

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Profitabilitas merupakan indikator fundamental yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan menjadi tolok ukur keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan secara efektif dan efisien. Dalam konteks pasar modal, profitabilitas menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh investor dalam mengambil keputusan investasi karena menunjukkan prospek return yang akan diperoleh di masa depan (Prabowo, 2018). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki daya tarik yang lebih besar bagi investor dan kreditor, serta mampu mempertahankan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Namun demikian, pencapaian profitabilitas yang optimal bukanlah hal yang mudah, terutama di tengah dinamika lingkungan bisnis yang penuh tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan pola konsumsi masyarakat, dan persaingan industri yang semakin ketat. Di tengah ketidakpastian ekonomi tersebut, sektor industri barang konsumsi (consumer goods) di Indonesia menjadi objek yang menarik untuk dikaji karena perannya yang vital dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat sekaligus ketergantungannya yang tinggi terhadap stabilitas biaya input.

Sektor industri barang konsumsi (consumer goods) di Indonesia mengalami dinamika yang cukup signifikan dalam periode 2021-2024. Menurut data Bursa Efek Indonesia (BEI), sektor ini menunjukkan kinerja yang beragam dengan rata-rata Return on Assets (ROA) yang berfluktuasi dari 8,2% pada tahun 2021 menjadi 7,5% pada tahun 2022, kemudian meningkat kembali menjadi 8,9% pada tahun 2023. Penurunan profitabilitas pada tahun 2022 terjadi seiring dengan meningkatnya biaya produksi akibat kenaikan harga bahan baku global dan gangguan rantai pasok pasca pandemi COVID-19. Yang menarik, penurunan ROA tersebut tidak terjadi secara merata pada seluruh perusahaan beberapa perusahaan besar seperti PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan PT Mayora Indah Tbk

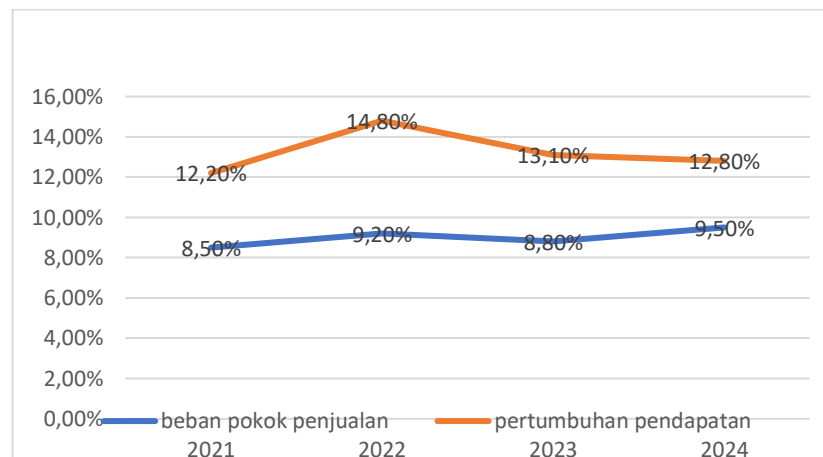
justru mampu mempertahankan bahkan meningkatkan profitabilitasnya pada periode yang sama. Fenomena disparitas kinerja antar perusahaan dalam kondisi tekanan biaya yang relatif sama ini mengindikasikan adanya faktor-faktor lain yang berperan dalam menentukan kemampuan perusahaan menjaga profitabilitas, yang menjadi dasar ketertarikan penelitian ini untuk dikaji lebih lanjut.



Gambar 1.1 Fluktuasi ROA Sektor Industri

(Sumber: Data sekunder yang diolah 2026)

Biaya produksi menjadi komponen krusial yang secara langsung mempengaruhi profitabilitas perusahaan manufaktur, termasuk industri barang konsumsi. Dalam periode 2021-2024, perusahaan industri barang konsumsi menghadapi tekanan biaya produksi yang meningkat signifikan, terutama dari sisi bahan baku dan energi. Data menunjukkan bahwa beban pokok penjualan (cost of goods sold) pada sektor ini mengalami peningkatan rata-rata 12-15% per tahun, sementara pertumbuhan pendapatan hanya berkisar 8-10% per tahun menciptakan tekanan nyata terhadap margin laba kotor perusahaan (Fathony & Wulandari, 2020). Efisiensi biaya produksi, yang diukur melalui rasio beban pokok penjualan terhadap penjualan, menjadi strategi vital bagi perusahaan untuk mempertahankan daya saing dan profitabilitas di tengah kenaikan biaya input produksi.



