

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini ini taraf persaingan pada global bisnis meningkat & hanya badan bisnis yg memiliki kinerja atau performa yg baik yang akan bertahan, buat itu perusahaan haruslah melalui usaha dan didukung menggunakan perencanaan yg matang pada menghadapi banyak sekali perkara dan rintangan yang timbul, misalnya perkara operasional, keuangan juga perkara pemasaran produk yang diproduksi (Putra,2015).

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang melakukan operasi manufaktur untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi. Tentu saja perusahaan-perusahaan tersebut berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Jika perusahaan mencapai laba yang maksimal maka akan terjadi pertumbuhan yang positif. Jika pertumbuhan positif terjadi, perusahaan akan tumbuh. Adanya laba yang sebesar-besarnya memiliki dana untuk pengembangan kegiatan perusahaan dan pada akhirnya akan menunjang keberadaan perusahaan (Putra, 2010). Oleh karena itu, untuk mencapai keuntungan yang maksimal, perusahaan manufaktur perlu benar-benar memperhatikan biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi agar dapat menentukan biaya produk secara akurat (Haryono, 2016: 03).

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan konsumsi, meningkatkan daya saing, meminimalkan biaya produksi untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Pertumbuhan perusahaan dan keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan perusahaan dalam menjalankan kegiatan yang berhubungan dengan bisnisnya. Jika tujuan perusahaan tercapai, maka eksistensi perusahaan dapat dipertahankan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Secara umum, sebuah perusahaan memiliki satu atau lebih tujuan yang ingin dicapai. Salah satu tujuannya adalah untuk memperoleh keuntungan yang tinggi dengan meminimalkan biaya yang terkait dengan proses produksi. Laba atau rugi sering digunakan sebagai ukuran untuk menilai kinerja suatu bisnis. Unsur-unsur yang merupakan bagian dari laba adalah pendapatan dan beban. Apabila tujuan dari usaha tersebut tercapai, maka eksistensi usaha tersebut dapat dipertahankan dan dapat bersaing dengan usaha lain.

Biaya merupakan salah satu sumber informasi penting dalam analisis strategis perusahaan. Pada dasarnya permasalahan yang sering muncul adalah perencanaan biaya yang

tidak sesuai dengan yang sebenarnya terjadi (realisasi biaya). Oleh karena itu, untuk mencapai efisiensi produksi perlu dilakukan pengendalian terhadap biaya produksi yang akan dikeluarkan. Biaya produksi adalah biaya untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi. Biaya produksi industri meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan overhead pabrik.

Kemampuan suatu perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi akan mempengaruhi tingkat keuntungan yang diperoleh. Suatu perusahaan menghasilkan barang dengan kualitas yang baik, harga yang relatif rendah dibandingkan dengan pesaing dan beredar di berbagai tempat, tetapi jika calon pembeli tidak disadarkan akan keberadaan produk tersebut, didorong atau dibujuk untuk membelinya, maka produk tersebut tidak akan laku. Dan semua sisanya dilakukan, itu akan sia-sia. Konsumen sangat membutuhkan informasi untuk mengambil keputusan tentang suatu produk yang akan mereka beli. Keputusan masih ditunggu oleh produsen, apakah pesan yang disampaikan oleh promosi akan mencapai target pasar. Jika sudah tercapai berarti mencerminkan keberhasilan promosi dan tentunya akan meningkatkan permintaan. Kegiatan promosi yang dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan pasti tidak terlepas dari biaya.

Komisi ini disebut komisi promosi. Promosi juga berarti kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat suatu produk dan meyakinkan target untuk membelinya. Sehingga perusahaan selalu menjalin komunikasi sebaik mungkin dengan pelanggan dan calon pelanggan melalui promosi. Tentunya perusahaan selalu ingin meningkatkan jumlah penjualan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Promosi tersebut diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Semakin tinggi penjualan, semakin tinggi keuntungannya.

