

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan perekonomian saat ini berkembang dengan pesat, Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya jenis-jenis usaha dan pembangunan di berbagai sektor, sehingga mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Perkembangan ekonomi tersebut tidak hanya terjadi di dalam negeri, tetapi juga di tingkat regional dan internasional, sehingga menuntut kesiapan semua pelaku ekonomi agar selalu dapat beradaptasi dengan perubahan yang mungkin terjadi. Hal ini dikarenakan perkembangan ekonomi menyebabkan persaingan yang tajam diantara badan-badan usaha yang ada.

Salah satu usaha menghadapi persaingan yang sangat kompetitif tersebut adalah dengan perencanaan dan penetapan strategi yang baik untuk menggunakan dan memperoleh sumber daya serta pemanfaatan assets yang dimiliki seoptimal mungkin. Dalam mengelola suatu perusahaan, manajemen dituntut untuk mampu mengendalikan semua aktivitas operasionalnya, sehingga dapat memperoleh laba yang cukup tinggi karena besar kecilnya laba yang diperoleh dapat mempengaruhi perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Berkaitan dengan laba (keuntungan) yang diperoleh suatu perusahaan, penulis memperoleh informasi bahwa laba PT PINDAD (Persero) Bandung mengalami penurunan yang cukup besar. Lebih jelas, berikut ini disajikan data yang diperoleh dari PT Pindad (Persero) sehubungan dengan laba perusahaan dari tahun 1996–2005 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
LABA
PT Pindad (Persero) Bandung Tahun 1996 – 2005

Tahun	Laba/Rugi Bersih	Pertumbuhan Laba	
	(dalam Rp.)	(dalam Rp.)	(dalam %)
1996	- 55,135,718,773.00	-	-
1997	9,943,127,724.00	65,078,846,497.00	118.03
1998	11,516,560,602.00	1,573,432,878.00	15.82
1999	16,124,178,098.00	4,607,617,496.00	40.01
2000	28,549,526,363.00	12,425,348,265.00	77.06
2001	22,527,997,484.12	- 6,021,528,878.88	- 21.09
2002	19,139,088,719.63	- 3,388,908,764.49	- 15.04
2003	32,347,995,178.93	13,208,906,459.30	69.02
2004	31,642,357,256.26	- 705,637,922.67	- 2.18
2005	18,109,607,533.91	-13,532,749,722.35	- 42.77

Sumber: Laporan Keuangan PT. Pindad (Persero) Bandung tahun 1996 - 2005

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa laba PT. Pindad (Persero) yang diperoleh penulis pada saat prapenelitian mengalami peningkatan pada tahun 1997 sampai dengan tahun 2000 sebesar 62.73% dari tahun sebelumnya. Hal tersebut dikarenakan adanya kenaikan pendapatan penjualan yang cukup besar. Kemudian pada tahun 2001 dan tahun 2002 laba perusahaan menurun sebesar 21.09% dari tahun sebelumnya dan sebesar 15.04% dari tahun sebelumnya. Hal tersebut disebabkan karena adanya harga bahan baku yang cenderung naik tetapi harga jual tetap. Pada tahun berikutnya kembali terjadi kenaikan yaitu pada tahun 2003 sebesar 69.02% dari tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2004 dan tahun 2005 laba PT. Pindad (Persero) kembali mengalami penurunan sebesar 2.18% dari tahun sebelumnya dan sebesar 42.77% dari tahun sebelumnya. Adapun rata-rata

pertumbuhan laba perusahaan dari tahun 1996 sampai dengan tahun 2005 sebesar 26.54% pertahun. Hal tersebut diperoleh dengan menjumlahkan seluruh pertumbuhan laba dalam % dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2005 kemudian dibagi dengan 9.

