BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi dan hanya badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik yang akan bertahan. Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya.

Hal tersebut menuntut manajemen perusahaan untuk selalu meningkatkan promosi maupun strategi-strategi pemasaran yang digunakan dengan tujuan memperoleh keuntungan-keuntungan sesuai dengan target perusahaan. Salah satu tujuan utama berdirinya setiap badan usaha atau perusahaan adalah memperoleh laba.

Menurut Wild dan Subramanyam (2014:25), menyatakan bahwa pengertian laba adalah sebagai berikut: “Laba (*earnings*) atau laba bersih (*net income*) mengindikasikan profitabilitas perusahaan. Laba mencerminkan pengembalian kepada pemegang ekuitas untuk periode bersangkutan, sementara pos-pos dalam laporan merinci bagaimana laba didapat”.

Pada umumnya kinerja perusahaan diukur dan dievaluasi berdasarkan laba yang diperoleh. Oleh karena itu, banyak manajer melakukan manajemen laba agar kinerja mereka terlihat baik. Tindakan tersebut dapat merugikan pemegang saham. Pemegang saham mengharapkan kinerja perusahaan mengalami peningkatan yang ditandai dengan peningkatan laba karena peningkatan laba akan meningkatkan pengembalian kepada pemgang saham. Dengan mengetahui pertumbuhan laba yang diperoleh perusahaan, pemakai laporan keuangan akan mengetahui terjadi peningkatan atau penurunan kinerja keuangan suatu perusahaan.

Menurut Francis Tantri dan Thamrin (2016:3) Penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran

Perusahaan tidak mampu berkembang saat dalam penjualan produk yang dihasilkan tidak mampu bersaing. Jika terjadi sesuatu pada perusahaan yang mampu terus meningkat penjualan, maka perusahaan mampu terus meningkatkan penjualan, maka perusahaan mampu bersaing dengan kompetitornya.

Penjualan salah satu faktor yang mempengaruhi laba dan merupakan sumber pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan akan semakin besar keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Kegiatan ini merupakan pemasukan utama yang harus dikelola dengan baik agar tidak merugikan perusahaan.

Tujuan utama penjualan adalah untuk membawa keuntungan dari produk atau barang yang diproduksi oleh produsen dengan manajemen yang baik. Dalam praktiknya, penjualan itu sendiri tidak bisa dilakukan tanpa pelaku yang bekerja didalamnya seperti pedagang, agen, dan tenaga pemasaran.

Penjualan tersebut dilakukan untuk mencari pembeli, pengaruhnya dan memberi pembeli kebutuhan sesuai dengan produksi yang ditawarkan dan mengadakan kesepakatan yang ditawarkan mengenai harga yang dapat menguntungkan kedua belah pihak.

Penjualan dianggap semakin besar usaha-usaha yang dikeluarkan dalam marketing untuk penawaran yang ada, akan semakin besar pula penjualannya. sebagai contoh, semakin banyak biaya periklanan, kunjungan penjualan, semakin rendah tingkat harga, dan semakin tinggi tingkat kualitasnya, maka akan semakin besar volume penjualannya.

Unsur lain yang mempengaruhi laba perusahaan adalah biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk mengolah bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku adalah nilai uang dari bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, biaya tenaga kerja langsung adalah upah dari tenaga kerja yang mengerjakan produksi dan biaya overhead pabrik adalah biaya produksi yang

tidak masuk dalam biaya bahan baku maupun biaya tenaga kerja langsung. Apabila suatu perusahaan juga memiliki departemen-departemen lain selain departemen produksi maka semua biaya yang terjadi di departemen pembantu tersebut (termasuk biaya tenaga kerjanya) dikategorikan sebagai biaya overhead pabrik.

Dari faktor diatas, biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh. Biaya merupakan komponen penting yang harus dipertimbangkan dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Berdasarkan fungsinya biaya dapat dikelompokkan menjadi biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Menurut Kautsar dan mochammad Farid (2016:28) Biaya adalah kas atau nilai equivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi

Kemampuan perusahaan dalam mentetapkan biaya produksi yang tepat akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh. Biaya produksi memiliki hubungan yang negatif dengan laba. Jika terjadi peningkatan biaya produksi sementara hasil penjualan tetap maka laba menurun sebaliknya apabila terjadi penurunan biaya produksi sementara hasil penjualan tetap maka laba naik. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Biaya produksi tersebut menjadi penentu besarnya harga jual suatu produk yang nantinya akan mempengaruhi besarnya laba yang diperoleh. Sebelum harga jual ditetapkan bagian pembelian harus menghitung perkiraan harga bahan baku dan menetapkan harga standar sebagai harga patokan, dengan demikian harga jual akan ditetapkan menjadi harga yang wajar. Penentuan harga jual merupakan hal penting dalam suatu perusahaan karena merupakan dasar dalam penentukan keuntungan yang diharapkan. Penentuan harga jual juga mempengaruhi kehidupan perusahaan. Penentuan harga jual yang terlalu tinggi

akan menyebabkan konsumen beralih pada perusahaan pesaing yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas barang atau jasa yang relatif sama. Hal ini menyebabkan perusahaan memperoleh kerugian jangka panjang yaitu kehilangan konsumen yang secara otomatis akan mengurangi perolehan laba perusahaan. Sedangkan penentuan harga jual yang terlalu rendah menyebabkan perusahaan mengalami kerugian karena harga jual barang atau jasa tidak bisa menutupi seluruh biaya produksi.

