

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin pesat sehingga akan berdampak pada persaingan perdagangan yang semakin ketat. Saat ini banyak bermunculan perusahaan dengan berbagai macam bentuk usaha, hal ini menandakan bahwa dunia usaha semakin maju. Perusahaan dituntut untuk semakin efisien dalam menjalankan aktivitasnya agar mampu menghadapi persaingan yang ada.

Setiap perusahaan saat memulai usaha tentu memiliki tujuan untuk menghasilkan laba semaksimal mungkin dari kegiatan bisnisnya.² Perusahaan berusaha untuk menciptakan inovasi produk terbaru agar produknya dapat menarik minat konsumen untuk membelinya. Perusahaan juga didirikan untuk meningkatkan volume penjualan. Apabila tujuan perusahaan tersebut tercapai, maka perusahaan akan mampu bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan yang lain. Salah satu tujuan yang ingin dicapai adalah mendapatkan penjualan yang maksimal dari produk-produk yang telah terjual.

Biaya merupakan salah satu unsur terpenting dalam sebuah perusahaan. Keakuratan biaya sangat penting untuk perhitungan atas nilai laba perusahaan.³ Sebuah perusahaan tentu memiliki informasi yang

² Hari Wijaya dan Hani Sirine, “*Strategi Segmenting, Targeting, Positioning, Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap*”, *Asian Journal of Innovation and Enterpreneuship*, Vol. 01 No. 03, tahun 2016

³ Sopiyan. A.R, “*Unsur-Unsur Biaya Produksi Dan Metode Penentuannya*”, *Jurnal Eksistensi*, Vol. 1 No. 3, tahun 2009

menyajikan laporan-laporan yang berisikan biaya yang dikeluarkan dalam periode tertentu kepada pihak-pihak yang memerlukan informasi mengenai biaya-biaya tersebut.

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya, pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya.⁴ Dengan adanya akuntansi biaya dalam sebuah perusahaan, dapat melengkapi manajemen untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas dan efisiensi serta membantu untuk pengambilan keputusan.

Biaya yang dikeluarkan suatu perusahaan untuk melakukan seluruh kegiatan operasional tidaklah sedikit, mulai dari kebutuhan biaya produksi, biaya distribusi maupun biaya promosi. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.⁵ Proses produksi membutuhkan biaya yang banyak sehingga pengelolaan biaya harus diatur sebaik mungkin untuk menghindari permasalahan yang fatal.

Selanjutnya, distribusi adalah proses yang menunjukkan penyaluran barang dari produsen ke tangan masyarakat.⁶ Tentu untuk melakukan kegiatan distribusi, perusahaan perlu mengeluarkan biaya yang disebut biaya distribusi. Biaya distribusi digunakan untuk pengiriman atau pendistribusian suatu barang baik kepada konsumen perorangan maupun kepada agen-agen besar.

⁴ Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2010), hal. 7

⁵ *Ibid.*, hal. 14

⁶ Westriningsih, *Mengenal Kegiatan Distribusi*, (Klaten: Cempaka Putih, 2018), hal. 5

Selain biaya produksi dan biaya distribusi, biaya lain yang tidak kalah penting adalah biaya promosi. Tujuan promosi dilakukan adalah untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan perusahaan kepada masyarakat secara luas. Kegiatan promosi mempunyai peran penting dalam kegiatan operasional perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan atas produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Melalui kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tentu diperlukan biaya yang dinamakan biaya promosi.

Penjualan memiliki peran penting agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual sehingga memberikan penghasilan bagi perusahaan.⁷ Dalam sebuah perusahaan, tingkat penjualan sangat penting untuk meningkatkan keuntungan/laba. Tingkat penjualan tersebut dapat dilihat dari volume penjualan yang dapat memperlihatkan jumlah barang yang diperoleh dari penjualan yang dihasilkan perusahaan.

Perusahaan barang konsumsi seperti roti merupakan sub sektor makanan dan minuman semakin bertumbuh dan berkembang di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produk-produk barang konsumsi yang digunakan baik dari jenis maupun jumlahnya. Potensi pasar yang cukup besar datang dari masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi roti dengan jumlah yang relatif banyak. Roti merupakan makanan pengganti dari nasi. Roti juga bisa dijadikan sebagai camilan disela-sela waktu bekerja untuk menunda lapar. Peluang yang cukup besar ini membuat perusahaan-

⁷ Budieli Hulu, Yohanes Daki dan Erasma F. Zalogo, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Mitra Kecamatan Amandraya", Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, Vol. 6 No. 2, tahun 2021

perusahaan barang konsumsi lainnya membuat inovasi produk untuk menarik minat konsumen.

Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54% menjadi Rp. 775,1 triliun, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan Produk Domestik Bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp. 1,12 kuadriliun pada 2021.⁸

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik 2021, konsumsi roti tawar dan roti manis penduduk Indonesia tahun 2020 mencapai 3,01 kg/kapita/tahun. Konsumsi roti tawar dan roti manis penduduk Indonesia cenderung mengalami peningkatan tiap tahunnya, hal ini juga ditunjukkan oleh meningkatnya jumlah produsen roti. Jumlah perusahaan roti di Indonesia menurut laman Kementerian Perindustrian hingga April 2022 adalah 600 unit.⁹

PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. adalah sebuah perusahaan roti dengan merek dagang Sari Roti terbesar di Indonesia. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1995. Perkembangan perusahaan ini semakin pesat seiring meningkatnya permintaan konsumen. Sehingga perusahaan meningkatkan kapasitas produksinya dengan menambahkan dua lini produksi, yaitu roti tawar dan roti manis sejak tahun 2001. Sejak tahun 2010 perseroan telah melakukan Penawaran Umum Saham Perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI)

⁸ Kementerian keuangan, “*Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia*”, dalam <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalu/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>, diakses 2 oktober 2023

⁹ Nadia Arum Wandhasari, Mohamad Harisudin, dan Setyowati, “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Latansa Bakery Surakarta*”, Jurnal Agrista, Vol. 10 No. 2, tahun 2022, hal. 2

dengan kode emiten ROTI. Pada tahun 2022, perseroan ini meluncurkan merek “Sari Kue” sebagai kategori produk baru.¹⁰

PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. memiliki cara produksi yang higienis, berkualitas, halal, aman untuk dikonsumsi, dan memiliki harga yang terjangkau oleh masyarakat. Selain itu, PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. juga berhasil memperoleh beberapa penghargaan, di antaranya *Top Brand Award* sejak tahun 2009 hingga 2014, *Top Brand for Kids* sejak tahun 2009 hingga 2013, *Indonesia Original Brands, Marketing Brand* 2010, *Best of the Best* 2012 Forbes Indonesia, *Investor Award* 2012, *Asia’s Best Companies* 2014, *Indonesia Investment Award* 2017, *Indeks Tempo IDN Financials 52 – High Dividend High Growth*, penghargaan dari *Halal Awards, Top 50 of Mid Market Capitalization Public Listed Companies*, dan beberapa penghargaan lainnya.¹¹

Beberapa produk Sari Roti antara lain roti tawar, roti tawar jumbo, roti tawar kupas, roti rasa pandan, roti gandum, roti raisin, roti klasik kasur krim messes, roti klasik pan pandan, roti burger, roti isi coklat, roti sobek coklat keju, roti sobek coklat stroberi, roti klasik sisir mentega, roti isi keju, roti krim moka, roti krim coklat messes, roti krim coklat rasa vanila, roti *sandwich* coklat, roti *sandwich* kacang, dorayaki coklat, sari kue tiramisu, dan beberapa varian produk lainnya.¹² Dengan mempertahankan komitmen

¹⁰ PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk., “*Laporan Tahunan 2022*”, (Jawa Barat: 2022), hal. 16-17

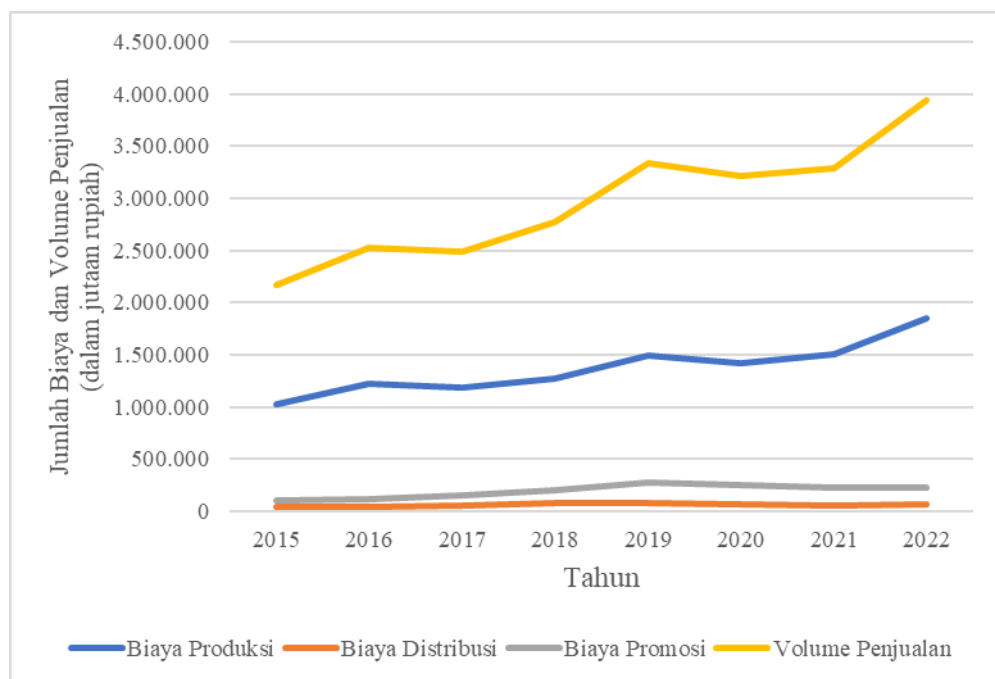
¹¹ Wikipedia, “*Sari Roti*”, Dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Sari_Roti, diakses 2 Oktober 2023

