

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi saat ini tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi dan hanya badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik akan bertahan. Dalam persaingan usaha yang semakin kompetitif perusahaan dituntut untuk semakin efisien dalam menjalankan aktivitasnya terlebih dalam kondisi ekonomi saat ini yang penuh dengan ketidakpastian. Dengan semakin banyaknya pesaing dalam dunia usaha yang sama membuat konsumen mempunyai banyak pilihan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihan produk yang diinginkannya. Keadaan seperti ini sudah tentu dapat mempengaruhi volume penjualan produk pada suatu perusahaan dan tentu juga berpengaruh pada laba yang didapatkan oleh perusahaan bersangkutan.

Dilihat dari segi globalisasi persaingan lebih tajam karena untuk masuk ke dalam pasar global, banyak faktor-faktor yang harus ditingkatkan dan diperbaiki. Faktor-faktor tersebut adalah kualitas, ketepatan waktu, dan tentu saja modal. Persaingan global yang dihadapi perusahaan tersebut memaksa para manajemen perusahaan untuk mengambil keputusan yang berkualitas berdasarkan fakta-fakta yang ada. Kondisi ekonomi negara yang terus memburuk ditambah dengan krisis yang berkepanjangan, mengakibatkan banyak perusahaan yang mengalami kemunduran, dan berakhir bangkrut. Salah satu yang kena imbas dari krisis ialah sektor industri sejalan dengan turunnya laju pertumbuhan sektor industri dan jasa

yang terkena imbas krisis, persaingan antar industri sejenis pun menjadi sangat kompetitif.

Berhasil atau tidaknya pencapaian perusahaan, bergantung pada manajemen perusahaan tersebut, apakah manajemen suatu perusahaan sudah mampu mencapai tujuan perusahaan yang sebenarnya, baik tujuan pendek maupun tujuan jangka panjang. Ukuran yang sering dipakai untuk menilai berhasil atau tidaknya manajemen suatu perusahaan adalah laba yang dihasilkan dari operasional perusahaan. Perusahaan merupakan salah satu sarana yang dapat menunjang program pemerintah di berbagai sektor perekonomian. Tujuan perusahaan antara yang satu dengan yang lainnya belum tentu sama, tetapi secara umum tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba yang sebesar-besarnya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan agar segala kegiatan dalam perusahaan dapat berlangsung dengan baik.

Perusahaan dituntut agar selektif dalam menjual produk kepada konsumen, sehingga target volume penjualan yang telah direncanakan oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu bisa tercapai dengan optimal. Volume penjualan yang optimal merupakan salah satu target perusahaan, oleh karena itu perusahaan akan banyak cara dalam mencapai target yang telah direncanakan, faktor penentu atas perolehan laba yang optimal adalah volume penjualan yang optimal. Bahwa adanya hubungan antara volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan adalah volume penjualan dan laba bersih yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012-2016 bahwa dengan semakin meningkatkan volume penjualan ternyata membawa keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan. Hal ini bisa dikatakan volume penjualan naik maka laba perusahaan akan terdorong untuk

naik juga, sehingga apabila volume penjualan turun maka laba perusahaan akan terdorong untuk turun juga.

Basu Swasta (2001; 31) mengatakan bahwa, volume adalah suatu indikasi mengenai luasnya kapasitas penggunaan, yang diukur dengan selisih antara *fixed overhead* yang semula dianggarkan dan ditentukan untuk tingkat produksi yang sesungguhnya dicapai, jika *overhead* tetap yang dihitung lebih rendah daripada yang semula dianggarkan, akan timbul varians volume yang menguntungkan yang menunjukkan bahwa organisasi beroperasi dengan kapasitas yang lebih rendah daripada tingkat yang direncanakan, karena masalah ini dapat diinterpretasikan dengan berbeda-beda, maka pengertiannya harus ditetapkan menurut konteksnya. Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Francis Tantri dan Thamrin (2016; 3), penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.

Volume Penjualan merupakan perolehan yang didapatkan perusahaan dengan cara *salesman* yang telah berhasil menjual produk yang dihasilkan. Berdasarkan dari target yang telah diperkirakan dengan realisasi yang diraih merupakan cara perhitungan volume penjualan. Menurut Kotler (2000; 68) “volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu yang di dalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.”

Tujuan utama yang ingin diperoleh perusahaan dari penjualan antara lain:

1. Memperoleh nilai suatu perusahaan
2. Memperoleh keuntungan
3. Menyokong pertumbuhan suatu perusahaan

Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai kinerja perusahaan. Unsur-unsur yang menjadi bagian pembentuk laba adalah pendapatan dan biaya. Biaya merupakan salah satu sumber informasi yang penting dalam analisis strategik perusahaan. Pada dasarnya masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Oleh sebab itu untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan. 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.

