

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, kondisi tersebut mengharuskan perusahaan agar lebih unggul dalam persaingan untuk mencaai tujuan perusahaan. perusahaan mempunyai tujuan bisa meningkatkan kemakmuran para pemegang saham dan mencapai keuntungan optimal. Dalam memenuhi tujuan tersebut maka perlu pengambilan keputusan yang tepat dari manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan pendanaan. Keputusan pendanaan keuangan tersebut berpengaruh dalam aktivitas perusaha (Maryanti, 2016). Sebuah bisnis baru membutuhkan modal dan lebih banyak lagi modal yang dibutuhkan jika perusahaang ingin berkembang. Dana yang dibutuhkan dapat berasal dari berbagai sumber dan bentuk yang berbeda. Perusahaan dapat menggunakan hutang atau modal ekuitas untuk membiayai asset mereka (Azhagaiyah & Gavoury, 2011).

Pendanaan ini bisa bersumber dari dana sendiri, modal saham maupun dengan hutang, baik hutang jangka pendek maupun jangka Panjang. Modal merupakan faktor yang mempunyai peran sangat penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan Ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan yang baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup akan sangat berpengaruh terhadap kelancaran usaha sehingga akan mempengaruhi keuntungan (Anggraini, 2019). Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah *output*. Modal dapat bersumber dari *internal* dan sumber lain selain dari perusahaan sendiri, baik itu berupa pinjaman dari bank dan lembaga non bank (Atun, 2016).

Salah satu tujuan utama didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal. Dalam pasar global yang saat ini terus maju, perkembangan ekonomi yang semakin pesat menimbulkan ketatnya persaingan di dunia bisnis. Untuk mengantisipasi persaingan yang

semakin tajam dalam pasar global seperti sekarang ini, akan selalu dilakukan baik oleh perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat lebih kreatif agar dapat memasuki dan bertahan dipangsa pasar Indonesia, dan dapat mendorong manajer untuk dapat memainkan peranan yang penting dalam kegiatan operasi dan pembentukan strategi perusahaan secara keseluruhan. Dalam kegiatan ini bertujuan agar perusahaan dapat bertahan menghadapi persaingan dan mencapai keuntungan yang maksimal (Susanto, 2019).

Laba perusahaan diharapkan setiap periode akan mengalami kenaikan, sehingga dibutuhkan estimasi laba yang akan dicapai perusahaan untuk periode mendatang. Estimasi terhadap laba dapat dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan. Analisis laporan keuangan yang dilakukan dapat berupa perhitungan dan interpretasi melalui rasio keuangan (Sitepu, 2017). Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Agar diperoleh laba sesuai dengan yang dikehendaki, perusahaan perlu menyusun perencanaan laba yang baik dengan memperhatikan kemungkinan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi laba. Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi laba perusahaan yaitu biaya, harga jual dan volume penjualan atau produksi (Jannah, 2018).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Wisesa (2014) banyak cara yang dapat ditempuh untuk memperoleh keuntungan atau laba maksimal, salah satunya adalah dengan meningkatkan volume penjualan dan menekan biaya operasional yang akan dikeluarkan perusahaan. Munawir (2012) berpendapat bahwa, untuk dapat mencapai laba bersih yang maksimal dalam perencanaan maupun realisasinya manajemen dapat melakukan beberapa langkah, salah satunya dengan meningkatkan volume penjualan semaksimal mungkin (Hidayanti et al., 2016).

Salah satu faktor yang mempengaruhi laba perusahaan yaitu volume penjualan. Volume penjualan merupakan total keseluruhan dari hasil penjualan yang dicapai oleh perusahaan atau badan usaha dari suatu kegiatan pemasaran dalam periode tertentu. Volume penjualan tidak memisahkan

secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun (Putra, 2017). Volume penjualan merupakan faktor penting dalam menentukan besarnya penerimaan yang diperoleh perusahaan. Terlebih di zaman sekarang ini, sering kali ada kebijaksanaan-kebijaksanaan baru dari pemerintah yang mengakibatkan naik turunnya harga bahan baku untuk persediaan produk yang pada akhirnya masyarakat dapat menggunakan hasil produk dari suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus benar-benar menetapkan harga yang tepat (Asriyanti & Syafruddin, 2017).

PT Unilever Indonesia Tbk dengan kode saham (UNVR) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur, pemasaran dan barang konsumsi terkemuka di Indonesia yang memproduksi makanan, minuman, pembersih, serta perawatan tubuh. PT Unilever Indonesia Tbk menjadi perseroan terbuka dan melepas saham ke publik dengan mendaftarkan 15% saham di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 1982. Pada akhir 2015, PT Unilever Indonesia menjadi perusahaan terbesar keempat berdasarkan kapitalisasi pasar di Bursa Efek Indonesia (*Www.Unilever.Co.Id*).

