

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap perusahaan pastinya memulai usaha yang bertujuan untuk menghasilkan laba semaksimal mungkin dari kegiatan bisnisnya, setiap perusahaan berusaha dan bersaing untuk membuat inovasi produk terbaru agar produk terbarunya menarik perhatian konsumen sehingga membeli dan menggunakannya.

Keuangan dalam sebuah perusahaan merupakan pondasi yang kuat untuk terbangunnya sebuah perusahaan. Dalam keuangan pemasukan dan pengeluaran harus jelas karena jika penggunaan uang dilakukan dengan sewenang-wenang tentu akan memberikan dampak buruk. Dimana keuangan bersifat sangat riskan jika tidak dikelola dengan baik sebuah perusahaan tersebut akan terhenti jalannya. Dalam sebuah perusahaan pasti dibutuhkan bidang sendiri untuk mengurus bagian keuangan yang bisa disebut dengan manajemen keuangan.

Manajemen keuangan merupakan salah satu bentuk penerapan ilmu ekonomi, yang mempunyai beberapa fungsi, dimana fungsi tersebut akan diaplikasikan dalam aktivitas atau operasional perusahaan setelah melalui proses pengambilan keputusan-keputusan yang berhubungan dengan sumber pendanaan dan pengalokasian dana tersebut, serta pengelolaan dan perimbangan seperti pada kas, piutang, persediaan, efek

(disebut juga pengelolaan pada aktiva lancar), investasi, aktiva tetap, utang jangka pendek, utang jangka panjang modal sendiri, saham, dan obligasi yang semua itu perlu perencanaan yang matang, pengelolaan, pengkajian, pengawasan, penilaian, dan evaluasi dan setiap komponen tersebut agar terjadi suatu sinergi yang akurat sehingga dapat menggiring kepada pencapaian tujuan perusahaan yaitu profit yang maksimal, biaya dan resiko yang minimal.¹

Manajemen keuangan sangat dibutuhkan dan sesuatu hal yang penting dalam setiap perusahaan apapun jenis perusahaannya. Dengan adanya manajemen keuangan tersebut, bisnis yang dijalankan oleh sebuah perusahaan dapat berjalan secara maksimal sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang besar.

Dengan adanya manajemen keuangan yang maksimal, perusahaan dapat mengetahui aset mana yang akan menghasilkan pendapatan bagi perusahaan saat melakukan pembelian aset tersebut. Perusahaan yang memiliki manajemen yang baik akan memiliki pengelolaan keuangan atau kas yang baik. Selain itu manajemen keuangan dapat membantu perencanaan pajak pada sebuah perusahaan dan sangat berpengaruh untuk menjaga biaya agar tetap rendah.

Laporan keuangan perusahaan disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dengan kinerja perusahaan yang dicapai selama periode

¹ Herispon, *Manajemen Keuangan*, (Pekanbaru: Sekolah Tinggi Ilmu Riau, 2018), hal. 15

tertentu. Baik bagi pihak intern maupun ekstern perusahaan, laporan keuangan digunakan sebagai alat untuk memahami kondisi keuangan perusahaan untuk keperluan pengambilan keputusan keuangan.

Laporan keuangan adalah informasi keuangan yang disajikan dan disiapkan oleh manajemen dari suatu perusahaan kepada pihak internal dan eksternal, yang berisi seluruh kegiatan bisnis dari satu kesatuan usaha yang merupakan salah satu alat pertanggungjawaban dan komunikasi manajemen kepada pihak-pihak yang membutuhkannya.²

Laporan keuangan adalah laporan yang dirancang untuk para pembuat keputusan, terutama pihak di luar perusahaan, mengenai posisi keuangan dan hasil usaha perusahaan. Laporan keuangan merupakan ikhtisar pelaporan dari peristiwa-peristiwa keuangan perusahaan yang terjadi selama tahun buku yang bersangkutan.³

Setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk membuat dan melaporkan keuangan perusahaannya pada suatu periode tertentu. Dimana hal yang dilaporkan kemudian dianalisis dan di evaluasi sehingga dapat diketahui kondisi perusahaan yang terbaru. Laporan keuangan juga akan menentukan apa dan bagaimana langkah sebuah perusahaan yang akan dilakukan untuk kedepannya dengan melihat berbagai persoalan yang ada kelemahan maupun kekuatan yang dimiliki perusahaan tersebut. Bagi

² Winwin Yadiati, *Teori Akuntansi: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Kencana, 2007), Hal.51

³ Arion Simorangkir, "Skripsi: *Analisis Hubungan antara Laba Akuntansi dan Laba Tunai terhadap Dividen Kas pada Perusahaan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*", (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2010), hal. 8

pemegang saham laporan keuangan hasil laporan keuangan dapat digunakan untuk mengetahui kondisi dan kinerja perusahaan yang dapat dijadikan sebagai dasar bagi pemegang saham untuk mengambil keputusan apakah akan mempertahankan sahamnya, menjualnya atau menambahnya.

