

BAB I

PENDAHULUAN

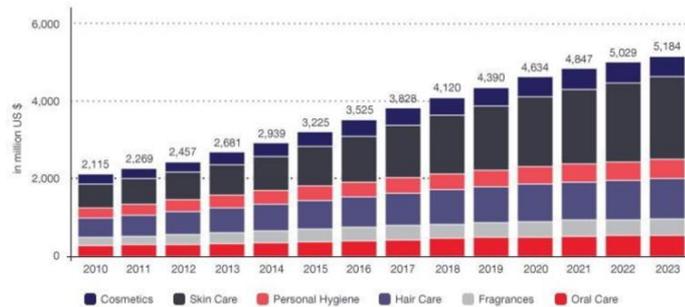
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Indonesia Stock Exchange (IDX) atau disebut Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan pasar modal yang berdiri di Indonesia sebagai tempat penawaran dan perdagangan efek seperti saham, obligasi, reksa dana, dan berbagai instrumen keuangan jangka panjang lainnya. Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai pihak yang menyediakan infrastruktur dalam penyelenggaraan transaksi di pasar modal bertujuan memberikan informasi lengkap laporan keuangan, aksi korporasi, keterbukaan informasi perusahaan, dan perkembangan bursa kepada publik. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1995 tentang pasar modal yaitu pasar modal memiliki peran fundamental dalam menciptakan pembangunan nasional sebagai salah satu sumber pendanaan bagi dunia usaha dan sarana investasi bagi masyarakat. Perusahaan yang terdaftar di BEI merupakan perusahaan *go public* yang menjual sahamnya ke publik dan wajib mengungkapkan laporan keuangan dan tahunan perusahaannya paling lambat pada akhir bulan ketiga setelah tahun buku berakhir.

Sektor yang terdapat di Bursa Efek Indonesia diklasifikasikan ke dalam sembilan sektor yang salah satunya adalah sektor industri manufaktur barang konsumsi. Industri barang konsumsi merupakan sektor yang menyediakan atau menghasilkan barang yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Industri barang konsumsi terbagi kedalam lima subsektor, diantaranya subsektor makanan dan minuman, subsektor rokok, subsektor farmasi, subsektor komestik dan rumah tangga, serta subsektor peralatan rumah tangga. Melihat sektor barang konsumsi merupakan sektor yang memproduksi kebutuhan sehari-hari masyarakat, maka permintaan komoditas pada sektor ini cukup stabil dan akan terus bertambah sejalan dengan pertumbuhan penduduk.

Di Indonesia sektor industri barang konsumsi khususnya pada subsektor kosmetik dan rumah tangga berkembang pesat baik dari aspek kualitas produk yang dihasilkannya bersifat konsumtif. Jumlah penduduk yang terus meningkat di Indonesia, beriringan dengan tingkat konsumsi masyarakat yang juga ikut bertambah. Hal tersebut berpotensi mendorong kinerja emiten sektor industri barang konsumsi mengalami peningkatan pertumbuhan karena daya beli masyarakat yang meningkat. Selain itu presentasi kepemilikan publik pada perusahaan akan meluas karena investor dalam dan luar negeri tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pertumbuhan sektor kosmetik kecantikan bertumbuh sebesar 10% dalam enam tahun terakhir karena tren produk kecantikan di Indonesia yang terus meningkat, terlebih lagi selama terjadi pandemi Covid-19. Pola hidup baru selama pandemi covid 19 memicu kesadaran masyarakat untuk merawat diri disertai dengan kemajuan teknologi dan akses media sosial yang memudahkan konsumen dalam memperoleh produk kosmetik dan rumah tangga. Selain itu, berdasarkan data yang dikemukakan oleh Kementerian Perindustrian (Kemenperin), pertumbuhan industri kecantikan sepanjang tiga tahun terakhir tercatat sebesar 7% di tahun 2019, sebesar 5,59% pada tahun 2020, dan 7% persen pada tahun 2021. Pertumbuhan tersebut berfokus pada perluasan ragam jenis kosmetik dan personal care yang mempunyai perasan meningkatkan pasar dalam negeri dan ekspor.



