

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri farmasi Indonesia adalah salah satu sektor yang sangat strategis dan memainkan peran penting dalam menjaga kesehatan masyarakat. Industri ini bertanggung jawab untuk memproduksi dan menyalurkan obat-obatan dan perbekalan farmasi lainnya yang dibutuhkan masyarakat.¹ Meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan kualitas hidup telah menyebabkan peningkatan permintaan produk farmasi. Menurut Profil Statistik Kesehatan 2023 yang disusun oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Pada tahun 2023, persentase penduduk yang memiliki jaminan kesehatan mencapai 72,38% dibandingkan 68,36% di tahun 2021. Hal ini juga menekan persentase penduduk yang melakukan pengobatan sendiri menjadi 79,74% di 2023 dibandingkan 84,23% di 2021.² Hal ini menunjukkan semakin banyak masyarakat yang memilih untuk mencari bantuan profesional ketika sakit daripada mengandalkan pengobatan sendiri, sehingga mendorong banyak perusahaan farmasi nasional untuk berkembang.

Wabah Covid-19 yang melanda dunia pada 2020 memberikan imbas besar pada industri farmasi. Wabah Covid-19 secara jelas telah mematikan berbagai sektor bisnis disebabkan sedikitnya ruang gerak masyarakat. Berbagai pihak memperkirakan, industri farmasi menjadi salah satu yang dapat

¹ Dandung Ruskar dkk, "Lafial: Pandemi Covid-19 Sebagai Momentum Kemandirian Industri Farmasi Menuju Ketahanan Kesehatan Nasional," *Pendipa Journal of Science Education*, Vol. 5, No. 3 (2021), 304, <https://ejournal.unib.ac.id/pendipa/article/view/14483>.

² <https://www.bps.go.id/id>

bertumbuh di tengah wabah Covid-19.³ Percepatan dalam penelitian dan pengembangan vaksin, terapi, dan alat diagnostik menjadi prioritas utama. Selain itu, kebutuhan akan obat, vitamin, dan suplemen juga makin meningkat.⁴ Ketergantungan lebih dari 90% pada impor bahan baku farmasi merupakan masalah besar yang dihadapi industri farmasi Indonesia.⁵ Salah satu kendala utama untuk mencapai kemandirian industri farmasi dalam negeri adalah biaya untuk mendatangkan bahan baku yang telah meningkat tiga sampai lima kali lipat selama pandemi Covid-19.

Berdasarkan data BPS dalam beberapa tahun terakhir, industri farmasi Indonesia telah berkembang pesat, terutama karena meningkatnya permintaan akan produk kesehatan dan obat-obatan.⁶ Prospek perusahaan subsektor farmasi di Indonesia pada masa mendatang dinilai cukup cerah. Meningkatnya populasi lanjut usia, munculnya penyakit-penyakit baru, serta dukungan pemerintah terhadap industri kesehatan diharapkan dapat mendorong

³ Thariza Amartya, “Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada Masa Pandemi Covid-19 : Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2020-2021” Thesis (Universitas Pendidikan Indonesia) (2022), 5, <http://repository.upi.edu>.

⁴ Aulia Refika Zahra Khusuma dan Rahmasari Fahria, “Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Industri Farmasi Selama Masa Pandemi Covid-19”, *Accounting Student Research Journal*, Vol. 2, No. 2 (2023), 109 [Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Industri Farmasi Selama Masa Pandemi Covid-19 | Accounting Student Research Journal \(upnvj.ac.id\)](https://doi.org/10.30605/asrj.v2i2.109)

⁵ Mochammad Shabrian dan Deni Hamdani, “Pengaruh Modal Kerja, Biaya Operasioanal, Biaya Promosi, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2022)”, *Jurnal Maneksi*, Vol 13, No. 2 (2024), 293 [Pengaruh Modal Kerja, Biaya Operasioanal, Biaya Promosi, Dan Penjualan Terhadap Laba Bersih | Jurnal Maneksi \(Management Ekonomi Dan Akuntansi\) \(ejournal-polnam.ac.id\)](https://doi.org/10.30605/maneksi.v13i2.293)

