

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi sekarang ini tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi. Badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik yang akan bertahan. Perusahaan haruslah melalui perjuangan dan didukung dengan perencanaan yang matang dalam menghadapi berbagai masalah dan rintangan yang timbul, seperti masalah operasional, keuangan, maupun masalah pemasaran dari produk yang diproduksi (Putra, 2014).

Perusahaan merupakan salah satu sarana yang dapat menunjang program pemerintah di berbagai sektor perekonomian. Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ini akan membawa dampak persaingan perdagangan yang ketat, terutama pada perusahaan sejenis. Perusahaan dituntut bekerja lebih efisien supaya dapat tetap bertahan dalam bidangnya masing-masing. Tujuan perusahaan walaupun yang satu dengan yang lainnya belum tentu sama, tetapi pada umumnya tujuan perusahaan terutama adalah memperoleh laba yang sebesar-besarnya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Rustami et al (2014) Perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing, dan meminimalkan biaya-biaya untuk mencapai laba yang maksimal. Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan

sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai kinerja perusahaan.

Menurut Kotler (2012:30) dalam mekanisme pasar, faktor-faktor yang paling utama mempengaruhi hasil penjualan adalah faktor produk, harga, promosi penjualan dan distribusi. Masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Sehingga untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan.

Masalah persaingan antar perusahaan mengharuskan perusahaan harus terus menerus melakukan perbaikan dalam mutu barang dan layanan serta efisiensi dalam menekan biaya produksi sehingga harga penjualan produk tetap dapat bersaing. Penghasilan perusahaan manufaktur yang diperoleh dari hasil penjualan produk yang diolah sendiri dalam hal ini perusahaan harus mengolah terlebih dahulu bahan baku melalui proses produksi menjadi barang yang siap dijual, oleh karena itu, menurut Putra (2014) untuk memperoleh laba yang maksimal perusahaan manufaktur harus benar-benar memperhatikan biaya produksi, sehingga harga pokok produksi dapat ditentukan dengan tepat. Hal ini didukung oleh Rustami et al (2014) yang menyatakan bahwa kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh. Rustami et al (2014) menerangkan bahwa jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya volume penjualan, maka diharapkan laba meningkat, sedangkan jika biaya produksi meningkat tetapi volume

penjualan menurun dan kurangnya promosi, maka laba akan menurun. Sedangkan Ibrahim (2014) berpendapat bahwa biaya besar tidak menjamin perusahaan akan memiliki tingkatan penjualan besar, namun efisiensi biaya akan menguntungkan perusahaan dalam penetapan harga jual produk dan menciptakan kestabilan volume penjualan perusahaan.

Kurniadi (2010) menyatakan bahwa persoalan yang dihadapi oleh para pengusaha sekarang ini tidak hanya bagaimana usahanya untuk meningkatkan hasil produksinya, tapi yang lebih penting adalah bagaimana cara menjual barang yang diproduksi tersebut. Persaingan tersebut meliputi persaingan dalam hal penentuan harga, kualitas produk, volume penjualan dan kegiatan distribusi yang cepat dan tepat. Persaingan ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang, dan mendapatkan laba.

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh pendapatan ditentukan juga oleh volume penjualan barang. Volume dapat diartikan sebagai kapasitas, dimana kapasitas menurut Murdifin dan Nurjamamuddin (2012), kapasitas dapat diartikan sebagai jumlah unit produk yang dapat ditangani, diterima, disimpan, atau diakomodasi dalam waktu tertentu. Dengan begitu, volume penjualan dapat diartikan sebagai tingkat atau seberapa besar perusahaan mampu menjual produknya ke konsumen.

Disamping faktor volume penjualan, faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah kualitas produk. Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas

menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar.

Salah satu aktifitas dalam menciptakan kualitas agar sesuai standar yang telah ditetapkan adalah dengan menerapkan sistem pengendalian kualitas yang tepat, mempunyai tujuan dan tahapan yang jelas, serta memberikan inovasi dalam melakukan pencegahan dan penyelesaian masalah-masalah yang dihadapi perusahaan (Gaspersz, 2005). Kegiatan pengendalian kualitas dapat membantu perusahaan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya dengan melakukan pengendalian terhadap tingkat kerusakan produk sampai pada mencapai terbaik dengan melakukan perbaikan secara terus menerus.

PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. merupakan salah satu perusahaan besar yang sangat terkenal di Indonesia. Perusahaan ini bergerak di bidang pengolahan makanan dan minuman yang didirikan pada tahun 1971 dan memiliki cabang hampir di semua daerah di Indonesia dengan mencanangkan suatu komitmen untuk menghasilkan produk makanan olahan bermutu, aman, dan halal untuk dikonsumsi. Aspek kesegaran, higienis, kandungan gizi, rasa, praktis, aman dan halal dikonsumsi senantiasa menjadi prioritas Indofood untuk menjamin mutu produk yang selalu prima.

Menurut Laporan Keuangan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk di Bursa Efek Indonesia, pada tahun 2015 terdapat fenomena yang terjadi pada

PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk., mencatat Profitabilitas (*Return on Asset*) turun 19,01% dari tahun sebelumnya yang mendapatkan 20,16%. PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. telah melakukan upaya efisiensi biaya produksi, serta menurunkan komponen biaya lainnya, termasuk biaya persediaan dan karyawan juga memberikan kontribusi terhadap penurunan beban pokok pendapatan. Perusahaan senantiasa berupaya meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya-biaya namun tetap saja laba bersih yang dihasilkan mengalami penurunan. Melemahnya pendapatan tersebut dikarenakan volume penjualan menurun (www.wartaekonomi.co.id. Diakses pada 14 Juni 2020). Fenomena lain yang terjadi pada perusahaan yang sama yaitu PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. ditahun yang berbeda yaitu tahun 2016, perusahaan yang berbasis bisnis pada produksi makanan ini mengalami kenaikan sebesar 22,56% (www.idx.co.id. Diakses pada 14 Juni 2020)

Penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini adalah yang dilakukan oleh Putu Rustami, I Ketut Kirya dan Wayan Cipta (2014) penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatung menghasilkan kesimpulan bahwa Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Penelitian lain dilakukan oleh Zakaria (2017) untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan menghasilkan kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Signifikan

positif berarti arah hubungan antara biaya produksi, volume penjualan, kualitas produk dengan laba berbanding lurus. Apabila biaya produksi, volume penjualan, kualitas produk meningkat maka menyebabkan peningkatan pula terhadap laba bersih perusahaan.

Adapun perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh I Ketut Kirya dan Wayan Cipta (2014) adalah terletak pada variabel independen. Penelitian ini menggunakan variabel biaya produksi, volume penjualan dan kualitas produk. Sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan variabel Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan. Objek penelitian ini adalah PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Sedangkan objek penelitian sebelumnya adalah Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatu. Selanjutnya, penelitian ini dilakukan pada tahun 2020 sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2014.

Berdasarkan paparan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh biaya produksi, volume penjualan dan kualitas produk terhadap laba. Oleh karena itu, penelitian ini akan dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“PENGARUH BIAYA PRODUKSI, VOLUME PENJUALAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LABA (Studi Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.)”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Biaya Produksi berpengaruh terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.?
2. Apakah Volume Penjualan berpengaruh terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.?
4. Apakah Biaya Produksi, Volume Penjualan dan Kualitas Produk berpengaruh bersama-sama terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
2. Untuk mengetahui pengaruh Volume Penjualan terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

4. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi, Volume Penjualan dan Kualitas Produk bersama-sama terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, penelitian ini diharapkan bisa sebagai referensi untuk menambah pengetahuan para akademisi mengenai pengaruh Biaya Produksi, Volume Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Laba.
2. Bagi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk., dengan penelitian ini PT. Indofood Sukses Makmur Tbk diharapkan dapat menemukan pengaruh Biaya Produksi, Volume Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Laba.
3. Bagi peneliti, penelitian ini semoga dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan dan memberikan keyakinan mengenai pengaruh Biaya Produksi, Volume Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.
4. Bagi penelitian yang akan datang, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh Biaya Produksi, Volume Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Laba pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.