapat dihindari bahwa



akan muncul para pesaing. Oleh karena itu, untuk menjaga keseimbangan atau meningkatkan volume penjualan, sebuah perusahaan harus selalu memprioritaskan kualitas produknya. Untuk mengurangi biaya, perusahaan dapat menekan dan memantau dengan ketat biaya yang dikeluarkan. Jelas bahwa perusahaan yang lebih besar akan mengeluarkan biaya yang lebih besar. Dalam kasus seperti itu, penting bagi perusahaan untuk mengelola dan mempersiapkan secara efektif untuk mencegah kerugian yang diakibatkan oleh biaya-biaya ini (Suzan & Lumbantobing, 2023).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa volume penjualan adalah jumlah total produk atau jasa yang terjual oleh perusahaan dalam periode waktu tertentu yang dapat dinyatakan dalam satuan fisik atau nilai moneter. Untuk meningkatkan atau menjaga keseimbangan volume penjualan, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas produk atau layanan. Selain itu, perusahaan harus terus berinovasi agar tidak kalah saing dengan kompetitor lain. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan nilai moneter yaitu Rupiah sebagai satuan variabel volume penjualannya.

2.1.5.2 Pengukuran Volume Penjualan

Pengukuran volume penjualan dapat dilakukan dengan dua cara yaitu berdasarkan jumlah unit produk yang terjual dan berdasarkan pada nilai produk yang terjual. Volume penjualan yang diukur berdasarkan unit produk yang terjual, yaitu jumlah unit penjualan nyata perusahaan dalam suatu periode tertentu, sedangkan nilai produk yang terjual, yaitu jumlah nilai penjualan nyata



perusahaan dalam suatu periode tertentu (Ginanjar, 2020). Berikut ini beberapa rumus volume penjualan dari penelitian-penelitian terdahulu:

Tabel 2.2 Rumus Volume Penjualan

Nama dan Tahun	Rumus Volume Penjualan
An-nisa et al., (2024)	Volume Penjualan = Kuantitas atau Total Penjualan
Siregar et al., (2023)	Volume Penjualan = Total penjualan selama satu periode
Bilqis & Muhammad (2025)	Volume Penjualan = Jumlah Unit Terjual x Periode Waktu
Marlina, (2024)	Volume Penjualan = Total Penjualan

Sumber: Data Olahan, 2026

Keterangan:

Kuantitas Penjualan/ Jumlah Unit Terjual = jumlah unit produk yang terjual

dalam satuan fisik

Total Penjualan = jumlah nilai penjualan dalam satuan

moneter

Periode Waktu = rentang waktu saat data penjualan

dihitung

2.1.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Menurut Kotler dalam (Aktarina, 2019) adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan, antara lain:

- Produk (*Product*), merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah sesuai dengan tingkat kebutuhan para konsumen.



- b. Harga (*Price*), merupakan hal yang sangat penting dan mempengaruhi penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.
- c. Promosi (*Promotion*), adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi-informasi membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan.
- d. Tempat (*Place*), mengacu pada suatu tempat bagi pelanggan untuk lebih mudah mengaksesnya dan mendapatkannya.
- e. Saluran distribusi, adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Jadi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan, diantaranya produk atau jasa yang dijual perusahaan harus sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen, agar peluang terjualnya produk atau jasa semakin besar. Selain itu, harga yang ditawarkan oleh perusahaan juga dapat dijangkau atau dipenuhi oleh konsumen. Kemudian, promosi yang harus dilakukan oleh perusahaan mengenai informasi produk atau jasa yang ingin dijual dapat diketahui dan dikenal oleh banyak orang (konsumen). Tempat atau lokasi untuk menjual produk atau jasa yang mudah diakses oleh konsumen. Terakhir, adanya saluran distribusi yang bisa menyalurkan produk dengan tepat, cepat, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga produk tersedia pada waktu dan tempat yang tepat dengan biaya yang terkendali.