⁶ Kementerian Perindustrian RI, *Membangun Kemandirian Industri Farmasi Nasional Buku Analisis Pembangunan Industri* Edisi II (Pusdatin Kemenperin, 2021), 32 <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=4fbbc48e2e85df54JmltdHM9MTcyNzQ4MTYwMCZpZ3ZpZD0wYTUyMDM4Ni1lNTA5LTYwMGMtMGUzMjY0xMTYyZTQ1ZjYxZmUmaW5zaWQ9NTE4MQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=0a520386-e509-600c-0e33-1162e45f61fe&psq=buku+Membangun+Kemandirian+Industri+Farmasi+Nasional+Buku+Analisis+Pembangunan+Industri+-+Edisi+II+2021+kementerian+perindustrian&u=a1aHR0cHM6Ly9rZW11bnBlcmLuLmdvLmlkL2Rvd25sb2FkLzI2Mzg4L0JlZ3U0QW5hbGZaXMTSW5kdXN0cmktRmFybWZaSOyMDIx&ntb=1>

pertumbuhan industri farmasi. Beberapa perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI juga mengalami pertumbuhan signifikan. Mereka berhasil memperluas jaringan distribusi, meluncurkan produk baru, serta melakukan inovasi dalam riset dan pengembangan. Berikut adalah perusahaan subsektor farmasi dan riset kesehatan yang terdaftar di BEI selama 2015-2024 secara berturut turut:

Tabel 1. 1
Data Perusahaan Farmasi dan Riset Kesehatan
di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2015-2024

No	Nama Perusahaan
1	Darya Varia Laboratoria Tbk (DVLA)
2	Indofarma (Persero) Tbk (INAF)
3	Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF)
4	Kalbe Farma Tbk (KLBF)
5	Merck Tbk (MERK)
6	Pyridam Farma Tbk (PYFA)
7	Organon Pharma Indonesia Tbk (SCPI)
8	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO)
9	Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC)

Sumber: www.idx.co.id⁷

Peneliti memilih perusahaan farmasi dan riset kesehatan karena industri farmasi dan riset kesehatan memiliki prospek pertumbuhan yang kuat, terutama karena meningkatnya permintaan akan produk kesehatan, obat-obatan, dan layanan medis di Indonesia. Perusahaan farmasi dan riset kesehatan merupakan salah satu sektor industri yang mengalami kenaikan ekspor sebesar 51,42% dibandingkan dengan industri lain.⁸

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui terdapat 9 perusahaan subsektor

⁷ Statistik (idx.co.id), diakses Minggu, 15 September 2024 pukul 8.28 WIB

⁸ Badan Pusat Statistik, Laporan Informasi Industri (2023), 15 diakses melalui <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=bcd711277868f76e39395c1f5dcddb210c383e33a5d21cb72ed99677fcd73479JmltdHM9MTc0MDk2MDAwMA&pptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=0a520386-e509-600c-0e33-1162e45f61fe&psq=buku+analisis+pembangunan+industri+2023&u=a1aHR0cHM6Ly9rZW11bnBlcmllLmdvLmlkL2Rvd25sb2FkLzlwMTQ0L0xhcG9yYW4tSW5mb3JtYXNpLUluZHVzdHJpLTIwMjM&ntb=1> pada Selasa, 4 Maret 2025 pukul 9.38 WIB.

farmasi dan riset kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut selama periode 2015-2024. Namun terdapat dua perusahaan yang tidak secara lengkap mencantumkan laporan keuangannya yaitu perusahaan Indofarma (Persero) Tbk (INAF) dan perusahaan Organon Pharma Indonesia Tbk (SCPI). Terdapat dua perusahaan juga yang mendapat perolehan laba negatif yaitu perusahaan Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF) dan perusahaan Pyridam Farma Tbk (PYFA).

