

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan di sektor bisnis Indonesia sedang mengalami perkembangan yang cepat. Berbagai jenis usaha, termasuk dalam bidang teknologi, mesin, dan makanan tengah digeluti oleh sejumlah pelaku bisnis untuk meraih keuntungan. Seiring dengan percepatan pertumbuhan industri, aktivitas perusahaan semakin intens, sejalan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini juga tercermin dari berdirinya perusahaan besar, menengah, dan kecil. Namun, dengan banyaknya perusahaan ini, juga muncul kompleksitas masalah yang dihadapi serta ketatnya persaingan. Para pengusaha dituntut untuk lebih hati-hati dalam menjaga kelangsungan bisnis mereka di tengah kondisi yang demikian. Dari ragam perusahaan yang ada, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat jenis usaha yang selalu diminati oleh masyarakat dari segala kalangan, yakni perusahaan manufaktur.



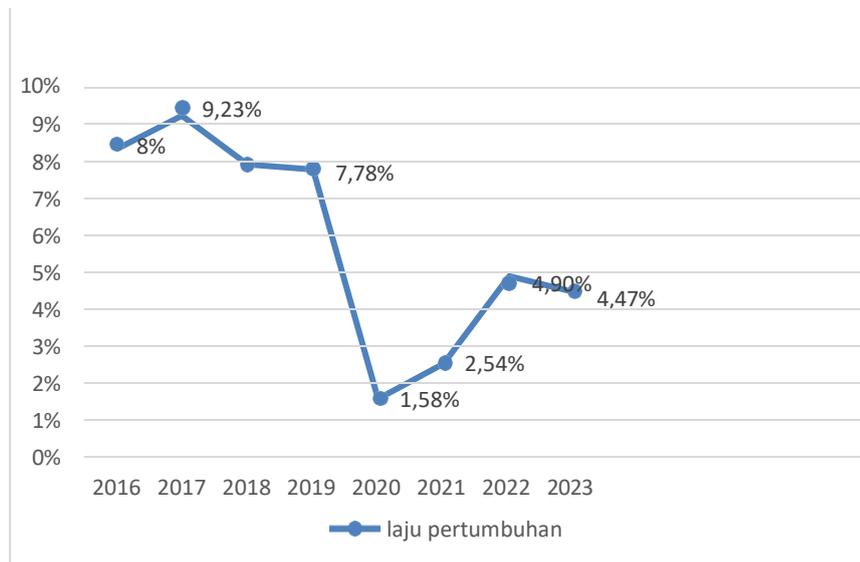
**Gambar 1. 1** Pertumbuhan perusahaan manufaktur

**Sumber : data diolah penulis**

Perusahaan manufaktur terus menunjukkan pertumbuhan meskipun menghadapi tekanan dari pandemi COVID-19 yang memasuki Indonesia

sejak tahun 2020. Pada triwulan II-2021, beberapa sub-sektor dalam industri manufaktur mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pertumbuhan tersebut terlihat pada sub-sektor industri alat angkutan mencapai 45,70%, diikuti oleh industri logam dasar dengan pertumbuhan 18,03%, industri mesin dan perlengkapan sebesar 16,35%, industri karet (produk dari karet dan plastik) sebesar 11,72%, dan industri kimia, farmasi, serta obat tradisional dengan pertumbuhan sebesar 9,15%. Adapun industri makanan dan minuman yang hanya naik sebesar 2,7% (Yuliana, 2021)

Menurut (Hartanto et al., 2023) Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang aktivitas usahanya yaitu mengelola bahan mentah menjadi produk setengah jadi hingga produk jadi yang siap dipasarkan. Perusahaan manufaktur telah menciptakan beragam produk, dan proses penciptaan produk di dalam sebuah perusahaan juga dikenal sebagai kegiatan produksi. Dalam proses produksi ini, ada berbagai aspek yang menjadi fokus utama untuk mencapai tujuan yang diinginkan sesuai dengan harapan perusahaan. Salah satu usaha yang dapat dikatakan memiliki tren positif yaitu industri makanan dan minuman, Industri sub sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor manufaktur krusial dalam perekonomian Indonesia. Industri ini mencakup berbagai kegiatan yang mengolah bahan baku menjadi produk makanan dan minuman siap konsumsi



