

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia industri saat ini begitu pesat, dibutuhkan strategi, ide bisnis dan keunggulan dalam penjualan produk. Agar dapat hidup dan bertahan dalam persaingan bisnis yang selalu berkembang, setiap perusahaan harus memiliki produk untuk dijual kepada masyarakat. Dari hasil penjualan produk perusahaan akan memperoleh laba yang menjadi tujuan utama dari suatu perusahaan didirikan. Dalam menjalankan usahanya suatu perusahaan harus memiliki tujuan salah satunya adalah dengan melakukan penjualan barang yang sebanyak-banyaknya sehingga mendapatkan laba yang berguna untuk keberlangsungan hidup perusahaan. Suatu perusahaan akan berusaha untuk melakukan penjualan secara maksimal, mempertahankan atau bahkan berusaha untuk meningkatkan penjualannya dalam skala yang lebih besar dan banyak. Hal ini dapat terjadi apabila penjualan dilaksanakan seperti yang sudah direncanakan.

.Penjualan merupakan peranan penting bagi perusahaan manufaktur agar produk yang dihasilkan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Suatu perusahaan sangat bergantung pada keberhasilan penjualan. Tingkat penjualan pada suatu perusahaan ditentukan oleh *Output* atau jumlah produksi yang dihasilkan. Menurut (Eka Sanjaya Putra, 2016) apabila volume produksi semakin banyak akan semakin tinggi biaya produksi dan semakin banyak produksi yang dihasilkan maka volume penjualan pun diharapkan juga

semakin meningkat. Pengendalian Biaya yang seefisien mungkin diperlukan dalam memproduksi suatu produk agar saat produk siap diproduksi dan akan dipasarkan, produk akan mempunyai harga pokok penjualan yang rendah dan memiliki harga jual yang lebih murah dari para pesaingnya. Hal tersebut tentunya akan memberikan laba bagi perusahaan dengan meningkatnya penjualan. Berikut adalah data penjualan dari perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013-2017

Tabel 1.1 Data Penjualan Perusahaan Manufaktur Tahun 2013-2017

No	Perusahaan	Tahun	Penjualan	Persentase Penjualan
1.	PT. Indocement Tunggul Prakarsa	2013	18.691.289	
		2014	19.996.264	+ 6,98 %
		2015	17.789.055	- 11,03 %
		2016	15.361.894	- 13,64 %
		2017	14.431.211	- 6,05 %
2.	PT. Surya Toto Indonesia	2013	1.711.306.783.682	
		2014	2.053.630.374.083	+ 20,003 %
		2015	2.278.673.871.193	+ 10,95 %
		2016	2.069.017.634.710	- 9,20 %
		2017	2.171.861.931.164	+ 4,97 %
3.	PT. Saranacental Bajatama	2013	1.052.131.128.561	
		2014	1.229.844.640.405	+ 16,89 %
		2015	1.251.193.634.272	+ 1,73 %
		2016	978.840.639.564	- 21,76 %
		2017	1.218.317.826.843	+ 38,25 %
4.	PT. Duta Pertiwi Nusantara	2013	131.333.196.189	
		2014	132.775.925.237	+ 1,09 %
		2015	118.475.319.120	- 10,09 %
		2016	115.940.711.050	- 2,13 %
		2017	111.294.849.755	+ 4,00 %
5.	PT. Asiaplast Industries	2013	281.551.386.863	
		2014	294.081.114.204	+ 4,45 %
		2015	260.667.211.707	- 11,36 %
		2016	319.727.703.679	- 22,65 %
		2017	382.238.397.027	+ 19,55 %

Tabel 1.1 Lanjutan

6.	PT. Gajah Tunggal	2013	12.352.917	
		2014	13.070.734	+ 5,81 %
		2015	12.970.237	- 0,76 %
		2016	13.633.556	+ 5,11 %
		2017	14.146.918	+ 3,76 %
7.	PT. Indomobil Sukses Internasional	2013	20.094.736.395.135	
		2014	19.458.165.173.088	- 3,16 %
		2015	18.099.979.783.215	- 6,98 %
		2016	15.049.532.331.662	- 16,85 %
		2017	15.359.437.288.255	+ 2,05 %
8.	PT. Tsisula Internasional	2013	709.945.585.382	
		2014	746.828.922.732	+ 5,19 %
		2015	859.743.472.895	+ 0,15 %
		2016	901.909.489.240	+ 4,70 %
		2017	773.806.956.330	- 14,20 %
9.	PT. Langgeng Makmur Industri	2013	676.111.070.762	
		2014	513.547.309.970	- 20,04 %
		2015	452.693.585.202	- 11,84 %
		2016	411,945,398,299	- 9,00 %
		2017	411,144,165,006	- 0,19 %

