

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Berbagai kekayaan dan keindahan alam yang dimiliki Negara Indonesia sangat berlimpah. Dengan adanya hal tersebut menjadikan pemerintah terus mengupayakan dalam sektor industri pariwisata. Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia telah mengalami pemerluasaan. Berbagai daerah mulai berlomba dalam membangun potensi wisata yang dapat mengundang para wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

Di Kabupaten Blitar sendiri telah mengalami banyak perkembangan dalam hal objek wisata diantaranya wisata budaya, wisata alam, maupun dari wisata edukasi. Perkembangan dari industri pariwisata ini mendorong adanya industri-industri baru muncul. Salah satunya ialah industri makanan atau jajanan khas daerah. Industri jajanan daerah ini akan seiring dengan perkembangan industri pariwisata. Karena adanya wisatawan yang berasal dari luar daerah tidak menutup kemungkinan akan membeli jajanan khas daerah yang dikunjunginya sebagai buah tangan.

Salah satu industri jajanan di Kabupaten Blitar ialah Omah Jenang Kelapa Sari Blitar yang berdiri sejak tahun 1985. Produk yang dihasilkan ialah jajanan tradisional khas Blitar seperti jenang, wajik klethik, madumongso, dsb. Pemasaran produk Omah Jenang Kelapa Sari Blitar

sudah ke seluruh wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah, Jogja, Kalimantan, Sulawesi, Sumatera, Bali, dan hingga ekspor Hongkong dan Taiwan. Sehingga industri ini menjadi salah satu ikon dan pusat oleh-oleh yang dicari oleh para wisatawan.

Industri jajanan daerah termasuk jenis usaha yang berasal dari industri rumahan dan tergolong pada Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) . Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), peran UMKM ialah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.<sup>2</sup> UMKM menjadi salah satu roda penggerak perekonomian yang ada di Indonesia. Dimana hal ini dapat dilihat dari krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997/1998 yang diawali dengan krisis nilai tukar rupiah terhadap dollar AS dan krisis moneter yang berdampak pada perekonomian Indonesia. Dalam kondisi krisis tersebut hanya sektor UMKM yang mampu tetap bertahan.

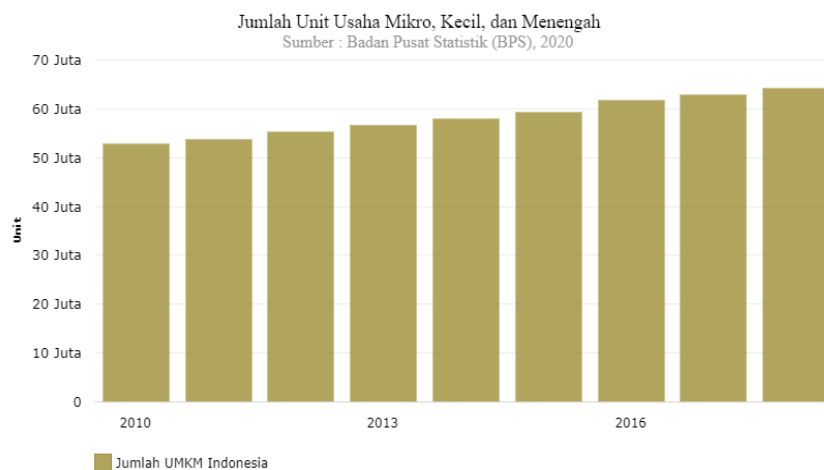
Berikut ini data jumlah unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia Tahun 2010-2018<sup>3</sup> :

---

<sup>2</sup> Dindin Abdurrahim, "*Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*". (Yogyakarta : Bintang Pustaka Madani, 2020) hlm 4.

<sup>3</sup> "*Jumlah Unit Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah*". Diakses pada 25 Januari 2021. <https://www.bps.go.id>.