Bagi seorang calon investor yang rasional, perhatiannya akan diarahkan pada tingkat pengembalian (*return*) investasi dan investasi yang dipilih adalah yang menjanjikan *return* tertinggi dengan risiko tertentu dan tingkat pengembalian investasi dapat diprediksi dari laporan keuangan perusahaan. Seorang investor dalam menginvestasikan dananya bertujuan untuk dapat memperoleh dividen. Dividen yang dibagikan oleh perusahaan ada dua jenis, yaitu *cash dividend* (dividen kas) dan *non cash dividend* (non kas). *Cash dividend* adalah dividen yang dibayarkan perusahaan pada investor dalam bentuk uang tunai. Sedangkan *non cash dividend* adalah dividen yang dibayarkan kepada investor.⁴

Pada dasarnya dividen merupakan laba atau keuntungan yang dibagikan kepada pemilik saham yang berasal dari keuntungan perusahaan dalam menjalankan usaha dalam satu periode. Menurut Hery, laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian. Transaksi ini diiktisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan

⁴ Serly Junis Putri Gulo dan Jumiadi A. W, “Pengaruh Laba Akuntansi, Laba Tunai, dan Likuiditas terhadap Cash Dividen pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015”, Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia, vol 6 No. 1, 2018, hal.28

sumber daya keluar (beban dan kerugian). Sedangkan menurut Keiso et.al. laba bersih dapat diperoleh dari hasil pengurangan pendapatan/penjualan, beban dan pajak.⁵ Dijelaskan bahwa diperolehnya laba bersih berasal dari penjualan/pendapatan yang dikurang oleh beban usaha dan pajak, hal ini menunjukkan bahwa penjualan merupakan salah satu komponen untuk perhitungan laba bersih.

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.⁶

Dalam suatu perusahaan, tingkat penjualan juga sangat penting untuk meningkatkan pendapatan dan profit/laba. Tingkat penjualan tersebut bisa dilihat dari volume penjualan yang dapat memperlihatkan jumlah barang atau jumlah uang yang didapat dari penjualan yang dihasilkan perusahaan.

Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Menurut

⁵ *Ibid.*, hal. 2451

⁶ Frendy O Moku dan Altje Tumbel, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV Minahasa Mantap Perkasa”, Jurnal EMBA, Maret 2015, Vol. 3 No. 1, hal. 256

Marbun, volume penjualan adalah total barang yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Rangkuti volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang.⁷

Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga merupakan sub sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang semakin bertumbuh dan berkembang di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produk-produk kecantikan dan keperluan rumah tangga yang digunakan baik dari jenis maupun jumlahnya.

Potensi pasar yang cukup besar datang dari populasi wanita Indonesia pengguna produk kosmetik dengan jumlahnya yang relatif banyak. Dengan populasi lebih dari 260 juta penduduk dan meningkatnya konsumsi masyarakat serta kesadaran akan kesehatan dan kecantikan. Lokasi perkotaan menjadi penyumbang terbanyak konsumsi kosmetik dan produk perawatan kulit. Peluang yang cukup besar ini dapat membuat perusahaan-perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga lainnya

⁷ Rizki Risyana dan Leny Suzan, "Pengaruh Volume Pnejualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (Studi pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)", Jurnal e-Procceding of Management, Vol. 5 No.2, Agustus 2018,hal. 2451

berlomba melakukan inovasi produk-produk mereka untuk menarik minat konsumen.

Tercatat selama tahun 2017 sektor kosmetik Indonesia memiliki kinerja cukup memuaskan. Nilai industri kosmetik Indonesia berkisar IDR 36 triliun (USD 2.7 miliar) pada tahun 2016, meningkat sebesar 12% dari tahun 2015. Produk-produk yang memiliki kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan ini adalah produk perawatan rambut (37%), produk perawatan kulit (32%) dan produk tata rias (10%). Pada tahun 2017 pertumbuhan penjualan luar biasa sebesar 11.99%, berkontribusi sebesar IDR 19 triliun (USD 1.4 miliar).

