

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat, hal ini menuntut perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dan menuntut perusahaan dalam meningkatkan kinerja untuk tetap bertahan. Pada dasarnya perusahaan memiliki target dan tujuan yang harus dicapai, salah satu tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba bagi pemilikinya. Demi mendapatkan laba, perusahaan harus memiliki suatu produk yang akan dijual kepada masyarakat. Produk – produk tersebut bisa berupa produk bahan mentah dan produk barang jadi yang siap dikonsumsi.

Pada umumnya untuk bisa mendapatkan suatu produk, setiap perusahaan harus memiliki berbagai sumber daya yang akan dibutuhkan untuk menghasilkan suatu produk. Sumber daya yang dibutuhkan mencakup tanah, tenaga kerja, mesin, modal, bahan baku dan lain-lain. Jika tidak memiliki sumber daya dan produk, maka suatu organisasi tidak bisa disebut sebagai perusahaan, karena perusahaan adalah suatu organisasi dimana sumber daya seperti bahan baku dan tenaga kerja diproses untuk dapat menghasilkan barang atau jasa bagi pelanggan.

Dalam menilai suatu perusahaan yang berkembang, perusahaan harus melakukan perjuangan dan dengan didukung oleh perencanaan yang sangat matang dalam menghadapi berbagai masalah dan rintangan yang akan datang, misalnya adanya masalah keuangan ataupun masalah pemasaran produk yang telah di produksi. Oleh karena itu dalam proses pembuatan

produk perusahaan tetap mengharapkan pendapatan laba yang sesuai dengan target.

Perusahaan membutuhkan informasi biaya untuk mengklasifikasikan biaya dan membebaskan biaya produksi yang dibutuhkan dalam hubungannya dengan perhitungan biaya produksi. Perhitungan biaya produksi dapat dipengaruhi oleh besarnya jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang tersebut.

Laba (profit) yaitu selisih antara jumlah yang diterima pelanggan atas penjualan barang atau jasa yang dihasilkan dan yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya dalam menghasilkan barang dan jasa tersebut. (Hariyani dkk, 2017). Perusahaan dalam mencapai target untuk mendapatkan laba salah satunya adalah dengan meminimalisir biaya biaya yang telah terjadi pada saat proses produksi. Biaya biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan pada saat proses produksi baik biaya produksi maupun biaya promosi merupakan salah satu unsur yang dapat mempengaruhi laba.

Biaya produksi merupakan biaya biaya yang telah terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi bahan jadi yang siap untuk dijual. Biaya - biaya itu sendiri meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik (Mulyadi, 2015). Pada dasarnya masalah yang sering muncul adalah dalam melakukan perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang telah terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Oleh karena itu untuk dapat mencapai produksi yang efisien, diperlukan dalam mengendalikan biaya produksi yang akan dikeluarkan. Biaya produksi merupakan biaya untuk mengolah bahan menjadi barang jadi.

Dari hasil penelitian Iswandi (2015), dan Fadillah (2015), menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba

bersih. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian dari Taopik Firmansyah dan Eris Darsawaati (2016), menyatakan bahwa biaya produksi tidak ada pengaruh terhadap laba bersih. Semakin banyaknya pesaing di dalam dunia usaha maka akan membuat konsumen lebih banyak pilihan yang diberikan perusahaan untuk memilih produk yang diinginkan.

Selain biaya produksi terdapat biaya lain yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi besar kecilnya laba yang diterima adalah biaya promosi. Promosi merupakan suatu alat yang paling umum dalam menciptakan komunikasi dua arah antara konsumen dan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dapat menggunakan promosi seperti iklan, promosi penjualan dan publisitas sebagai sarana untuk menyampaikan sebuah informasi produk dan membangun persepsi yang baik mengenai produk ke konsumen.

Dengan adanya promosi diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan meningkatnya penjualan maka laba yang akan diperoleh meningkat juga (Muhammad, 2016). Promosi juga bisa disebut dengan aktivitas yang memberi informasi tentang keunggulan produk dan membujuk sasaran untuk membelinya.

Tujuan promosi ini dapat tercapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi pemasaran yang tepat, dan perusahaan harus berhasil mempengaruhi konsumen untuk menciptakan permintaan produk atas produk kemudian dipelihara dan dikembangkan (Felicia, 2018). Perusahaan perlu memperhatikan pendapatan yang diterima dan pengeluaran yang telah dikuluarkan pada saat kegiatan operasi berlangsung agar perusahaan dapat menghasilkan laba yang telah diinginkan dan untuk keberlangsungan perusahaan dimasa yang akan datang.

