

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri rokok merupakan industri yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional kita. Karena cukai rokok menjadi salah satu sumber pendapatan yang besar bagi Indonesia, yang kemudian digunakan untuk pembangunan negara dalam berbagai bidang. Kemenperin mencatat, pendapatan negara dari Industri Hasil Tembakau (IHT) yang berasal dari cukai dan pajak setiap tahunnya mengalami peningkatan. Kontribusi IHT pada tahun 2016 memberikan pembayaran cukai sebesar Rp138,69 triliun atau 96,65 persen dari total cukai nasional.

Namun meskipun memberikan kontribusi yang besar bagi pendapatan negara, pihak pemerintah juga terus melakukan pembatasan pada industri rokok. Kebijakan cukai atau pajak atas rokok merupakan salah satu cara pemerintah untuk membatasi industri rokok. Selain itu cara yang digunakan pemerintah adalah mengurangi promosi perusahaan rokok. Renaldy Effendy, analis PT KDB Daewoo Securities mengatakan industri rokok menghadapi kesulitan lantaran potensi pendapatan pajak yang tinggi, yakni 10% dari pajak rokok dan 8,7% pajak cukai (berdasarkan anggaran 2015). Selain itu, regulasi yang ketat dengan membatasi periklanan, baik melalui televisi dan cetak juga mempunyai pengaruh yang signifikan. Kendala lain yang dihadapi perusahaan rokok beberapa tahun belakangan ini adalah naiknya beban penjualan. Disebutkan PT Gudang Garam Tbk mencatat beban pokok penjualan mencapai Rp51,8 triliun dari Rp44,56

triliun pada 2013. Kenaikan beban pokok penjualan disebabkan oleh biaya produksi yang semakin meningkat akibat kenaikan bahan baku. Pada 2014, biaya produksi bahan baku tercatat Rp13,85 triliun atau naik dari periode sebelumnya yang tercatat Rp11,49 triliun. Walaupun perusahaan mencatat adanya kenaikan beban-beban dikarenakan naiknya biaya produksi dan kebijakan cukai, perusahaan tetap mengalami kenaikan laba. Perseroan meraup laba kotor pada periode 2014 senilai Rp13,37 triliun dari periode sebelumnya Rp10,87 triliun. Laba usaha tercatat Rp8,57 triliun atau naik 28,10% dari Rp6,69 triliun (Market.Bisnis.com, 2018).

Secara umum tujuan dari setiap perusahaan adalah untuk mencapai laba yang maksimum. Laba merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan yang berorientasi pada laba, karena biasanya keberhasilan dari suatu perusahaan tersebut dilihat dari jumlah laba yang diperolehnya pada periode tertentu. Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Sedangkan laba bersih (*net income*) adalah selisih lebih semua pendapatan dan keuntungan terhadap semua beban dan kerugian dan merupakan kenaikan bersih terhadap modal (Soemarso, 2009).

Laba merupakan elemen yang menjadi perhatian pemakai laporan keuangan karena angka laba diharapkan dapat mempresentasikan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dengan kata lain, laba sering dijadikan sebagai acuan penilaian berhasil atau tidaknya kinerja ekonomi suatu perusahaan (Taopik dan Eris, 2016).

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 yang penuh ketidakpastian, serta mengamati kemungkinan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan yaitu biaya, harga jual dan volume penjualan atau produksi (Halim & Supomo, 2009).

Dari beberapa faktor tersebut, biaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh. Di dalam arti yang luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyadi, 2012). 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 (Mulyadi, 2012).

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang melakukan kegiatan produksi untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi. Sudah tentu perusahaan-perusahaan ini berusaha untuk mencapai laba yang maksimum. Jika perusahaan memperoleh laba yang maksimal maka pertumbuhan positif akan terjadi. Jika pertumbuhan positif terjadi maka perusahaan akan mengalami perkembangan. Adanya laba yang maksimal memiliki dana untuk pengembangan aktivitas perusahaan dan pada akhirnya akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan (Putra, 2014). Oleh karena itu untuk memperoleh laba yang maksimal

perusahaan manufaktur harus benar-benar memperhatikan biaya produksi, sehingga harga pokok produk dapat ditentukan dengan tepat (Haryono, 2009:403).

Seperti yang telah disebutkan di atas, kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi yang tepat akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh. Biaya produksi memiliki hubungan negatif dengan laba. Jika terjadi peningkatan biaya produksi sementara hasil penjualan tetap maka laba akan turun dan sebaliknya, apabila terjadi penurunan biaya produksi sementara hasil penjualan tetap maka laba akan naik (Mulyadi, 2012).

Hasil penelitian terdahulu berdasarkan Jurnal oleh Agus Putranto (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Wonosobo Kabupaten Wonosobo)” menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rustami, et.al (2014) Fadillah (2015), Agus (2017), Nakman dan Dwi (2008), Melisa (2012), Rahmawati, et.al (2014) juga menyatakan hasil serupa. Namun hasil penelitian berbeda dikemukakan oleh Dwi (2017), Sayyida (2014), dan Haloho (2006) yang menyatakan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh terhadap laba bersih 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, promosi dan kegiatan distribusi yang cepat dan

tepat. Persaingan ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang, dan mendapatkan laba.

Menurut Bukhari Alma (2009:179) promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan menarik minat konsumen. Promosi pemasaran terdiri dari lima cara komunikasi utama (Webster, 1992:1-17) yaitu iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemberitaan, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung.

Promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai pastinya membutuhkan biaya. Biaya-biaya ini disebut dengan biaya promosi. Promosi juga berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk sasaran untuk membelinya (Rustami et.al, 2014).

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rustami et al (2014) dengan judul penelitiannya “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa biaya promosi mempunyai pengaruh secara parsial terhadap laba. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Taopik Firmansyah dan Eris Darsawati (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Biaya Tenaga Kerja dan Biaya Promosi Terhadap Tingkat Laba Bersih Perusahaan Pada PD. Mochi Lampion Kaswari Periode 2012-2014” mempunyai hasil yang

berbeda. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara biaya promosi terhadap laba bersih.

Dengan latar belakang dan fenomena yang telah dikemukakan diatas, maka Penulis tertarik untuk membahas tentang pengaruh biaya produksi, biaya pomosi dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan dengan mengambil judul **”Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2016”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah yang dapat diambil adalah:

1. Apakah biaya produksi mempengaruhi Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah biaya promosi mempengaruhi Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah biaya produksi dan biaya promosi secara simultan mempengaruhi Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk melihat pengaruh biaya produksi terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk melihat pengaruh biaya promosi terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk melihat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi secara simultan terhadap Laba Bersih Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini sangat diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Manfaat bagi akademisi:
 - Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar pengembangan penelitian selanjutnya terutama untuk perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Akuntansi.
 - Penelitian ini sangat berguna untuk memberikan wawasan tentang ilmu keuangan. Penelitian ini, merupakan penelitian murni yang dilakukan dalam kerangka akademis dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan. Dan juga penelitian ini

diharapkan mampu memberikan manfaat untuk jangka panjang kedepan.

2. Manfaat bagi praktisi bisnis:

- Bagi manajemen perusahaan, penelitian ini berguna untuk memberikan informasi ilmiah dalam rangka melakukan analisis, prediksi dan pengambilan keputusan.

3. Manfaat bagi Pemerintah dan Investor:

- Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan didalam menilai kinerja manajemen perusahaan sehingga dapat membantu pengambilan keputusan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