Gambar 1.2

Grafik beban pokok penjualan dan pertumbuhan pendapatan

(Sumber: Data sekunder yang diolah 2026)

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa efisiensi biaya produksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. (Sasongko et al., 2022) menemukan bahwa biaya produksi dan biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan, dimana semakin efisien perusahaan dalam mengendalikan biaya produksinya, maka semakin tinggi laba yang dapat dihasilkan. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Yumita, 2014) yang menunjukkan bahwa efektivitas dan efisiensi pengendalian biaya produksi berpengaruh positif terhadap peningkatan laba perusahaan pada PT. Central Warisan Indah Makmur Pekanbaru. Penelitian (Fathony & Wulandari, 2020) pada PT. Perkebunan Nusantara VIII juga mengkonfirmasi bahwa biaya produksi berpengaruh negatif terhadap laba bersih, yang berarti semakin tinggi biaya produksi maka semakin rendah laba yang dihasilkan, sehingga efisiensi biaya produksi menjadi kunci untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Namun demikian, dari fakta lapangan yang ada, hubungan antara efisiensi biaya produksi dan profitabilitas tidak selalu bersifat konsisten. Pengamatan terhadap data keuangan perusahaan industri barang konsumsi periode 2021-2024 mengungkap sebuah fenomena menarik dua perusahaan yang memiliki tingkat efisiensi biaya produksi yang relatif sama dapat menghasilkan tingkat profitabilitas

yang sangat berbeda. PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk dan PT Ultrajaya Milk Industry Tbk, misalnya, sama-sama menghadapi kenaikan beban pokok penjualan di kisaran 13-14% pada tahun 2022, namun ROA keduanya berbeda cukup signifikan dengan PT Ultrajaya yang mencatat pertumbuhan penjualan lebih tinggi mampu mempertahankan profitabilitas yang lebih baik. Fenomena ini memunculkan pertanyaan kritis terkait mengapa perusahaan dengan tekanan biaya yang serupa bisa menghasilkan profitabilitas yang berbeda. Jawabannya tampak terletak pada perbedaan kemampuan perusahaan dalam mendorong pertumbuhan penjualan. Perusahaan yang berhasil meningkatkan volume penjualannya dapat memanfaatkan *economies of scale*, mendistribusikan beban tetap ke lebih banyak unit produk, dan pada akhirnya menetralkan dampak kenaikan biaya terhadap profitabilitas. Inilah yang menjadi dasar fenomena *riil* bahwa pertumbuhan penjualan bukan sekadar variabel independen biasa, melainkan berpotensi berperan sebagai faktor yang memperkuat atau memperlemah pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap profitabilitas atau dengan kata lain, sebagai variabel moderasi.

Dari perspektif teoritis, fenomena lapangan tersebut sejalan dengan konsep operating leverage, dimana perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi cenderung mampu mengoptimalkan struktur biaya tetapnya sehingga setiap kenaikan biaya produksi per unit memberikan dampak yang lebih kecil terhadap margin laba (Maryanti, 2016). Beberapa penelitian empiris turut mendukung posisi pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi. (Oktapiani & Wiksuana, 2018) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di BEI, dimana pada perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi, hubungan antara variabel-variabel keuangan menjadi lebih kuat. (Abdullah & Syukriadi, 2016) juga menemukan bahwa volume penjualan memoderasi pengaruh komponen biaya terhadap laba, mengindikasikan bahwa tingkat penjualan memiliki peran strategis dalam menentukan efektivitas pengelolaan biaya terhadap pencapaian laba perusahaan.

Meskipun fakta lapangan dan dukungan empiris tersebut memberikan indikasi kuat tentang peran moderasi pertumbuhan penjualan, masih terdapat

research gap yang nyata dalam literatur yang ada. Penelitian (Sasongko et al., 2022), (Fathony & Wulandari, 2020), dan (Yumita, 2014) hanya menganalisis pengaruh langsung biaya produksi terhadap profitabilitas tanpa mempertimbangkan kondisi-kondisi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. (Riyana, 2021) pada perusahaan food and beverage yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020 menempatkan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen—bukan moderasi sehingga tidak dapat menjelaskan bagaimana pertumbuhan penjualan mengubah kekuatan hubungan antara efisiensi biaya produksi dan profitabilitas. (Meidiyustiani, 2016) memang mencatat adanya variasi pengaruh biaya produksi terhadap profitabilitas pada perusahaan dengan karakteristik berbeda, namun tidak mengeksplorasi secara spesifik mekanisme pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi. Dengan demikian, gap penelitian ini bukan sekadar gap metodologis, melainkan gap substansial yang berangkat dari fenomena lapangan nyata. Mengapa efisiensi biaya produksi yang sama menghasilkan profitabilitas yang berbeda, dan apakah pertumbuhan penjualan merupakan kunci penjelas perbedaan tersebut.