¹² PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk., “*Produk Sari Roti*”, dalam <https://www.sariroti.com/id/produk-kami/produk>, diakses 2 Oktober 2023

Sari Roti dalam proses produksi mulai dari pemilihan bahan yang berkualitas, pengolahan hingga pendistribusian yang dilakukan secara profesional dengan bantuan dari tenaga ahli dibidangnya sehingga Sari Roti selalu menjadi makanan pilihan keluarga Indonesia.

Berikut grafik laporan keuangan biaya produksi, biaya distribusi, biaya promosi, dan volume penjualan di PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.

Gambar 1.1
Grafik Laporan Keuangan
Biaya Produksi, Biaya Distribusi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan
PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.



Sumber data: data diolah penulis, 2024¹³

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2015 hingga tahun 2022 terlihat mengalami fluktuatif. Pada grafik, biaya distribusi cenderung mengalami

¹³ Dokumen Laporan Keuangan PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.

perubahan yang tidak signifikan dengan kenaikan dan penurunan yang cukup stabil. Pada tahun 2017 biaya distribusi mengalami kenaikan tetapi volume penjualan menurun.

Selain itu, biaya promosi juga mengalami perubahan yang tidak terlalu signifikan. Selama periode 2015 – 2019 mengalami kenaikan, kemudian pada tahun 2020 – 2021 sedikit mengalami penurunan. Hal ini hampir sama dengan pergerakan naik dan turunnya biaya distribusi, tetapi pada tahun tertentu tidak sejalan dengan naik dan turunnya volume penjualan. Pada tahun 2017 biaya promosi mengalami peningkatan tetapi volume penjualan menurun. Volume penjualan pada tahun 2015 – 2022 mengalami ketidakstabilan, karena mengalami kenaikan atau penurunan total volume penjualan

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengkaji tentang biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya promosi. Biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya promosi mengalami naik turun setiap tahunnya. Begitu juga dengan volume penjualannya. Meskipun kenaikan dan penurunannya tidak begitu besar, perubahan dari biaya-biaya tersebut ternyata cenderung diikuti oleh perubahan terhadap volume penjualan. Berapa pun besarnya biaya-biaya tersebut menyebabkan kenaikan ataupun penurunan volume penjualan. Dengan mengetahui besarnya pengaruh biaya-biaya tersebut maka perusahaan dapat mengambil tindakan yang tepat untuk mencapai hasil penjualan yang maksimal.

Pada penelitian ini, peneliti memilih PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. sebagai objek penelitian. Alasan peneliti memilih perusahaan ini karena merupakan perusahaan barang konsumsi yang memproduksi roti terbesar di Indonesia dengan cara produksi yang higienis, berkualitas, halal, aman dikonsumsi dan memiliki harga yang terjangkau di masyarakat dengan merek Sari Roti dan Sari Kue. Perkembangan perusahaan ini semakin pesat karena minat masyarakat tinggi terhadap produk roti ini. Perusahaan mengikuti perkembangan zaman dengan melakukan inovasi produk. Berbagai macam produk roti yang diproduksi perusahaan tersebut laku di pasar karena roti termasuk kebutuhan sehari-hari yang dibutuhkan masyarakat.

Dari latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka penulis mengambil judul “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang terkait atas pengaruh biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. Beberapa masalah diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Biaya produksi yang dikeluarkan tahun 2015-2022 mengalami fluktuatif.
2. Adanya peningkatan biaya distribusi pada tahun 2017 tetapi volume penjualan turun.

