

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri *apparel* olahraga di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat dan aktivitas olahraga. Perkembangan tersebut mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk pakaian olahraga, baik untuk kebutuhan olahraga maupun sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat modern (Putrianto & Suryawijaya, 2023). Kondisi ini menyebabkan persaingan antar perusahaan *apparel* semakin ketat, tidak hanya pada perusahaan skala besar tetapi juga pada usaha kecil dan menengah (UKM). Selain itu, perkembangan teknologi *digital* telah mengubah pola pemasaran industri *apparel* dari pemasaran tradisional menuju pemasaran berbasis media sosial dan marketplace. Perusahaan dituntut untuk mampu memperluas pasar, meningkatkan volume penjualan, serta mempertahankan *profitabilitas* melalui pengelolaan biaya yang efektif dan efisien. Namun demikian, peningkatan aktivitas pemasaran dan penjualan tidak selalu diikuti oleh peningkatan laba perusahaan apabila pengelolaan biaya operasional belum optimal (Pamungkas et al., 2025).

Perubahan pola bisnis tersebut juga berdampak pada meningkatnya kebutuhan biaya pemasaran perusahaan. Dalam era *digital*, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya promosi konvensional, tetapi juga biaya iklan *digital*, endorsement, pengelolaan media sosial, serta pengembangan branding secara *online* (Lusiana et al., 2025). Kondisi ini menyebabkan perusahaan harus mampu menyeimbangkan antara peningkatan biaya pemasaran dengan kemampuan menghasilkan laba. Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk menjaga efisiensi produksi agar biaya operasional tidak meningkat secara berlebihan (Fatmawati et al., 2019). Di sisi lain, volume penjualan tetap menjadi faktor utama yang menentukan besarnya pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, biaya pemasaran,

efisiensi produksi, dan volume penjualan menjadi faktor penting yang saling berkaitan dalam memengaruhi laba bersih perusahaan.

Kondisi persaingan tersebut juga dialami oleh pelaku industri *apparel* di berbagai daerah, termasuk Kota Cimahi yang dikenal sebagai salah satu sentra industri konveksi dan garmen di Provinsi Jawa Barat. Kota Cimahi memiliki jumlah pelaku usaha *apparel* dan konveksi yang cukup besar, khususnya pada sektor usaha kecil dan menengah. Industri ini berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah serta penyerapan tenaga kerja masyarakat. Namun demikian, tingginya persaingan usaha menyebabkan pelaku industri *apparel* di Kota Cimahi menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam pengelolaan biaya pemasaran, efisiensi produksi, serta peningkatan volume penjualan agar mampu mempertahankan laba perusahaan. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin berbasis *digital* juga menuntut pelaku usaha *apparel* untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi pemasaran modern.

Salah satu pelaku usaha *apparel* lokal di Kota Cimahi adalah Speed Jersey, yang telah beroperasi sejak tahun 2012 dan memproduksi berbagai jenis pakaian olahraga seperti jersey, jaket, dan pakaian komunitas. Speed Jersey mengalami pertumbuhan usaha yang cukup signifikan, terutama dari sisi pemasaran digital dan peningkatan volume penjualan. Namun demikian, kondisi tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh stabilitas laba bersih perusahaan. Data menunjukkan bahwa laba bersih perusahaan mengalami fluktuasi selama periode 2014-2024, meskipun biaya pemasaran dan volume penjualan cenderung meningkat. Pada sisi lain, efisiensi produksi juga menunjukkan kondisi yang tidak stabil, di mana tingkat efisiensi mengalami penurunan pada beberapa periode tertentu. Kondisi ini menunjukkan adanya kemungkinan ketidakseimbangan antara biaya pemasaran, efisiensi produksi, dan volume penjualan dalam mendorong peningkatan laba bersih perusahaan secara optimal.

Biaya pemasaran merupakan salah satu komponen penting dalam strategi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Dalam era *digital*, biaya pemasaran tidak hanya digunakan untuk promosi konvensional, tetapi juga untuk aktivitas pemasaran berbasis media sosial dan platform *online*

(Pamungkas et al., 2025). Pada Speed Jersey, biaya pemasaran menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, yaitu dari Rp247,9 juta pada tahun 2014 menjadi Rp653,25 juta pada tahun 2024. Peningkatan ini sejalan dengan ekspansi pemasaran *digital* yang dilakukan perusahaan. Namun demikian, kenaikan biaya pemasaran tersebut tidak selalu diikuti oleh peningkatan laba bersih secara proporsional. Kondisi ini mengindikasikan adanya kemungkinan ketidakefisienan dalam pengelolaan biaya pemasaran. Penelitian Riska (2025) menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif mampu meningkatkan penjualan dan laba secara simultan, namun apabila tidak dikelola secara optimal, peningkatan biaya pemasaran justru dapat menekan *profitabilitas* perusahaan.

