

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Biaya

2.1.1. Pengertian Biaya

Biaya merupakan unsur penting dalam kegiatan operasional perusahaan karena menggambarkan pengorbanan ekonomi yang harus dilakukan untuk memperoleh barang atau jasa dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Tanpa pengelolaan biaya yang tepat, perusahaan berisiko mengalami pemborosan sumber daya yang dapat menggerus margin keuntungan. Dalam konteks manajerial, pemahaman terhadap struktur biaya menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis, seperti penetapan harga, efisiensi produksi, serta alokasi anggaran. Dalam akuntansi, biaya diartikan sebagai pengorbanan sumber daya ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang, yang telah menjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Sintawati, 2024). Oleh karena itu, akurasi pencatatan dan pelaporan biaya sangat berpengaruh terhadap transparansi dan akuntabilitas keuangan perusahaan. Dengan memahami biaya secara menyeluruh, perusahaan dapat menyusun strategi efisiensi yang tepat guna meningkatkan profitabilitas dan daya saing di pasar.

Pemahaman mendalam mengenai biaya menjadi semakin penting ketika dikaitkan dengan konteks produksi. Biaya bukan hanya berperan sebagai alat ukur pengorbanan ekonomi, melainkan juga sebagai acuan dalam perencanaan dan pengendalian aktivitas bisnis. Seperti yang dikemukakan oleh (Purba, 2023), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Definisi ini menegaskan bahwa biaya mencakup aspek historis maupun potensial, sehingga perusahaan harus mampu melakukan estimasi dan pengendalian dengan cermat. Dalam ranah produksi, Purba (2023) menjelaskan bahwa biaya produksi mencakup semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Komponen seperti bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik menjadi sangat menentukan dalam perhitungan harga pokok produksi serta besarnya margin keuntungan yang bisa dicapai.

Selanjutnya, pendekatan biaya juga tercermin dalam regulasi akuntansi formal. Dalam Prinsip Akuntansi Indonesia (PAI) menurut Muda (2017), biaya didefinisikan sebagai bentuk pengorbanan sumber daya ekonomi yang dilakukan untuk memperoleh barang atau jasa, yang dinyatakan dalam satuan nilai moneter. Pengorbanan tersebut bisa berupa pengeluaran kas, pertukaran aset, atau pemberian jasa, dan semuanya bertujuan mendukung operasional entitas secara berkelanjutan. Oleh sebab itu, efisiensi dalam pengelolaan biaya terutama biaya operasional merupakan faktor kunci dalam mendorong peningkatan laba. Ketika perusahaan mampu menekan biaya tanpa mengorbankan kualitas dan produktivitas,

maka peluang untuk meningkatkan profitabilitas secara berkelanjutan akan semakin besar.

Laba sebagai tujuan akhir dari efisiensi biaya, menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kinerja keuangan suatu perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam mengelola biaya, sumber daya, dan strategi bisnisnya tercermin dalam laporan laba yang disusun setiap periode. (Manganda, 2020) menyatakan bahwa informasi terkait laba mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam merealisasikan tujuan operasional. Tidak hanya menjadi fokus internal manajemen, laba juga menjadi perhatian utama bagi pihak eksternal seperti investor dan kreditur, karena mencerminkan efektivitas manajerial dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan nilai tambah.

Menurut Mudzakir (2021) mendefinisikan laba sebagai peningkatan manfaat ekonomi dalam suatu periode pelaporan yang tercermin melalui arus kas masuk, peningkatan nilai aset, atau penurunan kewajiban, yang menyebabkan bertambahnya ekuitas entitas tanpa adanya kontribusi dari pemilik. Ini menegaskan bahwa laba bukan sekadar hasil dari suntikan modal eksternal, melainkan buah dari operasional yang efektif dan efisien. Dengan demikian, pencapaian laba menjadi cerminan nyata dari daya saing, efisiensi, serta ketahanan perusahaan dalam menghadapi tantangan bisnis.

Dapat disimpulkan bahwa biaya adalah seluruh pengeluaran atau pengorbanan ekonomi yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh manfaat ekonomi, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang, yang diukur dan dicatat secara sistematis untuk keperluan analisis dan pengambilan keputusan manajerial.

2.1.2. Klasifikasi Biaya

Biaya merupakan konsekuensi yang timbul dari pelaksanaan berbagai aktivitas operasional perusahaan, yang mencerminkan adanya pengorbanan sumber daya ekonomi untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam praktik bisnis, keberadaan biaya tidak dapat dihindari karena menjadi bagian integral dari setiap proses produksi, distribusi, dan administrasi. Seiring dengan meningkatnya kompleksitas kegiatan dalam suatu entitas bisnis, maka pengelolaan biaya yang sistematis menjadi semakin penting untuk menjaga efisiensi dan profitabilitas perusahaan. Untuk memudahkan analisis dan pengendalian, biaya diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok berdasarkan fungsinya dalam mendukung operasional perusahaan.

Menurut Fitriana (2014), jika ditinjau dari hubungan biaya dengan aktivitas utama perusahaan, biaya dapat dikelompokkan ke dalam dua subsektor, yaitu subsektor biaya utama dan subsektor biaya bukan utama. Pengelompokan ini memungkinkan manajemen untuk lebih mudah mengidentifikasi bagian mana dari struktur biaya yang memberikan kontribusi langsung terhadap proses penciptaan nilai, serta bagian mana yang perlu dikendalikan agar tidak menjadi beban yang menggerus laba.

1. Subsektor Biaya Utama

Subsektor biaya utama mencakup seluruh pengeluaran yang secara langsung berkaitan dengan kegiatan pokok perusahaan. Biaya dalam subsektor ini dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan fungsi operasionalnya, yaitu:

- Biaya Administrasi (*Administration Expenses*): mencakup seluruh biaya yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas administrasi perusahaan, termasuk gaji staf administrasi, perlengkapan kantor, serta biaya lainnya yang mendukung fungsi manajerial dan pencatatan.
- Biaya Pemasaran (*Marketing Expenses*): merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam rangka kegiatan pemasaran dan promosi produk atau jasa perusahaan. Contohnya meliputi biaya iklan, promosi, distribusi, dan kompensasi tenaga penjual.

2. Subsektor Biaya Bukan Utama

Subsektor ini mencakup biaya-biaya yang tidak secara langsung terkait dengan kegiatan utama perusahaan, namun tetap diperlukan dalam rangka mendukung proses produksi barang atau jasa. Salah satu klasifikasi penting dalam subsektor ini adalah:

- Biaya Produksi (*Production Costs*): yaitu seluruh pengeluaran yang terjadi dalam ruang lingkup kegiatan produksi. Biaya produksi terdiri dari tiga komponen utama, yaitu:
- Biaya bahan baku (*raw materials*) adalah nilai dari bahan mentah yang digunakan.
- Upah tenaga kerja langsung (*direct labour*) adalah ibalan yang dibayarkan kepada pekerja yang secara langsung terlibat dalam proses konversi bahan baku menjadi produk jadi.
- Biaya overhead pabrik (*factory overhead*) adalah biaya tidak langsung yang timbul dalam lingkungan pabrik, seperti biaya pemeliharaan mesin, listrik, dan pengawasan produksi.