Tabel 1. 2
Perbandingan Laba Bersih
Perusahaan Farmasi dan Riset Kesehatan
di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2015-2024

(dalam jutaan Rupiah)

No	Kode	Tahun	Laba Bersih	%	Rata-rata %
1	DVLA	2015	107.894	41%	
2	DVLA	2016	152.083	7%	
3	DVLA	2017	162.249	24%	
4	DVLA	2018	200.651	11%	
5	DVLA	2019	221.783	-27%	
6	DVLA	2020	162.072	-9%	6%
7	DVLA	2021	146.725	2%	
8	DVLA	2022	149.375	-2%	
9	DVLA	2023	146.336	7%	
10	DVLA	2024	156.147		
11	KLBF	2015	2.057.694	14%	
12	KLBF	2016	2.350.884	4%	
13	KLBF	2017	2.453.251	2%	
14	KLBF	2018	2.497.261	2%	
15	KLBF	2019	2.537.601	10%	
16	KLBF	2020	2.799.622	15%	6%
17	KLBF	2021	3.232.007	7%	
18	KLBF	2022	3.450.083	-19%	
19	KLBF	2023	2.778.404	17%	
20	KLBF	2024	3.246.569		
21	MERK	2015	148.818	3%	
22	MERK	2016	153.929	1%	
23	MERK	2017	155.964	649%	
24	MERK	2018	1.168.442	-94%	

25	MERK	2019	75.731	2%	
26	MERK	2020	76.911	64%	73%
27	MERK	2021	126.016	43%	
28	MERK	2022	180.717	1%	
29	MERK	2023	181.997	-15%	
30	MERK	2024	154.754		
31	SIDO	2015	437.475	10%	
32	SIDO	2016	480.525	11%	
33	SIDO	2017	533.799	24%	
34	SIDO	2018	663.849	22%	
35	SIDO	2019	807.689	16%	
36	SIDO	2020	934.016	35%	8%
37	SIDO	2021	1.260.898	-12%	
38	SIDO	2022	1.104.714	-14%	
39	SIDO	2023	950.648	-18%	
40	SIDO	2024	778.117		
41	TSPC	2015	529.218	3%	
42	TSPC	2016	545.493	2%	
43	TSPC	2017	557.339	-3%	
44	TSPC	2018	540.378	10%	
45	TSPC	2019	595.154	40%	
46	TSPC	2020	834.369	5%	12%
47	TSPC	2021	877.817	18%	
48	TSPC	2022	1.037.527	21%	
49	TSPC	2023	1.250.247	16%	
50	TSPC	2024	1.447.724		

Sumber: www.idx.co.id⁹

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui rata-rata presentase perolehan laba bersih oleh masing-masing perusahaan yaitu perolehan rata-rata presentase laba bersih PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk (DVLA) sebesar 6%, perolehan rata-rata presentase laba bersih PT. Kalbe Farma Tbk (KLBF) sebesar 6%, perolehan rata-rata presentase laba bersih PT. Merck Tbk (MERK) sebesar 73%, perolehan rata-rata presentase laba bersih PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) sebesar 8%, dan perolehan rata-rata presentase laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) sebesar 12%.

⁹ [Statistik \(idx.co.id\)](http://Statistik.idx.co.id), op.cit, diakses Senin, 23 September 2024 pukul 10.13 WIB

Sehingga diketahui bahwa rata-rata presentase laba bersih terbesar diperoleh oleh PT. Merck Tbk (MERK) yakni sebesar 73% tetapi dengan fluktuasi yang sangat besar dan tidak stabil. Perolehan tersebut disebabkan karena grup merck melakukan divestasi pada tahun 2018 dengan menjual divisi *consumer health* kepada *procter and gamble co.* (P&G), perusahaan barang konsumen yang berpusat di Cincinnati, Amerika Serikat. Laba dari divestasi ini adalah keuntungan dari penjualan aset dan tidak termasuk dalam kategori biaya produksi maupun biaya promosi melainkan pendapatan lain-lain yang diperoleh dari penjualan aset atau unit bisnis (divestasi).