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini ada beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan oleh peneliti yang disajikan dalam bentuk tabel, yakni:

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Nama Pengarang / Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Issulistaningtyas Okta An-nisa, Wikan Budi Utami, Indra Lila Kusuma 2024	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumen Primer yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2020-2022 DOI: https://doi.org/10.69714/pb7wxy81	Biaya Produksi, Biaya Operasional, Volume Penjualan, Laba Bersih SPSS 23 – uji statistik deskriptif – uji asumsi klasik – analisis regresi linier berganda – uji F – uji t – uji koefisien determinasi	Biaya Produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Laba Bersih. Biaya Operasional berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Laba Bersih. Volume Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Bersih.
2	Nafila Mutiara Bilqis, Muhammad 2025	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Jurnal Bisnis dan Akuntansi Unsurnya DOI: https://doi.org/10.35968/jbau	Biaya Produksi, Biaya Operasional, Volume Penjualan, Laba Bersih – uji statistik deskriptif – uji asumsi klasik – analisis regresi linier berganda – uji F	Biaya Produksi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Laba Bersih. Biaya Operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Bersih. Volume



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Inragiri

No	Nama Pengarang / Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
			– uji t – uji koefisien determinasi	penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih.
3	Ni Made Hindi, I Nyoman Putra Yasa 2023	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Sektor Farmasi Pada Saat Pandemi Covid-19 DOI: https://doi.org/10.23887/jimat.v14i0.3.62101	Biaya Produksi, Biaya Operasional, Penjualan, Laba Bersih – uji statistik deskriptif – uji asumsi klasik – analisis regresi linier berganda – analisis koefisien determinasi – uji t	Biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Biaya operasional tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih.
4	Rini Marlina, 2024	Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih DOI: https://doi.org/10.35134/ekobistek.v13i4.849	Volume Penjualan, Biaya Produksi, Biaya Promosi, Biaya Distribusi Laba Bersih – uji statistik deskriptif – uji asumsi klasik – analisis regresi linier berganda – uji F – uji t – koefisien korelasi	Volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Biaya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
 4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Nama Pengarang / Tahun	Judul dan Identitas Jurnal	Variabel Penelitian dan Alat Analisis Data	Hasil Penelitian
			– uji koefisien determinasi	distribusi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap laba bersih.
5	Happy Noviyanti, Hadi Samanto, Muhammad Hasan Ma'ruf 2025	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2024 DOI: https://doi.org/10.69714/ckfenw53	Biaya Produksi, Biaya Operasional, Volume Penjualan, Laba Bersih SPSS – uji statistik deskriptif – uji asumsi klasik – analisis regresi linear berganda – uji kelayakan model (uji F) – uji signifikansi parsial (uji t) – uji koefisien determinasi.	Biaya produksi berpengaruh negatif signifikan terhadap laba bersih. Biaya operasional berpengaruh negatif signifikan terhadap laba bersih. Volume penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih

2.3 Kerangka Pemikiran

Landasan utama dalam kerangka pemikiran ini adalah Teori Keagenan (*Agency Theory*) yang dikemukakan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976. Teori Keagenan menjelaskan hubungan antara pemegang saham (prinsipal) dengan manajemen (agen). Dalam konteks perusahaan kelapa sawit, pemegang saham



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

mendelegasikan wewenang kepada manajemen dalam mengelola biaya produksi, biaya operasional, dan volume penjualan untuk mencapai tujuan pemegang saham yaitu memaksimalkan keuntungan atau laba. Namun, terdapat potensi konflik kepentingan di mana manajemen mungkin bertindak tidak sesuai dengan keinginan pemegang saham. Oleh karena itu, laba bersih bukan sekedar angka, melainkan menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam meminimalkan konflik kepentingan dan *agency cost* di tengah fluktuasi harga komoditas global, inflasi harga pupuk, iklim El Nino, serta berbagai kebijakan pemerintah selama periode 2022 hingga 2024.