2.2. Biaya Operasional

2.2.1. Pengertian Biaya Operasional

Biaya operasional adalah seluruh pengeluaran atau beban yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menjalankan aktivitas operasionalnya secara rutin, tanpa memperhitungkan beban bunga dan pajak. Biaya ini umumnya meliputi biaya penjualan, biaya administrasi, biaya pemasaran, serta biaya umum lainnya yang dibutuhkan untuk menjaga kelangsungan usaha perusahaan.

Menurut Rahmawati et al., (2021), Biaya operasional merujuk pada seluruh pengeluaran yang berkaitan langsung dengan kegiatan utama perusahaan dalam

menjalankan aktivitas bisnis sehari-hari. Komponen biaya ini mencakup antara lain biaya penjualan dan administrasi, biaya promosi atau iklan, biaya penyusutan atas aset tetap, serta biaya yang timbul dari aktivitas perbaikan dan pemeliharaan aset perusahaan. Sementara itu, menurut Jipie Yusuf, biaya operasional merupakan jenis yang tidak secara langsung terkait dengan proses produksi barang, namun tetap berperan penting dalam mendukung kelancaran aktivitas operasional harian perusahaan. Biaya ini mencakup berbagai aspek administratif dan pendukung yang diperlukan untuk menjaga keberlangsungan fungsi bisnis secara menyeluruh.

Biaya operasional menurut Rahmawati et al., (2021) juga menyebutkan bahwa, biaya operasional mencakup seluruh pengeluaran yang timbul dari aktivitas operasional perusahaan yang tidak berkaitan langsung dengan proses produksi. Komponen biaya ini meliputi biaya penjualan, serta biaya administrasi dan umum, yang secara keseluruhan mendukung fungsi organisasi di luar kegiatan manufaktur inti. Sutiman (2018) menyebutkan biaya operasional adalah seluruh biaya yang timbul dari kegiatan bisnis utama perusahaan selain dari biaya pokok produksi dan biaya keuangan. Semakin besar biaya operasional yang tidak terkendali, maka akan menekan laba bersih dan mengurangi profitabilitas perusahaan.

Menurut R Mau et al., (2022), biaya operasional merupakan seluruh biaya yang muncul sebagai konsekuensi dari aktivitas penjualan atau pemasaran barang dan jasa, serta biaya-biaya yang berkaitan dengan pelaksanaan fungsi administrasi dan umum dalam suatu perusahaan. Sementara itu, menurut R Mau et al., (2022), Biaya operasi merupakan seluruh pengeluaran yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka menjalankan kegiatan operasionalnya. Biaya ini terdiri atas berbagai komponen, antara lain biaya gaji karyawan, biaya administrasi, biaya pemeliharaan, serta jenis pengeluaran lain yang mendukung kelangsungan aktivitas operasional secara keseluruhan. Biaya ini sangat memengaruhi besar kecilnya laba bersih yang dihasilkan. Oleh karena itu, pengendalian biaya operasional yang baik akan meningkatkan efisiensi dan profitabilitas perusahaan.

Dalam pandangan Khasanah (2021), biaya operasional dibagi menjadi dua bagian utama yaitu biaya administrasi dan umum, serta biaya penjualan. Keduanya memiliki dampak langsung terhadap penurunan laba jika tidak dikelola secara efisien. Menurut Wahyu et al., (2025) juga menyebutkan bahwa biaya operasional merupakan indikator penting dalam laporan keuangan karena menunjukkan seberapa besar pengeluaran perusahaan untuk kegiatan non-produktif yang bersifat rutin.

2.2.2. Klasifikasi Biaya Operasional

Klasifikasi biaya merupakan proses pengelompokan secara sistematis terhadap berbagai elemen biaya yang terdapat dalam suatu entitas bisnis. Dalam penelitian ini, penulis mengadopsi klasifikasi biaya operasional yang dikemukakan oleh Hartini Elvana (2019), yang dibagi ke dalam dua kategori utama sebagai berikut:

A. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Fungsi Pokok Kegiatan Perusahaan
Pengelompokan biaya dalam kategori ini dilakukan berdasarkan fungsi utama yang dijalankan oleh perusahaan, yakni:

1. Biaya Produksi

Biaya ini mencakup seluruh pengeluaran yang terkait langsung dengan proses produksi. Komponennya meliputi biaya bahan baku (materiil), biaya tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik yang bersifat tidak langsung namun tetap dibutuhkan dalam kegiatan produksi.

2. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya ini mencakup seluruh pengeluaran yang berhubungan dengan kegiatan administrasi, pengelolaan, dan fungsi manajerial secara keseluruhan yang tidak terkait langsung dengan proses produksi.

B. Klasifikasi Biaya Berdasarkan Objek atau Pusat Biaya yang Dibiayai
Pengelompokan ini dilakukan berdasarkan sejauh mana biaya dapat diidentifikasi atau ditelusuri ke suatu objek atau pusat biaya tertentu, sebagai berikut:

1. Biaya Langsung (Direct Cost)

Merupakan biaya yang secara jelas dapat ditelusuri manfaatnya dan dikaitkan langsung dengan objek atau pusat biaya tertentu, seperti produk atau departemen tertentu.

2. Biaya Tidak Langsung (Indirect Cost)

Biaya yang manfaatnya tidak dapat secara langsung diidentifikasi untuk satu objek atau pusat biaya tertentu, karena digunakan secara bersamaan oleh beberapa unit atau aktivitas. Oleh karena itu, biaya ini perlu dialokasikan ke beberapa pusat biaya berdasarkan metode tertentu.

2.2.3. Unsur-unsur Biaya Operasional

Menurut Ergat Aziz (2019), biaya operasional terdiri atas dua unsur utama yang mencerminkan pengeluaran perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional non-produksi, yaitu:

A. Biaya Pemasaran (*Marketing Expenses*)

Biaya ini mencakup seluruh pengeluaran yang berkaitan langsung dengan aktivitas pemasaran produk, seperti:

1. Biaya iklan dan promosi,
2. Biaya pengiriman barang dari gudang perusahaan ke pelanggan,
3. Gaji karyawan yang bertugas di bagian pemasaran dan distribusi.

