

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis dewasa ini terdapat persaingan semakin ketat dan semakin maju cara-cara yang dikembangkan untuk mencapai tujuan dan sasaran secara efektif dan efisien. Dalam rangka inilah maka dikembangkan pemikiran dan pengkajian untuk mendapatkan cara-cara yang lebih baik guna menghasilkan produksi secara optimal, sehingga dapat mencapai sasaran secara tepat waktu, tepat jumlah, tepat mutu dengan biaya yang lebih efisien.

Salah satu faktor yang kerap kali menjadi pertimbangan penting untuk menjalankan usaha terutama bila dikaitkan dengan masalah produksi adalah biaya produksi. Di dalam pelaksanaan produksi dari suatu perusahaan, biaya produksi merupakan salah satu variabel yang tidak boleh dilupakan. Terkendalnya biaya produksi ini akan merupakan salah satu kunci keberhasilan dari pengendalian produksi secara keseluruhan.

Sebagai salah satu faktor biaya yang mempengaruhi keuntungan perusahaan, maka diperlukan pengawasan dan pengendalian terhadap biaya produksi. Efektivitas biaya sendiri adalah sebuah metode untuk mengukur efisiensi dari sebuah program dengan membandingkan biaya dengan dampak yang terjadi dengan menggunakan indikator tertentu. Salah satu tujuan dari studi efektivitas biaya adalah untuk mengidentifikasi strategi

program dan mode operasional yang mencapai dampak terbesar untuk biaya yang sama.

Selain biaya produksi, unsur biaya lain yang penting adalah biaya promosi. Biaya promosi ini digunakan untuk mengenalkan produk perusahaan kepada masyarakat. Dengan adanya promosi yang baik maka akan menciptakan kesan yang baik di masyarakat sehingga akan membantu dalam kegiatan penjualan perusahaan.

PT. Net Mediatama Televisi Jakarta Jakarta merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Media Pertelevisian. Untuk produk yang dihasilkan adalah berupa program – program tayangan televisi, produk yang dihasilkan atau diproduksi haruslah sesuai dengan standart perusahaan yaitu memiliki *content* acara yang baik, tidak memuat kebohongan *public*, tidak memuat sara, berdasarkan dengan fakta serta memiliki kualitas gambar yang baik (*high definition resolution*). Hampir sebagian besar program – program yang ditayangkan adalah program yang diproduksi sendiri (*In-House*). Program – program yang ada dibagi menjadi 2 (dua) bagian besar yaitu *Program Production* (hiburan) dan *Program News* (pemberitaan), dimana masing – masing program tersebut dibagi lagi menjadi beberapa *type* program.

Tabel 1.1

Pembagian Program *In-House* Berdasarkan *Type* Program

No.	<i>Production</i>	<i>News</i>
1	<i>Talk Show</i>	<i>Bulletin</i>
2	<i>Variety Show</i>	<i>Magazine</i>
3	<i>Travelling</i>	
4	<i>Game Show</i>	
5	<i>Musical</i>	
6	<i>Magazine</i>	

Dengan menggunakan sistem Program *In-House* maka biaya produksi yang dibutuhkan akan sangat besar. Ditambah lagi beragamnya program – program yang ada sehingga menyebabkan besar pula biaya untuk melakukan promosi mengenai program atau pun promosi perusahaan agar dikenal masyarakat. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap nilai penjualan yang bisa didapatkan oleh perusahaan. Berikut adalah Laporan Biaya Produksi dan Biaya Promosi Pada PT. Net Mediatama Televisi Jakarta periode September 2013 – September 2014.

Tabel 1.2

Laporan Biaya Produksi dan Biaya Promosi Pada

PT. Net Mediatama Televisi Jakarta periode September 2013 – September 2014

(Dalam Rupiah)

Komponen Biaya	Anggaran Biaya	Realisasi Biaya	Varian	Varian (%)
Biaya Produksi Program Hiburan	225,970,971,609	204,083,671,191	21,887,300,418	10%
Biaya Produksi Program Pemberitaan	50,398,680,517	28,340,433,663	22,058,246,854	44%
Biaya Promosi <i>On Air</i> dan <i>Off Air</i>	5,070,000,000	4,263,111,583	806,888,417	16%
Total	281,439,652,126	236,687,216,437	44,752,435,689	16%

