

BAB I

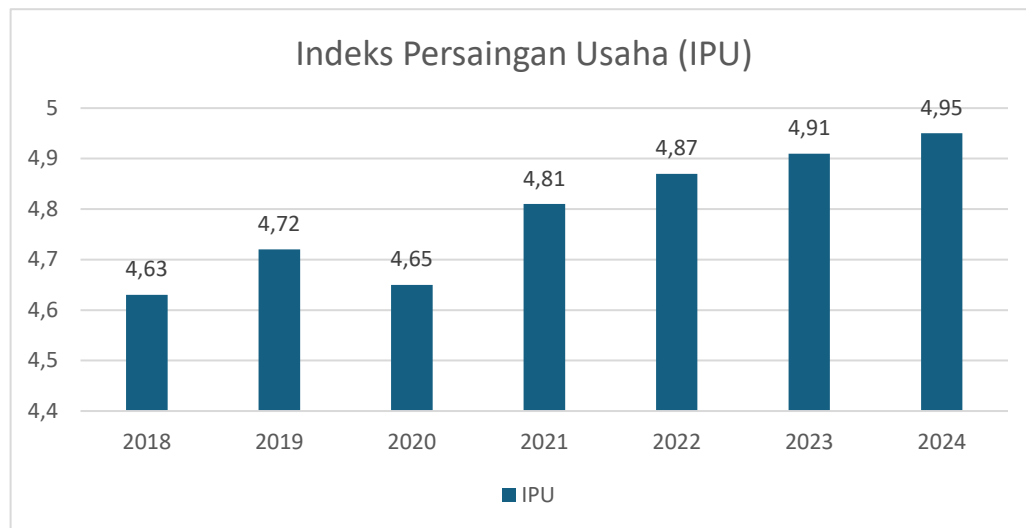
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan seluruh aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan dan mencakup perusahaan yang menyediakan barang maupun jasa bagi kebutuhan suatu sistem ekonomi. Secara umum, bisnis berfungsi menjalankan berbagai aktivitas ekonomi yang dilakukan untuk memperoleh laba melalui proses pembuatan serta penyaluran barang atau jasa dalam suatu sistem ekonomi (Adelia et al., 2025). Ruang lingkup kegiatan bisnis mencakup produksi berbagai barang berwujud, seperti kendaraan, alat elektronik, dan makanan, serta penyediaan jasa, misalnya layanan asuransi, hiburan, transportasi, dan akomodasi.

Dalam dua dekade terakhir, perekonomian global mengalami perubahan besar yang dipicu oleh berbagai faktor mendasar. Perubahan tersebut semakin nyata ketika globalisasi dan kemajuan teknologi menciptakan proses seleksi alami, sehingga hanya pelaku usaha yang paling mampu beradaptasi yang dapat bertahan. Perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang dapat menyesuaikan diri dengan tuntutan lingkungan dan mampu menyediakan apa yang dibutuhkan serta siap dibeli oleh konsumen. Perusahaan juga perlu memenuhi ekspektasi pelanggan dan menjaga konsistensi dalam menepati janji, sehingga perencanaan bisnis yang matang menjadi sangat penting agar usaha dapat berkembang dan menghasilkan laba sesuai harapan. Oleh karena itu, perkembangan dunia bisnis di era globalisasi menuntut perusahaan untuk mampu mengelola sumber daya secara efisien agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Peningkatan intensitas persaingan ini tercermin pada berbagai indikator ekonomi yang menggambarkan dinamika kompetisi antar pelaku usaha. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat persaingan usaha nasional yang dikeluarkan oleh *Center for Economic Development Studies* (CEDS) Universitas Padjadjaran. Ketua tim survey yaitu Prof Maman Setiawan mengungkapkan bahwa nilai Indeks Persaingan Usaha (IPU) mengalami kenaikan sebesar 0,04 dari 4,91 poin pada tahun 2023 menjadi

4,95 poin pada tahun 2024.



