

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang masalah

Setiap perusahaan memiliki target atau tujuan yang ingin dicapai. Salah satu tujuan tersebut ialah untuk mendapatkan laba yang tinggi. Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai kinerja perusahaan. Agar diperoleh laba sesuai dengan yang dikehendaki, perusahaan perlu menyusun perencanaan laba yang baik. Hal tersebut ditentukan oleh kemampuan perusahaan untuk memprediksi kondisi usaha pada masa yang akan datang, serta mengamati kemungkinan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba.

Menurut Mulyadi (2012:10) perusahaan yang bertujuan untuk mencari laba mengolah masukan berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan keluaran berupa sumber ekonomi lain yang nilainya harus lebih tinggi daripada nilai masukannya. Dengan laba tersebut perusahaan akan memiliki kemampuan untuk berkembang dan tetap mampu mempertahankan eksistensinya sebagai suatu sistem dimasa yang akan datang. Menurut Zakiyudin (2013:29) laba merupakan selisih positif antara pendapatan dikurangi dengan beban yang merupakan dasar ukuran kinerja bagi kemampuan manajemen dalam mengoperasikan harta perusahaan.

Biaya merupakan salah satu sumber informasi dalam analisis strategik perusahaan. Pada dasarnya masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya. Oleh sebab itu untuk mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan. Menekan biaya produksi merupakan suatu pengendalian

biaya yang penting untuk dilakukan agar tidak terjadi pemborosan dan harus tetap memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan. Menurut Mulyadi (2012:14) biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Dengan semakin meningkatnya persaingan memperebutkan pasar, perhatian manajemen bergeser ke pemasaran produknya, karena kegiatan produksinya saja tidak akan menjamin dihasilkannya laba, jika pemasaran produknya tidak mampu merebut pasar. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut untuk memperluas perhatiannya di bidang promosi produknya.

Pemasaran dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, melakukan perkembangan terhadap perusahaan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba. Pemasaran berusaha mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen pasar targetnya. Suatu perusahaan memproduksi barang dengan kualitas yang baik, harga yang relatif murah dan tersebar di berbagai tempat, tetapi apabila calon pembeli tidak diberitahu adanya produk tersebut, diingatkan atau dibujuk untuk membelinya, maka produk tersebut tidak akan bisa laku dan segala sesuatu yang dilakukan akan sia-sia. Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli. Kegiatan promosi yang dilakukan pasti membutuhkan biaya. Biaya-biaya ini disebut dengan biaya promosi. Pengertian promosi menurut Saladin adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku

pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Agus & Jaya, 2015).

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan menurut Rustami & I Ketut & Wayan (2014) volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang melakukan kegiatan produksi untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi. PT Kalbe Farma Tbk merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selama lebih dari 40 tahun sejarah PT Kalbe Farma Tbk, pengembangan usaha telah gencar dilakukan melalui akuisisi strategis terhadap perusahaan-perusahaan farmasi lainnya, membangun merek-merek produk yang unggul, dan menjangkau pasar internasional dalam rangka transformasi Kalbe menjadi perusahaan produk kesehatan serta nutrisi yang terintegrasi dengan daya inovasi, strategi pemasaran, pengembangan merek, distribusi, kekuatan keuangan, keahlian riset dan pengembangan serta produksi yang sulit ditandingi.

Saat ini, PT Kalbe Farma Tbk adalah salah satu perusahaan farmasi terbesar di Asia Tenggara yang sahamnya telah dicatat di bursa efek dengan nilai kapitalisasi pasar di atas US\$1 miliar dan penjualan melebihi Rp7 triliun. Di tengah maraknya persaingan dengan perusahaan sejenis lainnya, PT Kalbe Farma Tbk melakukan terobosan dengan mendiferensiasikan diri dalam beberapa hal.

Untuk produk-produk yang diluncurkan, PT Kalbe Farma Tbk selalu meluncurkan produk-produk yang inovatif dan relatif memiliki diferensiasi dibandingkan para kompetitor. Dari sisi pemasaran, pada saat itu PT Kalbe Farma Tbk melakukan terobosan dengan memelopori pola-pola pemasaran yang dilakukan perusahaan multinasional yang sekarang dikenal dengan nama medical representative.

Berikut ini merupakan data perkembangan biaya produksi, biaya promosi serta volume penjualan dari tahun 2013- 2017 yang dikeluarkan PT Kalbe Farma Tbk:

Tabel 1.1 Tingkat Perubahan Biaya Produksi, Biaya Promosi, Volume Penjualan dan Laba PT Kalbe Farma Tbk Tahun 2013-2017 (Dalam Jutaan rupiah)

Tahun	Biaya Produksi	Biaya Promosi	Volume Penjualan	Laba
2013	Rp 4.098.718	Rp 1.411.588	Rp 16.002.131	Rp 1.970.452
2014	Rp 4.990.423	Rp 1.475.867	Rp 17.638.533	Rp 2.122.678
2015	Rp 5.015.206	Rp 1.528.982	Rp 17.887.464	Rp 2.057.694
2016	Rp 5.487.320	Rp 1.747.076	Rp 19.374.231	Rp 2.350.885
2017	Rp 5.723.547	Rp 1.770.001	Rp 20.182.120	Rp 2.453.251

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

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya produksi PT Kalbe Farma Tbk tahun 2014 mengalami peningkatan di bandingkan pada tahun 2013 yang hanya Rp 4.098.718, dengan biaya promosi yang mengalami meningkat juga sebesar Rp 1.475.867, volume penjualan dan laba PT Kalbe Farma Tbk meningkat menjadi Rp 17.638.533 dan Rp 2.122.678. Namun pada tahun 2015 laba perusahaan mengalami penurunan menjadi Rp 2.057.694 dan kenaikan volume penjualan menjadi Rp 17.887.464, pada tahun 2015 biaya produksi dan

biaya promosi juga mengalami peningkatan sebesar Rp 5.015.206 dan Rp 1.528.982. Sedangkan tahun 2016 volume penjualan juga mengalami kenaikan sebesar Rp 19.374.231 dan kenaikan laba sebesar Rp 2.350.885. tahun 2017 biaya produksi sebesar Rp 5.723.547, volume penjualan Rp 20.182.120 dan laba sejumlah Rp 2.453.251. Seharusnya naiknya volume penjualan membuat perusahaan mengalami kenaikan laba namun pada kenyataanya perusahaan justru mengalami penurunan laba pada tahun 2015.

Maka berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “ PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA “.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut:

1. Adanya peningkatan biaya produksi yang dikeluarkan tetapi tidak diiringi peningkatan laba.
2. Adanya peningkatan biaya promosi tetapi tidak sesuai dengan laba.
3. Adanya peningkatan yang signifikan pada volume penjualan tetapi tidak sesuai dengan laba.
4. Adanya fluktuasi pada laba.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan untuk menghindari meluasnya permasalahan maka pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini variabel yang akan digunakan adalah biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba.
2. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
3. Penelitian ini dilakukan pada periode 2013-2017.
4. Laba yang digunakan dalam laporan keuangan adalah laba tahun berjalan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Apakah biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara ilmiah penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan masalah biaya promosi, biaya produksi dan volume penjualan serta laba bersih perusahaan.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan sebagai berikut:
 - a. Untuk penulis diharapkan dapat menambah wawasan untuk mempraktekkan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan

sehingga penulis dapat menambah pengetahuan tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

- b. Untuk perusahaan diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi atau masukan untuk kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan laba perusahaan, biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan.
- c. Untuk akademisi, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi serta memberikan kontribusi pada pengembangan penelitian dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.