B. Biaya Administrasi Umum (*General and Administrasi Expense*)

Merupakan biaya yang timbul dalam rangka pengelolaan dan pengkoordinasian kegiatan operasional perusahaan secara keseluruhan, termasuk kegiatan produksi dan pemasaran. Rinciannya meliputi:

1. Biaya Administrasi Umum: mencakup seluruh pengeluaran yang berkaitan dengan fungsi administratif di tingkat perusahaan.
2. Gaji Pegawai Kantor: gaji pegawai tetap di berbagai bagian, termasuk produksi, keuangan, dan personalia.
3. Perlengkapan dan Peralatan Kantor: penggunaan alat tulis kantor, perlengkapan umum, cetak form, dan fasilitas lainnya.
4. Penyusutan Bangunan Kantor: depresiasi gedung kantor dan bangunan lain seperti parkir, pos keamanan, dan ruang rapat non-produksi.
5. Pemeliharaan Bangunan Kantor: biaya untuk perawatan gedung dan fasilitas penunjang kegiatan administrasi.
6. Penyusutan Peralatan Kantor: depresiasi komputer, AC, dan alat lainnya yang digunakan dalam kegiatan non-produksi.
7. Pemeliharaan Perabotan Kantor: mencakup biaya perawatan furnitur seperti meja dan kursi.
8. Penyusutan Kendaraan Operasional: pengurangan nilai kendaraan yang digunakan oleh pegawai kantor atau pimpinan.
9. Pemeliharaan Kendaraan: termasuk pengurusan dokumen kendaraan, pembayaran pajak, dan asuransi kendaraan.
10. Listrik Kantor: biaya listrik untuk aktivitas operasional selain produksi.
11. Telepon: pengeluaran untuk komunikasi melalui telepon tetap maupun seluler yang menjadi tanggungan perusahaan.
12. Perjalanan Dinas: mencakup biaya tiket, akomodasi, transportasi karyawan yang menjalankan tugas luar kota, serta pengeluaran untuk tamu perusahaan.
13. Iklan dan Promosi: pengeluaran yang mencakup promosi perusahaan secara umum, termasuk iklan lowongan kerja.
14. Lain-Lain: biaya operasional yang tidak dapat dikategorikan dalam klasifikasi yang telah disebutkan sebelumnya.
15. Pajak Penghasilan (PPH Badan): pajak atas pendapatan perusahaan.
16. Bunga: biaya atas pinjaman yang diterima dari lembaga keuangan, baik bank maupun non-bank.

2.2.4. Tujuan Biaya Operasional

Menurut Mahbub (2024), seluruh biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan memiliki keterkaitan langsung dengan aktivitas utama perusahaan. Oleh karena itu, biaya-biaya ini dijalankan sebagai bagian dari strategi operasional yang bertujuan untuk mendukung pencapaian efisiensi dan efektivitas kegiatan bisnis. Tujuan utama dari pengeluaran biaya operasional dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengkoordinasikan, Mengendalikan, dan Mengelola Sumber Daya

Biaya operasional berfungsi sebagai alat untuk mengatur dan mengendalikan penggunaan berbagai sumber daya perusahaan, sehingga pelaksanaan fungsi-fungsi operasional dapat dilakukan secara lebih efisien dan terarah.

2. Mendukung Proses Pengambilan Keputusan

Dalam konteks akuntansi manajerial, informasi terkait biaya operasional digunakan sebagai dasar untuk memperkirakan biaya di masa mendatang. Hal ini penting karena proses pengambilan keputusan manajerial selalu berorientasi pada kondisi dan kebutuhan masa depan.

3. Sebagai Pedoman dalam Pelaksanaan Kegiatan Perusahaan

Biaya operasional juga berperan sebagai acuan atau pedoman bagi manajer dalam menjalankan berbagai aktivitas perusahaan yang telah direncanakan sebelumnya, sehingga proses pelaksanaan dapat dilakukan sesuai dengan strategi dan target yang ditetapkan oleh manajemen.

2.2.5. Pengukuran Biaya Operasional

Biaya operasional merupakan salah satu indikator penting dalam menilai efisiensi dan efektivitas kegiatan operasional perusahaan. Dalam penelitian ini, biaya operasional diukur menggunakan rasio BOPO (Beban Operasional terhadap Pendapatan Operasional). Rasio ini digunakan untuk menunjukkan seberapa besar beban operasional yang dikeluarkan perusahaan dibandingkan dengan pendapatan operasional yang diperoleh dari aktivitas utama perusahaan.

Menurut Leo (2021) menyatakan bahwa semakin rendah nilai rasio BOPO, maka semakin tinggi tingkat efisiensi perusahaan, karena beban operasional yang dikeluarkan lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan operasional yang dihasilkan. Sebaliknya, nilai BOPO yang tinggi menunjukkan kinerja pengelolaan yang tidak efektif. BOPO juga berfungsi sebagai indikator risiko operasional. Ketika laba perusahaan menurun, hal tersebut sering kali disebabkan oleh kerugian operasional yang berasal dari struktur biaya yang tidak efisien serta faktor risiko eksternal yang tidak dapat diprediksi. Oleh karena itu, pengukuran BOPO tidak hanya menilai performa internal, tetapi juga menggambarkan ketahanan operasional terhadap kondisi eksternal.

Dengan demikian, penggunaan rasio BOPO dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur efisiensi pengelolaan biaya operasional secara lebih objektif dan terukur, sekaligus menjadi indikator awal dalam mengidentifikasi potensi penurunan kinerja operasional perusahaan.

$$\text{Biaya Operasional} = \frac{\text{Biaya Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

Keterangan:

- Biaya Operasional : beban yang dikeluarkan perusahaan terkait dengan aktivitas yang mendukung operasional penjualan barang
- Pendapatan Operasional : Pendapatan yang diperoleh dari hasil aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan.

2.2.6. Pengaruh Biaya Operasional terhadap Profitabilitas

Berdasarkan kajian teori yang telah di bahas sebelumnya biaya operasional memiliki hubungan terhadap profitabilitas perusahaan, di mana efisiensi dalam pengelolaan biaya operasional akan berdampak langsung pada peningkatan laba. Semakin rendah rasio beban operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO), maka semakin tinggi tingkat efisiensi dan profitabilitas yang dicapai. Sebaliknya, tingginya biaya operasional mencerminkan inefisiensi yang dapat menekan margin keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, pengendalian biaya operasional secara optimal menjadi strategi penting dalam menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

2.3. Persediaan

2.3.1. Pengertian Persediaan

Persediaan merupakan salah satu komponen penting dalam aset lancar perusahaan, khususnya bagi perusahaan dagang dan manufaktur. Persediaan mencakup barang-barang yang dimiliki untuk dijual kembali atau untuk digunakan dalam proses produksi. Dalam konteks manajemen operasional, persediaan berfungsi sebagai penyangga kelangsungan proses produksi dan pemenuhan kebutuhan pasar.

Menurut Pitaloka et al., (2022) Perputaran persediaan adalah rasio yang menunjukkan seberapa cepat persediaan barang mengalami pergantian atau terjual dalam satu siklus produksi normal. Rasio ini mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola persediaan. Semakin tinggi atau cepat tingkat perputaran persediaan, maka semakin baik pula kinerja perusahaan, karena hal tersebut mengindikasikan bahwa proses penjualan berlangsung lancar dan persediaan tidak menumpuk terlalu lama. Sebaliknya, semakin lambat perputaran persediaan, hal ini dapat menunjukkan adanya penumpukan barang yang berisiko usang atau tidak laku, serta menandakan kurang efektifnya strategi penjualan atau perencanaan produksi. Sedangkan menurut Pitaloka et al., (2022) perputaran persediaan (inventory turnover) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur hubungan antara volume barang yang berhasil dijual dengan jumlah persediaan yang dimiliki perusahaan selama suatu periode tertentu. Rasio ini memberikan gambaran tentang seberapa efisien perusahaan dalam mengelola persediaan, di mana tingkat perputaran yang tinggi menunjukkan bahwa barang terjual dengan cepat dan manajemen persediaan berjalan efektif. Sebaliknya, rasio yang rendah dapat mengindikasikan penumpukan stok atau rendahnya permintaan terhadap produk.

