

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Penelitian

Hakikatnya perusahaan dibentuk dalam tujuan memperoleh keuntungan secara maksimal sehingga menjamin kelengkapan dan kesuksesan perusahaan, agar mengusahakan perkembangan perusahaan tersebut. Sehingga keuntungan yang diperoleh digunakan sebagai ukuran terhadap keberhasilan perusahaan pada proses kegiatan sesuai standart operasinya, maka perusahaan akan dapat mempertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

Laba yaitu suatu keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan karena telah menjual produk berupa barang atau jasa dan selisih antara pendapatan dan biaya keluar saat membuat suatu produk. Dengan adanya laba, maka suatu perusahaan dapat terus berjalan dan melakukan kegiatannya dengan lancar bahkan dapat terhindar dari kebangkrutan.

Biaya-biaya diperoleh dari kegiatan mengelola produk untuk mempengaruhi omset penjualan yang akan mempengaruhi terhadap laba perusahaan.

Faktor penting yang perlu jadi perhatian saat sebuah perusahaan akan memproduksi barang, yakni biaya produksi. Biaya yang diperoleh pada saat produksi yang tersusun atas biaya overhead, bahan baku, dan tenaga kerja. Hal tersebut dipengaruhi oleh setiap perusahaan mengharapkan laba yang cukup besar karena pada saat pelaksanaan produksi yang mengakibatkan biaya yang timbul akan dimanfaatkan untuk mengukur keuntungan perusahaan. Biaya produksi juga dapat dimanfaatkan dalam menentukan tingkat besaran harga jual yang dapat berpengaruh terhadap besarnya keuntungan yang akan didapatkan perusahaan.

Maksud dalam membangun suatu perusahaan salah satunya yakni memperoleh laba. Maka agar mendapatkan dan memaksimalkan laba perlu dilakukan kegiatan

promosi. Sebab kegiatan promosi selain dapat menyebarkan informasi, memperkenalkan produk atau jasa ke pihak lain, membujuk/mempengaruhi orang lain supaya membeli produk atau jasa dari perusahaan juga mampu menambah volume penjualan, yang artinya hal tersebut dapat meningkatkan laba perusahaan. Kegiatan promosi barang/jasa dapat dilaksanakan dengan cara yang bermacam-macam, seperti melakukan diskon kepada produk tertentu, membuat papan reklame, lewat *social media* seperti facebook, media cetak seperti koran atau majalah, radio, ataupun melalui iklan di televisi, dll.

Sebagian dari kegiatan promosi tersebut pasti ada yang membutuhkan biaya. Biaya promosi sangat dibutuhkan supaya periklanan dapat dilaksanakan sebaik mungkin dan efektif sehingga sukses menarik minat para calon pembeli serta melakukan pembelian jasa maupun produk yang dipromosikan.

Besar kecilnya volume penjualan adalah faktor yang berpengaruh seberapa besar keuntungan yang didapat perusahaan, sebab volume penjualan secara langsung menunjukkan jumlah barang jasa yang telah terjual, selain itu besar kecilnya volume penjualan juga bisa mempengaruhi besar kecilnya jumlah produksi suatu produk atau jasa dan dapat menentukan tingkat besaran biaya produksi.

Besar kecilnya volume penjualan memiliki peranan penting untuk perusahaan supaya memenuhi target keuntungan dan keberlangsungan hidup perusahaan dapat terjaga dengan baik. Semakin besar volume penjualan berbanding lurus dengan keuntungan yang akan didapat, serta apabila volume penjualan bertambah kecil maka keuntungan yang didapat oleh perusahaan akan semakin kecil juga.

Ditinjau dari permasalahan tersebut maka peneliti memiliki ketertarikan dalam membuat penelitian mengenai “ **PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI, DAN VOLUME PENJUALAN TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2016-2019**”.

I.2 TINJAUAN PUSTAKA

Biaya Produksi

Biaya produksi menurut Harnanto (2017) memiliki definisi sebagai biaya yang terkadung dan melekat ke sebuah produk, meliputi keseluruhan biaya langsung ataupun tidak langsung yang bisa diartikan dengan proses pengolahan bahan mentah untuk dijadikan produk jadi.

Dari Rustami et al (2014) mengartikan biaya produksi sebagai sebuah biaya yang muncul karena kaitanya pada aktifitas mengolah bahan mentah menjadi produk jadi.

Sedangkan dari Mulyadi (2014:14) mengartikan kalau biaya produksi menjadi biaya yang muncul karena aktivitas pengolahan bahan baku untuk dijadikan produk jadi. Umumnya biaya produksi terbagi kedalam *Factory overhead cost*, *raw material cost*, dan *direct labor cost*.

Rumusan dari biaya produksi yang dikemukakan oleh Mulyadi (2014:40) adalah seperti dibawah:

Raw Material Cost	xxx
Direct Labor Cost	xxx
Factory Overhead Cost	<u>xxx +</u>
Production Cost	xxx

Biaya Promosi

Dari Sahabuddin (2016) menjelaskan kalau biaya promosi yakni nilai ekonomi yang dikorbankan oleh perusahaan dalam melaksanakan promosi produknya.

