

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat. Hal ini karena kebanyakan pengusaha kecil dan menengah berangkat dari industri keluarga dan rumahan. Dengan demikian konsumennya pun berasal dari kalangan menengah kebawah.<sup>2</sup> UMKM yang merupakan usaha industri rumah tangga dibutuhkan perencanaan produksi yang baik jika usaha ini ingin berkembang. UMKM ini termasuk dalam perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur ini untuk menghasilkan suatu barang dagangan harus melakukan kegiatan produksi. Semua jenis perusahaan termasuk perusahaan manufaktur mempunyai tujuan memperoleh laba yang sangat besar agar dapat memenuhi kelangsungan hidup perusahaan dan memenuhi kesejahteraan seluruh karyawannya. Selain memperoleh laba yang besar, tujuan lain perusahaan yaitu pertumbuhan dan perkembangan perusahaan yang terus menerus, jika perusahaan terus berkembang maka akan menarik para investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan kita. Bagi perusahaan manufaktur pengolah bahan mentah atau bahan

---

<sup>2</sup> Silviana Meylani, *Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi terhadap Laba Perusahaan dengan Volume Penjualan sebagai Variabel Moderasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bakpia Eka di Tulungagung*, (Tulungagung : Repo IAIN Tulungagung, 2020)

setengah jadi menjadi barang bernilai ekonomis, maka masalah kenaikan harga berhubungan dengan biaya produksi.<sup>3</sup>

Sebagai kelompok usaha yang mempunyai banyak keterbatasan informasi maupun pemahaman yang kurang dalam pengembangan usahanya, para pelaku UMKM memang membutuhkan peran pemerintah dalam mengupayakan peningkatan kemampuan untuk bersaing. Pada bulan Maret 2002 pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk memfokuskan pada empat hal yaitu : memberikan pelayanan dan kemudahan bagi UMKM, melakukan restruksasi UMKM, membuka akses pelayanan perbankan khusus untuk UMKM dan melakukan pembinaan sumber daya manusia. Pemerintah perlu memperhatikan tentang kemampuan dari sisi apa yang harus dikembangkan dari para pelaku usaha kecil, sehingga pemerintah dapat mengoptimalkan segala bentuk kekuatannya dalam membantu kemajuan UMKM yang dinilai mampu menjadi bagian dari pembangunan ekonomi bangsa dan negara.

Perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan penjualan, mempertinggi daya saing, dan meminimalkan biaya-biaya untuk mencapai laba yang maksimal. Agar tujuan tersebut dapat tercapai diperlukan kegiatan pokok yang harus dilaksanakan, baik di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun personalia. Sepertinya belum semua industri menyadari bahwa biaya produksi, biaya promosi, dan harga jual sangat berpengaruh terhadap laba.

---

<sup>3</sup> Agus Putranto, *Analisis Pengaruh Biaya Produksi dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Wonosobo Kabupaten Wonosobo)*, (Wonosobo : Jurnal PKK III, 2017), hal. 280

Laba disebut juga dengan profit. Laba atau profit merupakan hasil bersih dari operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan. Target laba yang diinginkan semua perusahaan pastinya ingin mengalami peningkatan laba bersih. Namun dikarenakan dalam memperoleh laba bersih tersebut harus mengorbankan suatu biaya sehingga penting untuk mengatur keuangan dengan benar agar hasil yang diinginkanpun juga benar. Laba merupakan sisa uang yang sudah dikurangkan dengan semua pengeluaran dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi produk tersebut dan penjualan produk.<sup>4</sup> Pada kegiatan produksi perusahaan, efisiensi biaya sangat diperlukan untuk meminimalisasi modal dan peningkatan laba.

Pada kegiatan operasional, biaya merupakan salah satu sumber informasi yang penting dalam melakukan analisis strategi perusahaan. Pada dasarnya masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya. Oleh sebab itu, untuk mencapai produksi yang efisien diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Menekan biaya produksi merupakan suatu pengendalian biaya yang penting untuk dilakukan agar tidak terjadi pemborosan dan dengan harus tetap memperhatikan kualitas produk yang

---

<sup>4</sup> Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta : UPP STMI YKPN, 2012), hal.2

dihasilkan. Dengan demikian dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat mempertahankan pangsa pasar dalam jangka panjang;. Kemampuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi akan mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh.<sup>5</sup>

Pihak pengelola “Sisi Kertas” ini selalu menyediakan kertas produknya yang berkualitas dan bahan sablon yang digunakan juga terbukti kualitasnya. Sampai saat ini pihak pengelola selalu berusaha meningkatkan kualitasnya dimana memilih bahan baku yang baik. oleh karena itu untuk memperoleh laba yang maksimal perusahaan manufaktur harus benar-benar memperhatikan biaya produksi, sehingga harga pokok produksi dapat ditentukan dengan tepat. Jika biaya produksi meningkat diikuti dengan meningkatnya penjualan, maka diharapkan laba juga meningkat, sedangkan jika biaya produksi meningkat tetapi penjualan menurun dan kurangnya promosi maka laba akan menurun.