Perolehan rata-rata presentase laba bersih terbesar kedua yaitu PT. Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC) sebesar 12%. Secara keseluruhan, PT Tempo Scan Pacific menunjukkan tren pertumbuhan laba bersih yang positif dan signifikan selama periode 2015 hingga 2024. Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2018, perusahaan berhasil pulih dan mencatatkan peningkatan laba yang konsisten dari tahun 2019 hingga 2024. Laba bersih menunjukkan pertumbuhan yang relatif stabil dan moderat pada periode 2015 hingga 2017. Peningkatan dari Rp529,218 miliar pada 2015 menjadi Rp 557,339 miliar pada 2017 mengindikasikan kinerja perusahaan yang solid namun belum menunjukkan lonjakan signifikan. Terjadi penurunan laba bersih menjadi Rp 540,378 miliar pada 2018 karena adanya peningkatan beban pokok penjualan dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kenaikan biaya bahan baku atau perubahan dalam biaya produksi. Setelah penurunan di tahun 2018, PT. Tempo Scan Pacific Tbk menunjukkan pemulihan yang kuat dan pertumbuhan laba bersih yang semakin

cepat. Peningkatan dari Rp 595,154 miliar pada 2019 hingga mencapai Rp 1.447,724 triliun pada 2024 adalah peningkatan yang sangat signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi perusahaan, efisiensi operasional, dan/atau kondisi pasar yang mendukung telah berkontribusi positif terhadap profitabilitas. Setelah adanya tekanan pada laba di tahun 2018 akibat kenaikan beban pokok penjualan dan beban operasional, PT. Tempo Scan Pacific Tbk melakukan upaya efisiensi yang lebih ketat. Pengelolaan biaya produksi, pemasaran, dan distribusi yang lebih baik akan langsung berdampak positif pada peningkatan laba bersih. Selain itu pandemi covid-19 meningkatkan permintaan akan produk-produk kesehatan, termasuk obat-obatan dan vitamin. PT. Tempo Scan Pacific Tbk berhasil memaksimalkan angka profit margin dengan mempertahankan nilai laba bersihnya

Perusahaan farmasi sebagai subsektor yang sangat penting berkonsentrasi pada inovasi produk, laba bersih yang optimal dapat dicapai melalui manajemen biaya yang tepat. Oleh karena itu, angka laba yang tersaji dalam laporan keuangan diharapkan mampu menggambarkan dan menjadi landasan penilaian terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan. Dengan kata lain, laba digunakan sebagai alat untuk menilai seberapa baik perekonomian perusahaan menjalankan kinerjanya. Dalam pandangan Mulyadi, laba dipengaruhi oleh tiga elemen kunci yang saling terkait. Pertama, biaya yang timbul dalam proses perolehan atau pengolahan produk atau jasa akan berdampak pada penentuan harga jual. Kedua, harga jual produk atau jasa tersebut akan memengaruhi tingkat volume penjualan. Ketiga, besar kecilnya volume penjualan dan produksi akan secara langsung memengaruhi total biaya

produksi yang dikeluarkan.¹⁰

Biaya produksi merupakan salah satu penentu utama laba, karena sebagian besar pengeluaran perusahaan terpusat pada proses pembuatan produk. Oleh karena itu, strategi umum perusahaan adalah mengurangi biaya produksi untuk meningkatkan profitabilitas.¹¹ Penentuan harga jual, kualitas, dan kuantitas produk dipengaruhi oleh biaya produksi. Meski demikian, konsumen global saat ini tidak hanya fokus pada kualitas, tetapi juga memerlukan promosi untuk memandu keputusan pembelian. Manajer menggunakan biaya promosi secara strategis sebagai alat untuk menarik daya beli dan mengkomunikasikan keunggulan produk.¹² Sehingga biaya produksi dan promosi merupakan dua komponen penting yang dapat memengaruhi hasil keuangan bisnis di industri ini. Proses produksi memegang peranan sentral dalam keberlangsungan perusahaan. Sebagai akibatnya, perhitungan biaya produksi menjadi hal yang esensial bagi perusahaan dalam upaya menciptakan barang dan jasa yang tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga mampu menjawab kebutuhan dan harapan konsumen.¹³

