

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perusahaan manufaktur terdiri dari tiga sektor yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang dan konsumsi. Salah satu sektor yang berperan aktif dan menonjol adalah sektor industri dasar dan kimia dikarenakan sektor industri dasar dan kimia dapat merangsang produktifitas masyarakat. Sektor industri dasar dan kimia merupakan industri yang mensyaratkan investasi awal yang sangat besar dan berkaitan dengan bahan baku yang sebagian import (Pudyastuti, 2000). Sektor industri dasar dan kimia secara tidak langsung dapat menggambarkan seberapa besar peran masyarakat dalam melakukan produksi dan perusahaan kimia dapat memenuhi kebutuhan masyarakat untuk jangka panjang dan perusahaan ini mempunyai tujuan yang jelas untuk waktu yang akan datang ialah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia (Christina, 2013) sehingga, para investor tertarik dalam menanamkan modalnya di sektor ini

Kinerja keuangan adalah usaha formal yang telah dilakukan oleh perusahaan yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat melihat prospek, pertumbuhan, dan potensi perkembangan baik perusahaan dengan mengandalkan sumber daya yang ada. Suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil apabila telah mencapai standar dan tujuan yang telah ditetapkan.

Biaya produksi adalah total biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam proses produksi yang bertujuan untuk menghasilkan suatu barang atau produk yang siap dipasarkan. Pengertian biaya produksi adalah akumulasi biaya yang diperlukan dalam proses produksi, mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik Rahardjo (2018: 33). Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Produk yang sudah direncanakan dengan baik serta telah ditentukan harga jualnya secara tepat, belum menjamin keberhasilan pemasaran terhadap produk tersebut. Hal ini disebabkan karena apabila produk yang sudah bagus dengan harga yang sudah bagus tidak dapat dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasaran. penjualan adalah kegiatan yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuasan kebutuhan serta keinginan pembeli/konsumen, guna untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba atau keuntungan. Dan juga dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan suatu kegiatan transaksi yang dilakukan oleh 2 (dua) belah pihak/lebih dengan menggunakan alat pembayaran yang sah.

Perusahaan Industri adalah suatu unit (kesatuan) usaha / perusahaan yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan (informasi) administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut.

Secara umum, dapat dikatakan bahwa manufaktur merupakan kegiatan memproses suatu atau beberapa bahan menjadi barang lain yang mempunyai nilai tambah yang lebih besar. Kegiatan manufaktur dapat dilakukan oleh perorangan atau *manufacturer* maupun oleh perusahaan atau *manufacturing company*. Sedangkan industri manufaktur merupakan kelompok perusahaan sejenis yang mengolah bahan-bahan menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang bernilai tambah lebih besar. Ketahui lebih banyak tentang perkembangan industri manufaktur di Indonesia, apa saja tantangan industri manufaktur, dan bagaimana cara menghadapinya. Selain kondisi perekonomian nasional dan internasional yang tidak stabil, ada berbagai tantangan industri manufaktur yang harus dihadapi.

Pertama Kesulitan dalam memprediksi permintaan produk, Yang menjadi masalah utamanya adalah para produsen tidak memiliki alat pelaporan canggih yang memungkinkan mereka untuk memperkirakan berapa banyak yang harus mereka jual di beberapa bulan atau beberapa tahun ke depan. Akibatnya, barang yang diproduksi tidak sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan. Kedua Kesulitan dalam mengontrol persediaan, Pengelolaan persediaan memang masih menjadi salah satu tantangan industri manufaktur. Tetapi berkat bantuan solusi otomatis, prosesnya sudah menjadi lebih sederhana. Namun sayangnya, saat ini masih banyak produsen yang bisnisnya berskala kecil, masih mengelola persediaan material mereka secara manual. Melakukan pengecekan stok secara manual sangat tidak efisien dan rawan kesalahan yang dapat mengakibatkan ketidakakuratan dalam penghitungan. Ketiga Kesulitan dalam meningkatkan efisiensi di pabrik, Hingga saat ini produsen masih mencari cara yang efektif untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi di pabrik manufaktur mereka. Banyak produsen yang memilih untuk mengorbankan

