

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan-perusahaan Indonesia khususnya pada perusahaan manufaktur memiliki peran besar dalam pertumbuhan perekonomian yang terus menerus berkembang pesat pada kondisi perekonomian di Indonesia yang sedang mengalami ketidakpastian. Terkhusus pada emiten yang beraktivitas dalam subsektor makanan dan minuman yang selalu jadi pemenuh kebutuhan masyarakat yang memiliki tren yang selalu berkembang. Bahkan ketika terjadinya pandemi *covid-19* melanda, sektor makanan dan minuman tetap mengalami peningkatan meskipun melambat. Pertumbuhan industri ini terus berkembang seiring terjadinya perubahan pola konsumsi, kenaikan bahan baku, biaya distribusi, serta persaingan pasar yang semakin ketat. Hal tersebut membuat perusahaan yang bergerak dalam subsektor makanan dan minuman dihadapkan dengan tantangan untuk memastikan volume penjualan dan biaya operasional perusahaan tetap optimal.

Seiring dengan tantangan tersebut, data dari Kementerian Perindustrian (Kemenperin) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman menunjukkan ketahanannya meski dalam era *Covid-19*. Sektor industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan sebesar 3,68% pada kuartal II tahun 2022. Menurut Dirjen Industri Argo Kemenperin, situasi ini meningkat dibanding periode yang sama pada

tahun 2021 sebesar 2,95%. Industri makanan dan minuman juga memberikan kontribusi terbesar dimana PDB industri non-migas secara signifikan ditopang oleh perkembangan sector tersebut, yaitu sebesar 38,38%. Ekspor industri makanan dan minuman pada bulan Januari hingga Juni 2022 telah mencapai US\$ 21,5 miliar dan mengalami peningkatan 9% dari periode yang sama pada tahun 2021, yakni US\$ 19,5 miliar. Industri makanan dan minuman juga mampu menarik investasi senilai Rp. 21,9 triliun hingga kuartal II tahun 2022 dan menyerap tenaga kerja hingga 1,1 juta orang. Regional Portfolio Director ASEAN Informa Markets, Rungphech Chitanuwat, menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman yang tetap baik selama masa pandemi. Pertumbuhan tersebut perlu didukung oleh pengembangan inovasi serta pemanfaatan teknologi agar industri dapat terus berkembang secara berkelanjutan (Tempo.co, 2022).



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Sumber: Gambar diolah peneliti.

Pada persaingan industri yang semakin sengit, perusahaan subsektor makanan dan minuman dituntut untuk bukan sekedar memenuhi kebutuhan para konsumen, melainkan juga perlu mengelola kegiatan operasional yang berhubungan langsung dengan tingkat laba yang akan diperoleh (Pratama, 2024). Pesaingan yang sengit menuntut perusahaan untuk memiliki strategi bisnis yang lebih efektif untuk menghadapi kondisi pasar. Perusahaan perlu melakukan efisiensi operasional, pengelolaan sumber daya yang tepat dan pengendalian biaya-biaya. Tujuan mendasar dari sebuah korporasi adalah mengoptimalkan perolehan keuntungan guna menjamin kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan dimasa depan, mengekspansi usaha, serta memperkuat posisi di pasar yang membuat perusahaan harus memaksimalkan

volume penjualan dan biaya operasional yang terkendali supaya mendapatkan keuntungan di tengah persaingan yang terus berkembang (Sopiah, 2024).

Laba merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai para pemangku bisnis karena tingkat laba yang dihasilkan yang sekaligus mencerminkan efektivitas operasional manajemen. Maulida (2025) menegaskan bahwa agenda pembangunan berkelanjutan, komitmen *Corporate Social Responsibility* (CSR), serta kelangsungan jangka panjang (*going concern*) sebuah korporasi sangat bergantung pada perolehan keuntungan. Ketika fungsi ini tidak terpenuhi, secara otomatis perusahaan akan kehilangan penggerak untuk ekspansi bisnis sekaligus membatasi kontribusinya terhadap kesejahteraan aspek sosial dan lingkungan. Profit menggambarkan selisih positif antara pendapatan dan seluruh beban yang ditanggung perusahaan selama periode waktu tertentu. Laba bersih diperoleh setelah seluruh beban dan biaya yang berkaitan langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan usaha dikurangi dengan total pendapatan dari perusahaan. Apabila profit yang dihasilkan makin meningkat maka hal itu menjadi cerminan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemampuan usaha yang baik dalam mengelola sumber daya dan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Laba bersih memberikan perusahaan kemampuan nyata dalam pengembangan usahanya. Laba yang dihasilkan perusahaan juga mencerminkan tingkat kepuasan konsumen melalui berbagai aspek seperti pemenuhan kebutuhan pasar, peningkatan mutu atau kualitas produk dan pelayanan yang lebih baik.

Menurut Mayssara (2019) apabila perusahaan ingin mencapai laba yang sesuai maka perusahaan harus membuat perencanaan laba dengan perhitungan sebaik mungkin. Terdapat faktor yang dapat menyebabkan laba suatu perusahaan meningkat atau menurun, yaitu harga jual produk, tingginya penjualan, serta efisiensi beban operasional yang membuat manajemen perlu mempertimbangkan berbagai faktor fase proyeksi dan realisasi. Langkah ini mengharuskan emiten untuk menekan anggaran produksi serta operasional secara maksimal agar beban berkurang (Ammy, 2021).