Selain biaya pemasaran, efisiensi produksi merupakan faktor penting dalam menjaga daya saing perusahaan, khususnya pada industri padat karya seperti *apparel*. Efisiensi produksi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan sumber daya untuk menghasilkan output secara maksimal dengan biaya minimal (Lilis & Untung, 2024). Pada Speed Jersey, efisiensi produksi menunjukkan kondisi yang fluktuatif, yaitu dari 94,4 pada tahun 2014 meningkat menjadi 156,6 pada tahun 2016, kemudian menurun hingga 73 pada tahun 2024. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam mencapai target produksi mengalami pelemahan, sehingga proses produksi menjadi kurang optimal dibandingkan periode sebelumnya. Kondisi ini mengindikasikan bahwa perusahaan memerlukan penggunaan sumber daya yang lebih besar untuk mempertahankan tingkat output tertentu, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan biaya operasional dan menekan laba bersih perusahaan. Fenomena tersebut sejalan dengan penelitian Hisyam (2025) yang menunjukkan bahwa efisiensi produksi memiliki pengaruh signifikan terhadap laba bersih pada perusahaan dengan proporsi biaya produksi yang tinggi. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa perubahan tingkat efisiensi produksi akan memengaruhi besarnya biaya operasional perusahaan, sehingga berdampak langsung terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih.

Di sisi lain, volume penjualan merupakan indikator utama keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Volume penjualan yang tinggi

memungkinkan perusahaan mencapai skala ekonomi dan meningkatkan potensi laba (Azis et al., 2021). Data menunjukkan bahwa volume penjualan Speed Jersey meningkat dari 23.280 unit pada tahun 2014 menjadi 94.624 unit pada tahun 2019, namun mengalami fluktuasi hingga mencapai 80.117 unit pada tahun 2024. Fluktuasi ini dipengaruhi oleh penurunan daya beli masyarakat pasca pandemi sebesar 8,7% pada periode 2020-2022 (Bank Indonesia, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan volume penjualan tidak selalu stabil dan tidak secara otomatis meningkatkan laba bersih tanpa didukung pengelolaan biaya yang optimal. Meskipun demikian, secara umum peningkatan volume penjualan tetap memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan perusahaan dan berpotensi meningkatkan laba bersih apabila didukung pengelolaan biaya yang baik. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Kurnia (2025) yang menyatakan bahwa peningkatan penjualan berpengaruh signifikan terhadap laba bersih perusahaan karena tingginya kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya peningkatan pembelian yang berdampak pada peningkatan pendapatan dan laba perusahaan.

Sebagai indikator utama kinerja keuangan, laba bersih mencerminkan hasil akhir dari seluruh aktivitas operasional perusahaan setelah dikurangi berbagai biaya (Intan & Nurhayati, 2025). Pada Speed Jersey, laba bersih menunjukkan pola yang fluktuatif, yaitu meningkat dari Rp2,52 miliar pada tahun 2014 menjadi Rp7,49 miliar pada tahun 2019, dan mencapai Rp9,78 miliar pada tahun 2024. Meskipun mengalami peningkatan secara umum, pola fluktuatif ini menunjukkan bahwa pertumbuhan laba belum sepenuhnya stabil. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh dari biaya pemasaran, efisiensi produksi, dan volume penjualan yang belum dikelola secara optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi laba bersih perusahaan, khususnya pada industri *apparel* lokal yang memiliki karakteristik operasional berbeda dengan perusahaan manufaktur skala besar.

Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu masih terbatas pada perusahaan besar dengan periode penelitian yang relatif singkat. Penelitian pada

sektor UKM, khususnya industri *apparel* lokal seperti Speed Jersey, masih relatif terbatas. Di samping itu, penggunaan variabel efisiensi produksi secara eksplisit juga masih jarang dilakukan. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut dengan objek, variabel, dan periode yang berbeda.