kualitas produk demi mengurangi biaya produksi. Tetapi cara ini justru akan menurunkan profitabilitas, sebab pelanggan yang tidak puas akan berhenti melakukan pembelian. Kesulitan dalam meningkatkan ROI, Setiap produsen pasti ingin meningkatkan ROI dengan mudah. Pada umumnya, mereka memilih untuk memperbanyak produksi atau meningkatkan harga produk. Tetapi, hal ini bukanlah cara yang efektif terutama ketika kondisi ekonomi sedang tidak menentu sehingga dapat menurunkan daya beli konsumen. Kelima Kekurangan tenaga kerja yang berkualitas, Hal tersebut dikarenakan saat ini pekerja manufaktur yang berkualitas dari generasi *baby boomers* sudah mulai meninggalkan pekerjaan mereka. Untuk mengatasi kekurangan tenaga kerja yang berkualitas, produsen harus kreatif dalam melakukan perekrutan karyawan. Yaitu dengan mengandalkan berbagai *online platform* untuk mem-posting lowongan pekerjaan. Produsen harus benar-benar selektif saat memilih calon karyawan dan memastikan bahwa mereka mampu bekerja dengan cepat, sesuai dengan target, di bawah tekanan, dan tidak keberatan dengan jadwal kerja yang berubah. Selain itu, produsen juga harus dapat memfasilitasi karyawan baru dan karyawan lama dengan pelatihan secara berkala untuk membantu meningkatkan potensi karyawan tersebut. Keenam Kesulitan dalam mengelola prospek penjualan, Tantangan lain yang sering dihadapi oleh produsen adalah dalam hal mengelola dan memprioritaskan prospek penjualan. Kesalahan yang paling sering dilakukan oleh produsen adalah memperlakukan prospek dengan cara yang sama. Padahal setiap prospek harus diperlakukan secara khusus, karena masing-masing memiliki karakter, preferensi, dan kebutuhan yang berbeda. Produsen juga sering kesulitan untuk mengidentifikasi prospek yang berpotensi sehingga mereka sering berfokus pada peluang-peluang yang tidak menjanjikan dan lupa melakukan *follow up* dengan prospek yang memiliki potensi tinggi menjadi pelanggan baru. Dan yang terakhir

ketujuh, Kebingungan pada kemunculan teknologi baru, Kemunculan teknologi baru memang sering terjadi setiap tahunnya. Meliputi IoT, robot, dan perangkat lunak manufaktur. Kemunculan teknologi-teknologi canggih tersebut tentu saja membuat para produsen merasa kebingungan.

Dengan dasar tersebut, maka peneliti ingin menerapkan pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di BEI berdasarkan visi, misi dan tujuan yang dijabarkan dalam strategi perusahaan dan nantinya setelah aspek-aspek tersebut diukur, diharapkan dapat mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di. Dari penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas mengenai **“Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Volume Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Industri di BEI”**.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

- 1 Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di BEI ?
- 2 Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di BEI ?
- 3 Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di BEI ?
- 4 Apakah biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di BEI ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian adalah

- 1 Untuk mengetahui Pengaruh biaya produksi terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di BEI,
- 2 Untuk Pengaruh biaya promosi terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di BEI,
- 3 Untuk Pengaruh volume penjualan terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di BEI, dan
- 4 Untuk Pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan volume penjualan terhadap kinerja keuangan perusahaan industri di BEI.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi terutama mengenai bagaimana pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama penelitian yang berkaitan dengan akuntansi, khususnya di pengaruh bidang biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap kinerja keuangan. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap kinerja keuangan

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini bermanfaat sebagai aplikasi ilmu dibidang akuntansi yang telah peneliti peroleh selama proses perkuliahan serta sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan datang.

### **b. Bagi Lembaga**

Hasil penelitian ini akan menambah kepustakaan dan wawasan pada studi tentang pentingnya pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap kinerja keuangan.

### **c. Bagi Pihak Lain**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan mengenai pentingnya pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan terhadap kinerja keuangan