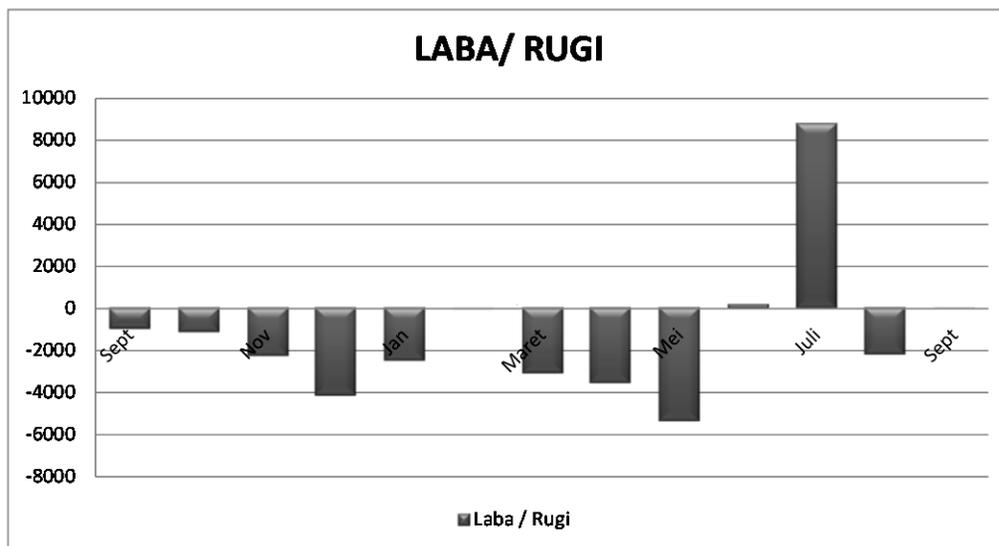
Dari data diatas menjelaskan bahwa biaya – biaya yang muncul untuk biaya produksi dan biaya promosi sangatlah besar. Hal ini jelas akan berdampak pada nilai penjualan yang akan diperoleh perusahaan nantinya.

Laba merupakan salah satu tujuan dari didirikannya suatu perusahaan, semakin tinggi laba yang didapatkan maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Laba kotor merupakan hasil pengurang antara penjualan dengan harga pokok penjualan, artinya dapat mengetahui berapa besar tingkat keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan. Dari laporan yang ada setiap bulan perusahaan masih mengalami kerugian hal tersebut karena nilai penjualan yang didapat masih lebih kecil jika dibandingkan dengan biaya – biaya yang muncul, namun ada juga yang mendapatkan keuntungan walaupun nilainya masih

kecil. Berikut adalah grafik pertumbuhan laba kotor yang ada pada PT. Net Mediatama Televisi Jakarta periode September 2013 – September 2014.

Gambar 1.1

Grafik Pertumbuhan Laba / Rugi Kotor Pada PT. Net Mediatama Televisi Jakarta periode September 2013 – September 2014
(Dalam Juta)



Dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa tingkat pertumbuhan laba kotor yang ada masih mengalami kenaikan dan penurunan yang cukup signifikan, kenaikan pada bulan Januari dan Juli dikarenakan adanya program – program *special* seperti program ramadhan dan program tahun baru, sehingga jika

dibandingkan dengan nilai penjualan setelah itu maka akan mengalami penurunan yang signifikan.

Mengingat sangat berpengaruhnya variable jumlah produk dan efisiensi biaya dalam kaitanya dengan laba kotor perusahaan maka disusunlah skripsi ini dengan judul **“PENGARUH JUMLAH PRODUK, EFISIENSI BIAYA PRODUKSI DAN EFISIENSI BIAYA PROMOSI TERHADAP LABA KOTOR PADA PT. NET MEDIATAMA TELEVISI JAKARTA”**.

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Permasalahan yang ditemui dalam proses penelitian ini antara mengenai tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi yang ada, hal tersebut penting karena sangat erat hubungan efisiensi biaya terhadap efektivitas pengendalian biaya itu sendiri. Kemudian juga mengenai seberapa besar realisasi biaya yang muncul dibandingkan dengan anggaran yang ada. Permasalahan lain yang ditemukan adalah adanya ketidaksesuaian antara biaya yang timbul terhadap anggaran yang telah disusun, terjadi di beberapa tipe program dimana biaya yang terjadi jauh melebihi dari anggaran yang disusun terutama pada *Program Production*, kemudian ada beberapa program pula yang biayanya jauh dibawah dari anggaran yang telah disusun terutama pada *Program News*. Hal tersebut menarik bagi dikarenakan terdapat program – program dimana biaya yang muncul melebihi dari anggaran yang telah disusun, namun terdapat pula program – program yang pengeluaran biayanya jauh dibawah dari anggaran yang telah disusun, selain itu