Mulyadi menyatakan bahwa biaya yang timbul dalam proses perolehan

¹⁰ Adriani Tombilayuk dan Fajar Aribowo "Pengaruh Laba Bersih dan Komponen Arus Kas terhadap Harga Saham pada Perusahaan Sektor Infrastruktur, Utilitas, dan Transportas yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019", *Prima Ekonomika*, Vol. 11, No. 2 (2020), 68 diakses melalui <https://jurnal.stieykp.ac.id/index.php/prima-ekonomika/article/view/115/89> pada Senin, 1 Maret 2025 pukul 9.20 WIB.

¹¹ Ara Yustika Br.Ginting, Nur Ahmadi Bi Rahmani, and Kusmilawaty Kusmilawaty, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan," *Jurnal Riset Akuntansi* 2, no. 2 (2024), 71–84.

¹² Murni Salfadilla Saepudin dan Darya Setia Nugraha, "Biaya Produksi, Biaya Penjualan, Daya Beli Dan Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2020", *Indonesian Accounting Literacy Journal*, Vol. 02, No. 02 (2022), 278 diakses melalui <https://jurnal.polban.ac.id/ialj/article/view/3046/2472> pada Senin, 1 Maret 2025 pukul 8.22 WIB.

¹³ Dewa L Putu Yohanes Agata Sandopart dkk, "Analisis Efisiensi Biaya Produksi pada Kegiatan Perusahaan Manufaktur dengan Teknologi Artificial Intelligence", *Jamal: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1 (2023), 27 diakses melalui [2a162a93afe5b90393f06e0b593d7726a3ab.pdf](https://doi.org/10.24127/jamal.v3i1.2a162a93afe5b90393f06e0b593d7726a3ab.pdf) pada Selasa, 8 Oktober 2024 pukul 9.12 WIB.

atau pengolahan produk akan berdampak pada penentuan harga jual. Biaya produksi adalah komponen utama dari biaya perolehan atau pengolahan produk. Besar kecilnya biaya produksi akan menjadi pertimbangan penting dalam menetapkan harga jual suatu produk atau jasa. Jika biaya produksi tinggi, perusahaan cenderung menetapkan harga jual yang lebih tinggi untuk mempertahankan margin keuntungan. Sebaliknya, jika biaya produksi efisien, perusahaan memiliki fleksibilitas untuk menetapkan harga yang lebih kompetitif. Mulyadi juga menyebutkan bahwa besar kecilnya volume penjualan dan produksi akan memengaruhi total biaya produksi yang dikeluarkan. Ini menunjukkan adanya hubungan antara biaya produksi dengan tingkat aktivitas perusahaan yaitu produksi dan penjualan.

Mulyadi menyatakan bahwa harga jual produk atau jasa akan memengaruhi tingkat volume penjualan. Biaya promosi adalah salah satu instrumen penting yang digunakan perusahaan untuk memengaruhi tingkat volume penjualan. Melalui berbagai kegiatan promosi seperti iklan, pemasaran, diskon, dan lain-lain perusahaan berusaha meningkatkan kesadaran merek, menarik minat konsumen, dan mendorong pembelian produk atau jasa mereka. Meskipun biaya promosi secara langsung bertujuan meningkatkan volume penjualan, efektivitasnya seringkali juga terkait dengan harga jual. Promosi yang efektif dapat mendukung harga jual yang lebih tinggi, atau sebaliknya, promosi mungkin diperlukan untuk meningkatkan penjualan produk dengan harga yang kurang kompetitif. Sehingga biaya produksi secara langsung merepresentasikan biaya perolehan atau pengolahan dan dampaknya pada harga jual, sementara biaya promosi secara signifikan memengaruhi harga jual

dan dampaknya pada volume penjualan. Kedua jenis biaya ini secara substansial mempengaruhi perhitungan laba perusahaan. Biaya produksi akan mengurangi pendapatan kotor, sementara biaya promosi termasuk dalam biaya operasional yang mengurangi laba operasional. Pengelolaan kedua jenis biaya ini sangat penting untuk mencapai profitabilitas yang optimal.