Gambar 1.1  
Jumlah Unit Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah



*Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2020*

Berdasarkan data jumlah unit usaha mikro, kecil, dan menengah tahun 2010-2018 terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2010 jumlah UMKM di Indonesia 52,8 juta unit. Pada tahun 2011 meningkat 1 juta unit dari tahun 2010 yaitu menjadi 53,8 juta unit. Sedangkan pada tahun 2012 jumlah UMKM di Indonesia 55,2 juta unit, bertambah 1,4 juta unit dari tahun 2011. Pada tahun 2013 berjumlah 56,5 juta unit, dan bertambah 1,4 juta unit di tahun berikutnya yaitu tahun 2014 menjadi 57,9 juta unit. Selanjutnya pada tahun 2015 berjumlah 59,3 juta unit, tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 2,4 juta unit yaitu menjadi berjumlah 61,7 juta unit, tahun 2017 62,9 juta unit, dan di tahun 2018 64,2 juta unit.

Peningkatan pada pelaku UMKM pada setiap tahunnya pasti memiliki tujuan untuk memajukan usahanya dan meningkatkan nilai dari usaha tersebut dengan cara menjalankannya sebaik mungkin. Cara yang dapat ditempuh yaitu dengan mengatur pengeluaran secara ekonomis serta dapat menghasilkan keuntungan/laba yang sebesar-besarnya. Untuk mendapatkan laba yang besar atau yang telah ditargetkan, diperlukan adanya manajemen yang baik yang mampu untuk memenuhi target laba yang telah ditetapkan.

Laba dalam suatu usaha menjadi tujuan utama, laba merupakan selisih penjualan dengan biaya produksi yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk/jasa. Laba usaha ialah margin keuntungan yang telah didapatkan oleh suatu perusahaan dari pendapatan yang diperoleh dan telah dikurangi oleh biaya-biaya.

Pada prinsipnya setiap usaha pasti membutuhkan modal atau dana. Modal yang digunakan dalam suatu usaha diharapkan dapat kembali masuk dalam jangka waktu pendek melalui penjualan. Dikarenakan modal akan mengalami perputaran secara terus menerus setiap periode dan dapat dialokasikan kembali untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Modal adalah kekayaan ataupun harta yang dikelola dalam sebuah usaha dengan harapan bisa mendatangkan keuntungan sehingga kekayaan ataupun hartanya bisa bertambah. Oleh karena itu, modal merupakan sumber utama produksi, terlebih saat memulai bisnis. Al-Qur'an menyebutkan betapa pentingnya modal bagi manusia dalam QS. Ali Imran : 14 :

رُئِيَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ  
وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْخَرْثِ <sup>قَالَ</sup> ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا صَلَّى وَ اللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ  
الْمَأْبِ { ١٤ }

(Qs. Ali Imran [3] : 14)

*“Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu; wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dan jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah lading. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan disisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga).”*

Ayat diatas menjelaskan bahwa harta yang terdiri dari emas, perak, kuda, dan sebagainya merupakan modal bagi manusia untuk terus bekerja di dunia.<sup>4</sup> Dalam satu hadis, Rasulullah pernah menyatakan berkaitan dengan pentingnya modal:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ قَالَ: قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ لَا حَسَدَ إِلَّا فِي اثْنَتَيْنِ: رَجُلٌ آتَاهُ اللَّهُ مَا لَا فُسْطُطَ عَلَيْهِ هَلَكَتِهِ فِي الْحَقِّ، وَرَجُلٌ آتَاهُ اللَّهُ الْحِكْمَةَ فَهُوَ يَقْضِي بِهَا وَيُعَلِّمُهَا.

*“Tidak dinamakan dengki dalam dua perkara; orang yang diberikan Allah kekayaan (modal), lalu dibelanjakan untuk menegakkan kebenaran (kepentingan diri umat), dan orang yang dianugerahkan dengan ilmu yang banyak, lalu mengajarkannya kepada orang lain,” (HR. Bukhari).*

Hadis diatas menjelaskan kecintaan pada ilmu memiliki kedudukan yang sama dengan kecintaan kepada harta. Pernyataan tersebut berlaku dengan syarat ilmu dan hartanya digunakan untuk jalan yang benar. Hadis