Persoalan yang dihadapi oleh para pengusaha sekarang ini tidak hanya bagaimana usahanya untuk meningkatkan hasil produksinya, tetapi yang lebih penting adalah bagaimana cara menjual barang yang diproduksi. Persaingan tersebut meliputi persaingan dalam hal penentuan harga, kualitas produk, dan promosi. Persaingan ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang, dan mendapatkan laba. Suatu perusahaan memproduksi barang dengan kualitas yang baik, harga relative murah dibandingkan pesaing, dan tersebar di

---

<sup>5</sup> *Ibid*, hal. 14

berbagai tempat, tetapi apabila calon pembeli tidak tahu dengan adanya produk tersebut, maka produk tersebut tidak akan bisa laku dan segala sesuatu yang dilakukan sia-sia. Dalam hal ini manajemen perusahaan dituntut agar dapat memperkenalkan produknya di khalayak ramai dengan atau melukan pemasaran.

Dalam melakukan pemasaran, perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualannya. Pelaku usaha pasti akan mengeluarkan biaya pemasaran yang bertujuan agar produk usahanya bisa dijual dan dilihat oleh konsumen. Salah satu strategi yang umumnya digunakan oleh perusahaan yaitu strategi bauran pemasaran dengan cara melakukan promosi. Semakin banyaknya pesaing dan banyaknya pendirian UMKM sekarang ini, perusahaan haruslah semakin sering mempromosikan produknya dan melakukan perbaikan mutu barang serta pelayanan untuk konsumen.<sup>6</sup>

Promosi produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi seberapa berguna produk yang dihasilkan perusahaan itu, dan apabila promosi produk itu bagus maka akan mempengaruhi daya tarik konsumen untuk membeli produk dari kita, sebaliknya jika promosi yang dilakukan oleh perusahaan itu jelek ataupun tidak dapat menarik konsumen, maka produk kita akan sepi konsumen. Promosi yang baik dan bagus akan menghabiskan banyak biaya, karena kita juga akan mendesain

---

<sup>6</sup> Firmansyah Kurniadi, *“Pengaruh Biaya Promosi dan Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada CV. Sejati di Sragen”*, (Surakarta : IAIN Surakarta, 2010), hal. 16

secantik dan sebegitu indahnya promosi yang akan kita lakukan.<sup>7</sup> Menurut Kadek Dody Slamet Prihantara<sup>8</sup> dalam penelitiannya, promosi diharapkan dapat memberikan informasi kepada pembeli mengenai gambaran suatu produk sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh konsumen dalam menentukan pilihan barang yang akan mereka beli. Selain itu promosi juga dapat mengingatkan dan meyakinkan pembeli akan kelangsungan hidup yang berkesinambungan dari produksi tersebut.

Promosi dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial, papan nama, poster, dan lain-lain yang bertujuan menarik minat konsumen untuk membeli produk kita. Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan dibeli. Dalam hal ini cara memperkenalkan produk yang dimiliki “Sisi Kertas” agar sampai ke masyarakat luas, bahkan di luar Kabupaten Tulungagung dengan cara menggunakan sosial media yaitu website, facebook, dan instagram. Selain upaya pengenalan menggunakan sosial media, upaya lain yang dilakukan adalah dengan memberitahukan dari mulut ke mulut ke semua teman dan masyarakat.

Selain faktor dari biaya produksi dan biaya promosi yang dapat meningkatkan laba perusahaan, harga dari penjualan produk pun menjadi faktor dalam peningkatan laba. Harga jual produk dianggap sebagai lambang dari kualitas produk. Namun tidak hanya berhenti sampai disitu,

---

<sup>7</sup> *Ibid*, hal 18

<sup>8</sup> Kadek Slamet prihantara, I Wayan Suwendra, Ni Nyoman Yulianthini, “*Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Pnejualan pada UD Nata Jati Mebel*”, *Jurnal Manajemen* VOL. 3, 2015, hal. 1

harga yang terlalu mahal akan membuat sebuah produk sepi peminat, disisi lain harga yang terlalu rendah akan membuat curiga para konsumen akan keaslian dan bahan baku yang digunakan. Harga jual juga akan menentukan khalayak sasaran dari produk itu sendiri, apabila produk itu diperuntukkan kepada masyarakat dengan ekonomi menengah keatas atau menengah kebawah. Menetapkan harga jual merupakan suatu masalah yang pasti harus dihadapi oleh suatu perusahaan meskipun cara penetapan harga yang digunakan sama bagi setiap perusahaan yaitu berdasarkan atas biaya, persaingan, permintaan dan laba yang diinginkan.<sup>9</sup>