Gambar 1.1

Grafik: Tren Hasil Indeks Persaingan Usaha Indonesia Tahun 2018-2024

(Sumber: www.kabarbisnis.com, 2025)

Dapat dilihat bahwa tingkat Indeks Persaingan Usaha (IPU) dalam 7 tahun terakhir relatif mengalami kenaikan setiap tahunnya, kecuali pada tahun 2020 karena akibat dari peristiwa pandemi Covid-19 yang merupakan salah satu penyebab turunnya angka persaingan usaha. Indeks persaingan usaha yang dinamis dari tahun ke tahun dapat diartikan bahwa adanya kompetisi antar pelaku usaha yang pastinya semua perusahaan berlomba lomba untuk menciptakan citra yang baik dimata publik.

Peningkatan tingkat persaingan usaha yang tercermin dalam tren Indeks Persaingan Usaha (IPU) menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi lingkungan bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis, sehingga perusahaan dituntut untuk mampu bertahan sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif melalui pengelolaan kegiatan operasional yang optimal. Kondisi persaingan yang ketat mendorong perusahaan untuk mengendalikan biaya secara cermat, meningkatkan efisiensi proses produksi, serta mengoptimalkan strategi penjualan guna menghasilkan kinerja keuangan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola seluruh sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien agar dapat mencapai tujuan utama, yaitu memperoleh laba yang optimal, di mana laba

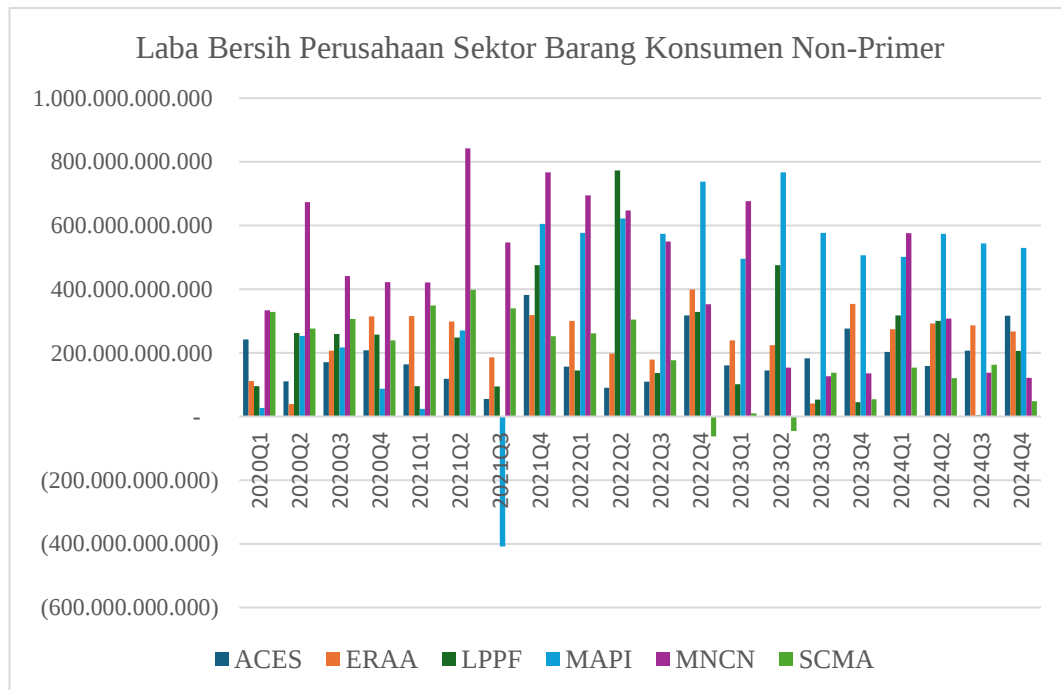
bersih menjadi indikator utama keberhasilan perusahaan karena mencerminkan hasil akhir dari seluruh aktivitas usaha setelah dikurangi berbagai biaya yang dikeluarkan (Mustofa et al., 2022). Laba bersih mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola seluruh aktivitas operasional, termasuk pengendalian biaya dan optimalisasi penjualan. Oleh karena itu, faktor-faktor yang memengaruhi laba bersih menjadi perhatian penting dalam analisis kinerja keuangan perusahaan.