Selain itu, konteks periode 2021-2024 memberikan relevansi yang kuat untuk penelitian ini. Periode ini ditandai dengan pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19, perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin beralih ke produk digital dan e-commerce, kebijakan pemerintah terkait kenaikan harga energi dan bahan bakar minyak (BBM), serta volatilitas nilai tukar rupiah yang mempengaruhi biaya impor bahan baku. Kondisi-kondisi ini secara bersamaan menekan biaya produksi sekaligus menciptakan peluang pertumbuhan penjualan bagi perusahaan yang mampu beradaptasi. Penelitian terdahulu sebagian besar menggunakan data sebelum periode pandemi, sehingga belum dapat menggambarkan bagaimana interaksi antara tekanan biaya dan pertumbuhan penjualan membentuk pola profitabilitas di era new normal ini. Penelitian dengan data periode 2021-2024 menjadi penting untuk mengisi gap pengetahuan tersebut.

Berdasarkan fenomena lapangan dan research gap yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap profitabilitas dengan pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi

pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2024. Pemilihan pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi bukan semata-mata didasarkan pada ketersediaan data atau alasan metodologis, melainkan berangkat dari fakta lapangan bahwa perbedaan pertumbuhan penjualan terbukti secara empiris menjelaskan mengapa perusahaan dengan tingkat efisiensi biaya produksi yang sebanding dapat menghasilkan profitabilitas yang sangat berbeda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur akuntansi manajemen dan keuangan, khususnya terkait peran moderasi pertumbuhan penjualan dalam hubungan efisiensi biaya produksi dan profitabilitas. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan kebijakan pengendalian biaya produksi yang efektif dengan mempertimbangkan dinamika pertumbuhan penjualan, sehingga dapat mengoptimalkan profitabilitas dan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor serta stakeholder lainnya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang menjadi dasar dilakukannya penelitian ini, yaitu:

1. Profitabilitas perusahaan industri barang konsumsi pada periode 2021–2024 mengalami fluktuasi, yang menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan belum stabil. Kondisi ini diduga berkaitan dengan pengelolaan biaya produksi yang belum efisien, terlihat dari peningkatan beban pokok penjualan yang tidak sebanding dengan pertumbuhan pendapatan.
2. Hubungan antara efisiensi biaya produksi dan profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi periode 2021–2024 tidak bersifat konsisten, di mana dua perusahaan dengan tingkat efisiensi biaya yang relatif sama justru menghasilkan tingkat profitabilitas yang berbeda secara signifikan
3. Perbedaan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan profitabilitas, meskipun menghadapi kondisi biaya produksi yang relatif serupa, menunjukkan adanya faktor lain yang dapat memperkuat atau memperlemah

hubungan tersebut. Selain itu, masih terbatasnya penelitian yang mengkaji peran pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi mendorong perlunya pengujian lebih lanjut.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan mendalam, serta menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap profitabilitas dengan pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi, tanpa melibatkan variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi profitabilitas seperti likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, atau struktur modal.
2. Objek penelitian dibatasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga tidak mencakup sektor industri lainnya seperti manufaktur, pertambangan, atau jasa.
3. Periode penelitian dibatasi pada tahun 2021 sampai dengan 2024 (4 tahun), untuk menangkap fenomena kondisi bisnis pasca pandemi COVID-19 dan dinamika ekonomi terkini.
4. Efisiensi biaya produksi dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio beban pokok penjualan (COGS) terhadap penjualan bersih (COGS Ratio/Cost of Sales Ratio).
5. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan Return on Assets (ROA), yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki.
6. Pertumbuhan penjualan diukur menggunakan persentase perubahan penjualan bersih dari tahun sebelumnya (sales growth rate).
7. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang telah diaudit dan dipublikasikan melalui website Bursa Efek Indonesia (<https://www.idx.co.id/id>) dan website resmi masing-masing perusahaan.

8. Sampel penelitian dibatasi pada perusahaan yang konsisten mempublikasikan laporan keuangan lengkap selama periode penelitian (2021-2024) dan memenuhi kriteria purposive sampling yang telah ditentukan.

D. Rumusan Masalah

Adapun beberapa point – point masalah yang dapat diambil dari pernyataan yang sudah penulis sampaikan diatas, yaitu:

1. Apakah efisiensi biaya produksi berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024?
2. Apakah pertumbuhan penjualan mampu memoderasi pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan apa yang dipaparkan, penulis menyimpulkan penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.
- b. Untuk menganalisis peran pertumbuhan penjualan dalam memoderasi pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.
- c. Untuk menganalisis pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini disusun dengan harapan memberikan manfaat, tidak hanya bagi penulis, melainkan juga berbagai kalangan. Berikut ini adalah beberapa manfaat atau harapan pada penelitian ini:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat memperkaya literatur akuntansi manajemen, khususnya terkait pengelolaan biaya produksi dan hubungannya dengan profitabilitas perusahaan.
- 2) Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai peran pertumbuhan penjualan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara efisiensi biaya produksi dan profitabilitas.
- 3) Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan kajian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan dengan menggunakan variabel moderasi yang berbeda atau objek penelitian yang lebih luas.
- 4) Penelitian ini dapat menjadi validasi terhadap hasil penelitian terdahulu seperti (Sasongko et al., 2022), (Oktapiani & Wiksuana, 2018), dan (Abdullah & Syukriadi, 2016) dengan konteks perusahaan industri barang konsumsi di Indonesia periode 2021-2024.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Manajemen Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen dalam merumuskan kebijakan pengendalian biaya produksi yang efektif dengan mempertimbangkan tingkat pertumbuhan penjualan untuk mengoptimalkan profitabilitas perusahaan.

2) Bagi Investor

Penelitian ini dapat memberikan informasi relevan untuk analisis fundamental sebelum mengambil keputusan investasi, dengan mempertimbangkan efisiensi biaya produksi dan pertumbuhan penjualan sebagai indikator prospek profitabilitas perusahaan.

3) Bagi Kreditor dan Lembaga Keuangan

Penelitian dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menilai kelayakan pemberian kredit atau pembiayaan, serta mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban finansialnya.

4) Bagi Regulator dan Pembuat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi OJK dan BEI dalam mengembangkan instrumen pengawasan yang lebih spesifik untuk memantau ketahanan efisiensi biaya dan peran pertumbuhan penjualan emiten sebagai bantalan profitabilitas dalam menghadapi risiko sistemik akibat volatilitas harga komoditas global.

5) Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan referensi dalam mata kuliah akuntansi manajemen, akuntansi keuangan, dan analisis laporan keuangan, serta inspirasi untuk penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penulisan

Untuk menjelaskan seluruh penelitian secara jelas dan terstruktur, penulis membagi skripsi ini menjadi lima bab yang saling terkait dan mendukung satu sama lain. Setiap bab dirancang dengan tujuan agar argumen penelitian bisa disampaikan secara logis dan menyeluruh :

1. BAB I PENDAHULUAN

- a. Latar Belakang Masalah : Menggambarkan konteks penelitian, masalah yang melatarbelakangi, serta urgensi penelitian. Memberikan pemahaman awal mengenai Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi terhadap Profitabilitas dengan Pertumbuhan Penjualan sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI 2021-2024
- b. Identifikasi Masalah: Merinci masalah-masalah spesifik yang ditemukan terkait variabel penelitian (Efisiensi Biaya Produksi, Profitabilitas dan Pertumbuhan Penjualan), yang menjadi fokus penelitian.
- c. Pembatasan Masalah : Penelitian ini difokuskan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2021–2024, dengan variabel efisiensi biaya produksi terhadap profitabilitas, serta

penerapan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel moderasi. Data penelitian terbatas pada laporan keuangan tahunan perusahaan di BEI dan sumber sekunder yang relevan, tanpa membahas faktor eksternal secara mendalam.

- d. Rumusan Masalah: Merumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian yang akan dijawab berdasarkan masalah yang teridentifikasi.
- e. Tujuan Penelitian: Menyatakan secara eksplisit apa yang ingin dicapai melalui penelitian ini, sesuai dengan rumusan masalah.
- f. Manfaat Penelitian: Menguraikan kontribusi dan kegunaan hasil penelitian, baik secara teoritis (pengembangan ilmu) maupun praktis.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Menyajikan kerangka konseptual dan teori-teori relevan yang mendasari penelitian, seperti Teori Efisiensi, Teori Skala Ekonomi, Teori Profitabilitas, Teori Biaya Produksi & Efisiensi Biaya Produksi, dan Teori Pertumbuhan Penjualan. Bab ini berfungsi sebagai dasar pemahaman untuk analisis di bab selanjutnya.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan secara rinci metodologi penelitian yang digunakan, meliputi jenis penelitian, pendekatan, populasi dan sampel, jenis dan sumber data (primer/sekunder), metode pengumpulan data (misalnya wawancara, observasi, dokumentasi), serta teknik analisis data yang akan diterapkan. Bab ini menjelaskan bagaimana penelitian akan dilaksanakan untuk mencapai tujuannya.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat, meliputi gambaran umum penelitian, yang mencakup gambaran singkat mengenai pokok permasalahan yang diambil, klasifikasi karakteristik responden, dan hasil pengujian.

5. BAB V PENUTUP

Bab penutup, mencakup simpulan berdasarkan keseluruhan hasil riset disertai beberapa saran atau masukan dari peneliti untuk berbagai pihak yang terkait dengan riset ini.