BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dimasa sekarang ini persaingan dunia usaha pada era perdagangan bebas membawa berbagai macam dampak bagi perekonomian Indonesia saat ini. Adapun dampak positifnya adalah memberikan peluang bagi Indonesia dalam memperluas jangkauan ekspor. Sedangkan dampak negatifnya adalah banyaknya barang impor yang akan mengalir dalam jumlah yang banyak ke Indonesia yang akan mengancam industri lokal serta persaingan produk-produk luar negri yang jauh lebih berkualitas. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk meminimalkan biaya-biaya yang akan dikeluarkan namun tetap menjaga mutu dan kualitas produk yang di hasilkan.

Jadi yang menjadi objek vital dalam sebuah perusahaan perlu memperhatikan biaya-biaya yang akan dikeluarkan seperti biaya produksi, biaya promosi dan penjualan. Laba merupakan elemen yang menjadi perhatian pemakai laporan keuangan karena angka laba diharapkan dapat mempresentasikan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dengan kata lain laba sering dijadikan sebagai acuan penilaian berhasil atau tidaknya kinerja ekonomi sebuah perusahaan.

Pada perusahaan manufaktur penjualan merupakan cara utama perusahaan untuk menghasilkan laba yang pelaksanaannya tidak semudah yang diperkirakan. Persaingan yang ketat dalam memperebutkan peluang di posisi konsumen mengharuskan perusahaan melakukan taktik jual yang mana yang mana cocok kegiatan promosi. Promosi memiliki fungsi sebagai bentuk upaya perusahaan untuk memperkenalkan produknya atau meningkatkan pemahaman para pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Firmansyah & Darsawati, 2016:1)

Pada tahun 2012 laju perokonomian melambat yang salah satunya dipengaruhi oleh krisis yang dialami oleh Amerika dan Eropa, dimana Amerika mencatat melemahnya daya belanja masyarakat sedangkan di Eropa krisis yang disebabkan oleh melemahnya daya konsumsi serta timbulnya krisis hutang. Di Indonesia dengan dampak negatifnya yang ditimbulkan oleh krisis ekonomi global adalah dengan pertumbuhan ekonomi ditahun 2012 berkisar hanya 6,23%. Pada perusahaan manufaktur sektor industri tekstil dan garment akan berdampak salah satunya dalam penggunaan bahan baku. Untuk mengurangi ketergantungan bahan baku impor pemerintah berusaha untuk peningkatan kualitas produk melalui penerapan SNI dan peningkatan pengguna produk dalam negeri.

Table 1.1

**Data penjualan dan total biaya produksi pada perusahaan tekstil dan garment
yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2013**

Tahun	Kode Saham	Biaya Produksi	Biaya Promosi	Penjualan	Laba Bersih
2012	ADMG	464,403,368	7,363,966	487.866,446	8,400,964
2013		502,401,603	7,874,954	505,319,535	1,997,901
2012	CNTX	27,561,326	5,590,101	28,469,537	3,642,293
2013		27,720,107	5,076,940	31,193.122	113,337

Sumber (<http://idx.co.id>)

Dari data diatas terjadi kenaikan penjualan yang terus meningkat akibat permintaan pasar sebesar 3, 5% dan 9,57% yang mana peningkatan penjualan tersebut tidak diringi dengan kenaikan harga jual produk seiring dengan kenaikan harga bahan baku dan minyak mentah, dan meningkatnya biaya umum dan biaya administrasi sebesar 13,7 M ditahun 2012 menjadi 18,3 M ditahun 2013 hal ini di sebabkan oleh volume penjualan lokal yang terus meningkat. Perseroan mencatat turunnya laba kotor perusahaan sebesar 28% atau USD 20.470.000 di tahun 2012 menjadi USD 14.690.000 ditahun 2013. Sedangkan beban pokok penjualan perusahaan mengalami peningkatan sebesar 5%. Dengan tingkat pertumbuhan yang rendah dari pada tahun 2012 hanya sebesar 6.23% angka pertumbuhan tersebut tetap pada standar yang tinggi dibandingkan dengan Negara tetangga lainnya. Sebagai kinerja dari industri tekstil Indonesia menjadi bagian penting dalam usaha ekspor pakaian sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Seperti hal trennya perusahaan pakaian dari China ke Indonesia, Bangladesh dan Myanmar seiring dengan meningkatnya penjualan, biaya produksi tentu juga akan meningkat. Industri tekstil juga menghadapi tantangan dan persaingan baik dalam perusahaan domestik maupun internasional, Untuk mempertahankan pertumbuhan dan untuk meraih potensi kesempatan ditahun mendatang, industri tekstil dan garment fokus pada apa yang diinginkan pasar serta efisiensi dalam aktivitas perusahaan terutama dalam pengeluaran biaya, berikut merupakan laporan laba bersih perusahaan ADMG dari tahun 2012-2016.

