

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era Globalisasi ini perekonomian memegang peran penting dalam persaingan dunia usaha yang semakin pesat. Kondisi ini menyebabkan bentuk usaha khususnya perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada laba perusahaan mempunyai kebijakan yang terarah dan mampu menjalankan fungsinya, agar semua berjalan sesuai dengan rencana yang pada akhirnya tercapai tujuan perusahaan (Fuad, 2017).

Perusahaan untuk dapat berkembang haruslah melalui perjuangan dan didukung dengan perencanaan yang matang dalam menghadapi berbagai masalah dan rintangan yang timbul, seperti masalah operasional, keuangan, maupun masalah pemasaran produk yang diproduksi. Karena pada dasarnya pembuatan produk dalam perusahaan mengharapkan laba bersih yang sesuai dengan target (Rahma, 2019).

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk semakin efisien dalam menjalankan aktifitasnya terlebih dalam kondisi ekonomi yang saat ini penuh dengan ketidak pastian. Dimana krisis ekonomi yang melanda Indonesia sangat berat dan merusak segala sektor dari perekonomian, sehingga perlu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki.

UD. Seha Barokah merupakan usaha dagang yang memproduksi serta bergerak disektor industri logam. Usaha dagang ini sudah sejak lama didirikan, berkembang di industry dan kerajinan rumah tangga bagian besi yang memproduksi perlengkapan pertanian (seperti sabit, cangkul,

dan lain-lain), kontruksi bangunan (pagar rumah, engsel, pipa, dan lain- lain) Spereparts kendaraan (ring, pengunci, dan lain- lain) box air serta kerajinan yang berhubungan dengan logam lainnya. Usaha Dagang ini ber alamat di Jl. Ngingas Selatan No 01 Waru Sidoarjo 61256.

Laporan keuangan dilihat dari biaya produksi, biaya promosi, dan laba bersih pada UD. Seha Barokah Ngingas pada tahun 2019-2021 bulanan. Sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data biaya produksi, biaya promosi dan laba bersih
UD. Seha Barokah Ngingas
Tahun 2019-2021 bulanan

Bulan	Biaya Produksi			Biaya Promosi			Laba Bersih		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Januari	375.500	200.000	310.000	23.500	95.000	85.000	201.600	50.500	160.200
Februari	388.000	214.700	321.600	25.000	95.000	85.000	244.400	53.100	197.300
Maret	481.000	197.000	289.900	27.900	95.000	100.000	198.900	57.000	215.000
April	307.900	190.900	335.000	30.500	95.000	85.000	215.000	50.600	162.500
Mei	444.400	187.900	320.200	26.900	95.000	105.000	220.000	51.200	212.000
Juni	508.000	211.000	254.400	45.000	101.000	97.000	235.000	51.800	200.500
Juli	453.000	186.600	296.600	41.500	100.000	99.000	223.500	52.000	198.400
Agustus	471.500	154.700	300.000	45.500	117.000	110.000	271.300	33.700	183.000
Septembe	487.400	198.400	322.300	37.000	106.000	112.000	285.000	40.900	201.000
Oktober	502.000	216.000	315.000	37.000	106.000	110.000	288.000	64.200	235.100
Novembe	515.000	219.400	352.500	37.000	106.000	118.000	298.800	70.000	218.000
Desembe	523.300	245.000	405.000	60.000	110.000	120.000	301.700	78.000	321.000

Sumber : Laporan keuangan UD. Seha Barokah

Tabel 1.1 menjelaskan bahwa biaya produksi dan biaya promosi UD. Seha Barokah pada tahun 2019-2021 bulanan terlihat mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2019 bulan maret biaya produksi mengalami kenaikan yang dianggarkan tahun sebelumnya ternyata tidak mempengaruhi kenaikan laba bersih, laba bersih ternyata turun sekitar 19% dari laba tahun sebelumnya. Sedangkan

biaya promosi pada tahun 2020 yang dianggarkan dari tahun sebelumnya tidak mempengaruhi kenaikan laba bersih, laba bersih ternyata turun sekitar 35% dari laba bersih tahun sebelumnya. Fenomena tersebut tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan sebelumnya, bahwa peningkatan biaya akan mempengaruhi peningkatan laba bersih.

Secara umum, tujuan dari setiap perusahaan adalah untuk mencapai laba yang maksimum. Dengan laba perusahaan akan memiliki kemampuan untuk berkembang dan mampu mempertahankan eksistensinya dimasa yang akan datang. Tingginya biaya produksi berdampak pada tingkat penjualan, secara kuantitas perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan pada biaya produksi yang dikeluarkan. Ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh.