Unsur-unsur biaya produksi yang paling berpengaruh terhadap laba adalah biaya bahan baku, karena tergantung pada perubahan jumlah produksi. Apabila jumlah produksi meningkat maka permintaan bahan baku akan bertambah, hal ini akan mengakibatkan tingginya biaya produksi dan pada akhirnya menurunkan laba perusahaan. Berbeda halnya dengan biaya tenaga kerja langsung dimana cenderung konstan, karena hampir seluruh perusahaan lebih mengutamakan penggunaan tenaga mesin daripada tenaga manusia. Sejalan dengan ini, biaya *overhead* pabrik juga cenderung konstan, karena biaya-biaya yang terkandung didalamnya adalah seperti biaya pemeliharaan, biaya penyusutan, biaya gaji karyawan, dan lain-lain.

Solusi agar tidak terjadi pemborosan maka harus ada pengendalian biaya produksi, dengan cara tetap memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan. Dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan dapat mempertahankan pangsa pasar dalam jangka panjang. Kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh. Hal tersebut apabila perusahaan memiliki produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta sistem distribusi yang baik namun tidak mampu memperkenalkan produk secara luas dan merata, maka produk yang dihasilkan tidak akan memiliki nilai jual. Tingginya biaya produksi berdampak pada tingkat penjualan. Secara kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan pada biaya produksi yang harus dikeluarkan. Ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh.

Bagi perusahaan atau pabrik pengolah bahan mentah atau bahan setengah jadi menjadi barang bernilai ekonomi, maka masalah kenaikan harga berhubungan dengan biaya produksi. Banyak dari para produsen yang akhirnya memilih untuk menaikkan harga jual barang dagangannya, akan tetapi hal ini belum tentu akan menyebabkan turunnya tingkat penjualan karena tidak semua konsumen akan merasa enggan membeli barang dengan harga tinggi. Secara garis besar, kenaikan biaya produksi lebih banyak memberikan dampak negatif bagi para produsen karena dengan kenaikan tersebut, mereka dipaksa untuk melakukan pilihan sulit seperti menaikkan harga jual produk, pengurangan kuantitas penjualan produk, dan penggunaan bahan baku produksi dengan kualitas yang lebih rendah, itu semua mereka lakukan dengan berbagai resiko, seperti menurunnya hasil

penjualan produk karena ditinggalkan konsumen, dan lain-lain, namun hal itu harus tetap dilakukan untuk menjaga kelangsungan hidup usaha produksinya.

Mukhlisotul (2018) 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. Di sisi lain, jika volume produksi meningkat, maka akan berpengaruh pada biaya produksi, yang berarti biaya produksi yang dibutuhkan untuk membuat produk akan lebih besar. Biaya produksi yang dibutuhkan selalu meningkat dari tahun ke tahun yang diakibatkan oleh kenaikan harga bahan baku. Kondisi-kondisi ini yang mendorong jumlah pendapatan usaha di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami perubahan. Penghasilan yang diperoleh dari hasil penjualan produk yang diolah sendiri dalam hal ini perusahaan manufaktur harus mengolah terlebih dahulu bahan baku melalui proses produksi menjadi barang yang siap dijual, oleh karena itu untuk memperoleh laba yang maksimal perusahaan manufaktur harus benar-benar memperhatikan biaya produksi, sehingga harga pokok produksi dapat ditentukan dengan tepat.

Laba atau profit merupakan salah satu tujuan utama berdirinya setiap badan usaha. Tanpa diperoleh laba, perusahaan tidak dapat memenuhi tujuan lainnya yaitu pertumbuhan yang terus-menerus (*going concern*) dan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*). Untuk menjamin agar perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan laba. Dua faktor penentu laba yaitu (1) pendapatan, yaitu arus masuk atau peningkatan nilai aset dari suatu *entity* atau penyelesaian kewajiban

dari *entity* atau gabungan dari keduanya selama periode tertentu yang berasal dari penyerahan/produksi barang, pemberian jasa atau pelaksana kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan yang sedang berjalan. (2) biaya, yaitu semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. (Ellys Delfrina Sipangkir, 2008)

Laba adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban jika pendapatan melebihi beban maka hasilnya adalah laba bersih. Laba bersih adalah selisih lebih pendapatan atas beban-beban dan merupakan kenaikan bersih atas modal kerja yang berasal dari kegiatan usaha selama periode tertentu. 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).

Sumayah (2011), bahwa adanya hubungan antara volume penjualan terhadap laba bersih adalah volume penjualan dan laba bersih pada PT. Metrodata Electronics, Tbk. tahun 2002-2009 bahwa dengan semakin meningkatnya volume penjualan ternyata membawa keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan. Hal ini bisa dikatakan mempunyai hubungan yang sempurna yaitu volume penjualan naik maka laba bersih akan terdorong untuk naik juga, sebaliknya apabila volume

penjualan turun maka laba bersih akan terdorong untuk turun juga. (Effendi: 2000)

PT. Metrodata Electronics, Tbk. adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi informasi. Masalah yang timbul pada PT. Metrodata Electronics, Tbk. adalah volume penjualan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Tetapi laba yang diperoleh PT. Metrodata Electronics, Tbk. yang mengalami penurunan.

Tabel 1.1

Volume Penjualan dan Laba Perusahaan

PT. Metrodata Electronics, Tbk.