Table 1.2
Laporan Laba Bersih ADMG Tahun 2012-2016

Tahun	Pendapatan	Beban	Pajak	Total Laba Bersih
2012	487.866.446	478.287.949	2.491.126	7.087.371
2013	505.319.535	490.629.676	12.740.366	1.949.439
2014	449.028.197	424.881.408	9.522.633	14.624.156
2015	325.832.201	310.873.522	4.760.985	10.197.694
2016	300.446.576	279.954.690	7.544.646	12.947.238

Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) produk domestik bruto pada tahun 2013 tumbuh sebesar 5,8% sedikit lebih rendah dari tahun sebelumnya yaitu 6,23% dan melemahnya rupiah yang terdepresiasi 26,5% serta naiknya upah minimum tenaga kerja, yang rata-rata naik 30% dan ditambah lagi dengan tarif listrik

naik antara 18-21,5% serta tidak diiringi dengan kenaikan harga jual produk yang mengakibatkan turunya laba bersih yang diperoleh pertahun. Kinerja industri tekstil sangat dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku dan tenaga kerja serta kebijakan pemerintah. Industri tekstil menfokuskan dalam efisiensi yang dicapai dengan melakukan strategi produksi. Untuk sebuah produksi pada umumnya perusahaan untuk dapat berkembang haruslah melalui perjuangan dan didukung dengan perencanaan yang matang dalam menghadapi berbagai masalah dan ritangan yang timbul, seperti masalah operasional, keuangan, maupun masalah pemasaran produk yang diproduksi (Putra, 2014:1).

Jika tujuan dari sebuah perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan mampu mempertahankan dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Upaya perusahaan adalah selalu berusaha untuk meminimalkan pengeluaran biaya bahan baku yang dipakai dalam proses produksi serta biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mempromosikan barang dengan harapan penjualan bisa meningkat. Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai sebuah perusahaan. Biaya merupakan salah satu sumber informasi yang sangat penting dalam analisis strategi perusahaan, pada dasarnya masalah yang sering timbul karena perencanaan yang kurang sesuai dengan sesungguhnya dan untuk mencapai proses produksi yang efisien maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan. Menekan biaya produksi adalah suatu pengendalian yang penting untuk dilakukan agar tidak menjadi pemborosan dan tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan menurut (Rustami, 2014:2).

Dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat mempertahankan pangsa pasar dengan jangka panjang. Kemampuan perusahaan ini dapat menetapkan biaya produksi yang akan mempengaruhi laba bersih yang diperoleh. Perusahaan yang bergerak di bidang pabrikasi melakukan kegiatan rutin produksi untuk menghasilkan suatu barang. Kegiatan produksi tersebut dimulai dengan pembelian bahan baku, membayar upah tenaga kerja untuk mengolah bahan baku tersebut menjadi produk jadi dan siap di jual, penjualan yang tinggi tentu sudah target dari sebuah perusahaan. Perusahaan tekstil selalu berusaha untuk meningkatkan efisiensi biaya energi dan utilitas melalui kombinasi pemakaian tenaga kerja dan pemakaian listrik PLN dan mesin diesel. Perusahaan tekstil juga mulai mengaplikasikan sistem *ERP Oracle* dan penerapan sistem manajemen sumber daya manusia (HRMS) untuk membantu meningkatkan daya saing perseroan.

Setelah barang tersebut jadi dan siap dipasarkan, tentu ada tahap selanjutnya yaitu tahap promosi. Mengingat kendala yang dihadapi dan menyesuaikan dengan strategi bisnis perseroan dan kondisi industri tekstil didunia pada umumnya, pemasaran lebih fokus pada pasar-pasar yang dapat memberikan kontribusi yang lebih baik. Kegiatan promosi yang dilakukan dengan tujuan yaitu agar produk yang dihasilkan dikenal oleh konsumen atau masyarakat luas. Biaya promosi disini tergantung cara perusahaan dalam mempromosikan produk yang mereka hasilkan, selain itu pihak manajemen pemasaran juga harus teliti dalam anggaran biaya-biaya yang akan dikeluarkan pada saat mempromosikan barang tersebut, jika biaya promosi

