

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian yang semakin sulit dan persaingan dunia usaha yang semakin ketat saat ini, membuat organisasi agar dapat bekerja lebih efisien sehingga tetap bertahan pada bidangnya. Perusahaan mempunyai tujuan yaitu untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan itu.

Laba dalam ilmu ekonomi dapat diartikan sebagai keuntungan yang didapat oleh seorang investor dalam suatu kegiatan bisnisnya, hal ini tentu sudah dikurangi dengan biaya operasional yang ada di suatu bisnis yang dijalankan. menurut Widnyana *et all* (2014), laba akan digunakan untuk berbagai kepentingan, dan laba akan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan tersebut atas jasa yang telah diperoleh. Suatu perusahaan tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang dan mencapai tujuan lain sebagai mana telah direncanakan apabila perusahaan tidak mampu meningkatkan penjualannya.

Organisasi didirikan dengan tujuan untuk mempertinggi daya saing, sehingga dapat meminimalkan biaya-biaya dan meningkatkan penjualan. Menurut Kotler (1999) dalam Syukriadi (2016), faktor yang dapat mempengaruhi hasil penjualan yaitu faktor harga, produk, penjualan, promosi dan distribusi. Para pengusaha saling bersaing untuk menjadikan produk perusahaannya menjadi lebih unggul dan harus terus menerus melakukan perbaikan dalam hal barang, layanan

serta efisiensi untuk menekankan biaya produksi sehingga harga penjualan itu tetap bersaing.

Biaya produksi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual. Oleh sebab itu, perusahaan perlu melakukan pengendalian biaya produksi yang efektif sehingga kegiatan operasionalnya dapat berjalan dengan baik dan efisiensi menurut Edison dan Sapta (2010). Kemampuan organisasi tersebut untuk dapat menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi besar kecilnya laba yang dihasilkan. Apabila biaya produksi meningkat, diikuti dengan volume penjualan yang ikut meningkat, maka laba perusahaan akan ikut meningkat. Tetapi jika volume penjualan menurun dan biaya produksi mengalami peningkatan maka laba perusahaan akan menurun.

Permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha, tidak hanya untuk meningkatkan hasil produksinya, tetapi bagaimana cara untuk menjual barang tersebut. Meskipun perusahaan memproduksi barang dengan kualitas yang baik, harga relatif murah dibandingkan dengan pesaing, dan tersebar di berbagai tempat, tetapi apabila konsumen tidak diberitahu adanya produk tersebut, maka tidak akan bisa laku dan akan sia-sia. Dalam hal ini manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mencari strategi dalam mensiasati.

Promosi adalah cara untuk mengkomunikasikan barang kepada konsumen yang penyampaiannya menggunakan media seperti : Poster, televisi, papan nama dan lain-lain yang bertujuan untuk menarik para konsumen menurut Widnyana *et all* (2014). Promosi dilakukan untuk menarik konsumen untuk membelinya

dengan cara memberitahu keunggulan dari produk yang dijual. Oleh sebab itu, perusahaan harus terus menerus menjaga komunikasi dengan konsumen dan membangun komunikasi sebaik mungkin dengan calon konsumen.

Menurut Sutodjo (1997) dalam Syukriadi (2016), menyatakan bahwa semakin tinggi biaya promosi yang dikeluarkan maka akan semakin tinggi volume penjualan yang diperoleh. Perusahaan selalu ingin meningkatkan jumlah penjualan sehingga dapat memperoleh laba yang maksimal.

