

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia usaha, persaingan sudah sangat umum terjadi, persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap perusahaan untuk saling berkompetensi, sehingga setiap perusahaan perlu memperhatikan efektifitas dan efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Hampir semua perusahaan di Indonesia baik perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur telah mengalami dampak dari krisis ekonomi. Ada beberapa hal yang menjadi ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan. Salah satunya adalah daya beli masyarakat yang semakin menurun.

Banyak sistem-sistem penjualan dewasa ini membuat perusahaan berlomba untuk menemukan cara yang tepat untuk perusahaannya, karena penjualan terkadang belum pas diterapkan di perusahaannya. Beberapa sistem penjualan dikenal adanya direct selling dengan sistem penjualan model direct selling ini, perusahaan dapat memotong jalur distribusi dalam penjualan konvensional karena tidak melibatkan distributor atau agen tunggal dan grosir atau sub agen tunggal dan grosir atau sub agen, tetapi langsung mendistribusikan produk kepada distributor independen yang bertugas sebagai pengecer atau penjual langsung kepada konsumen. Secara garis besar kegiatan penjualan dapat dibedakan dalam tiga kategori (Jusuf Irianto, 1999:24), yaitu :

1. *Customer Identification*. Kegiatan ini mengarah pada analisis situasi dan kondisi riil di lapangan khususnya yang berkaitan dengan potensi pelanggan atau konsumen.
2. *Customer Development*. Informasi yang diperoleh lewat analisis tersebut menghasilkan kesimpulan bagaimana kegiatan lanjutan dapat dilakukan. Alternative kegiatan selanjutnya ini dapat berupa *direct selling*, *demonstrating*, *merchandising*, *consultancy advice*, *verseeing customer service delivery*, sampai pada pilihan untuk menangani segala keluhan pelanggan dan member informasi pada konsumen (*handling complaints and queries*).
3. *Direct Selling*. Tenaga penjual mengadakan komunikasi primer berupa tatap muka (*face to face*) dengan konsumen atau dalam bentuk komunikasi sekunder lainnya yakni dilakukan secara tertulis, melalui telepon atau media lainnya.

Sebuah perusahaan untuk dapat meningkatkan perolehan laba bersih (*net profit*) setidaknya berusaha untuk mengefisiensikan biaya/beban usaha yang ada, atau dengan kata lain beban usaha yang digunakan harus dapat diminimalisasikan seefisien mungkin. Hal ini disebabkan karena beban usaha merupakan pengeluaran yang bersifat mengurangi pendapatan, sebaliknya perusahaan untuk meningkatkan laba harus mampu meningkatkan penjualan produksinya.

Selain itu penjualan yang baik juga mengacu pada *stock* persediaan (*inventory*) barang yang optimal. Dikatakan optimal manakala perusahaan tidak mengalami kekosongan produk atau barang di gudang namun juga tidak

mengalami penumpukan barang. Sehingga pemesanan suatu produk atau barang harus dijadualkan secara akurat dan tepat sehingga perputaran produk atau barang dapat diprediksikan secara maksimal, sehingga kekosongan atau penumpukan barang tidak akan terjadi. Penumpukan atau kekosongan barang (*inventory*) akan menyebabkan peningkatan biaya (*cost*) ataupun ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi pesanan produk/ barang dari konsumen atau pelanggan.

Beban usaha merupakan beban yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan usahanya. Dalam hal ini, beban usaha PT Indofood Sukses Makmur Tbk terdiri atas beban penjualan yang meliputi beban pengangkutan, asuransi, kemudian beban umum dan administrasi yang meliputi gaji upah karyawan, listrik, air perawatan dan perbaikan, beban penyusutan dan lainnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan baik bila dalam pengelolaan beban tersebut perusahaan dapat mengolah beban usahanya secara efektif dan seefisien mungkin, sedangkan perusahaan dikatakan buruk apabila perusahaan tersebut tidak dapat mengolah beban usahanya seefektif dan seefisien mungkin. Artinya lebih banyak bebannya dari pada pendapatan yang diterima.

