

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum, semua perusahaan ingin mendapatkan keuntungan yang mereka butuhkan untuk bertahan dalam bisnis. Laba umumnya digunakan sebagai ukuran kinerja perusahaan sebagai dasar untuk mengevaluasi kinerja perusahaan. Untuk mencapai profitabilitas yang diinginkan, perusahaan harus mengembangkan rencana laba yang baik. Hal ini ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memprediksi kondisi bisnis pada masa yang akan datang dan memantau faktor-faktor potensial yang dapat mempengaruhi laba.

Laba bersih (*net income*) adalah selisih lebih total pendapatan dan keuntungan terhadap semua biaya dan kerugian dan merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Menurut Soemarso, laba bersih adalah “lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan usaha untuk memperoleh pendapatan tersebut selama periode tertentu.” (Soemarso, *Akuntansi Suatu Pengantar Edisi 5* (Jakarta: Salemba Empat, 1998), hlm. 227). Salah satu unsur yang mempengaruhi laba adalah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada saat proses produksi, baik biaya produksi maupun biaya-biaya yang dikeluarkan untuk membuat sejumlah barang atau jasa. Pada perusahaan manufaktur, keuntungan diperoleh dari hasil penjualan produk yang diolah sendiri, maka biaya produksi adalah salah satu

biaya yang perlu diperhitungkan oleh perusahaan. Fokus pada biaya produksi dengan tetap memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan dapat meningkatkan kepuasan *customer* dan dapat mempertahankan pangsa pasar dalam jangka waktu yang panjang.

Pengertian biaya produksi menurut Mulyadi dalam buku “akuntansi biaya” biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya biaya depresiasi mesin dan equipment, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.(Mulyadi, 2015) Biaya produksi berhubungan dengan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja disebut biaya prima adalah biaya-biaya produksi langsung. Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi tidak langsung .

Selain biaya produksi, biaya promosi merupakan biaya yang tidak kalah penting yang mempengaruhi nilai keuntungan yang diperoleh. Biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan promosi. Biaya promosi ditujukan untuk mendukung kelancaran perusahaan guna meningkatkan penjualan dan menghasilkan lebih banyak keuntungan. Promosi adalah alat yang paling populer untuk menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dan konsumen. Dalam hal ini, perusahaan dapat menggunakan alat-alat promosi

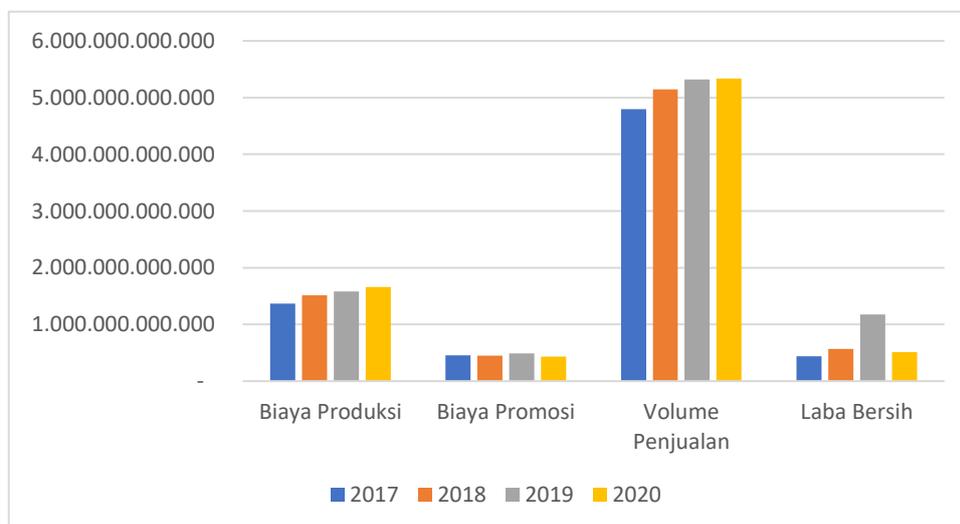
seperti iklan, promosi penjualan, personal selling, dan publisitas sebagai sarana untuk menyampaikan informasi mengenai produk serta membangun persepsi yang baik terhadap produk kepada konsumen secara efektif dan efisien. Besarnya biaya dalam kegiatan promosi oleh perusahaan untuk memasarkan hasil produknya kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan gerak produsen dan perkembangan pasar konsumen. (Rahma, 2019)

Untuk memperoleh laba yang optimal, perusahaan harus memperhatikan volume penjualan dan biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus dicapai. Menurut (Rahardjo, 2000) adanya hubungan yang erat mengenai volume penjualan terhadap peningkatan laba bersih perusahaan dalam hal ini dapat dilihat dari laporan laba-rugi perusahaan. Laba akan timbul jika penjualan produk lebih besar dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Menurut (P, Kotler, 2006), volume penjualan merupakan hasil penjualan yang telah dihasilkan oleh perusahaan dalam rangka proses pemasaran atau merupakan suatu bagian dari hasil program pemasaran secara keseluruhan. Setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda, tergantung dari kebutuhan setiap perusahaan. Strategi pemasaran juga disesuaikan dengan kemampuan dana perusahaan melalui kombinasi dari empat variabel yang merupakan inti dari sistem

pemasaran yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.