Tabel 1.1

Modal, Volume Penjualan dan Laba Bersih

PT Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2014-2022

Tahun	Bulan	Modal (X1)	Volume Penjualan (X2)	Laba Bersih (X3)
2014	Maret	5,615,651	8,725,116	1,360,981
	Juni	4,271,931	17,582,488	2,847,991
	September	5,472,869	26,089,807	4,048,929
	Desember	4,598,782	34,511,534	5,738,523
2015	Maret	6,338,213	9,413,452	1,591,699

	Juni	4,503,074	18,801,546	2,930,640
	September	5,755,607	27,546,680	4,183,173
	Desember	4,827,360	36,484,030	5,851,805
2016	Maret	6,397,400	9,988,220	1,570,040
	Juni	4,890,447	20,745,536	3,298,207
	September	6,342,791	30,101,448	4,750,551
	Desember	4,704,258	40,053,732	6,390,672
2017	Maret	6,665,099	10,845,687	1,960,841
	Juni	4,906,114	21,263,708	3,623,958
	September	6,423,858	31,213,506	5,299,400
	Desember	5,173,388	41,204,510	7,004,562
2018	Maret	7,012,519	10,746,621	1,839,131
	Juni	5,011,769	21,183,734	3,529,869
	September	8,970,149	31,531,499	7,303,493
	Desember	7,578,133	41,802,073	9,109,445
2019	Maret	9,062,375	10,664,618	1,748,520
	Juni	5,075,213	21,457,234	3,697,232
	September	6,887,584	32,360,986	5,509,603
	Desember	5,281,862	42,922,563	7,392,837
2020	Maret	7,219,221	11,152,919	1,862,681
	Juni	8,807,885	21,772,010	3,619,635
	September	6,485,953	32,456,673	5,438,339
	Desember	4,937,368	42,972,474	7,163,536
2021	Maret	6,560,787	10,282,521	1,698,080
	Juni	4,013,823	20,176,770	3,045,892
	September	5,326,215	30,029,530	4,378,794
	Desember	4,321,269	39,545,959	5,758,148
2022	Maret	6,383,093	10,838,042	2,021,207
	Juni	4,565,984	21,463,384	3,429,935
	September	5,730,704	31,539,289	4,611,485
	Desember	3,997,256	41,218,881	5,364,761

Sumber: Laporan Keuangan Pt. Unilever Indonesia Tbk.

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa besarnya indikator modal PT Unilever Indonesia Tbk fluktuatif. Modal terendah PT Unilever Indonesia Tbk terjadi pada tahun 2022 triwulan pada bulan desember yaitu Rp 3.997.256, sedangkan Modal tertinggi terjadi pada tahun 2019 pada bulan maret sebesar Rp. 9.062.375.

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa besarnya indikator volume penjualan PT Unilever Indonesia Tbk fluktuatif. Volume Penjualan terendah PT Unilever Indonesia Tbk terjadi pada tahun 2014 triwulan pada maret yaitu Rp 8.725.116, sedangkan Volume Penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2020 pada bulan desember sebesar Rp. 42.972.474.

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa besarnya indikator Laba Bersih PT Unilever Indonesia Tbk fluktuatif. Laba Bersih terendah PT Unilever Indonesia Tbk terjadi pada tahun 2014 triwulan pada maret yaitu Rp 1.360.981, sedangkan Laba Bersih tertinggi terjadi pada tahun 2020 pada bulan desember sebesar Rp. 9.109.445.

Dari uraian di atas, ingin diketahui bagaimana kemampuan PT Unilever Indonesia Tbk dalam mengelola keuangannya setelah mengalami fluktuasi. Laba sendiri memiliki potensi informasi yang sangat penting bagi pihak eksternal dan internal perusahaan. Laba digunakan sebagai tolak ukur kinerja perusahaan serta memberikan informasi yang berkaitan dengan manajemen perusahaan atas tanggungjawab pengelolaan sumber dayanya. Pada teori laba yang telah dijelaskan bahwa laba memiliki potensi untuk meyakinkan bahwa laba merupakan prediktor arus kas bagi investor.

Dari latar belakang yang dikemukakan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Modal dan Volume Penjualan Terhadap Laba bersih PT. Unilever Indonesia Tbk Periode 2014-2022”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian selanjutnya :

1. Belum optimalnya laba bersih yang diperoleh perusahaan. Sehingga tidak dapat mempertahankan dan meningkatkan laba bersih.
2. Sejauh mana pengaruh modal usaha dan volume penjualan terhadap laba bersih .

C. Batasan Masalah

Peneliti akan memfokuskan beberapa faktor yang mempengaruhi laba bersih pt. Unilever Indonesia Tbk yaitu menjadi 2 faktor. Faktor tersebut adalah modal usaha dan volume penjualan.

D. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh modal terhadap laba bersih perusahaan unilever?
2. Adakah pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan unilever?
3. Adakah pengaruh modal usaha dan volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan unilever ?

E. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh modal terhadap laba bersih perusahaan unilever
2. Mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih perusahaan unilever
3. Mengetahui pengaruh modal, dan volume penjualan terhadap laba perusahaan unilever

F. Manfaat Penelitian :

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Sebagai bahan masukan untuk menambah serta memperluas pengetahuan penulis yang khususnya mengenai masalah pengetahuan tentang modal dan volume penjualan. Serta menumbuhkan sikap profesionalisme kerja dan pemecahan masalah secara ilmiah.

2. Bagi perusahaan

Dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat atau kegunaan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk memperbaiki pengelolaan laporan keuangan agar tercapainya peningkatan laba yang diinginkan dimasa mendatang.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi bagi pengembang ilmu pengetahuan dan juga dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan pembanding bagi mahasiswa yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh modal dan volume penjualan terhadap tingkat laba perusahaan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan:

Berisi tentang uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan pustaka:

Bab ini menguraikan tentang teori dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan persepsi, iklan, dan lokasi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa bank syariah, hasil penelitian yang relevan, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III Metodologi penelitian:

Bab ini membahas mengenai waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variable penelitian, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV Analisis data dan pembahasan:

Bab ini berisi tentang profil perusahaan, pengujian data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup:

Bab ini berisi tentang kesimpulan atau jawaban dari rumusan masalah yang diperoleh dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang perlu untuk diajukan penulis sebagai bahan pertimbangan penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka**Lampiran-lampiran**