Meskipun perusahaan tersebut selalu mengalami peningkatan tetapi adakalanya perusahaan tersebut mengalami penurunan yang cukup besar seperti pada tahun 2005 hingga mencapai 42.77% atau sebesar Rp13,532,749,722.35. Menurunnya laba perusahaan tersebut diduga disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya: kurang efisiensinya modal kerja perusahaan baik dilihat dari perputaran modal kerja/aktiva lancar maupun dilihat dari tingkat laba atau profitabilitas dari rata-rata modal kerja/aktiva lancar itu sendiri, kurangnya efisiensi pemasaran baik dilihat dari analisis biaya pemasaran terhadap penjualan maupun dilihat dari analisa keuangan, tenaga kerja yang kurang cakap atau terampil, perkembangan teknologi yang kurang baik, kompetensi manajerial yang rendah, tidak adanya diferensiasi produk, serta menurunnya perolehan pendapatan dari produk itu sendiri .

Pada umumnya badan usaha dalam menjalankan aktivitas operasionalnya tidak lepas dari kebutuhan modal kerja. Manajemen modal kerja mempunyai peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan, karena sebagian besar proporsi waktu manajer finansial adalah dialokasikan untuk manajemen modal kerja, lebih dari lima puluh persen dari total asset umumnya diinvestasikan pada aktiva lancar dan hubungan antara pertumbuhan penjualan dan kebutuhan

investasi pada aktiva lancar adalah sangat erat dan langsung berhubungan dengan modal kerja.

Penggunaan modal kerja ini harus ditentukan dan direncanakan dengan matang sehingga diharapkan dengan adanya penggunaan modal kerja yang cukup efisien dapat meningkatkan laba perusahaan. Dengan demikian, pengelolaan modal kerja secara efektif merupakan aspek yang penting dalam pertumbuhan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Selanjutnya perusahaan yang kekurangan modal kerja untuk memperluas penjualan dan meningkatkan produksinya, maka besar kemungkinan perusahaan akan kehilangan pendapatan dan keuntungannya. Perusahaan yang tidak mempunyai modal kerja yang cukup tidak dapat memenuhi kewajiban jangka pendek tepat pada waktunya (ilikuid). Selain itu, suatu kegiatan perusahaan tidak terlepas dari kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan laba perusahaan. Pelaksanaan kegiatan pemasaran juga harus dilakukan secara efisien sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pemasaran dapat ditekan. Dengan demikian membuka kemungkinan untuk menaikkan daya saing perusahaan baik di pasar dalam negeri maupun di pasar luar negeri.

PT. PINDAD merupakan perusahaan manufaktur Indonesia yang berada dibawah pembinaan kementerian BUMN yang usahanya bergerak dalam produk militer maupun produk komersial. Selain itu, PT. PINDAD mengemban misi untuk melaksanakan kegiatan usaha dalam bidang alat dan peralatan, untuk mendukung kemandirian pertahanan dan keamanan negara serta alat dan peralatan

industri dengan mendapatkan laba untuk pertumbuhan perusahaan melalui keunggulan teknologi dan efisiensi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul “ANALISIS EFISIENSI MODAL KERJA DAN PEMASARAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN PADA PT. PINDAD (PERSERO) BANDUNG”

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Tujuan dari setiap perusahaan adalah mendapatkan laba yang tinggi. Untuk mencapai tujuan tersebut maka banyak hal yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan. Salah satunya adalah bahwa setiap manajemen perusahaan harus mampu menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien sehingga keseimbangan laba dari tahun ke tahun harus selalu diperhatikan.

Banyak faktor yang mempengaruhi laba suatu perusahaan baik yang berasal dari faktor internal maupun eksternal. Faktor internal perusahaan diantaranya modal kerja, pemasaran, tenaga kerja (sumber daya manusia), sikap kewirausahaan. Sedangkan faktor eksternal perusahaan dapat berupa persaingan, teknologi, struktur pasar, kebijakan pemerintah, dan lain-lain. Selain faktor internal dan faktor eksternal di atas, ada juga yang mempengaruhi laba yaitu pengalaman usaha dimana pengalaman usaha merupakan hal yang terpenting yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha. Seseorang dikatakan berpengalaman dalam suatu pekerjaan jika orang yang bersangkutan telah mengalami pekerjaan tersebut. Namun karena keterbatasan penulis maka penulis

membatasi penelitiannya sehingga tidak semua faktor diteliti oleh penulis adapun faktor-faktor yang dititikberatkan oleh penulis didalam penelitiannya adalah efisiensi modal kerja dan efisiensi pemasaran.