Biaya produksi merupakan komponen biaya terbesar dalam industri kelapa sawit. Biaya ini mencakup biaya bahan baku (TBS), biaya pupuk, biaya pemeliharaan tanaman, biaya tenaga kerja panen, biaya pengolahan di pabrik (PKS), dan sebagainya. Umumnya produk utama yang dihasilkan adalah minyak kelapa sawit mentah (CPO) yang mana harga jualnya mengikuti harga pasar global dan berfluktuasi. Salah satu cara yang dapat manajemen lakukan adalah mengelola biaya produksi dengan seefisien mungkin. Ketika manajemen mampu melakukannya, maka laba bersih perusahaan akan meningkat. Sebaliknya, jika manajemen tidak efisien dalam mengelola biaya produksi, maka laba perusahaan akan menurun. Kondisi tersebut dapat menunjukkan adanya *agency loss*, yaitu kerugian yang muncul akibat ketidakefisienan manajemen dalam menjalankan tugasnya.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh An-nisa et al. (2024), bahwa biaya produksi memiliki pengaruh signifikan serta arah yang berlawanan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

(negatif) dengan laba bersih. Dalam konteks ini, penurunan biaya produksi akan berkontribusi pada peningkatan laba bersih. Artinya, semakin efisien manajemen dalam mengelola biaya produksi, maka semakin tinggi laba yang dihasilkan. Namun berbeda dengan temuan Marlina (2024) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih. Arah positif memberikan arti bahwa ketika biaya produksi perusahaan mengalami peningkatan maka laba bersih juga mengalami peningkatan. Meskipun biaya produksi tinggi namun perusahaan mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu. Sehingga pembeli akan tetap membeli produk tersebut dengan harga yang tinggi. Dengan harga jual yang tinggi tersebut maka perusahaan akan memperoleh laba bersih yang tinggi juga. Oleh karena itu, diduga biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih dengan hipotesis dua arah.

Selain biaya produksi, perusahaan kelapa sawit juga menanggung biaya operasional. Biaya ini meliputi beban penjualan serta beban administrasi dan umum. Dalam konteks Teori Keagenan, biaya operasional sering menjadi sumber pemborosan atau pengeluaran yang tidak memberikan nilai tambah bagi pemilik. Pemegang saham menginginkan agar manajemen dapat mengendalikan biaya operasional dan mengalokasikan biaya hanya pada aktivitas yang mendukung peningkatan nilai perusahaan. Karena manajemen memiliki kecenderungan untuk memaksimalkan utilitasnya sendiri, misalnya dengan menggunakan fasilitas kantor yang mewah, memiliki staf yang lebih dari yang dibutuhkan, dan menoleransi inefisiensi operasional lainnya. Ketika biaya operasional meningkat tanpa disertai peningkatan kinerja, maka laba bersih perusahaan akan menurun. Namun,



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

pengelolaan dan pengendalian biaya operasional secara efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