<sup>4</sup> Muhammad Sulaiman, dan Aizuddinur Zakaria. “Jejak Bisnis Rasul” (Jakarta Selatan : PT Mizan Publika, 2010) hlm 53.

diatas juga menggambarkan bahwa berlomba-lomba mengumpulkan ilmu dan harta, dengan tujuan yang benar, dianjurkan oleh Rasulullah.<sup>5</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dwiningwarni secara parsial modal usaha memiliki pengaruh terhadap laba usaha yang mana terlihat dari perolehan hasil bahwa secara positif dan signifikan modal usaha berpengaruh terhadap laba usaha. Hal tersebut juga dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah yang menunjukkan hasil positif dan signifikan pada modal kerja yang berpengaruh terhadap laba laba bersih.

Industri Omah Jenang Kelapa Sari merupakan usaha yang bergerak dibidang produksi jajanan tradisional. Dimana ada kegiatan produksi dari bahan mentah menjadi barang jadi. Maka dari itu pada kegiatan perusahaan yang bergerak dibidang produksi, modal menjadi permasalahan yang terpenting. Karena dikhawatirkan akan terjadi kebangkrutan apabila kurangnya modal yang dimiliki sehingga mengalami krisis keuangan. Disini manajer dapat melakukan pengelolaan modal yang efektif dan efisien, sehingga akan tercapainya aktivitas produksi sesuai target dan dapat mencapai laba yang diinginkan perusahaan.

Fokus pengelola usaha selanjutnya untuk bisa memperoleh laba atau keuntungan yang diinginkan ialah dapat mengatur atau menekan biaya produksi tanpa adanya pengurangan kualitas barang produk. Cara yang dapat digunakan untuk mengukur apakah suatu produk yang

---

<sup>5</sup> Ibid., "*Jejak Bisnis Rasul*", hlm 54.

diproduksi dapat menghasilkan laba atau rugi yaitu dari perincian biaya produksi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksinya. Apabila perusahaan dapat menghemat biaya produksi dengan baik maka akan diperoleh suatu laba atau keuntungan yang optimal atau memperoleh laba yang ingin dicapai. Namun apabila terjadi sebaliknya maka pengeluaran yang besar akan menyebabkan penurunan laba.

Setelah produk jadi maka tahap selanjutnya ialah melakukan pemasaran. Dimana pemasaran merupakan kegiatan yang harus dilakukan agar usaha yang dijalankan dapat melanjutkan kelangsungan hidup, mengembangkan usahanya dan mendapatkan laba. Strategi pemasaran setiap usaha industri pasti berbeda, tergantung jenis usaha yang dijalkannya. Kebijakan mengenai kegiatan pemasaran akan mempengaruhi besaran laba yang dapat diperoleh. Apabila suatu usaha industri memiliki sistem distribusi yang baik namun tidak bisa memperkenalkan produk secara luas, maka produk yang dijual tidak bisa bersaing dengan produk lain, dan laba yang dihasilkanpun kurang optimal.

Apabila kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan baik, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba bersih selanjutnya ialah kenaikan atau penurunan jumlah/volume penjualan dari unit produk yang dijual.<sup>6</sup> Munawir berpendapat, untuk bisa mencapai laba bersih yang maksimal dalam perencanaan maupun realisasinya maka seorang manajemen mampu

---

<sup>6</sup> Fipin Hidayanti, " *Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2016)*". Jurnal Riset Akuntansi .Volume 1 Nomor 3, Maret 2019. hlm 89

melakukan beberapa hal, yang dimana salah satu cara yang dapat dilakukan ialah dengan meningkatkan volume penjualan. Laba bersih dapat diperoleh secara optimal apabila volume penjualan dapat dicapai secara maksimal serta biaya produksi yang dikeluarkan dapat ditekan sekecil mungkin.