Selama kurun waktu 15 (lima) tahun terakhir PT Indofood Sukses Makmur Tbk mengalami peningkatan beban usaha yang cukup signifikan, hal tersebut umumnya lebih disebabkan karena naiknya biaya angkut akibat kenaikan bahan bakar minyak serta melemahnya kurs nilai tukar Rupiah terhadap US Dollar. Seperti diketahui bahwa kurs nilai tukar Rupiah mengalami penurunan yang tajam sejak krisis ekonomi dan moneter tahun 1997. hal tersebut tentu dirasa sangat memberatkan pihak perusahaan Secara garis besar selama kurun waktu 15

(lima) tahun terakhir beban usaha meningkat. Hal yang terjadi pada pos beban perlu disikapi secara bijaksana oleh manajemen perusahaan agar dapat dicari solusi pemecahan agar pembengkakan jumlah beban biaya operasional dapat ditekan.

Dalam hubungan dengan usaha untuk mencapai keuntungan yang diinginkan, manajemen harus dapat membuat keputusan-keputusan yang berpengaruh langsung pada kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba. Sebab sukses tidaknya manajemen di dalam usaha mengelola perusahaan sering kali diukur dengan laba yang diperoleh perusahaan.

Besar kecilnya laba yang diperoleh sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya pengaruh piutang, persediaan, volume penjualan, harga pokok penjualan dan biaya – biaya yang bersangkutan, yang kesemuanya itu saling berhubungan satu sama yang lainnya, sehingga akibat perubahan salah satu faktor tersebut akan mempengaruhi laba yang akan dicapai.

Dengan perolehan laba bersih setelah pajak yang ditargetkan pimpinan perusahaan setiap periodenya tentu sangat dituntut pengelolaan penjualan, piutang, beban usaha dan persediaan yang maksimal. Dan laba perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang terjadi, akan di sesuaikan dengan beban atas Pajak Penghasilan (PPH Pasal 25) pada tarif yang ditentukan pada periode masa pajak yang berlaku, tarif pajak ini bersifat progresif atas keuntungan perusahaan PT Indofood Sukses Makmur dari tahun ke tahun yang telah mengalami banyak perubahan.

Sesuai dengan latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul **“ANALISIS PENJUALAN DAN BEBAN USAHA TERHADAP PENCAPAIAN TARGET LABA PER PERIODE SETELAH PAJAK (Studi Kasus pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian diatas, maka penulis dapat melakukan identifikasi permasalahan yang terjadi yaitu pengaruh-pengaruh yang terjadi pada penjualan dan beban usaha terhadap pencapaian target laba setelah pajak adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh penjualan terhadap laba bersih setelah pajak di perusahaan mencapai target laba?
2. Apakah ada pengaruh beban usaha terhadap laba bersih setelah pajak di perusahaan mencapai target laba?
3. Faktor manakah yang paling dominant memberikan pengaruh terhadap laba bersih setelah pajak?
4. Adakah pengaruh negatif antara penjualan dan beban usaha terhadap laba setelah pajak?
5. Adakah pengaruh signifikan positif antara penjualan dan beban usaha terhadap laba setelah pajak?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan diatas, maka penulis dalam penelitian ini membatasi pada dua permasalahan yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan positif penjualan terhadap laba bersih setelah pajak di perusahaan mencapai target laba?
2. Apakah ada pengaruh signifikan negatif beban usaha terhadap laba bersih setelah pajak di perusahaan mencapai target laba?
3. Faktor manakah yang paling dominant memberikan pengaruh terhadap laba bersih setelah pajak?

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian diatas, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut apakah ada pengaruh secara signifikan penjualan dan beban usaha terhadap setelah pajak pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan positif penjualan pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada laba setelah pajak
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan negatif beban usaha PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada tingkat laba setelah pajak.
3. Untuk mengetahui faktor mana yang dominan diantara keduanya yang berpengaruh pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan dari hasil penelitian ini sedikit banyak dapat memberikan kontribusi pemikiran yang dapat membantu manajemen PT Indofood dalam perencanaan laba dimasa yang akan datang.

2. Bagi penulis

Sebagai wadah yang tepat dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama dibangku kuliah, terutama kaitanya dengan pengaruh penjualan dan beban usaha dan umumnya manajemen keuangan, dan sebagai persyaratan mengikuti sidang Skripsi untuk menyelesaikan program studi yang ditempuh.

3. Bagi pembaca umumnya

Sebagai tambahan pengetahuan khusus didalam bidang penjualan dan beban usaha terhadap laba setelah pajak sebagai acuan atau pertimbangan bagi peneliti berikutnya yang tertarik dalam masalah ini dan ingin menambah serta memperdalam penelitian ini.