Gambar 1. 1

Pertumbuhan Industri Kosmetik di Indonesia

Sumber: cekindo.com, (2020)

Gambar diatas menunjukkan bagaimana pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia yang secara terus-menerus memiliki peningkatan yang sangat pesat mulai dari produk perawatan kulit (*skincare*), perawatan personal (*personal hygiene*), perawatan rambut (*haircare*), parfum (*fragrances*), hingga produk perawatan mulut (*oral care*). Peningkatan pertumbuhan kosmetik yang sangat pesat salah satunya dikarenakan faktor kebutuhan wanita di Indonesia yang kini semakin banyak dan masyarakat yang semakin memperhatikan penampilan serta pola hidup sehat dalam hal perawatan tubuh dan kulit. Indonesia merupakan salah satu negara dengan industri pasar kosmetik yang cukup besar. Sudah banyak pelaku bisnis hingga perusahaan yang menggeluti bidang kosmetik. Jumlah populasi pengguna kosmetik yaitu penduduk generasi millennial, sehingga tidak menutup kemungkinan jika kosmetik merupakan kebutuhan utama untuk saat ini bagi wanita di Indonesia. Oleh karena itu, pertumbuhan tersebut diperkirakan akan terus meningkat hingga tahun 2023 dan akan semakin banyak inovasi dan terobosan yang baru di pasar bidang kosmetik Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada dasarnya didirikannya perusahaan memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai baik jangka panjang maupun jangka pendek guna memenuhi

kepentingan pihak didalamnya. Perusahaan merupakan bentuk organisasi dimana sumber dayanya seperti bahan mentah dan tenaga kerja diproses untuk dijadikan hasil dalam bentuk barang atau jasa bagi konsumen. Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan bagi pemiliknya. Agar dapat memperoleh laba, suatu perusahaan harus memiliki produk yang akan dijual ke pasar. Produk tersebut dapat berupa produk non fisik, bahan mentah, atau barang jadi yang siap untuk dikonsumsi. Untuk dapat menghasilkan suatu produk, setiap perusahaan pasti memiliki berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk memproduksi produknya.

Laba bersih adalah selisih antara jumlah yang diterima dari pelanggan untuk barang tersebut atau jasa yang dihasilkan dan jumlah yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya alam dalam memproduksi barang atau jasa. Laba perusahaan adalah gambaran kinerja perusahaan yang diperoleh berdasarkan proses transaksi yang dilakukan perusahaan selama periode tertentu, dimana laba perusahaan digunakan sebagai indikator bagi pemangku kepentingan untuk menilai sejauh mana kapasitas manajemen dalam mengelola sebuah perusahaan.

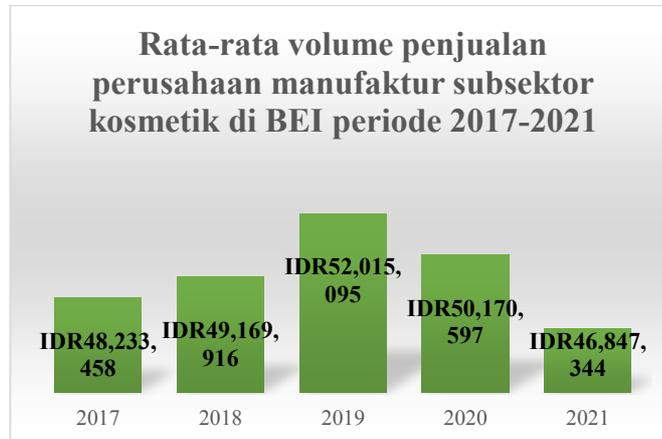
Indikator keberhasilan kinerja suatu perusahaan umumnya diukur berdasarkan berapa besarnya laba bersih yang diperoleh. Laba bersih merupakan pendapatan dari penjualan yang telah dikurangi biaya-biaya yang dikorbankan perusahaan untuk menghasilkan suatu produk dalam satu periode tertentu. Laba sebagai perencanaan penggunaan dana untuk perusahaan dimasa mendatang, dapat dijadikan landasan kinerja manajemen apakah manajemen berhasil mengelola dana perusahaan dengan baik atau tidak selama satu semester atau tahun. Untuk mendapatkan laba sesuai dengan apa yang diharapkan maka harus dilakukan perancangan laba untuk memprediksi kondisi perusahaan pada masa mendatang, serta dapat memantau peluang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba.