**Gambar 1. 2 Pertumbuhan PDB Sektor Makanan dan Minuman**  
**Sumber : Badan Pusat Statistik**

Berdasarkan gambar di atas, diperlihatkan bahwa industri makanan dan minuman tetap mengalami peningkatan meskipun di saat terjadinya pandemi covid 19. Industri sub sektor makanan dan minuman memiliki peran penting dalam menjadi pilar utama ketahanan pangan nasional dengan menghasilkan berbagai produk makanan dan minuman yang dikonsumsi oleh masyarakat luas. menyediakan peluang kerja yang luas di berbagai sektor, mulai dari produksi, distribusi, hingga pemasaran, sehingga berkontribusi dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan Masyarakat, menjadi sumber devisa negara yang signifikan melalui ekspor produk ke luar negeri, sehingga memperkuat perekonomian nasional, serta berperan sebagai motor penggerak industri lain dengan membutuhkan bahan baku dari berbagai sektor, seperti industri pertanian dan peternakan, sehingga menciptakan efek domino positif bagi perekonomian.



**Gambar 1. 3 Laju Pertumbuhan Sektor Makanan dan Minuman**

**Sumber : Badan Pusat Statistik**

Meskipun industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan, dapat kita lihat pada gambar diatas bahwa terjadi penurunan antara triwulan 1 dan 2, hal ini diduga disebabkan karena adanya perubahan tarif PPN sesudah triwulan 1 dan menyebabkan penurunan penjualan perusahaan. penjualan makanan dan minuman melibatkan proses konkret untuk mengalihkan produk dari produsen ke konsumen dengan maksud memperoleh keuntungan finansial. Meskipun secara umum kita mengenal keuntungan sebagai laba, namun menurut definisi Harahap (2007:299), laba merujuk pada "Selisih antara pendapatan yang dihasilkan oleh transaksi perusahaan dalam periode tertentu dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan tersebut".

Penjualan melibatkan proses nyata dalam mentransfer produk, baik barang maupun layanan, dari produsen ke konsumen dengan tujuan

memperoleh keuntungan atau laba. Dalam kegiatan penjualan, kolaborasi dan manajemen yang efektif diperlukan antara pemilik bisnis, produktivitas perusahaan, tenaga kerja internal, pemasok, agen, pedagang, dan tim pemasaran. Dengan sinergi yang kuat antara semua pihak terlibat, penjualan dapat dilakukan secara efisien dan efektif, mencapai hasil yang memuaskan sesuai dengan target yang ditetapkan oleh perusahaan (Apriyanti, 2018). Salah satu yang mempengaruhi penjualan adalah ppn dan biaya bahan baku

Menurut (Suandy, 2017) Pajak Pertambahan Nilai merupakan pajak yang dikenakan kepada Pengusaha Kena Pajak atas penyediaan atau impor Barang atau Jasa Kena Pajak. Pajak ini dapat diterapkan berkali-kali setiap kali terjadi kenaikan nilai dan juga dapat dipotong dari pajak keluaran. Dasar hukum PPN terbaru ada di dalam peraturan perundang-undangan perpajakan, yaitu Undang-Undang HPP No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Di dalamnya disebutkan bahwasannya tarif PPN telah berubah dari 10% menjadi 11% per 1 April 2022 dan menjadi 12% paling lambat 1 Januari 2025. Dengan adanya perubahan tersebut tentunya akan mempengaruhi perekonomian Indonesia (Liyana, 2021). Kenaikan tarif PPN menjadi 11 % pada tahun 2022 merupakan bentuk pemulihan ekonomi.