ini terlalu tinggi dan tidak sebanding dengan laba yang diperoleh tentu perusahaan akan menderita kerugian. Perusahaan selalu berusaha memaksimalkan biaya-biaya yang akan dikeluarkan agar tidak terjadi pemborosan (Widnyana, Nuridja, & Dunia, 2014:2) perusahaan harus mempertimbangkan masalah harga produk dan promosi yang dilakukan agar memperoleh laba yang tinggi. Efisiensi biaya akan menguntungkan perusahaan dalam penetapan harga jual produk dan menciptakan kestabilan penjualan. Menekan biaya merupakan salah satu efektifitas perusahaan agar laba yang diperoleh pada saat penjualan akan semakin tinggi. Tingginya tingkat penjualan merupakan salah satu target perusahaan dengan begitu promosi dianggap bagus dan bisa menembus pangsa pasar yang mana persaingan dunia usaha yang semakin meningkat.

Dengan perkembangan dunia ekonomi yang pesat industri tekstil merupakan salah satu komoditi utama yang memiliki andil dalam pembangunan perekonomian Indonesia akan tetapi memiliki risiko-risiko yang harus dihadapi, risiko tersebut bisa datang dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Risiko-risiko tersebut dapat berpengaruh terhadap kinerja dalam 17 perusahaan manufaktur sektor industri tekstil dan garment yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) dalam memproduksi produk dan laba yang dihasilkan dari penjualan produk tersebut. Untuk mengetahui bagaimana kondisi perusahaan tersebut investor dapat melihat dari laporan laba/rugi perusahaan. Laporan ini melaporkan tentang biaya dan pendapatan perusahaan. Setiap biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan akan mengurangi pendapatan sehingga jika biaya meningkat pasti akan menurunkan laba bersih yang dimiliki dan begitu juga

sebaliknya, hal ini membuktikan perilaku biaya sangat berpengaruh terhadap laba bersih yang diperoleh.

Berdasarkan penelitian dari Putu Rustami (2014), menyatakan skripsi dengan judul pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba perusahaan pada kopi bubuk banyu atis, dengan hasil penelitiannya menunjukkan biaya produksi berpengaruh terhadap laba sebesar 32,70%, biaya promosi berpengaruh terhadap laba sebesar 32,40%, dan Penjualan berpengaruh terhadap laba sebesar 38,70%. Yang mana Variabel X adalah (biaya produksi, biaya promosi dan penjualan) dan variabel Y (Laba Perusahaan). Dimana peneliti ingin menulis peneliti terdahulu sama dengan dengan peneliti, inilah alasannya kenapa penulis mengambil pengaruh biaya produksi biaya promosi dan penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Terdapatnya biaya produksi yang mengalami kenaikan tiap tahun namun laba bersih justru menurun
2. Naik biaya promosi tiap tahun ditandai dengan tingkat penjualan tinggi, justru laba bersih malah menurun tiap tahunnya.
3. Tingginya angka penjualan tiap tahun, tetapi laba bersih mengalami penurunan

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah yang ditetapkan penulis dalam penelitian ini agar pembahasan terarah dan tidak melebar yaitu:

1. Penulis hanya meneliti dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016.
2. Berdasarkan variabel yang diteliti peneliti hanya menfokus kepada biaya produksi, biaya promosi, penjualan dan laba bersih.
3. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur sektor Tekstil dan Garment yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) pada tahun 2012-2016.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang dikemukakan diatas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sektor Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan manufaktur sektor Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

4. Apakah secara simultan biaya produksi, biaya promosi dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sektor Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berkaitan dengan rumusan masalah yang ditulis. Adapun tujuan penelitian untuk menganalisis dan mengukur:

1. Untuk mengetahui apakah biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan.
4. Untuk mengetahui apakah biaya produksi, biaya promosi dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini yaitu:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Bagi Akademisi

- a. Bagi penulis, untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba

bersih pada perusahaan manufaktur sektor industri tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

- b. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya akuntansi biaya mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan dalam sebuah perusahaan.

1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat maupun masukkan-masukkan yang berharga bagi perusahaan sehingga memotivasi perusahaan untuk kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba dan bagi manajemen untuk pengendalian internal dan pengambilan keputusan pendanaan serta keputusan investasi perusahaan dalam rangka pengembangan usahanya.

- b. Bagi Investor

Dapat digunakan untuk lebih memahami sifat dasar dan karakteristik operasional dari suatu perusahaan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi.

- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai biaya produksi, biaya promosi dan penjualan terhadap laba bersih yang terdapat dalam laporan keuangan.

- d. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai masalah ini.