Teori yang dijadikan dasar dalam penelitian ini adalah teori sinyal yaitu teori yang dikemukakan oleh Spence (1973) yang menyatakan bahwa teori sinyal ini melibatkan dua pihak yaitu pihak manajemen dan pihak investor

dimana pihak manajemen bertindak sebagai pemberi sinyal atau petunjuk sedangkan pihak investor berlaku sebagai penerima sinyal. Sinyal yang diberikan manajemen kepada investor adalah informasi mengenai laba perusahaan yang dimuat dalam laporan keuangan yang relevan dan dapat bermanfaat bagi Investor untuk mengambil keputusan investasinya.

Untuk dapat mencapai misi perusahaan, manajemen harus mampu memprediksi serta mengantisipasi segala kemungkinan yang terjadi baik internal maupun eksternal perusahaan. Aspek internal perusahaan yang dapat dikendalikan oleh manajemen ialah membuat perancangan dan pengendalian atas laba dan kuantitas biaya yang akan digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Laba yang diperoleh perusahaan dapat dimonitor dari hasil penjualan produk dikurangi dengan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan, kemudian disajikan dalam bentuk laporan laba rugi. Diantara beberapa sektor, perusahaan manufaktur merupakan salah satu emiten yang banyak memerlukan perincian biaya pada laporan keuangannya karena terdapat kegiatan perusahaan manufaktur yang tidak terdapat dalam perusahaan dagang maupun jasa, yaitu pada proses produksi. Berdasarkan uraian diatas penulis menemukan fenomena yang terjadi pada objek penelitian yaitu perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

Dibawah ini rata-rata laba bersih perusahaan manufaktur subsektor kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2017-2021 yang mengalami peningkatan dan penurunan secara fluktuatif.



Gambar 1. 2

Grafik rata-rata Volume Penjualan Perusahaan

(Sumber: diolah penulis dari idx.co.id, 2022)

Berdasarkan gambar 1.2 diatas rata-rata volume penjualan perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan komponennya mengalami fluktuasi dari tahun 2017 hingga 2021. Jumlah volume penjualan pada tahun 2017 sebesar 48.233.458 selalu naik di setiap tahunnya hingga tahun 2019, dimana pada tahun 2019 merupakan tahun dengan volume penjualan terbesar dan tahun tersebut juga merupakan awal pandemi Covid-19. Hal ini diperkuat dengan hasil survei (Kemnaker, 2020) yang mengemukakan bahwa sekitar 88% perusahaan terdampak wabah pandemi dan dalam kondisi rugi yang disebabkan kemerosotan penjualan. Bahkan disebutkan 9 dari 10 perusahaan di Indonesia terdampak langsung pandemi Covid-19. Meskipun demikian industri kosmetik dan pasar kecantikan tidak ikut tergoncang akibat pandemi Covid-19. Pertumbuhan industri kosmetik tercatat sebesar 9% sepanjang 2019 (Kemenperin, 2020) dan sebanyak 94 perusahaan kosmetik baru berdiri selama pandemi yang terhitung hingga tahun 2022 (CNBC, 2022). Kemudian pada perusahaan yang menjadi objek penelitian ini terdapat 5 perusahaan yang dalam kondisi profit yaitu PT. Akasha Wira International Tbk (ADES), PT. Kino Indonesia Tbk (KINO), PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID), PT. Mustika Ratu Tbk (MRAT), dan PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR).