Berdasarkan berbagai pengertian yang telah dituliskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa persediaan merupakan aset lancar yang dimiliki perusahaan untuk mendukung kelancaran proses produksi maupun kegiatan penjualan. Persediaan memiliki peran strategis dalam menjaga kontinuitas operasional serta mempengaruhi efisiensi manajerial dan profitabilitas. Dalam menganalisis perputaran persediaan, penting untuk mempertimbangkan perbedaan metode penilaian persediaan akhir, strategi pemasaran, serta kebijakan pengendalian persediaan yang diterapkan masing-masing perusahaan.

Tingkat perputaran persediaan yang rendah dapat mengindikasikan adanya kelebihan investasi dalam persediaan, yang bisa disebabkan oleh pembelian barang secara berlebihan menjelang akhir periode karena ekspektasi kenaikan harga, menurunnya permintaan pasar, hingga penumpukan barang yang tidak terjual karena sudah kedaluwarsa atau tidak relevan dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, pengelolaan persediaan yang tepat menjadi kunci dalam menjaga efisiensi operasional dan kesehatan keuangan perusahaan.

2.3.2. Fungsi Persediaan

Karena persediaan memiliki peran yang krusial dalam kelangsungan operasional bisnis, perusahaan perlu menyusun strategi yang tepat untuk memperkirakan jumlah yang dibutuhkan serta melakukan perhitungan yang akurat guna mendukung kelancaran produksi. Artika (2022) mengklasifikasikan fungsi persediaan ke dalam empat jenis utama, sebagai berikut:

A. Variance Stock

Persediaan yang disiapkan untuk mengantisipasi ketidakpastian permintaan, kesalahan dalam peramalan transaksi, waktu produksi, atau keterlambatan pengiriman barang ke konsumen.

B. Stok Antisipasi (Anticipation Inventory)

Persediaan yang dikumpulkan untuk memenuhi permintaan yang diprediksi akan meningkat, sehingga dapat mencegah terhentinya proses produksi akibat kelangkaan bahan baku.

C. Lot-size Inventory

Persediaan yang dibeli dalam jumlah besar melebihi kebutuhan saat ini dengan tujuan memperoleh keuntungan dari diskon pembelian skala besar atau efisiensi biaya pengiriman.

D. Persediaan Pipa (Pipeline Inventory)

Persediaan yang sedang dalam proses pengiriman dari produsen ke tempat penggunaan atau penjualan. Persediaan ini belum tiba, tetapi sudah dianggap sebagai bagian dari sistem logistik perusahaan.

2.3.3. Jenis-Jenis Persediaan

Dalam kegiatan operasional perusahaan, terutama pada perusahaan dagang dan manufaktur, persediaan diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan bentuk

dan fungsinya dalam proses produksi dan distribusi. Menurut (Aulia, 2020), jenis persediaan pada setiap perusahaan akan berbeda tergantung pada karakteristik kegiatan bisnisnya, baik itu perusahaan industri, dagang, maupun jasa. Adapun klasifikasi persediaan adalah sebagai berikut:

A. Persediaan Barang Baku (*Raw Materials Inventory*)

Merupakan bahan berwujud yang dibeli atau diperoleh perusahaan untuk digunakan secara langsung dalam proses produksi guna menghasilkan barang yang akan dijual kembali.

B. Persediaan Barang Dalam Proses (*Work in Process Inventory*)

Yaitu barang-barang yang sedang berada dalam tahap produksi, yang sudah mengalami proses pengolahan namun belum sepenuhnya selesai. Nilai persediaan ini mencakup harga pokok bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang telah dikeluarkan hingga tanggal tertentu.

C. Persediaan Barang Jadi (*Finished Goods Inventory*)

Barang yang telah selesai diproduksi dan siap untuk dipasarkan. Nilainya terdiri dari seluruh biaya produksi, termasuk bahan baku, tenaga kerja langsung, serta biaya overhead pabrik.

D. Persediaan Barang Penolong (*Supplies Inventory*)

Mencakup semua barang yang digunakan dalam proses produksi, namun tidak secara langsung membentuk bagian dari produk jadi. Contohnya termasuk pelumas mesin, bahan pembersih, atau perlengkapan pendukung lainnya.

2.3.4. Perputaran Persediaan

Menurut Aulia (2020), perputaran persediaan merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa sering dana yang diinvestasikan dalam persediaan mengalami perputaran dalam suatu periode tertentu. Rasio ini mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola persediaan, di mana semakin tinggi tingkat perputaran, maka semakin cepat barang terjual dan dana yang tertanam dalam persediaan dapat dikembalikan untuk digunakan kembali dalam siklus operasional berikutnya. Menurut Roziqin et al., (2020) Rasio perputaran persediaan merupakan indikator keuangan yang digunakan untuk mengukur frekuensi perputaran dana yang tertanam dalam persediaan selama satu periode akuntansi. Rasio ini juga mempresentasikan rata-rata jumlah hari persediaan disimpan di gudang sebelum akhirnya dialihkan menjadi penjualan.

2.3.5. Pengukuran Perputaran Persediaan

Perputaran persediaan merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa sering persediaan perusahaan dijual dan diganti kembali selama satu periode tertentu. Rasio ini menggambarkan efisiensi pengelolaan persediaan dalam proses operasional perusahaan, serta menunjukkan seberapa cepat modal kerja yang tertanam dalam persediaan dapat dikonversi menjadi kas atau pendapatan.

Rumus untuk menghitung rasio perputaran persediaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan (HPP)}}{\text{Persediaan Rata – rata}}$$

Keterangan:

- Harga Pokok Penjualan (HPP) adalah total biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi barang yang dijual selama satu periode.
- Persediaan Rata-Rata diperoleh dari:

$$\frac{\text{Persediaan Awal} + \text{Persediaan Akhir}}{2}$$

Semakin tinggi hasil perhitungan rasio ini, maka semakin cepat persediaan perusahaan terjual dan semakin efisien siklus persediaan dalam operasional bisnis.

2.3.6. Pengaruh Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas

Perputaran persediaan memiliki hubungan dengan tingkat profitabilitas perusahaan. Efisiensi dalam mengelola persediaan dapat mempercepat siklus kas, menekan biaya penyimpanan, dan meningkatkan ketersediaan barang untuk dijual, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan laba bersih.

2.4. Penjualan

2.4.1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan inti perusahaan yang bertujuan untuk menyerahkan barang atau jasa kepada konsumen sebagai imbal balik dari pembayaran. Aktivitas penjualan sangat penting karena menjadi sumber utama pendapatan dan laba bagi perusahaan.