Periode 2002-2009

(dalam miliar)

Tahun	Volume Penjualan	Laba Bersih
2002	994.80	37.94
2003	994.30	1.31
2004	1,260.77	12.25
2005	1,503.91	16.31
2006	1,636.28	20.78
2007	2,712.99	28.48
2008	3,396.92	29.96
2009	3,422.20	10.06

Tabel tersebut, dapat dilihat adanya fenomena bahwa laba bersih dalam perkembangannya tidak selalu mengalami kenaikan secara signifikan dari tahun ke tahunnya. Sedangkan dari data volume penjualan selalu mengalami kenaikan dari tahun ketahun, hal ini tidak sejalan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh PT. Metrodata Electronics, Tbk.

Pada tabel diatas dapat dilihat pada tahun 2003 volume penjualan pada PT. Metrodata Electronics, Tbk. sebesar Rp. 94.30 mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, sedangkan laba mengalami penurunan sebesar Rp. 1.3 hal ini disebabkan adanya penjualan yang menurun, kurangnya mengadakan promosi dan biaya produksi mengalami kenaikan. Tahun 2009 volume penjualan mengalami kenaikan sebesar Rp. 3,442.20 sedangkan laba mengalami penurunan sebesar Rp. 10.06. Penurunan tersebut mungkin disebabkan adanya tekanan terhadap harga jual akibat ketatnya persaingan tanpa diikuti harga pokok penjualan dan biaya usaha, adanya kenaikan biaya produksi, dan seperti kita semua ketahui, kita mengalami kondisi ekonomi global yang kurang menguntungkan di tahun 2009 sebagai dampak dari krisis finansial yang terjadi di Amerika Serikat.

Penurunan ini tentu saja memberikan pengaruh yang tidak bisa dihindari terhadap berbagai bisnis, akibatnya banyak perusahaan multinasional berskala besar memilih untuk mengambil langkah wait-and-see. Karena kejadian diatas, kami pun mengalami sedikit penurunan pada beberapa kegiatan bisnis kami. Padahal jika dikaitkan dengan kondisi seharusnya volume penjualan naik maka laba bersih akan terdorong untuk naik juga, sebaliknya apabila volume penjualan turun maka laba bersih akan terdorong untuk turun juga.

Fenomena yang terjadi pada PT. Metrodata Electronics, Tbk. tersebut terlihat pada tahun 2003 dan 2009 yang laba bersihnya mengalami penurunan sedangkan volume penjualan tetap naik dari tahun ke tahunnya, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya dapat diketahui adanya masalah yang dihadapi oleh PT. Metrodata Electronics, Tbk. yaitu perkembangan laba bersih pada PT.

Metrodata Electronics, dari tahun ke tahunnya tidak mengalami kenaikan secara signifikan seperti yang diharapkan hal itu bisa dilihat dari data laporan keuangannya dari tahun 2002-2009 yang cenderung mengalami fluktuasi. Sedangkan biaya produksi setiap tahunnya juga cenderung mengalami kenaikan, volume penjualan setiap tahunnya mengalami kenaikan pula jumlahnya hal ini diharapkan dapat meningkatkan laba yang bisa diperoleh oleh PT. Metrodata Electronics, Tbk. dari hasil penjualan yang merupakan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan pendapatan. Pendapatan tersebut dikurangi biaya-biaya dan akhirnya akan menghasilkan laba. Tetapi hal ini belum tentu laba yang diperoleh PT. Metrodata Electronics, Tbk. cenderung naik juga, hal ini dikarenakan adanya peningkatan biaya produksi, penjualan yang tidak seimbang laba bersih yang diperoleh PT. Metrodata Electronics, Tbk. tidak maksimal.

Dengan mempertimbangkan berbagai hal dari uraian diatas tersebut, harus meningkatkan proses pengawasan dan pengendalian pihak manajemen perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan profit laba yang diterima. Maka penulis dalam hal ini berkeinginan untuk menyusun proposal skripsi ini dengan judul **“PENGARUH VOLUME PENJUALAN DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP LABA BERSIH SERTA TINJAUAN DARI SUDUT PANDANG ISLAM.”**

1.2. Rumusan Masalah

Di dalam setiap perusahaan yang akan atau sedang melakukan kegiatan unit usaha tidak luput dari yang namanya berbagai macam masalah yang harus dipecahkan satu persatu demi kelancaran bidang usahanya. Adapun salah satu masalah yang dihadapi oleh perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik & barang

keperluan rumah tangga dan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia:

1. Bagaimana pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih?
2. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih?
3. Bagaimana pengaruh volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih?
4. Bagaimana pengaruh volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih ditinjau dari sudut pandang Islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan yang ditinjau dari sudut pandang Islam.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Mengembangkan suatu pemikiran yang kritis, menambah wawasan serta pengetahuan yang lebih luas. Memahami aktivitas yang terjadi diperusahaan serta masalah-masalah yang muncul dalam aktivitas tersebut.

2. Bagi Akademisi

Sebagai bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut khususnya pada pembahasan bidang yang sama sehingga diharapkan munculnya generasi bangsa yang lebih baik dan bertanggung jawab.

3. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi kepada manajemen perusahaan mengenai pengaruhnya volume penjualan dan biaya produksi terhadap laba bersih perusahaan.