

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ketatnya persaingan antar perusahaan dalam era ekonomi global mengharuskan perusahaan untuk memperbaiki kinerja perusahaan agar semakin efisien dalam menjalankan aktivitasnya serta menciptakan inovasi baru bagi perusahaan untuk menghasilkan laba. Tujuan utama suatu perusahaan adalah memperoleh laba semaksimal mungkin. Menurut Subramanyam & Wild (2010), laba merupakan ringkasan dari hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan.

Laba di setiap periode berhubungan erat dengan kesuksesan perusahaan sehingga laba perusahaan dapat dijadikan tolak ukur efektifitasnya dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Menurut PSAK 46, laba akuntansi didefinisikan sebagai laba bersih untuk satu periode sebelum dikurangi beban pajak. Laba perusahaan dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan usaha. Kinerja suatu perusahaan dapat diprediksi dari kualitas labanya, yang juga akan berdampak pada laba tersebut di masa yang akan datang. Laba yang besar belum tentu menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut efisien. Efisiensi dapat

ditentukan dengan membandingkan laba yang dihasilkan dengan kekayaan atau modal yang dibutuhkan untuk menghasilkan laba tersebut. Oleh karena itu, laba memiliki fungsi penting bagi perusahaan karena berfungsi sebagai ukuran keberhasilan perusahaan dan landasan bagi manajemen atau pengambilan keputusan investor. Semakin tinggi laba yang dihasilkan, maka semakin besar bonus yang akan diberikan perusahaan kepada manajemen.

Untuk menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan harus menerapkan kampanye penjualan untuk meningkatkan penjualan barang dan jasanya. Setiap perusahaan ingin menghasilkan tingkat penjualan yang tinggi, dan diasumsikan bahwa ketika perusahaan menghasilkan tingkat penjualan yang tinggi, maka keuntungan juga akan meningkat. Menurut Kotler (2014), ada ide penjualan yang menegaskan bahwa perusahaan tidak boleh mengabaikan pelanggannya dan sebaliknya harus melakukan penjualan dan upaya pemasaran yang agresif.

Perusahaan harus memperhatikan penjualan dan biaya produksi pada perusahaan merupakan salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Menurut Jumingan (2017), salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan laba bersih adalah naik turunnya harga pokok penjualan. Perubahan harga pokok penjualan ini dipengaruhi oleh jumlah unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dari harga per unit atau harga pokok per unit. Untuk mencapai target yang diproyeksikan dengan biaya serendah mungkin, perusahaan harus lebih

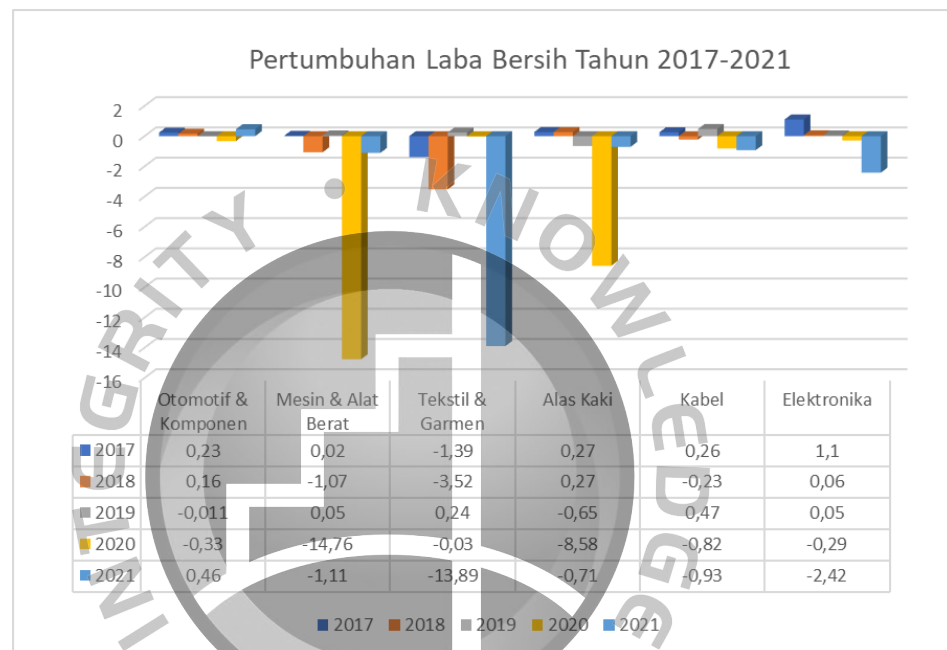
selektif dalam memproduksi barang yang akan dijual kepada konsumen. Dengan demikian, laba yang diperoleh perusahaan akan maksimal apabila hasil penjualan produk melebihi biaya yang telah dikeluarkan perusahaan.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah adanya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020 tepatnya pada bulan Maret yang memberikan dampak sangat besar tidak hanya pada aspek kesehatan, melainkan juga pada aspek perekonomian di Indonesia. Pandemi Covid-19 menyebabkan mobilitas masyarakat menjadi terbatas karena adanya kebijakan-kebijakan dari pemerintah yang mengharuskan masyarakat untuk tetap berada dirumah agar angka penyebaran Covid-19 dapat dikendalikan. Pandemi Covid-19 sangat memberikan dampak terhadap perindustrian di Indonesia khususnya sektor aneka industri, antara lain adanya penurunan penjualan sehingga perusahaan memperoleh laba yang negatif.