Dengan demikian, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran tingkat efisiensi modal kerja, tingkat efisiensi pemasaran dan laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung?
2. Bagaimana pengaruh efisiensi modal kerja terhadap laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung?
3. Bagaimana pengaruh efisiensi pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung?
4. Bagaimana pengaruh efisiensi modal kerja dan efisiensi pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan permasalahan diatas, penelitian ini mempunyai tujuan dan kegunaan sebagai berikut:

- ◆ Untuk mendapatkan gambaran tingkat efisiensi modal kerja, tingkat efisiensi pemasaran dan laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung.
- ◆ Untuk mengetahui pengaruh efisiensi modal kerja terhadap laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung.

- ◆ Untuk mengetahui pengaruh efisiensi pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung.
- ◆ Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh efisiensi modal kerja dan efisiensi pemasaran terhadap laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- ◆ Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan sangat berguna untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan khasanah ilmu pengetahuan ekonomi sebagai kajian dalam pengembangan lebih lanjut.
- ◆ Secara praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan sebagai pertimbangan bagi pengambil keputusan dalam membuat kebijakan yang terkait dengan masalah ekonomi.

1.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan di atas dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan dalam pengukuran laba adalah efisiensi modal kerja dan efisiensi pemasaran.

Laba merupakan tujuan akhir dari setiap perusahaan. Dan laba dapat diperoleh melalui penjualan yang merupakan aktivitas yang mempunyai peranan penting bagi PT Pindad (Persero) Bandung karena kontinuitas usaha sangat

tergantungan pada hasil usaha yang banyak dipengaruhi oleh banyak faktor, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal.

Menurut Abdullah N.S (1997), “Laba pengusaha adalah selisih antara hasil penjualan dikurangi dengan biaya-biaya seperti sewa, tanah, upah, buruh, bunga modal, bahan-bahan yang dipakai ditambah dengan pendapatan atas modal tetap”.

Adapun teori-teori tentang laba yang dikemukakan oleh Abdullah N.S (1987) adalah:

a. Teori Klasik atau Teori Residu

Ricardo berpendapat bahwa laba pengusaha bukan merupakan harga yang diterima oleh pengusaha, seperti pendapatan yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang lain, tetapi merupakan sisa residu dari penghasilan perusahaan setelah dikurangi dengan biaya-biaya faktor produksi lainnya.

b. Teori Friksi

Teori ini dikemukakan oleh Van Bohm Bawerk dan JB. Clarck. Profit terjadi karena adanya pergeseran (*friksi*) antara dua pasar, yaitu pasar pembelian (faktor-faktor produksi) dan pasar penjualan (barang-barang konsumsi).

c. Teori Dinamis

Teori ini dikemukakan oleh JA. Schumpeter, profit terdapat pada kehidupan perekonomian yang dinamis dan diperoleh oleh pengusaha yang dinamis pula.

d. Profit Sebagai Premi Resiko dari F. Knight

F. Knight mengemukakan tentang profit dihubungkan dengan ketidakpastian (*uncertainty*), yaitu ketidakpastian di masa yang akan datang yang merupakan suatu resiko. (Abdullah N.S, 1987).

Berdasarkan teori-teori diatas, maka seorang pengusaha dapat memperoleh laba dari penjualan barang/produk yang telah diproduksinya setelah dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan.

Dalam hal ini, jumlah laba yang diterima oleh perusahaan sama dengan keuntungan total. Sedangkan keuntungan total diperoleh dari penerimaan total (TR) dikurangi biaya total (TC). Jadi keuntungan total mencapai maksimum

apabila didapat selisih yang positif antara TR dengan TC mencapai angka terbesar. (Dominick Salvatore, 1989).