Produk “Sisi Kertas” yang awalnya hanya diketahui masyarakat Tulungagung saja, sekarang sudah meluas di berbagai daerah. Pangsa pasar dari produk “Sisi Kertas” meliputi wilayah Tulungagung, Blitar Kediri, Trenggalek, Malang, dan sekitarnya. UMKM “Sisi Kertas” ini memproduksi *paper bag*. *Paper bag* ini merupakan tas atau tempat yang dapat digunakan sebagai wadah souvenir dalam acara-acara tertentu, misalnya souvenir pernikahan, dll. UMKM “Sisi Kertas” ini sudah bagus dalam hal pemasarannya. Mereka menggunakan berbagai macam media sosial untuk memasarkan produknya. Maka dari itu khalayak ramaipun sudah kenal dengan produk-produk yang dimiliki oleh UMKM ini. Tidak heran jika UMKM ini sekarang menjadi maju dan berkembang. Banyak konsumen yang memilih untuk membuat *paper bag* disini juga dikarenakan harganya murah dengan kualitas yang memang bagus.

---

<sup>9</sup> Iqbal dan Desti Puji Amerliyanti, “Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya Overhead Pabrik terhadap Harga Jual Roti (Studi Empiris pada PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk. yang terdaftar di BEI periode 2012-2014)”, Jurnal Akurat, 2017, hal. 2

Dari pemaparan di atas, peneliti ingin mengangkat penelitian dengan judul : **“Pengaruh Biaya Produksi Biaya Promosi dan Harga Jual Produk terhadap Laba Bersih Usaha Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah merupakan penjelasan tentang kemungkinan-kemungkinan cangkupan yang dapat muncul dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada terkait sebagai berikut:

1. Adanya fluktuasi laba perusahaan pada UMKM Sisi Kertas selama periode tahun 2018-2021
2. Adanya peningkatan yang signifikan pada biaya produksi yang dikeluarkan oleh UMKM Sisi Kertas yang tidak diiringi peningkatan laba perusahaan selama periode tahun 2018-2021
3. Penetapan harga jual belum sebanding dengan biaya produksi dan biaya promosi yang dikeluarkan

## **C. Rumusan Masalah**

1. Apakah biaya produksi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung?



2. Apakah biaya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung?
3. Apakah harga jual produk memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung?
4. Apakah biaya produksi, biaya promosi, dan harga jual produk memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Menguji biaya produksi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung.
2. Menguji biaya promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung.
3. Menguji harga jual produk memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung.
4. Menguji biaya produksi, biaya promosi, dan harga jual memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih usaha pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Dengan diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

### 1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan sebagai tambahan informasi terkait pentingnya biaya produksi, biaya promosi, dan harga jual yang terutama dalam perusahaan manufaktur dalam menetapkan laba yang ingin dicapai oleh perusahaan.

### 2. Kegunaan praktis

#### a. Bagi Perusahaan

Sebagai sumber informasi yang dapat dimanfaatkan perusahaan yang berkaitan dengan perencanaan biaya dan pendapatan dalam pencapaian tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan laba, dan sebagai acuan perusahaan dalam menetapkan biaya produksi yang mempengaruhi tingkat laba yang diperoleh. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi serta pertimbangan bagi perusahaan dalam penetapan perolehan laba yang diinginkan

#### b. Bagi Pemerintah

Sebagai masukan dan informasi agar pemerintah dapat membantu pelaku industri dalam mengembangkan dan memajukan usaha kecil sehingga dapat membantu pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

c. Bagi Peneliti dan Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai media penyedia informasi yang bermanfaat dari perguruan tinggi serta tambahan koleksi perustakaan, dan dapat menambah pengetahuan mengenai biaya produksi, biaya promosi, dan harga jual untuk meningkatkan laba yang diinginkan perusahaan serta dapat dijadikan informasi tambahan untuk penelitian yang sejenis di masa mendatang.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi yang ingin mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan harga jual produk terhadap laba bersih penjualan maupun untuk pengembangan penelitian selanjutnya yang sejenis.