Sejak akhir tahun 2019, baik di Indonesia maupun secara global, masyarakat dihadapkan pada wabah penyakit menular yang kemudian diakui sebagai Pandemi Global. Hal ini telah mengakibatkan perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, terutama di Indonesia, termasuk perubahan dalam aspek ekonomi, aktivitas sehari-hari, kesehatan, dan lainnya. Salah satu fokus yang paling intens diperbincangkan adalah penurunan dalam kemampuan ekonomi yang tercermin dari peningkatan jumlah Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Seiring dengan berbagai masalah yang muncul, pemerintah telah



PPN menjadi topik yang banyak diperbincangkan di tengah masyarakat karena berdampak langsung pada barang-barang konsumsi sehari-hari.

Pada penelitian yang dilakukan (Faisol & Norsain, 2023) masyarakat juga menyatakan kenaikan PPN 11% bersamaan dengan kenaikan harga-harga kebutuhan lainnya di tengah pandemi COVID-19 kurang tepat karena akan membebani masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan pasti, kenaikan harga PPN akan memengaruhi berbagai barang, seperti pakaian, tas, sepatu, kendaraan bermotor, dan produk konsumen lain yang akhirnya akan mempengaruhi penjualan.

**Tabel 1. 1 Peredaran Usaha Bulan Maret-April 2022 Pada PT Eloda Mitra Cabang Palembang**

<b>Bulan</b>	<b>Omset (Rp)</b>
Maret	1.106.925.378
April	924.027.964

Sumber: data diolah penulis

Tabel di atas menunjukkan bahwa adanya penurunan omset dari bulan Maret ke bulan April, hal ini di akibatkan daya beli masyarakat menurun terhadap produk PT.Eloda Mitra Cabang Palembang. Berdasarkan tabel diatas PT Eloda Mitra Cabang Palembang mengalami kondisi yang mempengaruhi penurunan omset perusahaan yakni karena adanya kenaikan PPN dari 10% menjadi 11%

Penelitian tentang tarif pajak pertambahan nilai (PPN) telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Gunawan & Sofiani, 2023), (Lestari et al., 2023), (Ayunigrum et al., 2023) yang

menunjukkan bahwa kenaikan tarif pajak pertambahan nilai (PPN) berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Haikal & Agusti, 2023) dan (Lestari et al., 2023) menunjukkan bahwa kenaikan tarif PPN berpengaruh positif dan signifikan. Berbeda dengan penelitian (Putri & Subandoro, 2022) dan (Arifianti Putri et al., 2023) bahwa kenaikan tarif pajak pertambahan nilai (PPN) berpengaruh negatif terhadap penjualan perusahaan dan penelitian (Hasibullah et al., 2020) yang menyatakan bahwa Peningkatan PPN tidak berpengaruh dan tidak signifikan pada daya beli konsumen kendaraan roda empat

Selain kenaikan tarif pajak pertambahan nilai, ada faktor lain yang memiliki pengaruh terhadap penjualan perusahaan, yaitu biaya bahan baku. Biaya bahan baku merujuk pada pengeluaran yang dikeluarkan dalam proses pembuatan atau produksi suatu barang. Biaya ini cenderung fluktuatif, bergantung pada ketersediaan pasokan, permintaan dan penawaran, kondisi pasar, serta volume produksi perusahaan.

Biaya yang biasa ditentukan dan diperhitungkan oleh semua perusahaan adalah biaya bahan baku. Menurut (Mulyadi, 2015) Biaya bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Bahan baku akan mengalami proses transformasi menjadi barang jadi yang akan dipasarkan oleh perusahaan kepada pelanggan, memungkinkan perusahaan untuk memperoleh pendapatan. Dengan kata lain biaya bahan baku sangat penting karena bisa mempengaruhi harga jual dan berpengaruh terhadap penjualan.

Menurut (Kholmi & Yuningsih, 2004), biaya bahan baku merujuk kepada bahan yang membentuk sebagian besar dari produk jadi. Bahan baku tersebut dapat diolah di perusahaan manufaktur melalui pembelian lokal, impor, atau hasil dari proses pengolahan internal

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kenaikan biaya bahan baku diantaranya fluktuasi pasar global, regulasi pemerintah, kepentingan politik dan ekonomi serta kondisi alam. Pada tahun 2021 mobil listrik kian populer, hal ini menyebabkan permintaan terhadap kobalt meningkat sehingga biaya bahan baku kobalt pun ikut naik. Dalam penelitian yang dilakukan (Putri & Subandoro, 2022) juga menyebutkan adanya penurunan omset pada PT X bulan februari 2022, setelah dilakukan penelitian diketahui bahwa penurunan omset diakibatkan karena adanya kenaikan harga pada bahan baku wirerod dari *supplier*, sehingga PT X juga otomatis menaikkan harga jual dari sebelumnya. Maka dari itu pada bulan februari terjadi adanya penurunan omset.