Menurut Rahardja dan Manurung (2002) dalam teori ekonomi mikro tujuan perusahaan adalah mencari laba atau profit (keuntungan). Secara teoritis laba adalah kompensasi atas risiko yang ditanggung oleh perusahaan. Makin besar risiko, laba yang diperoleh harus semakin besar. Laba atau keuntungan adalah nilai penerimaan total perusahaan dikurangi biaya total yang dikeluarkan perusahaan. Jika laba dinotasikan π , penerimaan total sebagai TR dan biaya total adalah TC maka :

$$\pi = TR - TC$$

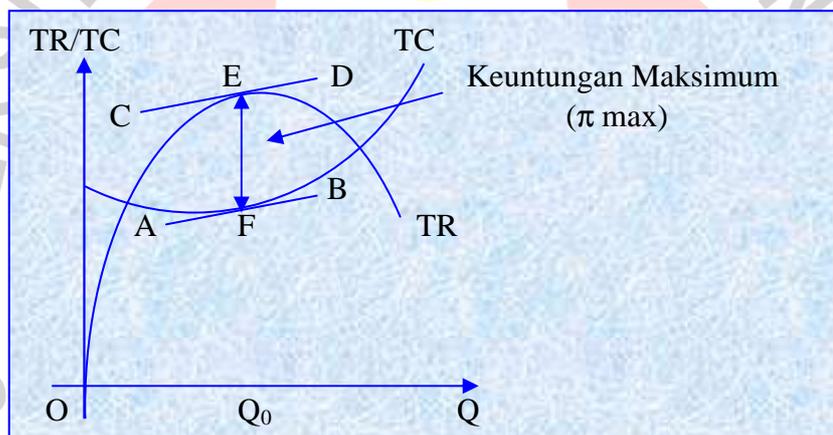
Perusahaan dikatakan memperoleh laba kalau nilai π positif ($\pi > 0$) dimana $TR > TC$. Laba maksimum (maximum profit) tercapai bila nilai π mencapai maksimum.

Dilihat dari struktur pasar yang dikaji dalam penelitian ini bersifat monopoli sebab model pasar tersebut hanya mempunyai satu penjual di pasar. Selain itu, output yang dihasilkan oleh produsen bersifat lain daripada yang lain (*unique*), tidak mempunyai barang pengganti yang lebih dekat, dan di pasar ada rintangan bagi produsen lain untuk memasukinya (*barries to entry*).

Tati Suhartati Joesron dan M. Fathorrozi (2003), mengatakan bahwa:

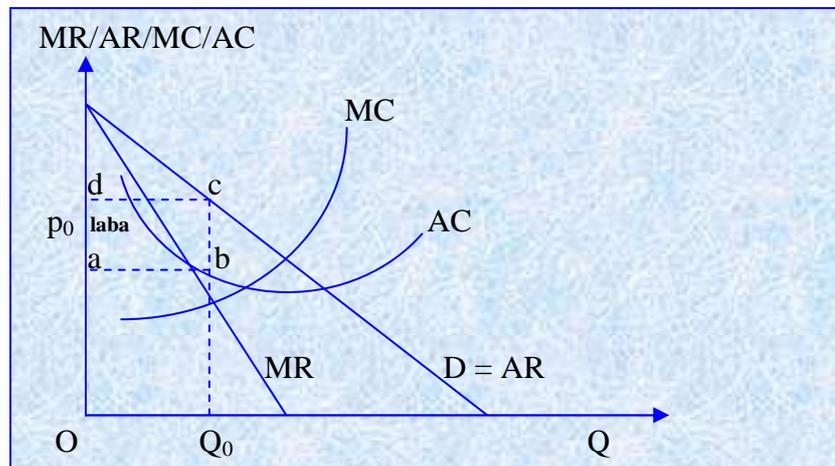
Di dalam pasar monopoli, kurva permintaannya ber-*slope* negatif (harga dan kuantitas yang diminta berbanding terbalik), sebab hanya ada satu penjual di pasar. Kurva permintaan ber-*slope* negatif ini secara tidak langsung menyatakan bahwa jika ingin menjual output yang lebih banyak maka monopolis tersebut harus menurunkan harga barangnya. (Tati Suhartati Joesron dan M. Fathorrozi, 2003)