Salah satu sektor yang memiliki tingkat dinamika usaha cukup tinggi adalah sektor barang konsumen non-primer. Perusahaan dalam sektor ini menghasilkan barang atau jasa yang bersifat sekunder, sehingga permintaannya sangat dipengaruhi oleh kondisi perekonomian, tingkat pendapatan masyarakat, serta daya beli konsumen. Ketika kondisi ekonomi mengalami perlambatan, permintaan terhadap barang konsumen non-primer cenderung menurun, yang pada akhirnya dapat berdampak pada penurunan pendapatan dan laba perusahaan. Sebaliknya, ketika kondisi ekonomi membaik, sektor ini memiliki potensi pertumbuhan yang cukup besar.

Perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) memiliki karakteristik tersendiri karena selain berorientasi pada pencapaian laba, perusahaan-perusahaan tersebut juga harus menjalankan kegiatan operasional sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini menjadikan pengelolaan biaya, strategi penjualan, serta efisiensi operasional menjadi aspek yang sangat penting untuk diperhatikan agar perusahaan tetap mampu menghasilkan laba bersih yang optimal tanpa melanggar ketentuan syariah.

Laba bersih memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan karena mencerminkan hasil akhir dari seluruh aktivitas operasional yang telah dilakukan dalam satu periode akuntansi (Warbung et al., 2025). Laba bersih tidak hanya digunakan sebagai ukuran keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan, tetapi juga menjadi dasar pengambilan keputusan bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan, seperti manajemen, investor, kreditur, dan pemangku kepentingan lainnya. Perusahaan dengan tingkat laba bersih yang stabil dan meningkat menunjukkan kemampuan dalam mempertahankan daya saing, sedangkan fluktuasi pada laba bersih perusahaan mengindikasikan bahwa kinerja

operasional perusahaan belum sepenuhnya stabil. Laba perusahaan menunjukkan hasil bersih yang diperoleh dari aktivitas usaha, yaitu pendapatan yang dihasilkan melalui penjualan barang atau jasa dalam satu periode akuntansi setelah dikurangi seluruh biaya atau beban yang digunakan untuk memperoleh pendapatan tersebut (Hasanah et al., 2024).



Gambar 1.2
Laba Bersih Perusahaan Sektor Barang Konsumen Non-Primer
 (Sumber: <https://www.idx.co.id/>, data diolah penulis 2025)

Berdasarkan Gambar 1.2, pada PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk (ACES) mengalami penurunan laba bersih selama 2 kuartal berturut turut yaitu pada kuartal 2 dan kuartal 3 di tahun 2021. PT Erajaya Swasembada Tbk (ERAA) juga mengalami penurunan laba bersih selama 2 kuartal berturut turut yaitu pada kuartal 2 dan kuartal 3 di tahun 2021 hingga tahun 2023 serta penurunan pada kuartal 3 dan kuartal 4 di tahun 2024. Kemudian pada PT Matahari Department Store Tbk (LPPF) mengalami penurunan laba bersih selama 2 kuartal berturut turut yaitu pada kuartal 3 dan kuartal 4 di tahun 2020 dan tahun 2023 serta penurunan pada kuartal 2 dan kuartal 3 di tahun 2024. Lalu pada PT Mitra Adi Perkasa Tbk (MAPI) mengalami penurunan laba bersih selama 2 kuartal berturut turut yaitu pada kuartal 2 dan kuartal 3 di tahun 2020, 2021, 2023, dan 2024. Selanjutnya pada PT Media