ada juga permasalahan mengenai tingkat efektivitas pengendalian biaya yang ada pada program – program *In-House* tersebut. Permasalahan lain yang timbul adalah besarnya biaya promosi yang ada baik promosi secara *On Air* maupun Promosi secara *Off Air*. Biaya – biaya yang muncul nanti nya akan menjadi pembanding dengan nilai penjualan yang didapatkan oleh perusahaan. Serta adanya permasalahan dimana nilai penjualan masih mengalami kenaikan dan penurunan yang signifikan dan juga total penjualan yang didapatkan perusahaan masih dibawah dari target yang telah ditetapkan oleh manajemen. Permasalahan yang muncul juga mengenai tingkat kerugian yang masih dialami oleh perusahaan hal tersebut karena nilai penjualan yang diperoleh masih lebih kecil jika dibandingkan dengan biaya – biaya yang muncul.

Penyusunan penelitian hanya sebatas pada permasalahan efisiensi biaya produksi dan efisiensi biaya promosi serta jumlah produk yang terdapat di PT. Net Mediatama Televisi Jakarta dan dibandingkan dengan nilai penjualannya. Sehingga untuk biaya – biaya lain atau permasalahan yang muncul di perusahaan tidak dibahas.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, pokok perumusan masalah dalam penulisan ini adalah:

1. Berapa besar tingkat pengaruh jumlah produk dengan laba kotor pada PT. Net Mediatama Televisi Jakarta?

2. Berapa besar tingkat pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap laba kotor pada PT. Net Mediatama Televisi Jakarta?
3. Berapa besar tingkat pengaruh efisiensi biaya promosi terhadap laba kotor pada PT. Net Mediatama Televisi Jakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini sesuai dengan perumusan masalah diatas adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh jumlah produk dengan laba kotor pada PT. Net Mediatama Televisi Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap laba kotor pada PT. Net Mediatama Televisi Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh efisiensi biaya promosi terhadap laba kotor pada PT. Net Mediatama Televisi Jakarta.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi :

1. Penulis
 - a. Untuk menambah wawasan bagi penulis, sebagai bahan pembandingan antara teori yang selama ini penulis dapatkan dibangku kuliah dengan penerapan sebenarnya di perusahaan.

- b. Untuk mengetahui mengenai cara pengendalian biaya terhadap anggaran yang telah disusun atau disediakan.
- c. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul Jakarta.

2. Perusahaan

- a. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan mengenai seberapa jauh efektivitas pengeluaran biaya yang selama ini terjadi.
- b. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan untuk membuat kebijakan dalam penyusunan anggaran di bulan berikutnya berdasarkan dengan tingkat efektivitas pengeluaran biaya tersebut.

3. Pembaca

Diharapkan penulisan skripsi ini dapat bermanfaat sebagai referensi penulisan lainnya dan juga dapat menambah pengetahuan bagi pembaca mengenai pentingnya tingkat efektivitas biaya terhadap proses produksi suatu perusahaan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab kedua menjelaskan tentang landasan teori dan literatur-literatur yang digunakan sebagai acuan perbandingan untuk membahas masalah, meliputi konsep anggaran, biaya serta tingkat efektivitas dan efisiensi terhadap anggaran serta biaya.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan tentang metodologi penelitian yang terdiri dari pengidentifikasian variabel-variabel penelitian dan penjelasan pengukuran variabel tersebut, gambaran populasi dan sampel perusahaan yang diteliti, jenis dan sumber data yang akan dipakai dalam penelitian, metode pengambilan data penelitian yang digunakan. Menjelaskan tentang metode analisis data, meliputi: jenis atau teknik analisis data dan mekanisme penggunaan alat dalam penelitian.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab keempat ini menjelaskan dimana dilakukan penelitian. Dijelaskan pula gambaran umum serta sejarah perusahaan. Pada bab ini ditambahkan juga struktur organisasi yang ada pada perusahaan tempat dilakukannya penelitian. Selain itu dijelaskan pula segala aktivitas atau kegiatan ekonomi perusahaan tersebut.

BAB V : PEMBAHASAN

Bab kelima menjelaskan tentang analisa data deskriptif, analisa data terhadap pengujian hipotesis serta pengujian asumsi klasik, dan pembahasan secara teoritik baik secara kuantitatif dan statistik.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab keenam menjelaskan tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian, saran atas penelitian ini, serta implikasi. Dengan masih adanya keterbatasan dan kekurangan diharapkan penelitian ini dapat disempurnakan pada penelitian – penelitian selanjutnya.