Perusahaan memproduksi barang bekas yang berkualitas baik, relatif murah dibandingkan dengan pesaingnya, dan mendistribusikannya secara luas di banyak tempat. Saat ini persaingan antar perusahaan untuk mempresentasikan produknya menggunakan media yang lebih beragam. Promosi dilakukan dengan menggunakan media seperti televisi, radio, baliho, poster, media online dan sarana lainnya untuk membangkitkan minat konsumen terhadap produksi suatu perusahaan. Promosi merupakan sarana untuk memuaskan kepentingan produsen dan konsumen. Promosi penarikan kembali dilakukan untuk menjaga citra merek dan produk di hati konsumen. Dan ini perlu dilakukan oleh tim dalam siklus hidup produk atau dalam pengadaan seperti manufaktur. Menurut Solihin (201:18), “tujuan

dari promosi adalah untuk membujuk pelanggan yang sudah terbiasa dengan gaya hidup produk perusahaan untuk mengadopsi perilaku pembelian percobaan.”

Selain faktor promosi, faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah saluran distribusi. Menurut Swastha (2010:286), saluran distribusi bertindak sebagai jalur yang dilalui oleh arus barang menurut produsen ke perantara dan akhirnya sampai konsumen menjadi pengguna produk. Saluran distribusi seringkali dibutuhkan, agar produk yang dihasilkan dapat terjual sebanyak-banyaknya agar produknya dapat bersaing di pasar dengan menggunakan kompetitor. Oleh karena itu, dalam memilih saluran distribusi, perusahaan harus mempertimbangkan harga, produk dan kenaikan yang ingin dicapai.

Kegiatan-kegiatan tersebut di atas tentunya tidak akan memisahkan biaya-biaya yang akan mempengaruhi tingkat pendapatan produk. Pengendalian biaya adalah salah satu faktor penting untuk efisiensi bisnis, dan pengendalian dan pemantauan biaya yang dikeluarkan sangat penting. Oleh karena itu, biaya produksi, promosi dan distribusi yang akan dikeluarkan perusahaan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan. Berikut adalah tabel pergerakan biaya yang mempengaruhi laba perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.

Tabel 1.1 Perkembangan Biaya – biaya yang Mempengaruhi Laba Bersih yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 – 2020.

NO	NAMA PERUSAHAAN	TAHUN	BIAYA PRODUKSI	BIAYA PROMOSI	BIAYA DISTRIBUSI	LABA BERSIH
1	PT. AISA	2015	Rp124.017	Rp13.176	Rp120.589	Rp373.750
		2016	Rp156.392	Rp23.204	Rp126.951	Rp719.228
		2017	Rp139.822	Rp27.599	Rp118.901	Rp846.809
		2018	Rp112.582	Rp13.905	Rp72.886	Rp123.513
		2019	Rp107.273	Rp14.602	Rp69.026	Rp113.477
		2020	Rp96.257	Rp15.404	Rp68.077	Rp120.497
2	PT. ALTO	2015	Rp62.469	Rp52.819	Rp60.466	Rp147.716
		2016	Rp107.322	Rp89.587	Rp43.480	Rp118.809
		2017	Rp381.544	Rp78.694	Rp66.000	Rp357.311
		2018	Rp96.235	Rp78.580	Rp53.408	Rp227.346
		2019	Rp301.889	Rp59.563	Rp49.938	Rp370.627
		2020	Rp280.262	Rp70.845	Rp33.220	Rp166.635
3	PT. CAMP	2015	Rp351.940	Rp30.589	Rp25.079	Rp439.840
		2016	Rp362.858	Rp45.565	Rp36.565	Rp527.268
		2017	Rp368.986	Rp54.292	Rp32.887	Rp434.217
		2018	Rp389.960	Rp52.160	Rp36.080	Rp619.472
		2019	Rp426.145	Rp52.204	Rp44.917	Rp767.588
		2020	Rp426.001	Rp57.573	Rp42.775	Rp440.458