Salah satu unsur yang menjadi pembentuk laba, biaya merupakan salah satu sumber informasi yang penting dalam analisis strategi perusahaan. masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (Rustami *et. Al*, 2014). Hal tersebut menuntut perusahaan untuk dapat lebih memahami keadaan pasar sebelum menentukan besarnya biaya-biaya yang akan dikeluarkan dapat digunakan secara efektif dan efisien (Wasesa *et. Al*, 2014).

Perusahaan harus mengumpulkan terlebih dahulu berapa biaya produksi yang dibutuhkan. Akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penyerahan produk dengan metode tertentu serta penafsiran terhadap hasil yang berupa laporan biaya untuk perencanaan dan pengendalian

laba, penentuan harga pokok produk dan jasa, serta sebagai dasar pengambilan keputusan (Mulyadi, 2018).

Biaya dan pendapatan merupakan faktor yang sangat penting dalam setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa maupun perusahaan manufaktur, dan perhitungannya harus dilakukan secara efisien dan se efektif mungkin (Rahmawati *et. Al*, 2014). Penggolongan biaya produksi yang kurang baik mengakibatkan turunnya pendapatan yang diterima. Penggunaan bahan baku yang berkualitas baik akan menghasilkan produk yang baik pula (Prihandoko, 2016).

Produksi adalah kegiatan dimana suatu perusahaan memproses dan merubah bahan baku menjadi barang jadi melalui penggunaan tenaga kerja dan fasilitas produk lainnya. Dapat dikatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berasal dari penyediaan bahan baku sampai biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dijual (Kusuma, 2015).

Biaya produksi juga dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan profabilitas yang diupayakan oleh perusahaan (Rahmawati *et. Al*, 2014). Biaya produksi tersebut menjadi penentu besarnya harga jual dari suatu produk atau jasa yang nantinya akan mempengaruhi besarnya laba yang di peroleh (Djamalu, 2013).

Perusahaan yang ingin memperoleh laba yang besar, maka setiap perseroan harus dapat meningkatkan volume produksinya. Apabila volume produksi meningkat maka akan berpengaruh pada biaya produksi. Biaya produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja, dan Biaya Overhead Pabrik. Keuntungan atau laba merupakan hasil tujuan dari perusahaan setelah melakukan bisnisnya. Laba yang didapat oleh perusahaan

dapat menjadi acuan untuk melihat seberapa sukses perusahaan tersebut dalam mengelola usahanya.

Promosi juga dikatakan penting dalam perusahaan karena tanpa adanya promosi masyarakat tidak mengetahui apa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Promosi tidak terikat dengan satu cara yang tepat, tergantung kreatif perusahaan untuk menyampaikan dan menyiapkan promosi tepat sasaran. Menurut Taopik (2016) mengatakan bahwa besarnya biaya promosi dalam perusahaan tentu untuk menyampaikan hasil produk yang telah di produksi. Biaya promosi adalah cara perusahaan atau Teknik perusahaan untuk menyampaikan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan melalui papan nama, pers, poster ,radio, televisi, media social, dan lain- lain yang memiliki tujuan agar menarik hati pelanggan pada produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan.

Penjelasan tentang adanya korelasi penting biaya produksi dan biaya promosi yang mempengaruhi laba bersih. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2019) didapatkan hasil bahwa biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih, dan biaya promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yuda dan Ketut (2017) didapatkan hasil bahwa biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap laba bersih dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih. Karena tidak konsisten hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka penulis tertarik melakukan penelitian ini berdasarkan penelitian terdahulu yang mencakup biaya produksi, biaya promosi, dan laba bersih.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada UD. Seha Barokah
2. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada UD. Seha Barokah
3. Apakah biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada UD. Seha Barokah

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih pada UD. Seha Barokah
2. Untuk mengetahui biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih pada UD. Seha Barokah
3. Untuk mengetahui biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih pada UD. Seha Barokah

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang di peroleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Praktis
Secara praktis, diharapkan penelitian ini agar digunakan untuk meningkatkan wawasan, kemampuan, dan pengetahuan atas ilmu yang sudah dipelajari dalam bangku perkuliahan.
2. Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan di bidang ekonomi, terutama di bidang akuntansi biaya dan merupakan informasi bagi peneliti selanjutnya.
3. Manfaat bagi perusahaan
Bagi UD. Seha Barokah diharapkan hasil penelitian ini semoga dapat memberikan informasi serta pemikiran dalam proses mengendalikan biaya produksi dan biaya

promosi untuk lebih meningkatkan laba bersih perusahaan.

Halaman ini sengaja di kosongkan