Sumber: Data diolah dari situs [www. idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Dari data penjualan diatas dapat dilihat bahwa tidak semua perusahaan manufaktur yang mengalami kenaikan penjualan pada setiap tahunnya. PT. Langgeng Makmur Industri adalah perusahaan yang mengalami penurunan penjualan selama lima tahun berturut-turut. Dikutip dari website <https://www.cnbcindonesia.com> dinyatakan bahwa penyebab turunnya penjualan adalah kenaikan beban pokok penjualan pada tahun 2017 sebesar 6.71% menjadi Rp.330,35 miliar dibandingkan 2016 senilai Rp. 309,58 miliar. Kenaikan beban pokok penjualan, disebabkan oleh kenaikan beban dipemakaian bahan baku sebesar 0.22% menjadi Rp. 195,74 miliar dan kenaikan beban pabrikasi senilai 0,17% menjadi Rp. 116,33 miliar. (Nabila, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amanah, 2017) yang menyatakan bahwa Biaya

bahan baku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan dan Biaya *Overhead* Pabrik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan.

Menurut (Philip Kotler, 2007:55) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain harga jual, produk, promosi, saluran distribusi dan mutu. Selain itu juga banyak faktor yang menyebabkan penjualan disuatu perusahaan mengalami naik turun disetiap tahunnya salah satunya adalah keadaan ekonomi global yang tidak bisa diprediksi. Perusahaan Manufaktur merupakan salah satu dari sekian banyak industri yang berkembang dan banyak mengalami persaingan. Menurut (Rudianto, 2009:164) perusahaan Manufaktur adalah perusahaan yang membeli bahan baku, mengolahnya hingga menjadi produk jadi yang siap pakai, dan menjualnya kepada konsumen yang membutuhkannya. Menurut (Rudianto, 2009:164) fungsi utama perusahaan Manufaktur adalah sebagai jembatan antara perusahaan penghasil bahan mentah dan konsumen yang membutuhkan barang yang memiliki nilai tambah lebih tinggi dari bahan mentah tersebut. Kegiatan perusahaan manufaktur merupakan proses transformasi atas bahan-bahan menjadi barang dengan menggunakan tenaga kerja dan fasilitas pabrik. Untuk membuat suatu bahan-bahan tersebut menjadi suatu barang, perusahaan membutuhkan biaya. Biaya utama (*prime cost*) dalam perusahaan manufaktur sehubungan dengan produk yang akan dihasilkan adalah Biaya Bahan Baku Langsung, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya *Overhead* Pabrik.

Perusahaan manufaktur dalam membuat produk tentunya membutuhkan komponen bahan baku. Dalam memperoleh bahan baku untuk diproduksi,

perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya untuk membeli bahan baku saja, namun perusahaan perlu untuk mengeluarkan biaya lainnya seperti biaya pajak, biaya angkutan, biaya penyimpanan atau biaya gudang dan biaya-biaya perolehan lain. Bahan baku yang digunakan oleh perusahaan manufaktur didapat dari pembelian lokal, impor, atau dari pengolahan sendiri. Biaya bahan baku merupakan biaya yang harus dipertimbangkan dalam suatu kegiatan produksi didalam suatu perusahaan. Kenaikan beban dipemakaian bahan baku akan berdampak pada kenaikan beban pokok penjualan yang nantinya akan menyebabkan harga jual produk menjadi lebih tinggi. Manajemen persediaan harus mencari alternative untuk mengurangi melonjaknya biaya pemakaian bahan baku. Disamping itu juga, Persediaan bahan baku sebagai bahan utama dalam proses produksi sangatlah penting. Perusahaan harus menyediakan bahan baku dengan kualitas yang terjaga agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik dan agar proses produksi berjalan dengan lancar. Penurunan kualitas bahan baku akan berdampak pada produk yang akan dihasilkan. Apabila persediaan bahan baku kurang maka produksi akan berkurang dan proses produksi tidak akan berjalan dengan optimal, hal ini akan mengakibatkan pengangguran mesin-mesin dan tenaga kerja langsung. Di sisi lain jika perusahaan menyediakan bahan baku yang terlalu besar dibandingkan dengan kebutuhannya, maka akan timbul biaya penyimpanan di gudang dan terjadi penurunan dari segi kualitas bahan baku tersebut.

Untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi, perusahaan membutuhkan tenaga kerja untuk mengolahnya, dan hal ini akan menimbulkan Biaya Tenaga Kerja. Menurut (Iman, 2013:36) Biaya Tenaga Kerja adalah imbalan yang

diberikan perusahaan kepada tenaga kerja yang dapat dinilai dengan satuan uang atas pengorbanan yang diberikannya untuk kegiatan produksi. Biaya-biaya ini timbul sehubungan dengan penggunaan sumber daya manusia atau tenaga kerja tersebut dalam memproduksi suatu produk. Manajemen perusahaan sangat membutuhkan informasi biaya tenaga kerja yang tepat waktu dan akurat untuk dapat digunakan dalam mengambil sebuah perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan.

Perencanaan tenaga kerja merupakan langkah bagi pihak manajemen untuk proses penyusunan anggaran seperti rencana produksi, standar waktu jam kerja dan standar biaya yang telah ditetapkan. Proses pengendalian meliputi perbandingan antara biaya tenaga kerja yang sesungguhnya terjadi dengan biaya standar yang ditetapkan dimuka. Dalam pengambilan keputusan perencanaan tenaga kerja, manajemen membutuhkan data Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk penentuan harga, menambah produk baru, penggantian peralatan, dan sebagainya. Biaya tenaga kerja yang tetap atau relatif tidak berubah dan apabila berubah memiliki kenaikan yang rendah, hal ini juga memiliki pengaruh yang rendah terhadap penjualan suatu perusahaan.

Biaya *Overhead* Pabrik meliputi semua biaya lain yang harus terjadi dalam membuat suatu produk. Biaya *Overhead* Pabrik timbul akibat adanya pemakaian fasilitas untuk mengolah barang berupa mesin, alat-alat, tempat kerja, dan kemudahan lain. Semua biaya produksi selain dari bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung dikelompokkan sebagai Biaya *Overhead* Pabrik. Menurut (Bastian, 2013:227) *Overhead* Pabrik adalah bahan baku tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung serta biaya tidak langsung lainnya yang tidak dapat ditelusuri

secara langsung ke produk selesai atau tujuan akhir biaya. Istilah lain yang dapat digunakan untuk Biaya *Overhead* Pabrik adalah biaya produksi tidak langsung, yang terdiri atas tiga kelompok biaya, yaitu biaya bahan tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya produksi tidak langsung lainnya seperti air, listrik, telepon, asuransi, pajak, pemeliharaan, penyusutan dan lain-lain.

Jenis dan ukuran dari suatu bisnis dan juga jenis dan jumlah dari aneka produk yang dibuat akan menentukan pentingnya Biaya *Overhead* Pabrik sebagai komponen dari total biaya produksi. Kecenderungan otomatisasi yang lebih luas terjadi dengan adanya perkembangan kearah lingkungan manufaktur yang lebih modern, kemajuan teknologi dan kebutuhan adanya peralatan untuk mencegah polusi dan meningkatkan keselamatan kerja di pabrik, biaya Biaya *Overhead* Pabrik merupakan suatu bagian yang besar dari total biaya produksi. Berkembangnya fasilitas produksi yang diotomatisasi berguna untuk menentukan ukuran produksi berskala besar yang ekonomis dengan jenis produk yang sangat beraneka. Biaya *Overhead* Pabrik untuk investasi yang besar akan menjadi lebih besar, sedangkan Biaya tenaga kerja akan menurun. Dalam menentukan Biaya *Overhead* Pabrik pada suatu perusahaan haruslah dipertimbangkan hubungan yang terdapat antara biaya Biaya *Overhead* Pabrik dengan produk dan volume produksi.