Menurut Pramesti (2022), menyebutkan bahwa kegiatan menjual merupakan perpaduan antara ilmu dan seni dalam memengaruhi individu lain, yang dilakukan oleh penjual dengan tujuan mengajak calon konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Proses ini tidak hanya sekedar menawarkan barang, tetapi melibatkan kemampuan komunikasi, pendekatan personal, dan strategi persuasi. Dengan demikian, aktivitas penjualan menjadi inti dari terjadinya pertukaran antara penjual dengan pembeli, di mana produk atau jasa dialihkan dengan imbalan tertentu, baik dalam bentuk uang maupun nilai ekonomi lainnya.

Menurut Pramesti (2022), penjualan merupakan hasil dari proses menjual, yaitu kegiatan ekonomi yang melibatkan penyerahan barang atau jasa kepada pembeli dengan harga tertentu, baik secara tunai maupun kredit. Proses ini mencakup aktivitas transaksi yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan, di mana penjual menawarkan dan menyerahkan produk kepada konsumen dalam bentuk pertukaran nilai.

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan proses yang melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli untuk menukar produk dengan nilai tertentu, dan aktivitas ini menjadi penggerak utama keberhasilan finansial sebuah perusahaan.

2.4.2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penjualan

Penjualan dalam suatu perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam (internal) maupun luar (eksternal) perusahaan. Memahami faktor-faktor tersebut penting agar perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif dan menjaga stabilitas pendapatan.

Menurut Erpendi (2021) beberapa faktor utama yang memengaruhi penjualan adalah sebagai berikut:

A. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Penjualan yang efektif bergantung pada kemampuan penjual dalam membangun komunikasi dan meyakinkan pembeli. Sebagai pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli, penjual harus memiliki keterampilan untuk memengaruhi keputusan konsumen agar tercapai target penjualan yang diharapkan.

B. Kondisi Pasar sebagai Sarana Penjualan

Pasar yang menjadi target penjualan memiliki karakteristik tertentu yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, antara lain:

1. Jenis pasar, apakah termasuk pasar konsumen, industri, pemerintah, atau internasional.
2. Frekuensi transaksi atau volume penjualan yang terjadi.
3. Tingkat daya beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
4. Keinginan dan kebutuhan konsumen sebagai dasar dalam menentukan strategi penjualan.
5. Segmentasi atau kelompok pembeli yang menjadi target utama penjualan.

C. Modal

Ketersediaan modal sangat berpengaruh dalam memperkenalkan produk ke pasar, khususnya apabila produk belum dikenal atau lokasi penjualan tidak strategis. Dalam kondisi tersebut, perusahaan memerlukan dana yang cukup untuk menjalankan strategi promosi, distribusi, dan operasional yang mendukung aktivitas penjualan secara optimal.

2.4.3. Pertumbuhan Penjualan

Menurut Widhi & Suarmanayasa (2021), pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang menunjukkan persentase peningkatan penjualan pada tahun berjalan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Semakin tinggi rasio pertumbuhan penjualan, maka semakin positif kinerja perusahaan, karena hal tersebut mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Informasi mengenai pertumbuhan penjualan sangat penting dalam

pengelolaan modal kerja, karena dapat digunakan untuk merencanakan kebutuhan sumber daya secara lebih optimal. Selain itu, pertumbuhan penjualan juga memiliki nilai strategis, karena berpotensi meningkatkan pangsa pasar (market share), yang pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan.

Pertumbuhan penjualan juga berfungsi sebagai indikator penting yang mencerminkan tingkat permintaan pasar serta daya saing perusahaan dalam suatu industri. Tingkat pertumbuhan yang positif menunjukkan bahwa produk atau layanan perusahaan mendapatkan respon yang baik dari konsumen, sekaligus mencerminkan posisi kompetitif yang kuat dibandingkan pesaing. Selain itu, laju pertumbuhan penjualan akan berdampak langsung terhadap kemampuan perusahaan dalam mempertahankan profitabilitas dan mendanai peluang ekspansi di masa mendatang, sehingga menjadi elemen strategis dalam perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan jangka panjang (Pitaloka et al., 2022).

2.4.4. Pengukuran Pertumbuhan Penjualan

Menurut Widhi & Suarmanayasa (2021), penjualan yang meningkat akan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi, yang pada akhirnya dapat menutupi biaya tetap dan operasional, serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan laba bersih.

Untuk menghitung rasio Pertumbuhan Penjualan dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut.

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan Tahun ini} - \text{Penjualan Tahun Sebelumnya}}{\text{Penjualan Tahun Sebelumnya}} \times 100\%$$

Keterangan:

- Penjualan tahun ini adalah nilai penjualan bersih pada periode berjalan
- Penjualan Tahun Sebelumnya adalah nilai penjualan bersih pada periode sebelumnya

Perhitungan ini menunjukkan persentase kenaikan atau penurunan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Semakin tinggi persentasenya, semakin baik kinerja penjualan perusahaan.

2.4.5. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Pertumbuhan Penjualan yang tumbuh secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pasar dan memiliki strategi pemasaran yang efektif. Penjualan yang tinggi memberikan peluang lebih besar bagi perusahaan untuk memperoleh laba, terutama jika biaya operasional dapat ditekan. Penelitian yang dilakukan oleh Yanti et al., (2022) membuktikan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengalami peningkatan penjualan dari tahun ke tahun cenderung memiliki performa keuangan yang lebih baik, karena mampu menghasilkan pendapatan yang lebih besar dari operasionalnya.

2.5. Profitabilitas

2.5.1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah ukuran yang penting untuk menilai sejauh mana sebuah perusahaan dapat menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Secara umum, profitabilitas mencerminkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan sumber daya. Dalam konteks penelitian, profitabilitas sering diukur menggunakan berbagai rasio keuangan, seperti *Return on assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), yang memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan relatif terhadap total aset dan ekuitas yang digunakan.

Menurut Gisela R et al., (2018), profitabilitas merupakan alat ukur yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara efisien dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki, seperti aset, modal, maupun penjualan. Rasio ini mencerminkan efektivitas kinerja keuangan secara keseluruhan, dan berfungsi sebagai indikator utama dalam menilai keberhasilan manajemen dalam menjalankan aktivitas operasionalnya.

Menurut Darmayanti (2024), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan juga berfungsi sebagai indikator tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Mereka menekankan pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas untuk dapat memaksimalkan keuntungan. Penelitian mereka menyimpulkan bahwa perputaran modal kerja, likuiditas, dan ukuran perusahaan semuanya berkontribusi pada profitabilitas perusahaan di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Profitabilitas juga menjadi suatu kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya dengan memanfaatkan seluruh sumber daya dan aset yang dimiliki. Rasio ini sangat penting karena dapat mencerminkan efisiensi dan efektivitas manajemen perusahaan dalam mencapai tujuan keuangan.