Nusantara Citra Tbk (MNCN) mengalami penurunan laba bersih selama 2 kuartal berturut turut yaitu pada kuartal 2 dan kuartal 3 di tahun 2020 dan tahun 2023 serta penurunan 3 kuartal berturut turut pada kuartal 2, kuartal 3, dan kuartal 4 di tahun 2022 dan tahun 2024. Terakhir pada PT Surya Citra Media Tbk (SCMA) mengalami penurunan laba bersih selama 2 kuartal berturut turut yaitu pada kuartal 3 dan kuartal 4 di tahun 2021 dan tahun 2022 serta penurunan 3 kuartal berturut turut pada kuartal 2, kuartal 3, dan kuartal 4 di tahun 2023.

Penurunan laba bersih yang terjadi pada perusahaan-perusahaan sektor barang konsumen non-primer tersebut menunjukkan bahwa keuntungan yang dihasilkan dari kegiatan usaha cenderung mengalami penurunan dari satu kuartal ke kuartal lainnya. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor-faktor tertentu yang memengaruhi perubahan laba bersih perusahaan. Dalam konteks akuntansi dan manajemen keuangan, laba perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yang saling berkaitan.

Pertama, perubahan harga pokok penjualan memengaruhi tingkat laba perusahaan yang kondisi tersebut dipengaruhi oleh biaya satuan yang berasal dari kegiatan pembelian dan proses produksi, serta oleh jumlah kuantitas penjualan yang dicapai. Kedua, fluktuasi volume penjualan memengaruhi laba perusahaan karena peningkatan maupun penurunan jumlah produk yang terjual berdampak langsung terhadap besarnya pendapatan yang diperoleh perusahaan. Terakhir, perubahan biaya operasional dapat memengaruhi laba perusahaan, di mana kenaikan atau penurunan biaya tersebut dipengaruhi oleh jumlah unit yang terjual, perubahan tingkat harga, serta efisiensi perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya (Sari et al., 2022).

Harga pokok penjualan merupakan komponen biaya yang berkaitan langsung dengan proses pembuatan suatu produk yang dijual oleh perusahaan. Peningkatan harga pokok penjualan tanpa diimbangi dengan peningkatan pendapatan dapat menekan laba bersih perusahaan. Harga pokok penjualan secara konseptual merupakan unsur biaya yang memengaruhi besar kecilnya laba bersih perusahaan. Menurut Priyadi & Wardana (2022) harga pokok penjualan memberikan pengaruh negatif terhadap laba bersih. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa semakin tinggi HPP maka akan memperkecil tingkat laba bersih. Penelitian ini bertentangan dengan penelitian Astra et al (2024) yang menyatakan bahwa harga pokok penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap laba bersih, karena perusahaan dinilai mampu menjaga stabilitas laba melalui pengelolaan pendapatan dan efisiensi biaya lainnya.

Selain itu, volume penjualan juga memiliki peran penting dalam menentukan besar kecilnya laba bersih. Semakin tinggi volume penjualan yang dicapai perusahaan, maka semakin besar pula potensi laba yang diperoleh, selama perusahaan mampu mengendalikan biaya secara efektif. Volume penjualan pada umumnya dipandang sebagai faktor yang mampu meningkatkan laba bersih perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Pujihati et al (2024) menyatakan bahwa volume penjualan berpengaruh positif terhadap laba bersih, karena peningkatan jumlah penjualan berdampak langsung pada kenaikan pendapatan perusahaan. Namun, hasil yang berbeda ditemukan oleh Nur et al (2018) yang menyatakan bahwa volume penjualan tidak berpengaruh terhadap laba bersih karena peningkatan penjualan belum diikuti oleh peningkatan keuntungan apabila perusahaan masih memiliki beban biaya yang tinggi.