Sektor aneka industri adalah salah satu bagian dari sektor perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia dan terdiri dari beberapa sub sektor yaitu, sub sektor otomotif dan komponen, sub sektor tekstil dan garmen, sub sektor mesin dan alat berat, sub sektor alas kaki, sub sektor kabel dan sub sektor elektronik. Sektor aneka industri juga termasuk ke dalam sektor musiman karena permintaannya yang tidak menentu. Krisis ekonomi yang sedang terjadi saat ini merupakan salah satu faktor yang menyebabkan permintaan akan produk dari perusahaan menurun sehingga berakibat pada tingkat penjualan dan laba yang diperoleh suatu perusahaan.

Namun ketika krisis ekonomi berangsur membaik, kondisi sektor ini juga akan ikut membaik.

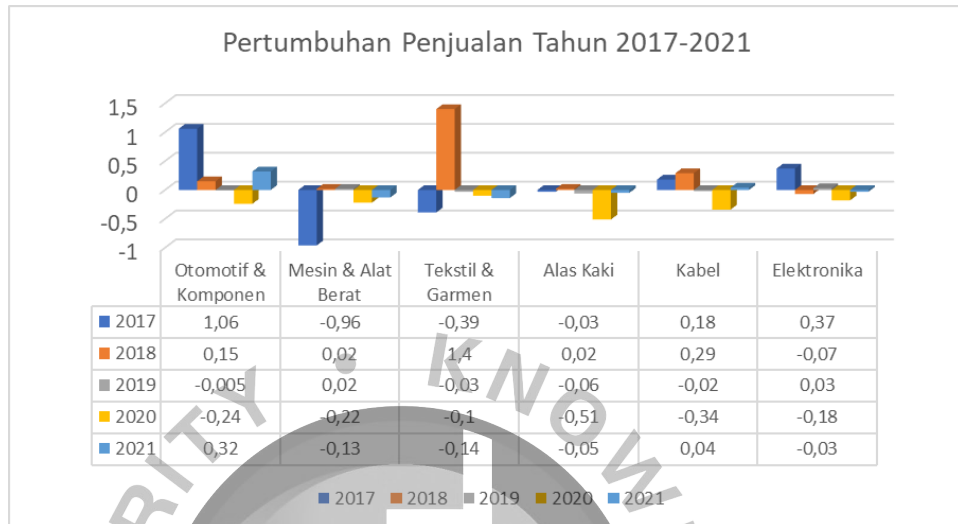
**Gambar 1.1 Pertumbuhan Laba Bersih pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Periode 2017-2021**



Sumber: Bursa Efek Indonesia, Diolah oleh Penulis, 2023

Dari informasi di atas pertumbuhan laba bersih pada sektor aneka industri dari tahun 2017 hingga 2021 mengalami fluktuasi. Pertumbuhan laba bersih pada tahun 2020 mengalami penurunan yang signifikan khususnya pada sub sektor mesin & alat berat dan alas kaki . Sedangkan di tahun 2021 sub sektor yang mengalami penurunan secara signifikan adalah tekstil & garmen. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya fenomena pandemi Covid-19 sangat memberikan dampak terhadap keuntungan perusahaan aneka industri.

**Gambar 1.2 Pertumbuhan Penjualan pada Sektor Aneka Industri  
Periode 2017-2021**



Sumber: Bursa Efek Indonesia, Diolah oleh Penulis, 2023

Dari informasi di atas pertumbuhan penjualan pada sektor aneka industri dari tahun 2017 hingga 2021 mengalami fluktuasi. Pertumbuhan penjualan pada tahun 2020 mengalami penurunan pada seluruh sub sektor. Sedangkan di tahun 2021 sub sektor yang dapat meningkatkan penjualan adalah sub sektor otomotif & komponen dan kabel. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya fenomena pandemi Covid-19 sangat memberikan dampak terhadap tingkat penjualan perusahaan aneka industri.