Berdasarkan fenomena empiris dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan. Analisis terhadap pengaruh biaya pemasaran, efisiensi produksi, dan volume penjualan terhadap laba bersih diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi *profitabilitas* perusahaan secara lebih mendalam. Selain itu, penelitian ini juga penting sebagai dasar pengambilan keputusan strategis bagi pelaku usaha *apparel*, khususnya UKM, dalam mengoptimalkan pengelolaan biaya, meningkatkan efisiensi operasional, serta menyusun strategi pemasaran yang efektif di era *digital*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran, Efisiensi Produksi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Speed Jersey Di Kota Cimahi Selama Periode 2014-2024.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Persaingan industri *apparel* olahraga yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk mampu mempertahankan *profitabilitas* di tengah perubahan pola pemasaran digital.
2. Peningkatan aktivitas pemasaran digital menyebabkan biaya pemasaran perusahaan terus meningkat dari tahun ke tahun.
3. Peningkatan biaya pemasaran pada Speed Jersey belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan laba bersih secara proporsional.
4. Efisiensi produksi Speed Jersey mengalami fluktuasi selama periode 2014-2024 yang menunjukkan belum optimalnya pengelolaan proses produksi perusahaan.

5. Volume penjualan Speed Jersey mengalami peningkatan namun cenderung berfluktuasi akibat perubahan kondisi pasar dan daya beli masyarakat pasca pandemi.
6. Laba bersih Speed Jersey mengalami fluktuasi meskipun perusahaan mengalami peningkatan aktivitas pemasaran dan penjualan.
7. Belum optimalnya pengelolaan biaya pemasaran, efisiensi produksi, dan volume penjualan diduga memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih secara optimal.
8. Penelitian mengenai pengaruh biaya pemasaran, efisiensi produksi, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada UKM apparel lokal masih relatif terbatas.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh biaya pemasaran, efisiensi produksi, dan volume penjualan terhadap laba bersih pada Speed Jersey di Kota Cimahi. Penelitian ini dilakukan pada satu objek, yaitu Speed Jersey, dengan cakupan waktu selama sepuluh tahun, mulai dari tahun 2014 sampai 2024. Data yang digunakan bersumber dari laporan keuangan internal perusahaan, serta didukung oleh data sekunder seperti laporan industri *apparel* dari Badan Pusat Statistik (BPS).

Batasan ini dibuat agar penelitian dapat berjalan secara terfokus dan menghasilkan temuan yang relevan dengan kondisi riil perusahaan. Selain itu, pembatasan objek dan periode penelitian juga bertujuan untuk menghindari generalisasi berlebihan.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih pada Speed Jersey tahun 2014-2024?
2. Bagaimana pengaruh efisiensi produksi terhadap laba bersih pada Speed Jersey tahun 2014-2024?
3. Bagaimana pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada Speed Jersey tahun 2014-2024?

4. Sejauh mana biaya pemasaran, efisiensi produksi dan volume penjualan secara simultan berpengaruh terhadap laba bersih pada Speed Jersey tahun 2014-2024?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap laba bersih pada Speed Jersey tahun 2014-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh efisiensi produksi terhadap laba bersih pada Speed Jersey tahun 2014-2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada Speed Jersey tahun 2014-2024.
4. Untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran, efisiensi produksi, dan volume penjualan secara simultan terhadap laba bersih pada Speed Jersey tahun 2014-2024.

F. Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur manajemen keuangan dan pemasaran terkait faktor penentu laba bersih pada UKM *apparel* lokal, serta berkontribusi pada pengembangan konsep efisiensi produksi dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap dinamika industri olahraga. Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan pertimbangan bagi manajemen Speed Jersey dalam menyusun strategi biaya pemasaran yang lebih efektif dan efisien.
2. Menjadi acuan untuk meningkatkan efisiensi produksi guna menekan biaya dan meningkatkan *profitabilitas*.
3. Membantu memahami hubungan volume penjualan dan laba bersih dalam penentuan target yang realistis.
4. Menjadi referensi bagi UKM *apparel* lain dalam meningkatkan daya saing melalui pengelolaan keuangan berbasis data empiris.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis ke dalam lima bab, dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini memberikan gambaran awal mengenai konteks dan arah penelitian.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan variabel penelitian, antara lain teori biaya pemasaran, teori efisiensi produksi (termasuk teori produksi TFV dan konsep efisiensi Farrell), teori volume penjualan, serta teori laba bersih.

BAB III: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan. Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif-verifikatif, menggunakan data sekunder periode 2014-2024 dari Speed Jersey.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis data yang meliputi gambaran umum perusahaan, deskripsi variabel penelitian, hasil uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (parsial dan simultan), serta pembahasan hasil penelitian dengan mengacu pada teori dan penelitian terdahulu.

BAB V: Penutup

Bab terakhir berisi kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi teoretis dan praktis, serta saran-saran yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.