Sumber : Berbagai Artikel yang telah diolah peneliti

Apabila dilihat dari tabel diatas biaya – biaya yang mempengaruhi laba bersih pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020 cenderung fluktuatif. Dari 3 (tiga) Perusahaan Makanan dan Minuman yang paling tinggi mengalami perkembangan biaya – biaya yang mempengaruhi laba bersih pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020 yaitu PT. Tri Banyan Tirta Tbk. (ALTO) pada tahun 2017 sebesar Rp. 2.145.641.378 dari tahun sebelumnya. Sedangkan perusahaan yang mengalami penurunan perkembangan cukup tinggi yaitu PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. (AISA) pada tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 123.513 dari tahun sebelumnya. Pada keseluruhan mayoritas perusahaan mengalami perkembangan yang fluktuatif.

Rata-rata perkembangan pada sektor makanan dan minuman pada tahun 2015 mengalami penurunan disebabkan karena dampak buruk dari nilai tukar rupiah yang melemah dan karena jumlah yang relatif besar dari bahan-bahan baku diimpor, biaya produksi meningkat tajam karena melemahnya rupiah (terhadap dollar AS).

Berdasarkan penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan hasil pencarian antar peneliti. Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indonesia selama periode 2010-2012 (Djamalu, 2013), peneliti mempelajari pengaruh biaya produksi, beban usaha, laba usaha dan total perputaran kegiatan dibandingkan dengan laba bersih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-201 (Yuliati, 2017) dan peneliti tentang pengaruh pendapatan usaha dan biaya produksi terhadap hasil bersih pada perusahaan industri metalurgi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2010 -2013 (Iswandi, 2015).

Penelitian Djamalu (2013) menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap profitabilitas, sedangkan penelitian Yuliati (2017) menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Sedangkan penelitian Iswandi (2015) menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh negatif signifikan terhadap laba bersih. Mengenai biaya penelitian kualitas, Komara et al (2012) mengemukakan bahwa biaya distribusi berpengaruh positif terhadap laba bersih, namun yang terjadi pada tahun 2010 tidak diikuti biaya pembayaran yang tinggi. Untuk biaya promosi, penelitian Widnyana dkk (2010) menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap laba bersih.

Dengan latar belakang dan fenomena yang telah dikemukakan diatas, maka Penulis tertarik untuk membahas tentang pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan dengan mengambil judul **“PENGARUH BIAYA**

PRODUKSI, BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015 – 2020”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis melakukan identifikasi masalah. Adapun permasalahan yang terjadi adalah sebagai berikut :

1. Adanya fluktuasi pada laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.
2. Adanya peningkatan signifikan pada biaya produksi yang tidak diiringi dengan peningkatan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2020.
3. Adanya peningkatan signifikan pada biaya promosi yang tidak diiringi dengan peningkatan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2020.
4. Adanya peningkatan signifikan pada biaya disrtibusi yang tidak diiringi dengan peningkatan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2020.
5. Adanya biaya promosi dan biaya distribusi yang cenderung bergerak lamban atau tidak mengalami perubahan yang cukup signifikan antara rentan periode tahun 2015-2020.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada laba bersih dengan variabel yang mempengaruhi yaitu biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi dengan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.

1.4 Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

2. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah terdapat pengaruh biaya distribusi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya suatu hal yang diperoleh setelah penelitian. Adapun tujuan yang dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.
2. Untuk menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya distribusi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2020.
4. Untuk menganalisis pengaruh biaya distribusi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2020.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi perusahaan sebagai bahan referensi tambahan dan bahan informasi bagi perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dalam mengambil keputusan sehubungan dengan biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi terhadap laba bersih dan bagi investor sebagai bahan pertimbangan untuk investasi terhadap perusahaan tersebut.
2. Bagi peneliti lain sebagai bahan acuan dan pembanding dalam penelitian mengenai objek masalah yang sama di masa mendatang.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai akuntansi biaya, pengaruh biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi dan laba bersih.
2. Bagi akademisi sebagai bahan masukan, referensi dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi terhadap laba bersih serta dapat dijadikan untuk penelitian selanjutnya.