Hasil penelitian (Juwita & Puspita, 2021), membuktikan bahwa biaya bahan baku berpengaruh positif terhadap penjualan perusahaan. Hasil penelitian ini juga mendukung hasil temuan (Nainggolan & Patimah, 2020) bahwa biaya bahan baku berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan. Sementara penelitian yang dilakukan oleh (Tarigan & Valentine Siagian, n.d.) menyatakan bahwa biaya bahan baku tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Dan penelitian (Sayyida, 2014) yang menunjukkan biaya bahan baku berpengaruh negatif terhadap penjualan. Penelitian ini juga mengusung pendekatan yang berbeda dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Amanah, 2017) terkait dampak Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya Overhead Pabrik terhadap Penjualan Produk di Pustakawan CV Surya, serta penelitian oleh (Jaya, 2015) mengenai Pengaruh Promosi Biaya dan Harga Jual terhadap Volume Penjualan Dupa Putra Mas di Desa Bulian. Sebaliknya, fokus penelitian ini tertuju pada industri manufaktur sektor makanan dan minuman pada periode 2021-2022 di Bursa Efek Indonesia. Pilihan sektor ini disarikan dari pertimbangan bahwa sektor

makanan dan minuman memegang peranan krusial sebagai pilar utama ketahanan pangan nasional. Lebih lanjut, industri manufaktur di sektor ini, yang berperan dalam mengolah bahan mentah menjadi produk jadi, menjadi fokus penelitian karena proses ini secara inheren memerlukan biaya bahan baku. Semua elemen ini akan menjadi variabel yang terlibat dalam rangkaian penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi penelitian yang inkonsisten antara peneliti satu dengan lainnya. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian (Gunawan & Sofiani, 2023), yang meneliti tentang pengaruh kenaikan tarif PPN dan biaya bahan baku terhadap penjualan perusahaan manufaktur. Perbedaan dengan penelitian sekarang adalah 1) objek penelitian menggunakan perusahaan manufaktur pada sub sektor makanan dan minuman periode penelitian 2021-2022. 2) variabel dependend penelitian ini menggunakan variabel penjualan. Penelitian ini memiliki kontribusi karena terdapat pembaharuan variabel dari penelitian sebelumnya dan mengisi ketidaktersediaan literatur. Berdasarkan uraian di atas, maka judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kenaikan Tarif PPN Dan Biaya Bahan Baku Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2022)”**

## **1.2. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, peneliti membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan yang antara penjualan perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebelum dan sesudah kenaikan tarif PPN?
2. Apakah Biaya Bahan Baku berpengaruh terhadap penjualan perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### **1.3. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perbedaan penjualan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya bahan baku terhadap Penjualan perusahaan.

### **1.4. Manfaat penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan diperoleh berbagai masukan, sehingga memberikan manfaat dan kegunaan baik teoritis maupun empiris sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh kenaikan tarif PPN dan biaya bahan baku terhadap penjualan perusahaan, serta sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris tentang kenaikan tarif PPN dan biaya bahan baku terhadap penjualan perusahaan yang dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya di bidang yang relevan.

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau sumbangan pemikiran bagi perusahaan dalam rangka meningkatkan penjualan perusahaan, sebagai informasi mengenai seberapa besar pengaruh kenaikan tarif PPN dan Biaya Bahan Baku dalam upaya peningkatan penjualan perusahaan.

3) Bagi Investor

Manfaat bagi para investor yaitu sebagai bahan pertimbangan para investor dalam melakukan analisis investasi di Bursa Efek Indonesia khususnya pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.