Berdasarkan hal yang telah diuraikan diatas maka dipersaingan industri jajanan khas daerah diharapkan perusahaan dapat selektif dalam pengelolaan modal, perhitungan dalam pengeluaran biaya produksi serta biaya pemasaran yang harus dikeluarkan, sehingga dapat dicapai volume penjualan yang optimal yang mana akan terperoleh laba perusahaan yang ingin ditargetkan. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis melakukan penelitian bagaimana pengaruh modal, biaya produksi, biaya pemasaran dan volume penjualan terhadap tingkat laba bersih usaha. Oleh karena itu, penulis mengusung penelitian yang berjudul **“Pengaruh Modal, Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Omah Jenang Kelapa Sari Blitar”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah adalah cakupan yang berisi penjelasan mengenai kemungkinan-kemungkinan yang dapat muncul dalam penelitian yang sedang dilakukan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat diidentifikasi masalah yang terkait dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:



1. Adanya kondisi laba bersih usaha yang belum optimal sehingga masih terjadi kenaikan dan penurunan pada Omah Jenang Kelapa Sari Blitar.
2. Terjadinya kondisi dimana modal meningkat namun tidak diiringi dengan peningkatan laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar.
3. Terjadinya kondisi dimana adanya peningkatan pada biaya produksi yang dikeluarkan oleh Omah Jenang Kelapa Sari Blitar namun tidak diiringi dengan peningkatan laba bersih usaha.
4. Terjadinya kondisi adanya biaya pemasaran yang cenderung tidak mengalami perubahan yang dikeluarkan oleh Omah Jenang Kelapa Sari Blitar.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas terdapat beberapa masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah modal berpengaruh terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar ?
2. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar ?
3. Apakah biaya pemasaran berpengaruh terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar ?
4. Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar ?

5. Apakah modal, biaya produksi, biaya pemasaran, dan volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar ?

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

Dari permasalahan yang telah diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menguji pengaruh modal terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar.
2. Menguji pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar.
3. Menguji pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar.
4. Menguji pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar .
5. Menguji pengaruh modal, biaya produksi, biaya pemasaran, dan volume penjualan terhadap laba bersih Omah Jenang Kelapa Sari Blitar.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai informasi dan menambah pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu akuntansi terkait dengan pengaruh modal, biaya produksi, biaya pemasaran, dan volume penjualan terhadap laba bersih sehingga dapat

dijadikan bahan pengembangan antara praktik dan teori pada mata kuliah akuntansi biaya untuk mahasiswa jurusan akuntansi syariah pada Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Perusahaan

Secara praktis berdasarkan hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi dan bahan masukan bagi instansi terkait sehingga dapat dijadikan pembuatan pengambilan keputusan keuangan. Serta penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan referensi dalam melakukan suatu pengelolaan keuangan yang berkenaan dengan modal, biaya produksi, biaya pemasaran dan volume penjualan terhadap laba bersih.

### b. Bagi Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat dijadikan sarana untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh modal, biaya produksi, biaya pemasaran dan volume penjualan terhadap laba bersih.

### c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya bagi pihak manapun yang akan mempelajari mengenai pengaruh modal, biaya produksi, biaya pemasaran dan volume penjualan terhadap laba bersih.

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

### **1. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup penelitian merupakan penjelasan tentang batasan masalah yang akan diteliti. Maka berdasarkan latar belakang masalah diatas penelitian ini hanya mencakup modal, biaya produksi, biaya pemasaran dan volume penjualan yang memiliki pengaruh terhadap laba bersih pada Omah Jenang Kelapa Sari Blitar periode 2017 – 2020, dengan indikator sebagai berikut :

- a. Modal, dalam penelitian ini yang digunakan ialah data modal kerja pada laporan keuangan tahunan Omah Jenang Kelapa Sari Blitar periode 2017 – 2020.
- b. Biaya Produksi, dalam penelitian ini indikator yang digunakan ialah data biaya produksi yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pada laporan keuangan tahunan Omah Jenang Kelapa Sari Blitar periode 2017 – 2020.
- c. Biaya Pemasaran, , dalam penelitian ini indikator yang digunakan ialah data biaya pemasaran yang mencakup biaya promosi dan biaya distribusi pada laporan keuangan tahunan Omah Jenang Kelapa Sari Blitar periode 2017 – 2020.
- d. Volume Penjualan, dalam penelitian ini indikator yang digunakan ialah data data jumlah penjualan pada laporan keuangan tahunan Omah Jenang Kelapa Sari Blitar periode 2017 – 2020.