Gambar 1. 3 Rata-Rata Laba Bersih Perusahaan

Sumber: diolah penulis dari idx.co.id, 2022

Berdasarkan gambar 1.3 diatas dapat dilihat bahwa rata-rata laba bersih perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah tangga dari tahun 2017-2021 mengalami fluktuasi. Dari tahun 2017 hingga tahun 2018 rata-rata laba bersih mengalami kenaikan. Jumlah 7.218.229 di tahun 2017 menjadi 9.460.639 di tahun 2018, sedangkan dari tahun 2019 sampai tahun 2021 rata-rata laba bersih mengalami penurunan dari jumlah 8.072.679 di tahun 2019 menjadi 7.104.565 ditahun 2020 dan menjadi 5.901.669 di tahun 2021. Meskipun rata-rata volume penjualan di tahun 2019 mengalami kenaikan, tetapi rata-rata laba bersih perusahaan pada tahun 2019 mengalami penurunan. Kondisi ini bertolak belakang dengan teori yang menyatakan bahwa semakin besar jumlah penjualan yang diperoleh perusahaan maka peluang laba yang dihasilkan oleh perusahaan akan semakin besar pula (Ali & Syed Norris, 2018).

Fenomena terkait juga terjadi pada perusahaan yang menjadi objek penelitian yaitu pada PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID) pada tahun 2019 dimana volume penjualan perusahaan mengalami kenaikan sebesar 5,86% tetapi perolehan laba bersihnya mengalami penurunan sebesar 16%. Kondisi ini bertolak belakang dengan teori yang dikemukakan oleh Sukirno dalam Jurnal Bina Akuntansi bahwasannya perusahaan akan memperoleh keuntungan

maksimum dengan penjualan maksimum, dimana dalam hal ini berarti bahwa jika volume penjualan meningkat maka keuntungan yang diperoleh perusahaan meningkat, sebaliknya jika volume penjualan menurun maka keuntungan yang diperoleh tidak maksimal atau ikut menurun (Suharya & Nurmilah, n.d.).

Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi penelitian yang telah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait pengaruh biaya produksi, biaya operasional, dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan yang akan dituangkan dalam penelitian dengan kajian yang berjudul “Analisis Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Kosmetik dan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021).”

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana biaya produksi, biaya operasional, volume penjualan, dan laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan rumah tangga serta komponennya yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2021?
2. Apakah biaya operasional, biaya produksi dan volume penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan rumah tangga serta komponennya yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?
3. Apakah secara parsial ada pengaruh dari:
 - a) Apakah biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?
 - b) Biaya Operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah tangga serta komponennya yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?
 - c) Apakah volume penjualan berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah

tangga serta komponennya yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021?

1.4 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui bagaimana biaya produksi, biaya operasional, volume penjualan, dan laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
2. Untuk mengetahui apakah biaya produksi, biaya operasional, dan volume penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial:
 - a) Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
 - b) Biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.
 - c) Volume penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Bagi Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sumbangsih terhadap ilmu pengetahuan mengenai pengaruh biaya produksi, biaya operasional, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah tangga.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi peneliti selanjutnya dalam pengembangan teori dan memberikan kontribusi sebagai referensi atau sumber bacaan yang dapat memberikan informasi baik maupun teoritis mengenai pengaruh biaya produksi, biaya operasional, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah tangga bagi pihak peneliti lebih lanjut.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi pengaruh biaya produksi, biaya operasional, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan rumah tangga dalam laporan tahunan perusahaan dengan kontribusi yang dirasakan oleh para pemegang saham dan masyarakat khususnya.

2. Bagi Stakeholder

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang efektif bagi stakeholder untuk menjadi pertimbangan dalam menanamkan modalnya pada perusahaan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan pertimbangan informasi laba bersih perusahaan tercatat pada laporan keuangan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian tentang rangkuman teori umum hingga khusus yang mendukung penelitian ini, dikuatkan dengan penelitian terdahulu sejenis serta, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, penentuan populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian yang digunakan, sumber data, pengukuran variabel penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian tentang hasil dari analisis data yang diperoleh dengan menggunakan metode penelitian terhadap sampel penelitian serta pembahasan dari hasil penelitian terkait pembuktian hipotesis penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi uraian tentang kesimpulan penelitian berdasarkan hasil pembahasan penelitian, serta saran mengenai pengaruh biaya produksi, biaya operasional, dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan bagi peneliti selanjutnya.