Hal tersebut juga tidak lain dari tren yang terus tumbuh dengan penggunaan kosmetik halal di Indonesia yang terlihat dalam beberapa tahun belakangan ini. Hal ini disebabkan semakin banyaknya jumlah wanita Muslim yang memiliki pendapatan lebih tinggi dan menjadi lebih sadar untuk membeli produk-produk halal. Studi menunjukkan bahwa saat ini 58% wanita Indonesia akan memilih kosmetik halal dibandingkan kosmetik lainnya. Sebagai hasil, mereka lebih memperhatikan status halal dari kosmetik yang digunakan dibandingkan harga, desain, pengemasan atau atribut lainnya. Efektif dari tahun 2019, regulasi halal baru akan ditetapkan di sektor makanan dan minuman, obat-obatan dan kosmetik.⁸

⁸ _Cekindo, “Indonesia, dengan populasi lebih dari 260 juta penduduk dan meningkatnya konsumsi masyarakat serta kesadaran akan kesehatan dan kecantikan, menawarkan pasar yang menjanjikan bagi perusahaan-perusahaan kosmetik”, dalam <https://www.cekindo.com/id/sektor/kosmetik> diakses 18 Mei 2020

Begitu juga dengan penjualan produk-produk dari PT Unilever Indonesia Tbk terdapat pertumbuhan penjualan hal ini disebabkan banyaknya varian produk PT Unilever Indonesia Tbk, serta banyaknya konsumen yang meminati produk-produk dari PT Unilever Indonesia Tbk. Berikut data tahunan volume penjualan, laba bersih dan dividen di PT Unilever Indonesia:

Tabel 1.1
Data Tahunan
Volume Penjualan, Laba Bersih dan Dividen
PT Unilever Indonesia
2010-2019
(Dalam Jutaan Rupiah)

Tahun	Volume Penjualan	Laba Bersih	Dividen
2010	19.690.239	3.386.970	3.044.370
2011	23.469.218	4.163.369	4.532.220
2012	27.303.248	4.839.277	4.547.480
2013	30.757.435	5.352.625	5.066.320
2014	34.511.534	5.926.720	5.394.411
2015	36.484.030	5.851.805	5.783.540
2016	40.053.732	6.390.672	6.096.370
2017	41.204.510	7.004.562	6.638.100
2018	41.802.073	9.109.445	6.981.450
2019	42.922.563	7.392.837	9.191.962

Dalam tabel 1.1 tersebut merupakan data tahunan volume penjualan, laba bersih dan dividen dari tahun 2010 sampai 2019. Terdapat peningkatan volume penjualan, dan di beberapa tahun terdapat peningkatan dan penurunan di laba bersih, serta peningkatan pada dividen. Banyaknya konsumen yang meminati produk-produk dari PT Unilever Indonesia Tbk dapat memicu meningkatnya volume penjualan tiap tahunnya.

Selama masa pandemi Covid 19, Unilever Indonesia tetap berusaha mempertahankan pertumbuhan bisnis. Sepanjang kuartal I-2020, penjualan bersih PT Unilever Indonesia mencapai Rp 11,2 triliun tumbuh 4,6% secara tahunan. Ditopang dari penjualan *Home & Personal Care* dan *Foods & Refreshment* masing-masing sebesar Rp 7,9 triliun dan Rp 3,3 triliun. Sedangkan laba bersih Unilever tumbuh 6,5% mencapai Rp 1,8 triliun. Dari segmen kontribusi penjualan, pertumbuhan penjualan ini didorong oleh penjualan domestik sebesar 4,4% serta penjualan ekspor 9,0%.⁹

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini dapat menguji pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih dan dampaknya terhadap dividen. Dan juga berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dilakukan analisis dengan judul **“Pengaruh Volume Penjualan terhadap Laba Bersih dan Dampaknya Terhadap Dividen di Perseroan Terbatas Unilever Indonesia Terbuka Periode Tahun 2010-2019”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan penjelasan tentang kemungkinan cakupan yang dapat muncul dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada terkait dengan pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih dan dampaknya terhadap dividen di PT Unilever Indonesia Tbk. periode tahun 2010-2019.

⁹ Kontan.co.id,2020,”*Unilever (UNVR) merilis produk baru selama kuartal 1-2020*, dalam <https://industri.kontan.co.id/news/unilever-unvr-merilis-21-produk-baru-selama-kuartal-i-2020> diakses 18 Mei 2020

C. Rumusan Masalah

Dengan uraian yang terdapat pada latar belakang diatas peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah volume penjualan berpengaruh signifikan dengan laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk. Periode tahun 2010-2019?
2. Apakah laba bersih berpengaruh signifikan dengan dividen pada PT Unilever Indonesia Tbk. Periode tahun 2010-2019?