Menurut Baru Harahap dan Tukino biaya produksi adalah salah satu faktor kunci dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Biaya produksi menjadi informasi bagi pihak manajemen untuk menentukan atau menghitung harga pokok produksi per unit yang kemudian dapat dihitung harga jual per unitnya dengan memperhitungkan biaya produksi operasional dan laba yang diharapkan atau yang diperoleh perusahaan.¹⁴ Menurut Sukirno semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan, semakin besar kemungkinan perusahaan untuk memperoleh laba. Menurutnya, perusahaan harus menjaga skala ekonomis, yaitu saat peningkatan skala produksi yang dapat menurunkan biaya per unit produk, sehingga dapat meningkatkan laba. Selain biaya produksi, dalam penentuan faktor yang mempengaruhi peningkatan laba bersih ialah kategori dalam non produksi yaitu biaya promosi.

Esensi promosi, menurut Swastha, terletak pada penyampaian informasi atau bujukan satu arah yang dirancang untuk memotivasi seseorang atau organisasi agar mengambil langkah yang akan menciptakan pertukaran dalam kegiatan pemasaran.¹⁵ Philip Kotler mendefinisikan promosi sebagai suatu keinginan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat yang ada didalam produknya untuk meyakinkan konsumen agar membeli

¹⁴ Baru Harahap dan Tukino, *Akuntansi Biaya* (Riau: Batam Publisher, 2020), 19

¹⁵ Edy Sulistiyawan dan Wira Yudha Alam, *Marketing Strategis* (Banyumas: CV. Pena Persada, 2023), 93

produk yang ditawarkan.¹⁶ Menurut Philip Kotler dialih bahasakan Benyamin Molan, biaya promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk promosi.¹⁷ Kotler melihat biaya promosi sebagai investasi yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, penjualan, dan loyalitas pelanggan. Jika investasi ini berhasil, maka pendapatan dan laba bersih akan meningkat. Sehingga peningkatan biaya promosi yang efektif dan strategis dapat meningkatkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan, penguatan merek, dan perolehan pangsa pasar yang lebih besar. Promosi sebagai bagian dari bauran pemasaran memiliki fungsi utama untuk menarik perhatian konsumen, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya berkontribusi pada profitabilitas perusahaan. Dengan demikian, biaya promosi juga menjadi faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan laba bersih.¹⁸

Tabel 1. 3
Daftar Biaya Produksi, Biaya Promosi dan Laba Bersih
PT. Tempo Scan Pacific Tbk (TSPC)
Tahun 2015-2024

(dalam Rupiah)

No	Tahun	Biaya Produksi	Biaya Promosi	Laba Bersih
1	2015	1.928.456.421.815	1.140.725.432.635	521.959.194.423
2	2016	2.077.657.856.474	1.428.561.196.776	536.273.826.937
3	2017	2.074.996.589.223	1.564.678.969.410	543.803.896.478
4	2018	2.555.513.124.121	1.624.739.073.340	512.028.758.825
5	2019	2.902.871.769.755	1.789.991.718.657	554.263.001.029
6	2020	3.052.873.102.283	1.367.506.629.650	787.803.135.441
7	2021	3.514.184.253.126	1.410.485.439.393	823.767.936.791
8	2022	4.002.029.687.861	1.925.118.546.619	1.001.627.721.850
9	2023	4.046.716.178.854	1.755.965.303.025	1.177.431.714.478
10	2024	4.356.497.517.717	1.537.733.890.480	1.447.724.541.136

¹⁶ Danang Kusnanto dkk, *Manajemen Pemasaran Teori dan Praktik Mencapai Target* (Indramayu: CV. Adanu Abimata, 2023), 117

¹⁷ I Gusti Putu Darya, *Akuntansi Manajemen* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 24

¹⁸ Yogi Ginanjar, "Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pengaruh Laba Bersih dengan Biaya Promosi", *Jaksi: Jurnal Akuntansi Keuangan dan Sistem Informasi*, Vol. 1, No. 1 (2020), 115 diakses melalui <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jaksi/article/view/179/129> pada Rabu, 9 Oktober 2024 pukul 10.11 WIB.