Pada gambar 1.1, titik A dan titik B merupakan keadaan break event point, yaitu total penerimaan sama dengan total biaya ($TR = TC$), sehingga pada kondisi ini, keuntungan produsen sama dengan nol. Pada kondisi sebelum titik A atau sesudah titik B merupakan keadaan yang menggambarkan bahwa produsen mengalami kerugian, karena total penerimaan lebih kecil daripada total biaya. Kondisi yang menggambarkan produsen berada pada posisi mengalami keuntungan adalah daerah antara titik E sampai titik F. Pada penjualan output sebanyak Q_0 unit produsen menikmati keuntungan tertinggi.



Gambar 1.1
Keseimbangan Pasar Monopoli
Menggunakan pendekatan Total
 (Sumber: Tati Suhartati Joesron dan M. Fathorrozi, 2003)

Selain menggunakan pendekatan total seperti gambar di atas, keseimbangan monopolis dapat menggunakan pendekatan marginal. Dimana monopolis akan mendapat keuntungan maksimum apabila dipenuhi dua syarat yaitu $MC = MR$ (pendapatan marginal sama dengan biaya marginal) dan lereng MC lebih besar dari lereng MR . Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.2 yaitu sebagai berikut:



Gambar 1.2
Keseimbangan Pasar Monopoli
Menggunakan pendekatan Marginal

(Sumber: Tati Suhartati Joesron dan M. Fathorrozi, 2003)

Pada titik keseimbangan tersebut, monopoli mendapat keuntungan maksimum sebesar empat persegi panjang $adcb$. Pada titik keseimbangan ini juga bisa dilihat bahwa $P > AC$. Monopoli mendapat laba maksimal atau kerugian minimal dengan menghasilkan output dan menentukan harga dimana pendapatan marginal sama dengan biaya marginal ($MR = MC$).

Dalam buku klasik *Sune Carlson, A Study on The Pure Theory of Production*, yang dikutip oleh Beattie dan Taylor (1994) mengatakan "bahwa ada empat kekuatan yang berinteraksi dalam menentukan tindakan-tindakan memaksimalkan profit perusahaan yaitu pengetahuan teknis, permintaan produk, suplai faktor, dan modal" (Beattie dan Taylor, 1994).

Untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu memperoleh laba yang tinggi, maka dalam proses produksinya tidak terlepas dari penggunaan input secara efisien. Dimana suatu perusahaan yang dapat bekerja lebih efisien, berarti

perusahaan itu telah bekerja lebih produktif. Selain itu, efisiensi sangat diperlukan untuk membuat semua faktor produksi berjalan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Jadi jelaslah kiranya bahwa konsepsi mengenai laba juga mengacu pada faktor yang dapat mempengaruhi proses pencapaian laba itu sendiri sehingga efisiensi dan laba tidak dapat dipisahkan.

Seperti yang selanjutnya diungkapkan Mauled Mulyono (1990) dari Kohler's Dictionary For Accountants (1983)

Efisiensi didefinisikan dalam pengertian ekonomi kedalam *cost efeciency* yaitu kemampuan untuk memproduksi pada tingkat tertentu dengan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan para produsen lain atau dengan biaya yang sama memproduksi pada tingkat yang lebih tinggi. Dan kedalam *technical efeciency* yaitu kemampuan untuk menghasilkan keluaran sebesar mungkin dari jumlah masukan tertentu, atau menghasilkan jumlah keluaran yang sama dengan masukan sekecil mungkin. (Mauled Mulyono, 1990)

Efisiensi berhubungan dengan penggunaan sumber daya, baik hari ini dan masa yang akan datang. Produksi yang efisien berarti manusia, modal, mesin, bahan mentah dan bahan lainnya dipergunakan untuk memproduksi output terbesar yang bisa mereka hasilkan.