Pendapat dari Rangkuti (2009) kalau biaya promosi untuk *marketing* dan *selling* yang terseusun atas, keseluruhan biaya yang diperoleh

Untuk jaminan layanan bagi para pelanggan untuk penyampaian produk dan jasa secara langsung ke tangan pembeli maupun konsumen.

Dari Swastha (2005:86) berpendapat kalau biaya promosi yakni biaya yang dipakai untuk proses arus persuasi maupun informasi searah yang diciptakan dalam memberikan arahan ke seseorang (organisasi ke aktivitas yang memunculkan proses pertukaran maupun pemasaran)”.

Volume Penjualan

Dari Swastha (2005:65) menjelaskan kalau volume penjualan yakni penjualan bersih dari laporan keuntungan perusahaan.

Kemudian pendapat dari Kardaniata Abas (2009:28) bahwa volume penjualan yakni jumlah produk yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan dikonsumsi pelanggan.

Menurut Daryanto (2011:187) mengemukakan pendapatnya mengenai volume penjualan seperti dibawah:

“Volume penjualan ialah ukuran yang menunjukkan seberapa besar dan banyaknya barang maupun jasa yang dijual”.

Rumus dari volume penjualan yang dikemukakan Daryanto (2011:178) seperti dibawah:

$$\boxed{\text{Volume Penjualan} = \text{Total Penjualan}}$$

Laba Bersih

Menurut Budi Rahardjo (2007:87) mengemukakan bahwa laba bersih yakni seperti dibawah:

“laba setelah pajak penghasilan atau laba bersih didapatkan melalui mengurangi laba sebelum kena pajak pada laba yang seharusnya dibayar perusahaan”.

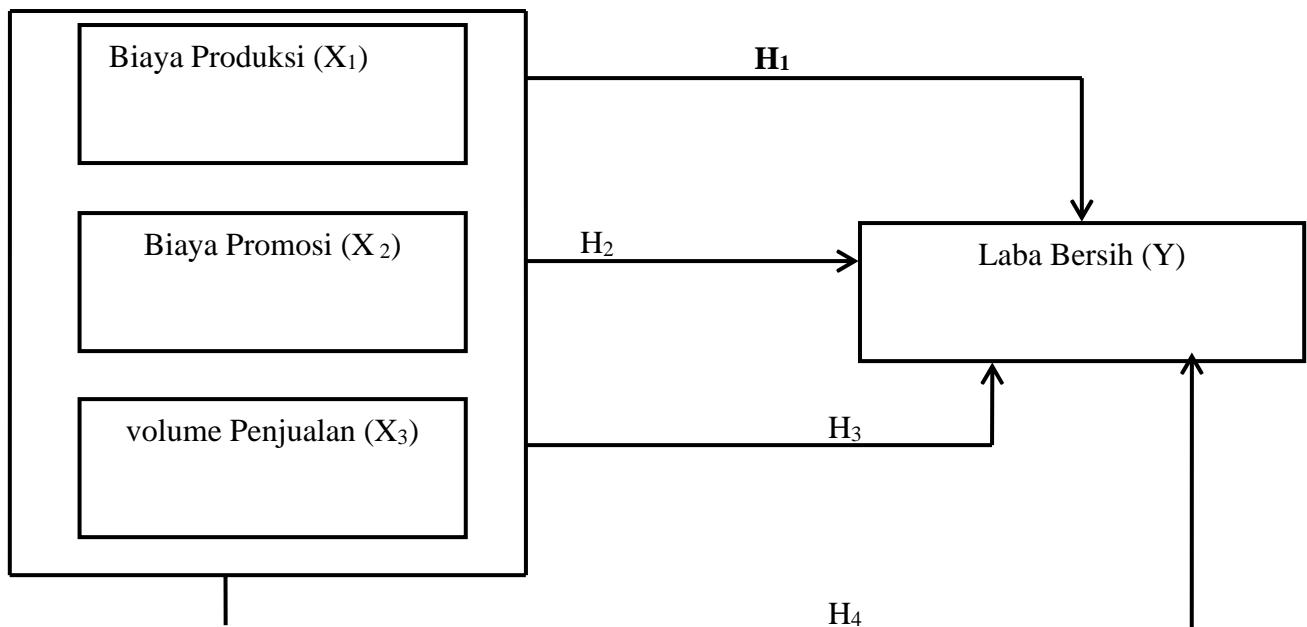
Pengukuran laba bersih dapat menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Budi Rahardjo (2007:83) seperti dibawah:

$$\boxed{\text{Laba Bersih} = \text{Laba Sebelum Pajak} - \text{Pajak Penghasilan}}$$

Pendapat dari Kasmir (2012) laba bersih yakni laba yang sudah dilakukan pengurangan atas biaya termasuk pajak yang menjadi beban perusahaan untuk sebuah periode.

Menurut Mia Lasmi Wardiyah (2017:266), Laba bersih yakni nominal *final* pada penghitungan laba rugi yang didapatkan dari laba operasional ditambahkan dengan keuntungan lain-lain kemudian dikurangkan dengan biaya lainnya.

Kerangka Konseptual



Sumber : hasil olahan penulis (2021)