## **F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi biaya produksi, biaya promosi, dan harga jual terhadap laba perusahaan, dan dengan indikator sebagai berikut :

- a. Biaya produksi, indikator yang digunakan adalah data biaya produksi pada laporan keuangan bulanan UMKM Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung periode 2018-2021.

- b. Biaya promosi, indikator yang digunakan adalah data biaya promosi pada laporan keuangan bulanan UMKM Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung periode 2018-2021.
- c. Harga jual, indikator yang digunakan adalah data harga jual produk yang banyak diminati konsumen pada laporan keuangan bulanan UMKM Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung periode 2018-2021.
- d. Laba perusahaan, indikator yang digunakan adalah laba perusahaan pada laporan keuangan bulanan UMKM Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung periode 2018-2021.

## 2. Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada suatu perusahaan yaitu UMKM Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data keuangan perbulan UMKM Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung dimulai dari tahun 2018 sampai tahun 2021. Penelitian ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah Biaya Produksi ( $X_1$ ), Biaya Promosi ( $X_2$ ), dan Harga Jual Produk ( $X_3$ ), sedangkan variabel terikat dari penelitian ini adalah Laba Bersih Perusahaan (Y).

## **G. Penegasan Istilah**

### 1. Penegasan konseptual

Berkaitan dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Biaya Produksi Biaya Promosi dan Harga Jual Produk terhadap Laba Bersih Usaha Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sisi Kertas Boyolangu Tulungagung”, diperlukan penjelasan lebih lanjut. Hal ini untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan, sehingga perlu uraian terlebih dahulu tentang istilah dalam judul penelitian ini.

- a. Biaya produksi, merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan yang digunakan untuk memproduksi barang pada suatu kegiatan produksi. Biaya produksi itu sendiri terdiri dari beberapa biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.<sup>10</sup>
- b. Biaya promosi, merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk keperluan promosi pengenalan produk yang dimiliki suatu perusahaan agar dikenal khalayak konsumen.<sup>11</sup>
- c. Harga jual produk, merupakan kuantitas uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapat suatu produk yang akan dibelinya dan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan sebagai imbalan atas seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan

---

<sup>10</sup> Rudianto, *Pengantar Akuntansi*, (Jakarta : Erlangga, 2009), hal. 17

<sup>11</sup> *Ibid*, hal. 19

untuk memproduksi barang tersebut dan ditambahkan dengan laba yang diinginkan.<sup>12</sup>

- d. Laba bersih usaha, merupakan sisa uang yang sudah dikurangkan dengan semua pengeluaran dan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melakukan proses produksi produk tersebut dan penjualan produk.<sup>13</sup>

## 2. Penegasan operasional

Penegasan operasional merupakan petunjuk bagaimana variabel diukur. Dengan melihat penegasan operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti akan dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti.

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi merupakan bantuan yang dapat digunakan oleh pembaca untuk mempermudah mengetahui urutan-urutan sistematis dari isi sebuah karya ilmiah tersebut. Sistematika pembahasan ini dibagi dalam tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir. Untuk lebih rincinya dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Bagian Awal** yang berisi halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

---

<sup>12</sup> *Ibid*, hal. 20

<sup>13</sup> *Ibid*, hal. 22

**Bagian Utama (Inti)** yang merupakan inti dari hasil penelitian yang terdiri dari enam bab dan masing-masing bab terbagi dalam sub-sub bab.

#### BAB I : Pendahuluan

Bab ini terdiri dari uraian latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

#### BAB II : Landasan Teori

Bab ini menerangkan tentang kajian teori yang mendukung penelitian. Berisi tentang landasan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang diawali dengan grand theory atau landasan utama yang menjadi materi utama dalam penelitian, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan, kerangka konseptual yang menunjukkan variabelvariabel apa saja yang akan diteliti, hipotesa sementara.

#### BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data variable dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian serta teknik analisis data.

#### BAB IV : Hasil Penelitian

Bab ini berisi uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh melalui pengamatan (apa yang terjadi dilapangan), hasil wawancara (apa yang dikatakan oleh informan), serta deskripsi informasi lainnya yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data sebagaimana diatas.

#### BAB V : Pembahasan

Bab ini menguraikan tentang keterkaitan antar teori yang ditemukan terhadap teori sebelumnya serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan (grand theory). Temuan penelitian juga dijelaskan implikasinya yang lebih luas dalam khazanah kajian yang ada.

#### BAB VI : Penutup

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang relevan dengan permasalahan yang telah dirumuskan di awal dengan pengajuan saran atau rekomendasi peneliti.

**Bagian Akhir** yang merupakan bagian akhir dalam skripsi yang memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.