Karena penelitian yang dilakukan penulis adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi barang berupa alat dan peralatan industri maka unsur modal kerja dan pemasaran tentu akan sangat menjadi tumpuan awal dan utama, dan sudah menjadi strategi bagi tiap perusahaan untuk selalu memperhatikan faktor efisiensi dalam kegiatannya.

Modal dalam pengertian ilmu ekonomi adalah segala benda, baik yang fisik maupun yang abstrak, yang memiliki nilai ekonomis dan produktif. Termasuk dalam pengertian ini adalah uang dan *intellectual property right*. Dalam fiqh mu'amalat klasik, pengertian modal terbatas pada benda fisik. Uang hanya dapat berperan sebagai alat tukar. Apabila ia ingin menjadi modal yang digunakan untuk memperoleh keuntungan ia harus terlebih dahulu diubah ke dalam bentuk fisik.

Menurut F. Rahardi, "Modal yaitu barang atau uang yang bersama-sama dengan faktor produksi lain dan tenaga kerja serta pengelolaannya dapat menghasilkan barang-barang baru". (F, Rahardi, 1996).

Modal yang digunakan dalam suatu perusahaan dibedakan menjadi 2 macam yaitu modal tetap dan modal kerja. Modal tetap meliputi pembelian alat-alat, instalasi, pemipaan, instrumentasi, isolasi (jika perlu), listrik, utilitas, bangunan, tanah, *engineering and construction, contractor's fee* dan *contingency*. Sedangkan modal kerja besarnya tergantung pada jenis pabrik dan kapasitasnya. modal kerja ini meliputi *raw material inventory, in process inventory, product inventory, extended credit* dan *available cash*.

Manajemen modal yang efektif menjadi sangat penting untuk pertumbuhan kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Apabila perusahaan kekurangan modal kerja untuk memperluas penjualan dan meningkatkan produksinya, maka besar kemungkinannya akan kehilangan laba dan keuntungan. Modal kerja dalam perusahaan mudah berubah-ubah jumlahnya selama perusahaan menjalankan aktivitasnya. Dalam hal ini modal kerja

dipengaruhi oleh unsur-unsur yang terdapat dalam neraca. Dalam sudut pandang ekonomi, modal kerja merupakan biaya variabel. Menurut Paul A Samuelson (1997), "Biaya variabel merupakan biaya-biaya yang berubah-ubah sesuai dengan besarnya output. Misalnya bahan baku yang dibutuhkan untuk memproduksi output, tenaga kerja, modal, tanah, dan sebagainya". Dalam hal tersebut, jika terjadi perubahan biaya variabel, maka keseimbangan yang lamapun berubah. Jika dipertahankan volume penjualan yang lama, maka laba akan berubah.

Selain faktor efisiensi modal kerja, efisiensi pemasaran merupakan salah satu faktor yang paling penting bagi suatu perusahaan. Dengan adanya kegiatan pemasaran yang dilakukan secara efisien, maka akan diperoleh hasil penjualan dari sinilah perusahaan akan memperoleh pendapatan dan akhirnya perusahaan mendapatkan laba.

Efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan melakukan analisis tentang optimalisasi pengalokasian biaya pemasaran pada setiap faktor produksi yang terkait dan keadilan (*fairness*) dalam pembagian keuntungan pemasaran (*profit margin*) kepada setiap pelaku pasar yang terkait. (Anonim, 2002).

Philip Kotler (1997) dalam bukunya "Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol" mendefinisikan pemasaran sebagai berikut:

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial didalamnya, individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Philip Kotler, 1997).