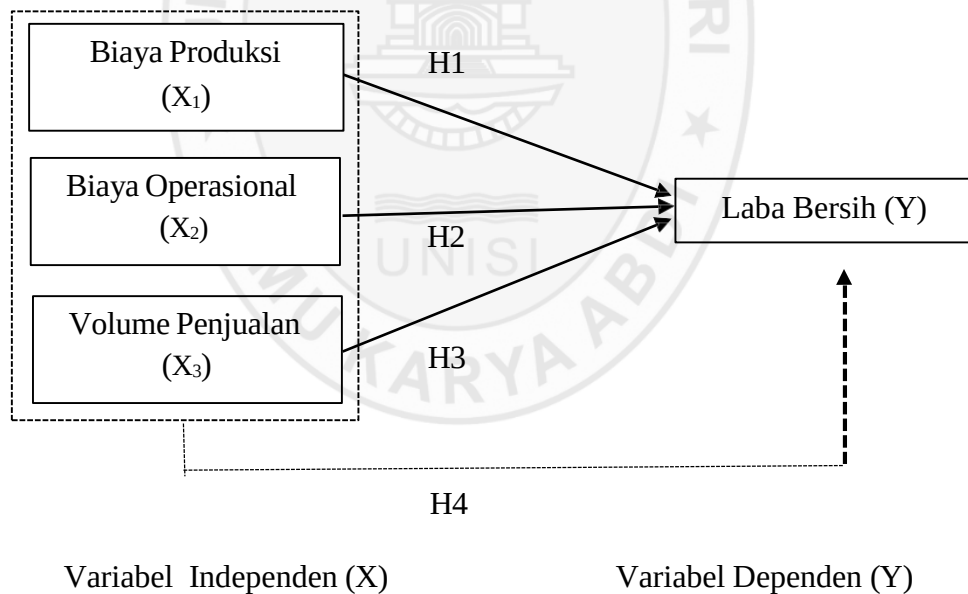
Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh An-nisa et al., (2024), menyatakan bahwa biaya operasional membawa pengaruh negatif serta signifikan pada laba bersih. Pengaruh negatif ini artinya jika biaya operasional meningkat atau pengeluaran biaya besar maka laba bersih menurun. Besar kecilnya biaya operasional nantinya akan berdampak pada jumlah laba bersih yang didapatkan. Namun, berbeda dengan temuan yang dilakukan oleh Bilqis & Muhammad (2025) yang menyatakan bahwa biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih. Pengelolaan dan pengendalian biaya operasional secara efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan serta memberikan sinyal positif kepada investor mengenai stabilitas dan prospek pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, diduga biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih dengan hipotesis dua arah.

Terakhir volume penjualan, manajemen tidak hanya dituntut untuk melakukan efisiensi biaya, tetapi juga harus mampu untuk menghasilkan pendapatan melalui volume penjualan. Volume penjualan mencerminkan strategi manajemen dalam menguasai pasar dan mencapai skala ekonomi. Dalam perspektif Teori Keagenan, terdapat risiko terjadinya *empire building*, yaitu ketika manajemen berfokus mengejar volume penjualan yang tinggi hanya untuk meningkatkan prestise dan ukuran perusahaan, meskipun margin keuntungan sangat tipis. Pemegang saham mengharapkan manajemen mengejar volume penjualan yang berkualitas, yaitu volume penjualan yang dapat menutupi biaya yang telah

dikeluarkan dan menghasilkan laba yang optimal. Jika manajemen mampu meningkatkan volume penjualan yang diiringi dengan efisiensi pada biaya, maka dapat meningkatkan laba bersih dan meminimalkan risiko kerugian bagi pemegang saham. Oleh karena itu, diduga volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh An-nisa et al. (2024), bahwa volume penjualan membawa pengaruh positif signifikan pada laba bersih. Pengaruh positif ini artinya, setiap kenaikan volume penjualan akan menyebabkan peningkatan laba bersih. Sebab semakin banyak produk yang terjual, nantinya berdampak pada tingkat pendapatan yang kemudian meningkatnya laba bersih perusahaan.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- > Parsial
- - - - -> Simultan



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
 2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
- Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara tentang hubungan antar benda-benda (Abdullah et al., 2022). Hubungan hipotesis ini diajukan dalam bentuk dugaan, kerja, atau teori yang merupakan dasar dalam menjelaskan kemungkinan hubungan tersebut. Hipotesis. Berdasarkan telaah teoritis, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran maka hipotesa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Biaya Produksi berpengaruh terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Kelapa

Sawit yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024

H₂ : Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Kelapa

Sawit yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024

H₃ : Volume Penjualan berpengaruh terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Kelapa

Sawit yang terdaftar di BEI Periode 2022-2024

H₄ : Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Volume Penjualan berpengaruh secara

simultan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Kelapa Sawit yang terdaftar

di BEI Periode 2022-2024