2.5.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas

Menurut Prasetyo (2022), bahwa profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dikaitkan dengan unsur penjualan, total aset, serta sumber dana yang digunakan. Tingkat profitabilitas suatu perusahaan tidak hanya mencerminkan efisiensi operasional, tetapi juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor utama, antara lain:

A. Struktur Modal

Struktur modal berperan penting dalam menentukan tingkat profitabilitas. Ketergantungan perusahaan pada pendanaan eksternal yang tinggi dapat meningkatkan biaya modal, yang pada gilirannya menurunkan laba bersih dan menekan profitabilitas.

B. Pertumbuhan Penjualan

Tingkat pertumbuhan penjualan yang baik memungkinkan perusahaan meningkatkan pendapatan, yang pada akhirnya dapat menutupi biaya operasional dan menghasilkan keuntungan lebih besar. Dengan demikian, volume penjualan yang optimal merupakan salah satu penentu utama profitabilitas.

C. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan, yang biasanya diukur melalui total aset dan tingkat penjualan, berpengaruh terhadap profitabilitas karena perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki akses lebih luas terhadap sumber daya dan modal, sehingga lebih mampu membiayai investasi yang menghasilkan laba.

2.5.3. Tujuan Profitabilitas

Tujuan utama dari analisis profitabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari sumber daya yang dimilikinya. Profitabilitas menjadi indikator penting dalam mengukur efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset dan modalnya untuk menghasilkan keuntungan.

Profitabilitas berperan penting dalam mengevaluasi kinerja keuangan, menarik investor, dan menjadi dasar pengambilan keputusan ekonomi. Menurut Yona Andreani et al, (2022), perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi menunjukkan pengelolaan aset dan penjualan yang efisien, serta pengendalian biaya yang optimal.

Profitabilitas juga berfungsi sebagai dasar evaluasi atas keberlanjutan usaha suatu entitas bisnis dalam jangka panjang, karena perusahaan yang tidak mampu mencetak laba secara konsisten berisiko mengalami kegagalan finansial. Menurut Amir (2022) tujuan profitabilitas adalah sebagai berikut:

A. Mengukur Laba periode Tertentu

Rasio profitabilitas digunakan untuk menghitung besarnya laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode akuntansi tertentu, sehingga dapat memberikan gambaran atas kinerja keuangan perusahaan selama periode tersebut.

B. Mengevaluasi Perbandingan Laba Antar Tahun

Rasio ini berguna untuk menilai posisi laba perusahaan dengan membandingkan hasil kinerja keuangan tahun berjalan dengan tahun sebelumnya.

C. Menilai Tren Perkembangan Laba

Dengan analisis rasio profitabilitas, perusahaan dapat memantau perkembangan laba secara berkelanjutan dari waktu ke waktu, sehingga dapat digunakan dalam penyusunan strategi jangka panjang.

D. Menilai Efisiensi Modal Sendiri

Rasio ini membantu mengukur seberapa besar laba bersih setelah pajak yang dihasilkan perusahaan dari modal yang ditanamkan oleh pemilik (ekuitas).

E. Mengukur Produktivitas Total Dana

Rasio profitabilitas juga digunakan untuk menilai tingkat efisiensi dalam pemanfaatan seluruh dana perusahaan—baik yang berasal dari pinjaman maupun dari modal sendiri—dalam menghasilkan keuntungan.

2.5.4. Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Berikut adalah rasio profitabilitas yang umum digunakan dalam penelitian.

1. *Return on assets* (ROA)

Return on assets (ROA) merupakan indikator keuangan yang digunakan untuk menunjukkan tingkat pengembalian (return) atas total aset yang digunakan oleh perusahaan dalam kegiatan operasionalnya (Amir, 2022). ROA dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aset, yang mencerminkan sejauh mana efektivitas perusahaan dalam mengelola seluruh sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin baik pula tingkat profitabilitas perusahaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan imbal hasil yang optimal kepada pemilik dan investor, baik pemegang saham maupun obligasi. Dengan demikian, ROA tidak hanya mencerminkan kinerja operasional, tetapi juga menjadi tolok ukur kepercayaan investor terhadap efektivitas penggunaan aset oleh manajemen (Amir, 2022).

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Menurut Munawir dalam (Meithasari, 2017), manfaat ROA adalah sebagai berikut:

A. Mengukur Efisiensi Penggunaan Modal secara Menyeluruh

Apabila perusahaan telah menerapkan praktik akuntansi yang baik dan sesuai standar, maka analisis ROA dapat digunakan untuk menilai efisiensi dalam pemanfaatan seluruh modal yang dimiliki. Rasio ini sensitif terhadap berbagai faktor yang memengaruhi kondisi keuangan perusahaan, sehingga memberikan gambaran yang menyeluruh atas kinerja keuangan.

B. Sebagai Alat Perbandingan dengan Rata-Rata Industri

ROA dapat dibandingkan dengan rasio rata-rata industri untuk menilai posisi dan daya saing perusahaan dalam sektornya. Perbandingan ini bermanfaat dalam menyusun langkah-langkah strategis guna memperkuat posisi perusahaan di pasar.

C. Sebagai Alat Kontrol dan Perencanaan

Selain berfungsi sebagai alat evaluasi (kontrol) terhadap efisiensi operasional, ROA juga berguna dalam proses perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang. Informasi yang dihasilkan dari analisis ROA dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan manajerial yang lebih tepat sasaran.

2. *Return on Equity (ROE)*

Return on Equity (ROE) adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan modal yang dimiliki oleh pemegang saham. Rasio ini mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola ekuitasnya untuk menciptakan keuntungan, sekaligus menunjukkan tingkat imbal hasil atas investasi yang ditanamkan oleh pemilik modal. Semakin tinggi nilai ROE, maka semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan modal sendiri untuk menghasilkan laba, yang pada akhirnya mencerminkan kinerja keuangan dan daya tarik perusahaan bagi investor (Amir, 2022).

3. *Gross Profit Margin (GPM)*

Gross Profit Margin (GPM) adalah rasio keuangan yang mengukur proporsi laba kotor yang diperoleh dari total penjualan, dan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan dalam proses produksi serta strategi penetapan harga. GPM memberikan gambaran seberapa besar pendapatan yang tersisa setelah dikurangi biaya langsung dari produksi barang atau jasa, sebelum dikurangi dengan biaya operasional lainnya. Rasio ini berfungsi sebagai indikator penting atas kesehatan finansial perusahaan, di mana GPM yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya produksi secara efisien serta menetapkan harga jual yang menguntungkan.

4. *Net Profit Margin (NPM)*

Profit margin adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari jumlah pendapatan penjualan yang diperoleh (Amir, 2022). Rasio ini mencerminkan seberapa efisien perusahaan dalam mengelola biaya untuk menghasilkan keuntungan dari setiap unit penjualan. Profit margin yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mencapai tingkat laba yang optimal pada volume penjualan tertentu, menandakan efektivitas manajerial dalam mengendalikan biaya. Sebaliknya, profit margin yang rendah mengindikasikan adanya ketidakefisienan, yang dapat disebabkan oleh tingginya struktur biaya, rendahnya volume penjualan, atau kombinasi dari keduanya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan ROA sebagai rasio pengukuran profitabilitas. ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba

bersih terhadap total aset yang dimiliki. Semakin tinggi ROA, semakin efisien penggunaan aset dalam menciptakan keuntungan.