Sedangkan menurut William J. Staton (dalam Basu Swastha, 2002), mengatakan bahwa:

Pemasaran pada suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merancang, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. (Basu Swastha, 2002).

Pada perusahaan yang bergerak manufaktur, tingkat pendapatan ditentukan oleh banyaknya barang hasil produksi yang terjual dan selanjutnya akan menentukan besarnya laba dari hasil penjualan yang diterima perusahaan. Hasil penjualan akan meningkat, apabila pihak perusahaan dapat melakukan pemasaran dengan sebaik-baiknya. Kegiatan pemasaran dimulai bukan pada saat produk telah selesai diproduksi tetapi jauh sebelum produk selesai. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan meliputi beberapa hal sebagai berikut: *advertising* (periklanan), penyimpanan produk di gudang, penjualan, pengepakan dan pengiriman, penagihan, serta pencatatan penjualan.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan perusahaan dan akhirnya dapat juga meningkatkan laba perusahaan.

Menurut Robert Rachlin dan H.W. Allen Sweeny (Aristania, 2003) ada dua hal yang mempengaruhi perkembangan penjualan hasil produksi sehingga mempengaruhi juga terhadap laba perusahaan yaitu:

Pertama, hal-hal yang datang dari luar perusahaan antara lain kebijakan pemerintah, perkembangan ekonomi dunia, perkembangan sosial ekonomi, masyarakat terutama para pembeli, dan situasi persaingan. Kedua, berasal dari dalam perusahaan antara lain kapasitas produk dan pengadaan modal kerja, anggaran pemasaran, dan kebijakan harga yang di anut. (Aristania, 2003)

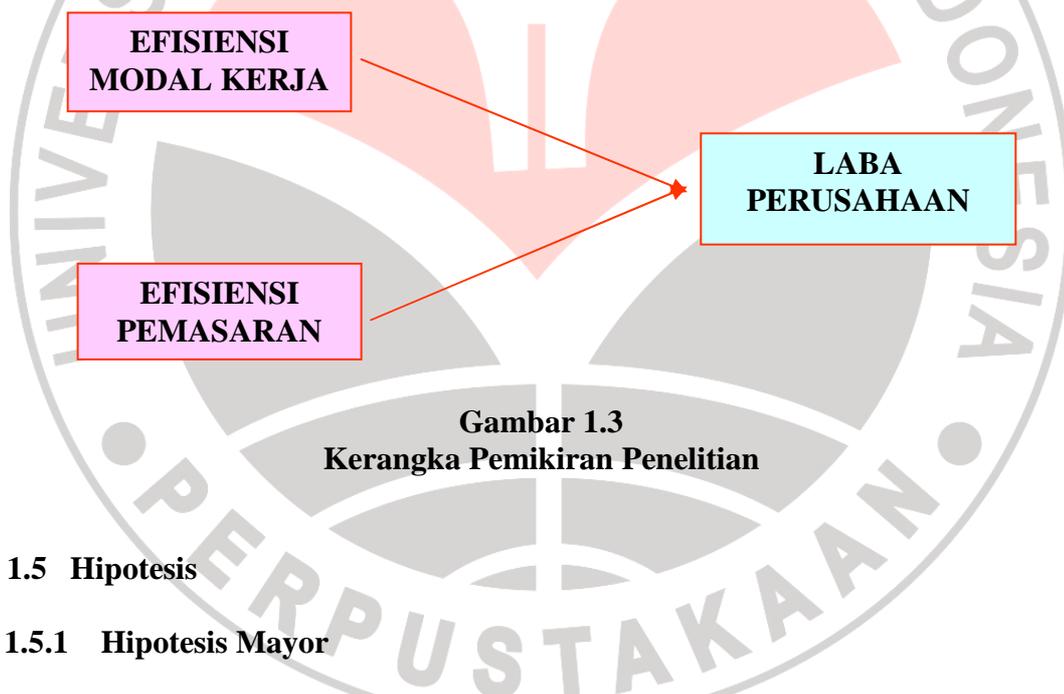
Sedangkan penggunaan modal kerja dan biaya pemasaran secara efisien dalam proses produksi merupakan hal yang sangat penting. Menurut Richard G. Lipsey (1990) bahwa:

Perusahaan bisa memilih proses yang menggunakan masukan yang paling efisien untuk menghasilkan keluaran tertentu, yaitu suatu proses yang secara teknis paling efisien. Alternatif lainnya perusahaan bisa memilih proses dengan biaya paling rendah untuk menghasilkan keluaran tertentu, yaitu suatu proses yang secara ekonomis paling efisien.

Menurut Sambas Santika (2006), mengemukakan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan satu dengan yang lainnya akan berbeda. hal ini dilihat dari beberapa faktor yang dijelaskan dalam beberapa teori tentang laba sebagai berikut:

1. *Risik-Bearing Theory of Profit*
Menurut teori ini, tingkat laba yang ditetapkan akan dipengaruhi oleh tingkat resiko yang akan dipikul oleh perusahaan. Semakin tinggi resiko yang harus dihadapi perusahaan akan menetapkan tingkat laba yang semakin tinggi.
2. *Fricstional Theory of Profit*
Menurut teori ini tingkat laba dipengaruhi oleh friksi atau gangguan yang muncul dari keseimbangan jangka panjang.
3. *Monopoly Theory of Profit*
Beberapa perusahaan yang memiliki kekuatan monopoli dapat membatasi output dan menetapkan harga yang lebih tinggi sepanjang mereka memiliki kekuatan tersebut. Oleh karena itu sepanjang waktu mereka dapat menikmati perolehan laba yang semakin tinggi.
4. *Innovation Theory of Profit*
Menurut teori ini laba akan diperoleh sebagai balasan (reward) karena perusahaan berhasil melakukan inovasi. Perolehan laba akan cenderung menurun ketika perusahaan melakukan penemuan terhadap hasil inovasi perusahaan.
5. *Managerial Efficiency Theory of Profit*
Menurut teori ini laba merupakan kompensasi atas cara-cara manajerial yang efisien dalam jangka panjang.

Dari beberapa teori dan pendapat tersebut di atas, maka penulis berpendapat bahwa laba tergantung efisiensi modal kerja dan efisiensi pemasaran. Semakin efisien modal kerja, maka semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan. Semakin efisien pemasaran, maka semakin tinggi pula laba yang diperoleh perusahaan. Sehingga tingginya laba perusahaan dapat dipengaruhi oleh efisiensi modal kerja dan efisiensi pemasaran. Konsepsi tersebut dapat digambarkan dalam bagan alur kerangka pemikiran dari efisiensi modal kerja dan efisiensi pemasaran terhadap laba yaitu sebagai berikut :



Gambar 1.3
Kerangka Pemikiran Penelitian

1.5 Hipotesis

1.5.1 Hipotesis Mayor

“Bahwa efisiensi modal kerja dan efisiensi pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung”.

1.5.2 Hipotesis Minor

Dalam penelitian ini dapat dibuat hipotesis minor sebagai berikut:

1. Efisiensi modal kerja berpengaruh positif terhadap laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung.
2. Efisiensi pemasaran berpengaruh positif terhadap laba perusahaan pada PT PINDAD (Persero) Bandung.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam Bab ini dikemukakan tentang Latar Belakang masalah, Identifikasi dan Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Pemikiran, Hipotesis dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengungkapkan tentang konsep efisiensi modal kerja, konsep efisiensi pemasaran dan konsep laba serta hubungan antara ketiga hal tersebut.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang Objek Penelitian, Metode Penelitian, Populasi dan Sampel, Operasionalisasi Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Pengujian Instrumen Penelitian, Teknik Pengolahan Data, Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Membahas tentang hasil penelitian berisi tentang uraian deskripsi data, pengujian, analisis dan sebagainya

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dan juga saran yang diberikan oleh penulis.