## **2. Keterbatasan Penelitian**

Untuk menghindari meluasknya pokok permasalahan yang telah ada dan pembahasan dapat sesuai dengan tujuan yang ditetapkan maka perlu adanya pembatasan penelitian, berikut cakupan keterbatasan penelitian :

- a. Penelitian ini hanya terfokus pada pengaruh modal, biaya produksi, biaya pemasaran, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada Omah Jenang Kelapa Sari Blitar.
- b. Penelitian ini menggunakan data dari informasi laporan keuangan yang mencakup modal, biaya produksi, biaya pemasaran, laporan laba rugi, serta data jumlah penjualan pada Omah Jenang Kelapa Sari Blitar.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

Adanya perbedaan dalam persepsi dan pemahaman terhadap konsep teori yang digunakan dalam penelitian sehingga menimbulkan salah pengertian maka perlu adanya definisi konseptual. Definisi konseptual merupakan penjelasan terhadap konsep yang menimbulkan perbedaan menjadi pernyataan yang tegas dan dapat dipahami oleh siapapun. Adapun definisi konseptual yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti, diantaranya sebagai berikut :

a. Modal

Modal memiliki peran yang penting dalam usaha yang bergerak dibidang produksi. Dimana modal merupakan harta benda maupun uang yang dapat digunakan untuk menghasilkan keuntungan/laba bersih usaha dengan menjadikannya sebagai pokok dalam perdagangan.

b. Biaya Produksi

Biaya produksi diperlukan bagi usaha yang mengolah bahan baku menjadi produk jadi. Yang mana produk jadi tersebut akan dipasarkan dan dijual sehingga dapat menghasilkan laba bersih.

c. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran sendiri juga memiliki peran penting dalam perusahaan guna produk yang telah jadi dapat dijual ke pasar.

d. Volume Penjualan

Kegiatan penjualan dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba bersih usaha. Dimana volume penjualan dapat meningkat seiring dengan perkembangan usaha yang dijalankannya.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah mengubah konsep-konsep yang berupa *constructs* atau sesuatu yang bersifat abstrak (tidak empiris) menjadi bentuk yang dapat diukur secara empiris, dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati (*observable*),

dapat diuji, dan dapat ditentukan kebenarannya oleh orang lain.<sup>7</sup> Dengan melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti akan dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti.

Tabel 1.1  
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala
Modal ( $X_1$ )	Modal Kerja = Aktiva Lancar – Hutang Lancar	Rasio
Biaya Produksi ( $X_2$ )	Biaya Bahan Baku Biaya Tenaga Kerja Langsung Biaya Overhead Pabrik	Rasio
Biaya Pemasaran ( $X_3$ )	Biaya Promosi Biaya Distribusi	Rasio
Volume Penjualan ( $X_4$ )	Jumlah penjualan dalam nilai mata uang yaitu harga per unit barang dikalikan jumlah barang yang terjual.	Rasio
Laba Bersih (Y)	Pendapatan Beban Usaha	Rasio

*Sumber : Data diolah Peneliti*

## H. Sistematika Penulisan Skripsi

### 1. BAB PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara singkat isi dari penelitian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, penegasan istilah, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

### 2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini tentang kajian teori mengenai konsep ukuran usaha dan pengetahuan tentang informasi.

---

<sup>7</sup> Umar Suryadi Bakry, “Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional”. (Yogyakarta : Deepublish, 2016) hlm. 24

### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini tentang pendekatan dan rancangan penelitian, lokal penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

### 4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan paparan data atau temuan peneliti yang didapat dari hasil perhitungan dan pengolahan data.

### 5. BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang pembahasan terkait dengan yang dilakukan peneliti dengan mencocokkan teori-teori.

### 6. BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran, dan penutup.