Selain faktor produksi dan promosi, faktor yang tidak kalah penting yaitu distribusi. Distribusi merupakan proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan untuk memperlancar penyampaian barang dalam waktu yang tepat, dan kualitas terjaga dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Menurut Kurniadi (2010), kesalahan suatu perusahaan sehingga menyediakan produk setiap saat dibutuhkan oleh konsumen, yang dapat menimbulkan konsekuensi bahwa loyalitas konsumen terhadap merek produknya menurun, ini diakibatkan karena banyaknya produk dengan harga yang bersaing dan kualitas lebih baik dengan perusahaan lain. Jika permasalahan ini sering terjadi, sehingga dapat menyebabkan permintaan konsumen menurun dan konsumen akan berpindah pada merk lain. Oleh sebab itu, pemilihan saluran distribusi ini sangat penting, karena jika saluran distribusi ini dapat memperlambat penyampaian barang, maka permasalahan ini dapat mempengaruhi volume penjualan perusahaan.

PT Pupuk Sriwidjaja merupakan perusahaan produsen pupuk urea di Indonesia yang berdiri pada 24 Desember 1959 di Palembang Sumatera Selatan. Selain menjadi produsen pupuk nasional, Pusri juga mengemban tugas dalam melaksanakan usaha perdagangan, pemberian jasa dan usaha lain yang berkaitan dengan industri pupuk. Pusri bertanggung jawab untuk melaksanakan distribusi dan pemasaran pupuk bersubsidi kepada petani sebagai bentuk pelaksanaan *Public Service Obligation* untuk mendukung program nasional dengan memprioritaskan produksi dan pendistribusian pupuk bagi petani di seluruh wilayah Indonesia, akan tetapi perusahaan terkadang mengalami permasalahan dalam biaya operasional yang telah dianggarkan.

Seperti terjadi naik turunnya biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi, penjualan dan laba perusahaan secara terus menerus pada tahun 2014-2017. Adanya permasalahan tersebut jelas kurang efisien dalam mengelola biaya-biaya yang terjadi selama proses itu berlangsung.

Berkaitan dengan hal tersebut, perlu dilakukan penelitian untuk mengkaji secara mendalam, mengapa biaya-biaya ini mengalami naik turun dan bagaimana untuk mengatasi permasalahan tersebut, yakni dengan mengetahui ada atau tidaknya pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap laba perusahaan dengan volume penjualan sebagai variabel moderasi pada PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah laba perusahaan berpengaruh terhadap biaya produksi ?
2. Apakah laba perusahaan berpengaruh terhadap biaya promosi ?
3. Apakah laba perusahaan berpengaruh terhadap biaya distribusi ?
4. Apakah laba perusahaan berpengaruh terhadap volume penjualan yang memoderasi biaya produksi ?
5. Apakah laba perusahaan berpengaruh terhadap volume penjualan yang memoderasi biaya promosi ?
6. Apakah laba perusahaan berpengaruh terhadap volume penjualan yang memoderasi biaya dsitribusi ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tujuan penelitian adalah :

1. Menganalisis dan mendapatkan bukti empiris, pengaruh laba perusahaan terhadap biaya produksi
2. Menganalisis dan mendapatkan bukti empiris, pengaruh laba perusahaan terhadap biaya promosi
3. Menganalisis dan mendapatkan bukti empiris, pengaruh laba perusahaan terhadap biaya distribusi

4. Menganalisis dan mendapatkan bukti empiris, pengaruh laba perusahaan terhadap volume penjualan yang memoderasi biaya produksi
5. Menganalisis dan mendapatkan bukti empiris, pengaruh laba perusahaan terhadap volume penjualan yang memoderasi biaya promosi
6. Menganalisis dan mendapatkan bukti empiris, pengaruh laba perusahaan terhadap volume penjualan yang memoderasi biaya distribusi

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memperkaya kajian empiris, tentang teori-teori akuntansi biaya mengenai volume penjualan yang memoderasi biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi terhadap laba perusahaan
2. Sebagai masukan bagi pihak perusahaan khususnya departement akuntansi bahwa produksi, promosi dan distribusi sangat menentukan penjualan dan dapat mempengaruhi naik dan turunnya laba perusahaan
3. Menjadi referensi bagi peneliti lain yang berminat pada kajian yang sama.