Setelah perusahaan melakukan proses produksi dan menghasilkan barang jadi yang siap dijual kepada konsumen, Kegiatan berikutnya yang dilakukan adalah dengan memasarkan produk. Pemasaran suatu produk merupakan inti dari seluruh aktivitas bisnis, karena pemasaran merupakan penghubung antara perusahaan dengan konsumen. Salah satu kegiatan pemasaran adalah kegiatan

promosi. Promosi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan pada suatu perusahaan. Suatu produk membutuhkan promosi agar lebih dikenal oleh masyarakat. Kegiatan ini membutuhkan Biaya Promosi. Perusahaan mengeluarkan Biaya Promosi untuk mempromosikan produk yang dihasilkannya. Dengan dikeluarkannya Biaya Promosi perusahaan berharap akan dapat melakukan penjualan dalam skala yang lebih besar. Biaya Promosi adalah semua beban yang dikeluarkan guna keperluan promosi.

Promosi merupakan salah satu bidang dari kegiatan pemasaran yang pada umumnya dapat digunakan bagi perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan penjualan. Melalui kegiatan promosi penjualan, perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggan untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan pembelian tanpa rencana sebelumnya atau mengupayakan kerja sama yang lebih erat dengan pengecer.

Dalam melakukan kegiatan produksi, perusahaan memerlukan suatu pengorbanan biaya yang memadai. Dengan adanya Biaya Promosi diharapkan dapat menjangkau konsumen lebih luas dalam mencapai jumlah permintaan yang lebih banyak. Tanpa adanya promosi keberadaan suatu produk kurang mendapatkan perhatian dari konsumen atau bahkan konsumen tidak tahu sama sekali mengenai produk tersebut. Dengan strategi promosi yang terarah dan terkendali tentunya akan dapat meningkatkan penjualan.

Dari latar belakang tersebut maka penulis mengambil judul skripsi **“Pengaruh Biaya Bahan Baku Langsung, Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya *Overhead* Pabrik dan Biaya Promosi terhadap Penjualan pada**

perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat disusun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Beberapa perusahaan Manufaktur mengalami fluktuasi penjualan disetiap tahunnya.
2. Kenaikan beban dipemakaian bahan baku akan berdampak pada kenaikan beban pokok penjualan yang nantinya akan menyebabkan harga jual produk menjadi lebih tinggi.
3. Biaya tenaga kerja yang tetap atau relatif tidak berubah dan apabila berubah memiliki kenaikan yang rendah, hal ini juga memiliki pengaruh yang rendah terhadap penjualan suatu perusahaan.
4. Berkembangnya fasilitas produksi yang diotomisasi berguna untuk menentukan ukuran produksi berskala besar yang ekonomis dengan jenis produk yang sangat beraneka. Biaya *Overhead* Pabrik untuk investasi yang besar akan menjadi lebih besar, sedangkan Biaya tenaga kerja akan menurun.
5. Dengan strategi promosi yang terarah dan terkendali tentunya akan dapat meningkatkan penjualan.

1.3 Batasan masalah

Agar permasalahan yang dibahas tidak terlalu luas, maka ditentukanlah batasan masalahnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya meneliti perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan periode tahun 2013-2017.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Biaya Bahan Baku Langsung terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?
2. Apakah ada pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?
3. Apakah ada pengaruh Biaya *Overhead* Pabrik terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?
4. Apakah ada pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?
5. Seberapa besar pengaruh Biaya Bahan Baku Langsung, Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya *Overhead* Pabrik dan Biaya Promosi terhadap

Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Bahan Baku Langsung terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017
2. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Tenaga Kerja Langsung terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017
3. Untuk mengetahui pengaruh Biaya *Overhead* Pabrik terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017
4. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Biaya Bahan Baku Langsung, Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya *Overhead* Pabrik dan Biaya Promosi terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan tambahan referensi dibidang akuntansi biaya bagi pihak-pihak membutuhkan dan berminat untuk mengembangkannya dikemudian hari.

2. Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan bagi pihak manajemen suatu perusahaan dalam kebijakan bidang operasional perusahaan manufaktur dan pengelolaan efisiensi biaya produksi dan Biaya Promosi sebagai penegendalian biaya sehingga perusahaan dapat berproduksi dengan optimal.

b. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, bagi penulis dapat digunakan sebagai latihan dan penerapan disiplin ilmu yang diperoleh dibangku perkuliahan dan dapat menambah pengalaman dan wawasan tentang akuntansi biaya khususnya tentang pengendalian biaya produksi dan Biaya Promosi.