D. Tujuan Penelitian

Dengan melihat permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka peneliti bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh volume penjualan dengan laba bersih pada PT Unilever Indonesia Tbk. Periode tahun 2010-2019.
2. Untuk menganalisis pengaruh laba bersih dengan dividen pada PT Unilever Indonesia Tbk. Periode tahun 2010-2019.

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat penelitian terdapat dua yaitu teoritis dan praktis, berikut manfaat penelitian:

1. Kegunaan teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini dapat menambah wawasan baru dan menambah informasi ilmiah yang dapat dijadikan referensi dalam kajian penelitian berikutnya.

2. Kegunaan praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan untuk evaluasi dan informasi bagi perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengambilan keputusan, memberikan masukan dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan kinerja perusahaan.

b. Untuk Mahasiswa dan Umum

Untuk mahasiswa dan umum, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan masukan untuk mengembangkan pengetahuan, pengalaman mahasiswa serta dapat dijadikan acuan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi volume penjualan yang mempengaruhi laba bersih dan dividen pada PT Unilever Indonesia Tbk. Periode tahun 2010-2019 dengan indikator sebagai berikut:

a. Volume Penjualan, indikator yang digunakan adalah data volume penjualan pada laporan tahunan (*annual report*) PT Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2010-2019.

b. Laba bersih, indikator yang digunakan adalah data laba bersih pada laporan tahunan (*annual report*) PT Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2010-2019.

c. Dividen, indikator yang digunakan adalah data dividen pada laporan tahunan (*annual report*) PT Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2010-2019.

2. Keterbatasan Masalah

- a. Penelitian ini hanya terbatas pada satu perusahaan yaitu PT Unilever Indonesia Tbk.
- b. Data yang digunakan adalah data laporan tahunan PT Unilever Indonesia Tbk. dimulai dari tahun 2010-2019.
- c. Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah Volume Penjualan (X), sedangkan variabel terikatnya adalah Laba Bersih (Y_1), dan Dividen (Y_2).

G. Penegasan Istilah

Dalam penegasan istilah terbagi menjadi dua yaitu definisi konseptual dan definisi operasional, berikut definisi konseptual dan definisi operasional:

1. Definisi Konseptual

Berkaitan dengan “Pengaruh Volume Penjualan terhadap Laba Bersih dan dampaknya terhadap Dividen”, diperlukan penjelasan lebih lanjut. Hal ini untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan, sehingga perlu diuraikan terlebih dahulu tentang istilah dalam judul skripsi ini sebagai berikut:

- a. Volume Penjualan adalah total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan.¹⁰
- b. Laba Bersih merupakan laba dari bisnis perusahaan yang sedang berjalan setelah bunga dan pajak.¹¹
- c. Dividen merupakan distribusi laba kepada pemegang saham dalam bentuk aktiva atau saham perusahaan penerbit.¹²

2. Definisi Operasional

Volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah banyaknya penjualan baik dalam satuan fisik atau jumlah uang yang dicapai dalam penjualan. Laba Bersih merupakan selisih total penjualan dikurangi dengan biaya produksi dan biaya-biaya lainnya serta dikurangi dengan pajak yang dikenakan kepada perusahaan. Dividen merupakan laba atau keuntungan yang dibagikan kepada pemilik saham yang berasal dari keuntungan perusahaan dalam menjalankan usaha dalam satu periode.

¹⁰ Astri Fitrihartini S, "Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih (Studi kasus pada Perusahaan Batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014)", dalam https://elib.unikom.ac.id/files/disk1/700/jbptunikompp-gdl-astrifitri-34973-1-unikom_a-1.pdf diakses 19 Mei 2020, hal. 6

¹¹ Andre Stefano dan Maryam Mangantar, "Laba Bersih dan Tingkat Risiko Harga Saham pengaruhnya terhadap Dividen pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 4, Desember 2014, hal.14

¹² Serly Junis Putri Gulo dan Jumiadi A. W, *Pengaruh Laba Akuntansi, Laba,...* hal.28

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi disini merupakan penyajian secara rinci, singkat dan jelas yang terstruktur dari masing-masing isi bab. Berikut sistematika penulisan skripsi :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan.

2. BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi uraian landasan teori yang terdiri dari teori yang membahas Volume Penjualan, Laba Bersih dan Dividen. Selanjutnya kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya dan yang terakhir teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

4. BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang paparan hasil penelitian yang berupa deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.

5. BAB V : PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai hasil statistik yang diinterpretasikan dan pembahasan dikaji secara mendalam hingga tercapai hasil analisis dari penelitian.

6. BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi uraian kesimpulan analisis penelitian yang telah dilakukan dan saran atau rekomendasi yang berguna bagi pihak yang memiliki kepentingan dengan hasil penelitian ini.