3. Adanya peningkatan biaya promosi pada tahun 2017 tetapi volume penjualan turun.
4. Ketidakstabilan volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk tahun 2015-2022.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022 ?
2. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022 ?
3. Apakah biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022 ?
4. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022 ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai informasi dan menambah pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu akuntansi terkait dengan pengaruh biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi terhadap volume penjualan sehingga dapat dijadikan bahan pengembangan antara praktik dan teori pada mata kuliah akuntansi biaya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademik

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat dijadikan sarana untuk menambah pengetahuan keilmuan di bidang ilmu akuntansi yang berkaitan dengan pengaruh biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya promosi terhadap volume penjualan.

b. Bagi PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pihak perusahaan pengetahuan tentang beberapa aspek yang dapat meningkatkan volume penjualan pada produksi berikutnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari penelitian ini diharapkan bisa dipergunakan sebagai rujukan sebagai literatur tambahan oleh peneliti yang akan mengkaji penelitian ini dalam bidang serupa di masa yang akan datang dengan pendekatan dan ruang lingkup yang berbeda dengan menggunakan variabel lain seperti biaya tenaga kerja dan harga jual.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Penelitian ini hanya mencakup biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi yang mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022, dengan indikator ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

- a. Biaya produksi, indikator yang digunakan adalah data biaya produksi pada laporan keuangan triwulan PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. tahun 2015-2022.
- b. Biaya distribusi, indikator yang digunakan adalah data biaya distribusi pada laporan keuangan triwulan PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. tahun 2015-2022.

- c. Biaya promosi, indikator yang digunakan adalah data biaya promosi pada laporan keuangan triwulan PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. tahun 2015-2022.
- d. Volume penjualan, indikator yang digunakan adalah data volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. tahun 2015-2022.

2. Keterbatasan Penelitian

Untuk menghindari meluasnya 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 terbatas pada satu perusahaan yaitu PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.
- b. Data yang digunakan adalah data laporan keuangan triwulan PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. periode tahun 2015-2022.
- c. Penelitian ini berfokus pada pengaruh biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini peneliti perlu dalam memberikan suatu penegasan istilah agar dapat menghindari dari penafsiran yang tidak diharapkan oleh penulis terhadap pembaca. Adapun istilah yang terdapat dalam judul penelitian diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi. Biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.¹⁴

b. Biaya Distribusi

Biaya distribusi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memasarkan barang atau menyampaikan barang ke pasar.¹⁵

c. Biaya Promosi

Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen.¹⁶

d. Volume Penjualan

Volume penjualan adalah komposisi penjualan yang merupakan kombinasi relatif berbagai jenis produk terhadap total pendapatan penjualan dalam suatu perusahaan. Manajemen harus berusaha agar mencapai kombinasi atau komposisi penjualan yang dapat menghasilkan jumlah laba yang maksimal.¹⁷

¹⁴ Riwayadi, *Akuntansi Biaya: Pendekatan Tradisional dan Kontemporer*. (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2014), hal 19

¹⁵ Gunawan Adisaputra dan Marwan Asri, *Anggaran Perusahaan*, (Yogyakarta: BPF, 1989), hal. 336

¹⁶ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Intergreted Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 56

¹⁷ Agung Anggoro Seto, dkk. *Manajemen Keuangan dan Bisnis Teori dan Implementasi*, (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hal. 60

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi dari suatu variabel yang berdasarkan atas kegiatan yang dilakukan secara operasional sesuai kenyataan yang terdapat pada objek penelitian serta terdapat pada lingkup penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Secara operasional di sini peneliti akan meneliti tentang pengujian suatu pengaruh biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.

H. Sistematika Skripsi

Penulisan skripsi ini disusun menjadai tiga bagian, yaitu: bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

1. Bagian Awal

Pada bagian ini terdiri dari halaman sampul luar, sampul dalam, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian utama terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Pada bab pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan atau manfaat penelitian, ruang lingkup dan

keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab landasan teori membahas tentang teori yang digunakan pada penelitian. Variabel independen (biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi), variabel dependen (volume penjualan) berdasarkan teori. Selain itu, pada bab ini berisi kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual penelitian, serta hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab metode penelitian terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, *sampling* dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Pada bab hasil penelitian terdiri dari deskripsi objek penelitian, deskripsi data, dan analisis data dari berbagai uji.

BAB V : Pembahasan

Pada bab pembahasan ini berisi tentang pembahasan data penelitian dan hasil analisis data yang terkait biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi terhadap volume penjualan yang dilakukan oleh penelitian dengan jalan mencocokkan

dengan teori-teori yang menggunakan uji statistik apakah memiliki pengaruh atau tidak terhadap penjualan suatu barang.

BAB VI : Penutup

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan.

3. Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran seperti data variabel penelitian, hasil uji analisis data, bukti kendali bimbingan, pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.