Dalam penelitian ini yang saya jadikan sebagai objek penelitian adalah perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan data keuangan tahun 2017 sampai tahun 2020 dari 10 total perusahaan rata-rata menunjukkan kondisi dimana perusahaan mengalami kenaikan pada tahun 2019 pada laba bersih. Untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Tingkat Perbandingan Biaya Produksi, Biaya Promosi, Volume Penjualan, dan Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Farmasi Tahun 2017- 2020



Sumber : www.idx.co.id

Pada tahun 2019, wabah *virus corona (Covid-19)* mulai terdeteksi di Wuhan, China. *Covid-19* merupakan keluarga besar virus yang menular dan dapat menyebabkan penyakit ringan seperti pilek sampai penyakit serius seperti MERS dan SARS. Industri farmasi sedang

menghadapi kondisi *moderate raised* di mana permintaan produk-produk farmasi yang berkaitan dengan penanganan Covid-19 meningkat, di sisi lain permintaan produk yang tidak berkaitan langsung dengan Covid-19 mengalami penurunan. Perusahaan farmasi yang memiliki produk terkait pandemi *Covid-19*, baik dalam bentuk produk promotif, preventif, dan kuratif mampu bertahan dan terus tumbuh. Bentuk promotif bisa berupa multivitamin, kuratif sesuai regimen terapi Covid-19 secara nasional serta preventif misalnya vaksin.(Sutarno, 2020)

Pada tabel 1.1, memperlihatkan kenaikan dan penurunan penurunan yang dinilai masih dalam kondisi yang wajar dari biaya produksi, dan biaya promosi yang diikuti oleh kenaikan dan penurunan laba bersih dari tahun 2017 hingga tahun 2020. Pada tahun 2019, terlihat adanya perubahan yang signifikan dari jumlah volume penjualan dan laba bersih, dimana perubahan tersebut menunjukkan kenaikan yang drastis dari periode tahun sebelumnya. Kondisi ini terjadi karena pada waktu tersebut mulai merebahnya wabah pandemic COVID-19 yang yang berimplikasi pada melonjaknya tingkat penjualan obat untuk penyakit corona ini, dan membuat laba perusahaan meningkat.

Dilakukannya penelitian ini diawali dengan dasar adanya ketertarikan untuk memverifikasi dan menguji kembali pengaruh perubahan biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan

terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di BEI. Penelitian tentang Laba sebelumnya telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Misalnya penelitian yang dilakukan Oleh **Agustia Permata Sari (2019)**, menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Selanjutnya penelitian oleh **Maulidina Rahmanita (2017)** yang menunjukkan bahwa biaya promosi dan biaya produksi berpengaruh positif terhadap laba bersih dan volume penjualan.

Akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian diatas, penelitian yang dilakukan oleh **Irpan Januarsah (2019)** yang secara parsial biaya produksi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap laba bersih. Terdapat pula hasil penelitian dari **Rahma (2019) dan Eva Sihotang (2020)** yang menunjukkan bahwa secara parsial biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih. Juga penelitian yang dilakukan oleh **Siti Hairani Siregar (2019)** yang menunjukkan bahwa volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih.

Berdasarkan latar belakang dan hasil uraian beberapa peneliti terdahulu membuat peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PRODUKSI, DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (TAHUN 2017 – 2020)”**.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah ini bertujuan untuk memfokuskan penelitian pada inti permasalahan, mencegah terlalu luasnya pembahasan dan memudahkan peneliti dalam pembahasan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini hanya terfokus pada pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1. Apakah biaya produksi mempengaruhi laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020?
2. Apakah biaya promosi mempengaruhi laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020?
3. Apakah volume penjualan mempengaruhi laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020?

4. Apakah Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume penjualan secara bersama-sama mempengaruhi laba bersih pada perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.
3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.
4. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan secara bersama-sama terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika yang dimaksud adalah keseluruhan isi dan pembahasan ini secara singkat, yang terdiri dari lima bab. Dari bab-bab itu terdapat sub-sub yang merupakan rangkaian dari urutan pembahasan dalam kajian. Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab Pertama, merupakan bab pendahuluan yang menjadi pengantar menjelaskan mengapa penelitian ini menarik untuk diteliti, apa yang diteliti dan untuk apa penelitian ini dilaksanakan. Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab kedua, merupakan bab landasan teori yang menguraikan tentang kajian literatur yang berisi tentang teori-teori sumber terbentuknya hipotesis juga acuan untuk melakukan penelitian. Bab ini akan mengemukakan tentang kajian teori, kerangka pemikiran, hipotesis, dan penelitian terdahulu.

Bab ketiga, membahas metodologi penelitian yang mencakup jenis penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sample, definisi operasional variable penelitian, dan teknis analisis data.

Bab empat, membahas tentang hasil penelitian yang terdiri dari sejarah singkat objek penelitian, deskripsi data penelitian, deskripsi data variable, analisis hasil penelitian, dan pembahasan.

Bab lima, merupakan bab penutup yang menjelaskan tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran yang berkaitan dengan penelitian ini untuk ditujukan kepada berbagai pihak sehingga berguna untuk penelitian lebih lanjut.