PT. Kalbe Farma Tbk (IDX: KLBF) berdiri pada tahun 10 September 1966, perusahaan ini telah tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1990, dan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industry farmasi dan produk-produk yang bergerak dibidang kesehatan. Semakin banyaknya perusahaan farmasi di Indonesia, maka menimbulkan persaingan antar usaha semakin ketat. Pada saat ini, jumlah perusahaan farmasi berlomba lomba untuk tetap mempertahankan posisinya.

Salah satu visi misi PT. Kalbe Farma Tbk adalah dapat memperoleh laba bersih diatas rata - rata industry dan juga memberikan nilai tambahan yang baik bagi seluruh stakeholder perusahaan. Untuk dapat tercapainya visi misi tersebut maka pihak manajemen harus memperhatikan manajemen laba bersih per triwulan atau pertahunnya, agar mendapat gambaran pencapaian laba yang lebih maksimal dimasa yang akan datang.

Berikut ini adalah data laporan keuangan dilihat dari biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih pada PT. Kalbe Farma Tbk pada tahun 2012 - 2019.

**Tabel 1.1 Data Laporan Keuangan**

**PT. Kalbe Farma Tbk**  
**Tahun 2012-2019**  
 Dalam Rupiah

No	Thn	Biaya Produksi	Biaya Promosi	Laba Bersih
1	2012	3.259.837.234	1.203.196.545	1.772.034.750
2	2013	4.098.718.289	1.441.588.123	2.004.243.694
3	2014	5.098.758.862	1.476.148.488	2.129.215.450
4	2015	5.015.206.920	1.449.593.681	2.083.402.901
5	2016	5.487.320.493	1.747.076.083	2.353.923.940

6	2017	5.723.547.509	1.770.001.487	2.442.945.312
7	2018	6.099.435.860	1.631.719.344	2.552.706.945
8	2019	6.526.333.612	1.736.480.957	2.513.242.403

Dari tabel 1.1 bahwa biaya produksi dan promosi pada PT. Kalbe Farma Tbk pada tahun 2012 sampai tahun 2019 terlihat mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 Biaya produksi dan Biaya promosi mengalami penurunan, hal ini mempengaruhi kenaikan laba bersih. Sedangkan tahun 2018 Biaya promosi mengalami penurunan tetapi untu laba bersih mangalami kenaikan.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi tentang bagaimana biaya - biaya yang telah dikeluarkan dalam suatu perusahaan, seperti biaya produksi dan biaya promosi dapat memberikan pengaruh terhadap laba bersih yang diterima dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Laba Bersih pada PT. Kalbe Farma Tbk Periode 2012-2019”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merumuskan suatu pokok permasalahan dalam bentuk pertanyaan :

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada PT. Kalbe Farma Tbk yang terdaftardi BEI periode 2012-2019 ?
2. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih padaPT. Kalbe Farma Tbk yang terdaftar di BEI periode 2012-2019 ?

3. Apakah biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih PT. Kalbe Farma Tbk yang terdaftar di BEI periode 2012-2019 ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari peneliti ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada PT. Kalbe Farma Tbk yang terdaftar di BEI periode 2012-2019
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih pada PT. Kalbe Farma Tbk yang terdaftar di BEI periode 2012-2019
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih secara simultan pada PT. Kalbe Farma Tbk yang terdaftar di BEI periode 2012-2019

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Untuk menerapkan teori - teori tentang pengembangan Ilmu Pengetahuan terutama yang berhubungan dengan masalah biaya produksi, biaya promosi terhadap pendapatan laba perusahaan.
2. Untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan peneliti khususnya yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi PT. Kalbe Farma Tbk  
Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akan menambah wawasan untuk mempraktikkan teori teori yang telah

diperoleh dan menetapkan kebijakan yang telah ada di PT. Kalbe Farma dan menjadi referensi untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi laba yang diperoleh penggunaan biaya produksi dan biaya promosi yang tepat, serta sebagai referensi untuk kebijakan - kebijakan perusahaan pada masa yang akan datang.

2. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman untuk memberikan pelatihan kemampuan peneliti yang diharapkan dapat memberikan suatu informasi atas data-data yang digunakan dengan menerapkan teori yang telah diperoleh selama masa studi. Dan sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

3. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah kerjasama antar perusahaan yang terkait dan menambah referensi kepustakaan sebagai bahan informasi bagi mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Dan untuk tahun selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dan membantu para mahasiswa dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

4. Bagi peneliti selanjutnya, untuk bahan referensi bagi pihak - pihak yang akan melakukan penelitian yang lebih lanjut mengenai biaya produksi dan biaya promosi serta laba perusahaan.