Menurut Mulyadi (2001), biaya produksi adalah biaya yang terkait dengan mengubah barang mentah menjadi barang jadi yang dapat dipasarkan. Sedangkan menurut Hansen & Mowen (2009), biaya produksi sebagai biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, yang meliputi biaya langsung bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik. Efisiensi

biaya produksi akan berdampak pada pertumbuhan laba perusahaan (Munawir, 2012). Pentingnya pengurangan biaya produksi karena berdampak pada pendapatan perusahaan. Biaya produksi yang lebih rendah akan meningkatkan penjualan dan dapat menghasilkan laba bersih yang lebih baik bagi perusahaan, sedangkan biaya produksi yang lebih tinggi akan menghasilkan laba yang lebih rendah bagi perusahaan.

Pada penelitian Nadiah et. al., (2022) menunjukkan bahwa biaya produksi secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap laba. Namun, menurut penelitian Yuda, I. M. A., & Sanjaya, I. K. P. W. (2020) biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap laba perusahaan. Lalu, menurut penelitian Widyawati et. al., (2020) dan Zubir (2022) biaya produksi berpengaruh positif terhadap penjualan. Sedangkan, menurut penelitian Casmadi Y., & Parhana, D. N. (2020) menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap penjualan.

Selanjutnya, biaya promosi digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan barangnya kepada konsumen untuk meningkatkan daya tarik konsumen agar mau membeli produk yang dikeluarkan oleh perusahaan, dan memudahkan konsumen untuk membeli produk-produk perusahaan (Muslim, 2020). Biaya promosi merupakan dana yang dikeluarkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan. Perusahaan dapat mempromosikan produknya melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan lainnya. Apabila

promosi telah dilakukan oleh perusahaan, maka jumlah penjualan akan meningkat sehingga laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat.

Menurut Bhowmik et. al., (2020) biaya promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih. Namun, menurut penelitian Puspita et. al., (2022) biaya promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba perusahaan. Lalu, menurut Kusumawati (2016), Masruroh et. al., (2019), Widyawati et. al., (2020) dan Rahayu (2018) biaya promosi memiliki pengaruh positif terhadap penjualan, sedangkan menurut penelitian Dewi (2017) dan Casmadi Y., & Parhana, D. N. (2020) menyatakan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap penjualan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari Bhowmik et. al., (2020) yang berjudul “*Analyzing the Impact of Advertising and Sales Promotion Costs on Sales Revenues and Profits of DSE Listed Ceramic Companies in Bangladesh*”. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah : (1) Pada penelitian ini menambahkan biaya produksi sebagai variabel independen yang bertujuan untuk melihat seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. (2) Perbedaan objek penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan keramik yang terdaftar Bursa Efek Dhaka, Pada penelitian ini menggunakan perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

Dari uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih dan Penjualan (Studi Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Penurunan laba dan penjualan yang signifikan karena menurunnya angka permintaan produk dan daya beli masyarakat yang menurun akibat dari adanya pandemi Covid-19.
2. Adanya ketidakstabilan kondisi keuangan pada perusahaan sektor aneka industri yang akan menyebabkan perusahaan bangkrut.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih dan penjualan perusahaan?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih dan penjualan perusahaan?



#### **1.4 Pembatasan Masalah**

Mengingat banyaknya jumlah perkembangan yang dapat ditemukan dalam permasalahan ini, maka terdapat beberapa batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang dibuat dan diselesaikan dalam penelitian ini. Adapun batasan-batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya menguji pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
2. Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel independen, yaitu: biaya produksi dan biaya promosi. Variabel-variabel independen tersebut akan di uji dengan variabel dependen yaitu laba bersih perusahaan dan penjualan perusahaan.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih dan penjualan perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan mampu memberikan manfaat kepada beberapa pihak diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai masalah yang dapat mempengaruhi laba bersih dan penjualan perusahaan.

## 2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk perusahaan mengenai pentingnya pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih dan penjualan pada perusahaan manufaktur di sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa efek Indonesia.

## 3. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi untuk penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi pihak yang ingin mempelajari tentang hal-hal yang dapat mempengaruhi laba bersih dan penjualan perusahaan.

### 1.7 Sistematika Penulisan

#### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi pemaparan mengenai teori-teori yang mendukung penelitian ini, tinjauan pustaka yang akan menghasilkan kerangka pemikiran, hasil penelitian terdahulu serta hipotesis dari penelitian.

## **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi deskripsi tentang variabel dalam penelitian, populasi, jenis penelitian, penentuan populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

## **BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari pembahasan mengenai pengujian hipotesis yang dibuat dan penyajian hasil dan pengujian tersebut. Serta pembahasan tentang analisis yang dikaitkan teori yang berlaku.

## **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

Akhir dari penelitian ini adalah bab-5 (lima) yang berisikan kesimpulan serta saran dari hasil pengujian penelitian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.