Di sisi lain, biaya operasional yang meliputi biaya pemasaran, biaya administrasi, dan biaya umum lainnya juga dapat memengaruhi laba bersih apabila tidak dikelola dengan baik. Dalam pelaksanaannya, biaya operasional merupakan pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk mendukung aktivitas operasional sehari-hari dan secara teori berpengaruh terhadap laba bersih. Chasanah & Hermawan (2024) menunjukkan bahwa biaya operasional memberikan pengaruh negatif terhadap laba bersih, di mana peningkatan biaya operasional menyebabkan penurunan laba bersih perusahaan. Akan tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Achriani et al (2021) menemukan bahwa biaya operasional tidak berpengaruh terhadap laba bersih karena perusahaan dinilai mampu menyesuaikan pengeluaran operasional dengan pendapatan yang diperoleh sehingga laba tetap stabil.

Tabel 1.1
Harga Pokok Penjualan, Volume Penjualan, Biaya Operasional, dan Laba Bersih Perusahaan Sektor Barang Konsumen Non-Primer yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII), Tahun 2020-2024

No	Kode Perusahaan	Tahun	Harga Pokok Penjualan (%)	Volume Penjualan (%)	Biaya Operasional (%)	Laba Bersih (%)
1.	ACES (PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk)	2020	-	-	-	-
		2021	-11%	-11%	-13%	-2%
		2022	103%	-46%	4%	-6%
		2023	12%	12%	12%	13%
		2024	13%	12%	11%	16%
2.	ERAA (PT Erajaya Swasembada Tbk)	2020	-	-	-	-
		2021	27%	26%	30%	66%
		2022	14%	14%	13%	-4%
		2023	21%	22%	28%	-20%
		2024	9%	8%	15%	31%
3.	LPPF (PT Matahari Departement Store Tbk)	2020	-	-	-	-
		2021	15%	-0.1%	-26%	5%
		2022	16%	2%	10%	52%
		2023	1%	8%	11%	-51%
		2024	-2%	-4%	-4%	23%
4.	MAPI (PT Mitra Adi Perkasa Tbk)	2020	-	-	-	-
		2021	24%	24%	3%	-16%
		2022	46%	39%	39%	412%
		2023	24%	22%	116%	7%
		2024	13%	19%	34%	8%
5.	MNCN (PT Media Nusantara Citra Tbk)	2020	-	-	-	-
		2021	21%	30%	5%	38%
		2022	-6%	0.2%	-2%	-13%
		2023	-14%	4%	-2%	-51%
		2024	2%	3%	-3%	5%
6.	SCMA (PT Surya Citra Media Tbk)	2020	-	-	-	-
		2021	16%	16%	17%	16%
		2022	20%	53%	32%	-49%
		2023	-9%	-2%	4%	-77%
		2024	8%	5%	-2%	211%

(Sumber: <https://www.idx.co.id/>, data diolah penulis 2025)

Berdasarkan keseluruhan data empiris yang disajikan dalam tabel, penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variasi hubungan antara harga pokok penjualan, volume penjualan, dan biaya operasional terhadap laba bersih

perusahaan. Secara umum, volume penjualan memiliki kecenderungan untuk meningkatkan laba bersih, sedangkan harga pokok penjualan dan biaya operasional cenderung menurunkan laba karena kedua variabel tersebut merupakan komponen biaya yang mengurangi keuntungan perusahaan. Namun demikian, hasil empiris dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak selalu terjadi secara konsisten pada setiap kondisi perusahaan maupun pada setiap periode pengamatan. Pada beberapa kondisi, peningkatan volume penjualan tidak selalu diikuti oleh kenaikan laba bersih, serta peningkatan biaya tidak selalu memberikan dampak penurunan laba.

Perbedaan karakteristik perusahaan serta dinamika kondisi ekonomi selama periode penelitian menjadi faktor yang memengaruhi variasi tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi empiris yang terjadi dengan pola hubungan yang umumnya diharapkan dalam kajian akuntansi keuangan. Oleh karena itu, diperlukan pengujian lebih lanjut untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel terhadap laba bersih secara lebih akurat.