Sumber: www.idx.co.id¹⁹

Berdasarkan tabel 1.3 tingginya biaya produksi pada PT. Tempo Scan Pacific Tbk tidak diiringi dengan penurunan laba bersih, justru PT. Tempo Scan Pacific Tbk mengalami kenaikan laba bersih. Fenomena tersebut bertolak belakang dengan teori yang telah dipelajari bahwa menurut Sukirno semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan, semakin besar kemungkinan perusahaan untuk memperoleh laba, begitupun sebaliknya semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan, semakin kecil kemungkinan perusahaan untuk memperoleh laba. Dari permasalahan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk Periode 2015-2024”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024?
2. Bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024?
3. Bagaimana biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, adapun tujuan dari

¹⁹ [Statistik \(idx.co.id\)](http://Statistik.idx.co.id), op.cit, diakses Senin, 23 September 2024 pukul 11.02 WIB

penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024.
2. Untuk menjelaskan pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024.
3. Untuk menganalisa biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap terdapat beberapa manfaat yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menambah literatur mahasiswa/i pada penelitian selanjutnya yang sejenis, untuk mempelajari lebih dalam tentang pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih.

2. Kegunaan Secara praktis

a. Bagi pelaku usaha

Mengusulkan gagasan dan evaluasi kepada manajemen perusahaan guna memecahkan persoalan yang melibatkan korelasi antara biaya produksi, biaya promosi, dan laba bersih, dengan harapan rekomendasi ini dapat diimplementasikan demi kemajuan perusahaan.

b. Bagi Akademik

Diharapkan studi ini memberikan manfaat bagi pembaca, terutama dalam memperdalam wawasan mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih, sehingga dapat menjadi rujukan dan

inspirasi untuk riset berikutnya.

c. Bagi Masyarakat

Peneliti berharap kajian ini dapat memberikan sumbangsih pengetahuan yang bermanfaat bagi masyarakat terkait bagaimana biaya produksi dan promosi berdampak pada laba bersih perusahaan.

d. Bagi Peneliti

Peneliti berharap dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk mempelajari lebih dalam mengenai pengaruh biaya promosi dan biaya produksi terhadap laba bersih PT Tempo Scan Pasific Tbk periode 2015-2024.

E. Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021, Windara Dhiajeng Rosully, 2023. Studi ini dilakukan dengan maksud untuk menguji pengaruh biaya produksi dan promosi terhadap laba, baik secara terpisah maupun secara bersamaan, serta untuk mengidentifikasi variabel yang paling berperan dalam menentukan besaran laba. Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Berdasarkan analisis data memberikan hasil penelitian dengan menunjukkan bahwa secara parsial biaya promosi serta produksi berpengaruh terhadap laba dengan biaya produksi yang mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 10,451 > t_{tabel} 1,97190$ dan biaya promosi mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 133,147 > t_{tabel} 1,97190$. Secara simultan berpengaruh terhadap laba dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan hasil $F_{hitung} 302,172 > F_{tabel} 3,04$. Hasil

penelitian setelahnya menunjukkan bahwa biaya promosi merupakan variabel yang menghasilkan pengaruh paling menonjol pada laba.²⁰ Kesamaan antara penelitian ini dan studi yang akan dilakukan adalah penggunaan dua variabel independen yang sama, yakni biaya promosi dan biaya produksi, serta variabel dependen yang serupa. Perbedaan signifikannya terletak pada fokus objek penelitian.

2. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019), Yulianus Viki Antono, Hendrik Suhendri, dan Sri Andika Putri, 2021. Studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana biaya produksi dan biaya promosi memengaruhi laba bersih PT NIC Tbk yang terdaftar di BEI selama rentang waktu 2014 hingga 2019. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif serta menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari analisis data menunjukkan hasil penelitian bahwa pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih PT NIC Tbk yang tercatat di BEI selama tahun 2014 hingga 2019 adalah signifikan, yaitu mencapai 20,8%.²¹ Persamaan mendasar antara penelitian ini dan studi yang akan dilakukan adalah penggunaan variabel bebas dan variabel terikat yang sama. Perbedaan signifikannya terletak pada fokus objek penelitian.

²⁰ Windara Dhiadjeng Rosully, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2022", Skripsi (Universitas Bhayangkara Surabaya), 2023 [Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021 - Ubhara Repository](#)

²¹ Yulianus Viki Antono, Hendrik Suhendri, dan Sri Andika Putri, "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih (Studi Pada Perusahaan Roti PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2019)", *Inventory: Jurnal Akuntansi*, Vol. 5, No. 2 (2021) <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/inventory>

3. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi terhadap Laba Bersih pada CV. NJ Food Industries, Cut Ana Rohani, 2021. Studi ini dilakukan dengan maksud untuk memahami dan mengkaji bagaimana biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh terhadap laba bersih CV. NJ Food Industries. Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metodologi asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Dari penjabaran data diperoleh hasil penelitian bahwa biaya produksi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap laba bersih dengan diperolehnya hasil uji parsial $-3,795 < -2,035$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap laba bersih dengan hasil $-0,522 < -2,036$ dengan nilai signifikansi $-0,522 < -2,036$. Hasil statistik $F_{hitung} 7,279 > F_{tabel} 3,28$ dengan signifikansi $0,002 < 0,05$, sehingga biaya produksi dan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih.²² Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilaksanakan adalah pada variabel independennya. Namun, perbedaan utamanya terletak pada fokus objek penelitian.
4. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020, Intan Tari Septiana, 2022. Studi ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana biaya produksi, biaya promosi, dan penjualan memengaruhi laba bersih perusahaan manufaktur di sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di

²² Cut Ana Rohani, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih CV. NJ Food Industries", *Nusantara Hasana Journal*, Vol. 1, No. 4 (2021) diakses melalui [View of PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA BERSIH PADA CV. NJ FOOD INDUSTRIES](#).

BEI pada periode 2016-2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Dari analisis data menunjukkan hasil penelitian bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih, biaya promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap laba bersih.²³ Persamaan mendasar antara penelitian ini dan studi yang akan dilakukan adalah pada variabel bebasnya. Perbedaan signifikannya terletak pada fokus objek penelitian.

5. Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022, Rizki Ramadhan, Rismadi, dan Syalmida Nurahma, 2023. Studi ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menguji bagaimana biaya produksi dan biaya promosi memengaruhi laba bersih perusahaan di sub sektor makanan dan minuman yang ada di Bursa Efek Indonesia pada rentang waktu 2019-2022. Metode dalam penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif dengan pengujian asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap laba bersih. Sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh terhadap laba bersih.²⁴ Persamaan mendasar antara penelitian ini dan studi yang akan dilakukan adalah pada variabel bebasnya. Perbedaan signifikannya terletak pada fokus objek penelitian.

²³ Intan Tari Septiana, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Penjualan terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020", Skripsi (Universitas Pakuan), 2022 [done 2022 INTAN TARI SEPTIANA 022118251.pdf \(unpak.ac.id\)](https://doi.org/10.24127/22118251).

²⁴ Rizki Ramadhan, Rismadi, dan Syalmida Nurahma, "Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022", *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Vol. 1 No. 2 (2023) <https://jurnal.politeknikaceh.ac.id/index.php/jia/article/view/281>.

F. Hipotesis Penelitian

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024.

H_a : Terdapat pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024.

2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024.

H_a : Terdapat pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024.

3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024.

H_a : Terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya promosi terhadap laba bersih PT. Tempo Scan Pacific Tbk periode 2015-2024.