Pembelian bahan baku dengan harga yang terlalu tinggi mengakibatkan peningkatan biaya produksi yang kemudian dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Sebaliknya pembelian bahan baku dengan harga yang rendah meskipun dapat menguntungkan perusahaan akan tetapi dapat menimbulkan masalah dimasa yang akan datang yaitu perusahaan kesulitan dalam mentetapkan standar pembelian dan penjualan jika harga pembelian tiba-tiba naik. Harga jual merupakan satu hal penting dimana harga merupakan suatu komponen besar dari kepuasan konsumen, dan harga adalah suatu nilai produk yang dirasakan oleh konsumen. Harga jual adalah seluruh biaya yang dikeluarkan ditambah keuntungan yang wajar.

Bagi perusahaan penentuan harga jual produk bukan hanya kebijakan dibidang pemasaran atau bidang keuangan melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Suatu jenis produk yang dihasilkan oleh banyak perusahaan barang kali dalam penentuan harga jualnya relatif tidak banyak dijumpai masalah. Dalam keadaan tersebut pada umumnya masing-masing perusahaan tidak dapat secara langsung mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual produk yang dihasilkannya. Harga jual lebih banyak ditentukan oleh kekuatan antara permintaan dan penawaran produk tersebut dipasarkan. Sebaliknya, bagi perusahaan yang dihadapkan pada masalah bagaimana menentukan harga jual produk yang dihasilkannya. Dalam jangka panjang harga jual produk yang ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan dan menghasilkan laba bagi perusahaan.

Dengan demikian manager sebagai penetu harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produk dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, karenanya sangat penting memperhitungkan biaya produksi dan

menetapkan harga jual produk dengan tepat untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Biaya sebagai penurunan *gross* dalam *asset* atau kenaikan *gross* dalam kewajiban yang diakui dan dinilai menurut prinsip akuntansi yang diterima yang berasal dari kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan.

Dalam bisnis, kapasitas untuk menghasilkan laba biasanya merupakan tujuan yang paling penting bagi semua perusahaan termasuk perusahaan obat-obatan yang berada di Indonesia. PT Novell Pharmaceuticall merupakan perusahaan yang kegiatannya mengolah bahan baku kimia menjadi obat yang siap untuk digunakan oleh masyarakat. Suatu perusahaan untuk dapat melangsungkan aktivitas operasinya harus berada dalam keadaan yang menguntungkan/*profitable*. Tanpa adanya keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan diminati sahamnya oleh investor.

Profitablitas penting artinya bagi perusahaan. Suatu organisasi harus dalam keadaan *profitable* agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Karena tanpa adanya laba sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari pihak luar, dalam rangka menjaga kelancaran operasi dan meningkatkan usaha.

Profitabilitas menunjukan kemampuan perusahan dalam memperoleh laba dan sejauh mana efektivitas pengelolaan perusahaan oleh manajemen untuk memperoleh laba. Analisis terhadap profitabilitas memberikan gambaran kepada para analisi mengenai kegiatan operasional perusahaan masa lalu dan memberikan informasi untuk memperkirakan hasil-hasil yang diharapkan pada masa yang akan datang.

Bagi para pemilik modal, analisis profitabilitas ini digunakan untuk memperkirakan berapa tingkat pengembalian yang akan diterimanya. Bagi para kreditur, analisis profitabilitas penting untuk mengetahui perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba yang memadai merupakan sumber dana yang dapat digunakan untuk membayar bunga dan pokok pinjaman. Sedangkan manajemen berkepentingan terhadap profitabilitas untuk menilai kinerja atas prestasi yang didapat. Angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah laba bersih (*net profit*). Jumlah ini merupakan kenaikan bersih terhadap modal. Sebaliknya, apabila

perusahaan rugi, angka terakhir dalam laporan laba rugi adalah rugi bersih (*net loss*).

Agar suatu perusahaan dapat terus menerus dalam keadaan *profitable* manajemen harus menggunakan sumber daya yang dimilikinya dengan optimal, produktif dan seefisien mungkin untuk menghasilkan pendapatan. Selain itu dibutuhkan kecermatan dalam pengendalian biaya-biaya yang harus dikeluarkan perusahaan agar menghasilkan laba yang maksimal. Laba sdalah jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan.

Berdasarkan uraian di atas, judul yang diangkat untuk penelitian ini adalah "**ANALISIS PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN PENJUALAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN (Studi Kasus Pada PT Novell Pharmaceuticall Cabang Jakarta).**"

B. Rumusan Masalah

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

1. Apakah ada pengaruh signifikan pada biaya produksi yang dikeluarkan oleh PT dengan peningkatan laba selama periode tahun 2016, 2017, 2018?
2. Apakah ada pengaruh signifikan pada penjualan PT dengan peningkatan laba selama periode tahun 2016, 2017, 2018?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan pada biaya produksi yang dikeluarkan oleh PT dengan peningkatan laba selama periode tahun 2016, 2017, 2018.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan pada penjualan PT dengan peningkatan laba selama periode tahun 2016, 2017, 2018.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

   Penelitian ini dapat memberi tambahan pengetahuan baru dalam hal mengenai pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba perusahaan dan juga sebagai bahan referensi dalam ilmu pendidikan sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan.

2. Bagi Regulator

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam peninjauan kebijakan perusahaan terkait pentingnya pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap laba perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

   Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen di masa yang akan datang.