2.6. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.6.1. Penelitian Sebelumnya

Sebagai bahan pendukung dalam penelitian ini, peneliti mencantumkan beberapa penelitian sebelumnya untuk melihat persamaan dan perbedaan yang dapat dilihat dari variabel dan metode penelitian. Berikut penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan acuan untuk penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode	Hasil
1	(Devi et al., 2024) “Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Pada PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk”	Variabel independen: <i>Leverage</i> Variabel dependen: Profitabilitas	Analisis dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Sederhana.	Hasil penelitian menunjukkan hubungan negatif signifikan antara leverage dan profitabilitas
2	(Sabila, 2016) “Pengaruh <i>Inventory Turnover, Growth, Size</i> , dan <i>Leverage</i> Terhadap Profitabilitas”	Variabel Independen: <i>Inventory Turnover, Growth, Size, Leverage</i> Variabel dependen: Profitabilitas	Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program Eviews	Hasil penelitian menunjukkan hubungan <i>Inventory Turnover</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, Petumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas, dan <i>Size</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap profitabilitas.
3	(Lestari, 2018) Pengaruh <i>Inventory Turnover</i> Terhadap	Variabel Independen : <i>Inventory</i>	Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis	Hasil dari pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode	Hasil
	Profitabilitas Perusahaan”	Turnover Variabel Dependen: Profitabilitas	deskriptif sebagai dasar awal dengan pendekatan kuantitatif	menyatakan bahwa perputaran persediaan pada perusahaan farmasi dalam kondisi baik dan pengaruh perputaran persediaan terhadap profitabilitas sebesar 20,6% dengan kategori kuat
4	(Yanti et al., 2022) “Pengaruh Biaya Operasional, Perputaran Persediaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Food and Beverage Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”	Variabel Independen : Biaya Operasional, Perputaran Persediaan, Pertumbuhan Penjualan Variabel Dependen : Profitabilitas	Teknik analisis data yaitu uji asumsi Klasik	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Biaya operasional tidak berpengaruh terhadap profitabilitas Perputaran persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.
5	(Rozi & Bahri, 2024) “Pengaruh Biaya Operasional, Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Bersih”	Variabel Independen : Biaya Operasional, Biaya Produksi, Penjualan Variabel Dependen : Laba Bersih	Analisis regresi sebagai teknik analisa data penelitian kuantitatif	Perolehan riset mendeskripsikan biaya operasional berpengaruh negatif terhadap laba bersih, artinya pengeluaran operasional yang tinggi berdampak menurunkan nilai laba bersih. Biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode	Hasil
				dan penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih.
6	(Suhaemi, 2021) “Pengaruh Pendapatan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih”	Variabel Independen: Pendapatan, Biaya Operasional Variabel Dependen: Laba Bersih	penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pendapatan berpengaruh terhadap laba bersih, dan biaya operasional berpengaruh berbanding terbalik terhadap laba bersih, sedangkan secara simultan pendapatan dan biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih
7	(Farah Meinda Sari & Aris Munandar, 2022) “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada PT. Mayora Indah Tbk Tahun 2011-2020”	Variabel Independen: Biaya Produksi, Biaya Operasional Dependen: Laba Bersih	Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif, dengan pendekatan kuantitatif	Hasil penelitian dengan menggunakan uji t dan uji f menunjukkan bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Biaya operasional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih. Dan secara bersamaan Biaya Produksi dan Biaya Operasi mempengaruhi Laba Bersih.
8	(Maulana, 2022)	Variabel Independen:	Analisis data dalam penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode	Hasil
	“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih (Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 - 2020)”	Biaya Produksi, Biaya Operasional Dependen: Laba Bersih	ini menggunakan Regresi Linier Berganda dengan menggunakan program SPSS	bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih, biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih,
9	(Gisela R et al., 2018) “Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Yang Termasuk Kategori Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia”	Variabel Independen: Leverage Variabel Dependen: Profitabilitas	Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif	Hasil analisa dari regresi linier sederhana yaitu terdapat pengaruh negatif antara leverage terhadap profitabilitas.
10	(Muslih, 2024) “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih”	Variabel Independen: Biaya Produksi, Biaya Operasional Variabel Dependen: Laba Bersih	Metode statistik yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu menggunakan program SPSS V.25	hasil penelitian ini menunjukan secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih serta dari hasil ini berepengaruh positif terhadap laba bersih, di tunjukan searah atau masing-masing serta bersama-sama menunjukan berpengaruh.
11	(Oktaviana & Agus, 2023) Pengaruh Non Performing Loan (NPL), Biaya	NPL, BOPO, CAR, Profitabilitas	Analisis regresi linear berganda	Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Non Performing Loan (NPL) berpengaruh

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode	Hasil
	Operasional - pendapatan Operasional (BOPO) dan Capital Adequacy Ratio (CAR) Terhadap Profitabilitas (Studi Empiris pada PT BPR BKK Kota Tegal (Perseroda)			negative dan signifikan terhadap profitabilitas, Biaya Operasional - Pendapatan Operasional (BOPO) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas, Capital Adequacy Ratio (CAR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Kata
12	(Afiezan, 2020) Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage (DER) Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Dagang Besar yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018	Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas	Metode analisis regresi linear berganda	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas perusahaan sedangkan Pertumbuhan Penjualan dan Leverage (DER) tidak berpengaruh terhadap Profitabilitas perusahaan.
13	(Oktaviana & Agus, 2023) pengaruh Perputaran Piutang, Perputaran	Perputaran Piutang, Perputaran Persediaan,	Analisis dilakukan menggunakan perangkat	Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwasanya

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode	Hasil
	Persediaan, Perputaran utang, Leverage dan ukuran perusahaan terhadap Profitabilitas	Perputaran utang, Leverage dan ukuran perusahaan, Profitabilitas	statistik Eviews dengan data sekunder	perputaran piutang memiliki pengaruh positif pada profitabilitas, sementara leverage memberikan efek negatif, dan ukuran perusahaan juga berkontribusi positif terhadap profitabilitas. Sebaliknya, perputaran persediaan dan perputaran utang tidak menunjukkan dampak signifikan terhadap profitabilitas
14	(Roziqin et al., 2020) ” Pengaruh Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas”	Perputaran Persediaan, Profitabilitas	Uji Asumsi Klasik, Uji Linear Berganda,Uji Hipotesis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial perputaran persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas dengan hasil uji t sebesar 17,174 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan perputaran persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas.

No	Nama Peneliti, Tahun & Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode	Hasil
15	(Kahar, 2022) “Analisis Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Sejahtera Buana Raya”	Biaya Operasional, Profitabilitas	metode kuantitatif dengan teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan BOPO dan analisis rasio profitabilitas dapat disimpulkan bahwa biaya operasional terhadap pendapatan operasional cenderung berfluktuasi selama periode 2017-2020.