Berdasarkan latar belakang serta permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Pokok Penjualan, Volume Penjualan, dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Non-Primer yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang diatas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) menunjukkan kondisi laba bersih yang mengalami dalam periode tahun 2020-2024 pertriwulannya, sehingga kinerja keuangan perusahaan cenderung menurun.
2. Terdapat indikasi bahwa penelitian ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara konsep yang diharapkan dengan kondisi empiris pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer. Secara konseptual, harga pokok penjualan, volume penjualan, dan biaya operasional diperkirakan memiliki hubungan

dengan laba bersih perusahaan. Namun demikian, hasil pengamatan empiris menunjukkan bahwa hubungan tersebut tidak selalu berjalan secara konsisten, karena setiap perusahaan serta setiap periode pengamatan memiliki pola yang berbeda dalam kinerja keuangannya.

3. Hasil penelitian sebelumnya mengungkapkan adanya perbedaan temuan mengenai pengaruh variabel harga pokok penjualan, volume penjualan, dan biaya operasional terhadap laba bersih, di mana sebagian penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, sementara penelitian lainnya menemukan hasil yang tidak berpengaruh sehingga menimbulkan inkonsistensi hasil penelitian.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menjaga fokus penelitian, peneliti menetapkan batasan-batasan masalah secara spesifik dengan menjadikan Harga Pokok Penjualan (X_1), Volume Penjualan (X_2), dan Biaya Operasional (X_3) sebagai variabel bebas, sedangkan Laba Bersih (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini dibatasi pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) serta melaporkan laporan keuangan tahunan secara lengkap dan berturut-turut selama periode 2020-2024. Selain itu, perusahaan yang dijadikan sampel harus memiliki data lengkap mengenai laba bersih, harga pokok penjualan, volume penjualan, dan biaya operasional.

Dengan batasan-batasan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang terfokus dan relevan mengenai pengaruh harga pokok penjualan, volume penjualan, dan biaya operasional terhadap laba bersih pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di JII.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga pokok penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII)?

2. Apakah volume penjualan berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di jakarta islamic index (JII)?
3. Apakah biaya operasional berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di jakarta islamic index (JII)?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga pokok penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di jakarta islamic index (JII).
2. Untuk menganalisis pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di jakarta islamic index (JII).
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih pada perusahaan sektor barang konsumen non-primer yang terdaftar di jakarta islamic index (JII).

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan kemampuan berpikir serta menjadi wadah dalam mengembangkan teori teori yang telah dipelajari selama pembelajaran dikelas. Sehingga dapat menjadi bahan pembelajaran bagi dunia pendidikan dalam mengembangkan pengetahuan.

Penelitian ini juga berguna bagi perusahaan untuk memperhatikan indikator mana yang dapat mempengaruhi laba bersih serta berguna sebagai bahan pertimbangan dalam perencanaan laba perusahaan, khusus nya pada bagian manajemen diharapkan dapat memberikan wawasan dalam mengoptimalkan pengelolaan harga pokok penjualan, volume penjualan, dan biaya operasional.

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi penunjang pengetahuan bagi para pembaca mengenai manajemen keuangan dalam perencanaan laba. Serta dapat memberikan informasi dan berguna sebagai bahan referensi bagi peneliti

selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama atau menggunakan variabel independen lainnya yang belum di teliti oleh penulis.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk mempermudah pembaca memahami alur pembahasan dalam penelitian ini. Pembahasan dibagi ke dalam beberapa bab dengan uraian pada masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang fenomena dan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan judul yang diteliti, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, populasi penelitian, teknik pengambilan sampel, sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, operasional variabel, serta teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data dan pembahasan mengenai temuan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang relevan untuk pihak-pihak terkait.