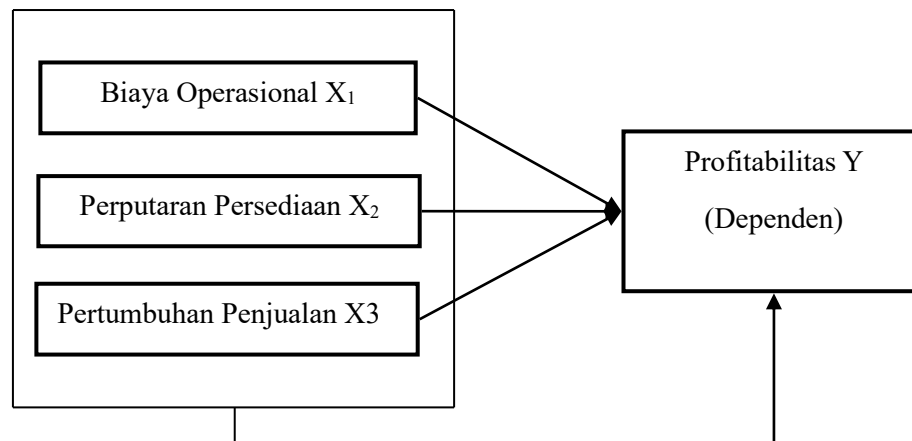
Sumber: Data diolah penulis, 2025

2.6.2. Kerangka Pemikiran

Biaya operasional (X1) memiliki hubungan yang erat dengan profitabilitas, karena semakin besar beban operasional yang dikeluarkan tanpa efisiensi, semakin kecil margin keuntungan yang dapat dicapai. Oleh sebab itu, pengendalian dan efisiensi biaya operasional diharapkan dapat meningkatkan nilai ROA sebagai ukuran profitabilitas (Y). Perputaran persediaan (X2) berpotensi memengaruhi profitabilitas (Y) karena tingkat rotasi stok yang optimal menunjukkan efisiensi dalam pengelolaan bahan baku dan produk jadi. Meskipun dalam beberapa sektor industri hal ini berdampak besar, dalam industri *pulp* and *paper* pengaruhnya perlu ditinjau lebih lanjut karena adanya karakteristik produksi jangka panjang dan kebutuhan akan stok bahan baku yang stabil. Pertumbuhan penjualan (X3) mencerminkan peningkatan pendapatan yang dapat memperkuat profitabilitas (Y) jika didukung oleh efisiensi biaya dan pengelolaan operasional yang tepat. Pertumbuhan penjualan tanpa kendali biaya hanya akan meningkatkan pendapatan nominal tanpa menambah nilai keuntungan bersih secara proporsional.

Dengan demikian, ketiga variabel independen tersebut diasumsikan memiliki kontribusi yang berbeda terhadap variabel dependen Y (profitabilitas), yang akan diuji secara simultan maupun parsial melalui pendekatan regresi linear berganda

Adapun Kerangka teoritis yang dibuat dalam penjelasan tersebut dapat digambarkan dalam bagan berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian ini menjelaskan hubungan variabel-variabel independen, yaitu Biaya Operasional, Perputaran Persediaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap variabel dependen, yaitu Profitabilitas.

2.7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan pernyataan formal yang menjelaskan beberapa hasil (Rita Ambarwati, 2022). Dalam metodologi penelitian, hipotesis merupakan pernyataan prediktif yang dirumuskan secara sistematis untuk menjelaskan dugaan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berdasarkan teori dan temuan sebelumnya.

2.7.1. Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas

Biaya operasional merupakan komponen penting dalam struktur biaya perusahaan yang mencakup seluruh pengeluaran yang dikeluarkan untuk menjalankan aktivitas operasional sehari-hari. Semakin efisien perusahaan dalam mengelola biaya operasional, semakin rendah rasio beban operasional terhadap pendapatan operasional (BOPO). Rasio BOPO yang rendah menunjukkan efisiensi, yang berdampak langsung pada meningkatnya margin laba dan profitabilitas perusahaan. Sebaliknya, tingginya biaya operasional mencerminkan inefisiensi yang berpotensi menurunkan laba bersih. Dengan demikian, pengendalian biaya operasional menjadi strategi utama dalam menjaga kestabilan dan peningkatan kinerja keuangan. Menurut teori secara empiris yang dilakukan oleh Yanti et al., (2022) biaya operasional berpengaruh terhadap profitabilitas, hal tersebut dapat diartikan jika semakin efisien nilai biaya operasional perusahaan, maka bisa mencerminkan kinerja perusahaan tersebut baik. Hal ini dapat meningkatkan nilai profitabilitas perusahaan serta menarik minat investor untuk melakukan investasi.

H1: Biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada PT Tjiwi Kimia Tbk.

2.7.2. Pengaruh Perputaran Persediaan Terhadap Profitabilitas

Perputaran persediaan mencerminkan kecepatan perusahaan dalam menjual dan mengganti barang yang tersedia di gudang. Semakin tinggi tingkat perputaran persediaan, semakin cepat arus kas yang masuk dan semakin efisien pengelolaan stok barang. Efisiensi ini berdampak pada penurunan biaya penyimpanan dan peningkatan ketersediaan produk yang siap dijual, yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba bersih. Oleh karena itu, tingkat perputaran persediaan yang optimal sangat berkontribusi terhadap profitabilitas perusahaan. Menurut teori secara empiris yang dilakukan oleh Zandra (2016) bahwa perputaran persediaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

H2: Perputaran persediaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada PT Tjiwi Kimia Tbk.

2.7.3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar dan menjalankan strategi pemasaran yang efektif. Peningkatan volume penjualan memberikan peluang lebih besar untuk meningkatkan laba, terlebih jika perusahaan mampu mengendalikan biaya secara efisien. Penelitian terdahulu seperti Yanti et al. (2022) juga mendukung temuan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini memperkuat pemahaman bahwa penjualan yang tinggi mencerminkan kekuatan operasional dan daya saing perusahaan dalam menghasilkan pendapatan. Menurut teori secara empiris Khasanah & Triyonowati (2021) Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (ROA dikarenakan tingkat penjualan yang lebih besar dibandingkan dengan biaya usaha. Hal tersebut berarti bahwa semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan maka semakin tinggi pula profitabilitas perusahaan.

H3: Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada PT Tjiwi Kimia Tbk.

2.7.4. Pengaruh Biaya Operasional, Perputaran Persediaan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas

Dengan mempertimbangkan ketiga faktor tersebut, maka secara simultan biaya operasional, perputaran persediaan, dan pertumbuhan penjualan dapat berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Kombinasi dari efisiensi biaya, pengelolaan persediaan yang baik, dan pertumbuhan penjualan yang stabil akan menciptakan kondisi keuangan yang sehat dan mampu mendorong peningkatan laba secara berkelanjutan.

H4: Biaya operasional, perputaran persediaan, dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada PT Tjiwi Kimia Tbk.