Menurut Mulyadi (2016), dalam memperoleh laba perusahaan tidak berdiri sendiri melainkan dipengaruhi oleh serangkaian faktor yang saling berkaitan dalam proses operasionalnya. Biaya yang timbul selama proses pengadaan barang maupun pengolahan produk akan menjadi dasar dalam menentukan harga jual kepada konsumen dengan menghitung harga pokok penjualan (Wardiyah, 2017). Penetapan harga jual tersebut kemudian berdampak terhadap volume penjualan yang dapat dicapai perusahaan karena harga merupakan salah satu pertimbangan utama konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu barang. Selanjutnya, volume penjualan yang dicapai akan menentukan seberapa besar jumlah produk yang perlu diproduksi untuk memenuhi permintaan. Adanya hubungan tersebut perusahaan harus mampu melakukan analisis terhadap komponen biaya yang memiliki pengaruh terhadap laba bersih. Upaya perusahaan dalam meningkatkan laba dapat dilakukan dengan memperluas volume produk yang dijual, meningkatkan kualitas produk supaya produk

terus kompetitif di pasar, serta menerapkan strategi promosi yang tepat sasaran agar dapat menarik minat konsumen dalam memilih produk perusahaan.

Volume penjualan merupakan keberhasilan strategi pemasaran suatu entitas bisnis dalam mendistribusikan produk nya. Volume penjualan menunjukkan seberapa besar produk yang mampu diserap oleh pasar dalam periode tertentu. Menurut Kotler (2008), fluktuasi kuantitas penjualan sebuah entitas bisnis sangat bergantung pada berbagai aspek seperti strategi harga, kualitas produk, promosi, dan efektivitas saluran distribusi. Faktor-faktor tersebut tidak hanya menentukan daya tarik produk di mata konsumen, tetapi juga menjadi penentu keberlanjutan penjualan dalam jangka panjang. Swastha dan Irawan (2005) menambahkan bahwa kondisi pasar, daya beli konsumen, dan kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan menjadi komponen yang menentukan tinggi rendahnya volume penjualan yang dicapai oleh suatu perusahaan.

Kondisi internal perusahaan juga turut memengaruhi pencapaian volume penjualan. Menurut Wisesa, Zukri, dan Sumena (2014), faktor internal perusahaan berperan besar dalam menentukan jumlah produk yang dapat dijual. Maka dari itu, pengelolaan volume penjualan tidak dapat dipisahkan dari strategi perusahaan dalam memaksimalkan potensi pasar sekaligus meningkatkan daya saing.

Bagi korporasi subsektor makanan dan minuman di bawah naungan ISSI, capaian omzet penjualan bertindak sebagai instrumen strategis. Produk makanan memiliki

karakteristik permintaan yang relatif stabil karena merupakan kebutuhan pokok masyarakat, namun stabilitas tersebut tidak otomatis menjamin tingginya penjualan. Tren gaya hidup, preferensi konsumen terhadap kehalalan produk, perubahan pola konsumsi, serta persaingan dari produk substitusi dapat sangat memengaruhi tingkat penjualan. Perusahaan subsektor makanan dan minuman harus mampu mempertahankan kualitas produk, menetapkan harga yang kompetitif, dan memastikan ketersediaan produk di berbagai saluran distribusi agar mampu menjaga volume penjualan yang konsisten. Tingginya volume penjualan menjadi sangat penting karena berkontribusi langsung pada peningkatan pendapatan, yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan.

Perolehan keuntungan emiten juga ditentukan oleh besarnya operasional. Menurut Hayati dan Wirananda (2024), pengeluaran tersebut merepresentasikan pengorbanan fiskal guna menunjang efisiensi aktivitas harian korporasi. Biaya operasional mencerminkan penggunaan sumber daya ekonomi yang diperlukan supaya aktivitas bisnis dapat berjalan secara efektif dan berkesinambungan. Hubungan langsung dengan siklus usaha membuat setiap peningkatan intensitas kegiatan harian berdampak pada pembengkakan biaya operasi. Biaya tersebut tidak dapat dipisahkan dari keseluruhan aktivitas perusahaan karena merupakan bagian yang melekat dan menentukan kelancaran proses produksi dan pemasaran produk usaha. Jika kegiatan perusahaan tidak diiringi dengan manajemen operasional internal perusahaan yang kurang efektif, maka keuntungan penjualan tidak akan teraih. Seiring dengan bertumbuhnya skala

usaha, biaya operasional menunjukkan peningkatan sehingga perusahaan harus mampu menekan biaya operasional untuk menjaga profitabilitas. Menurut Casmadi dan Aziz (2019), tata kelola biaya operasional yang efisien mampu memicu kenaikan laba bersih, sementara lonjakan pengeluaran yang tidak terkontrol akan menekan tingkat keuntungan.

Industri makanan dan minuman yang tergabung dalam sektor barang konsumsi pada ISSI memiliki fungsi strategis guna menyuplai kebutuhan hidup masyarakat sehingga produk yang dihasilkan memiliki permintaan yang relatif stabil. Stabilitas permintaan ini menjadikan subsektor makanan sebagai salah satu subsektor yang cukup menarik bagi investor syariah karena dianggap memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan sektor lain yang bersifat lebih fluktuatif. Namun, kestabilan permintaan tersebut tidak secara otomatis menjamin kinerja laba bersih perusahaan. Perusahaan tetap dituntut untuk mampu mengelola aktivitas operasionalnya secara efisien serta menjaga kemampuan menjual produknya di tengah persaingan yang semakin ketat. Efektivitas dalam meningkatkan volume penjualan dan kemampuan dalam mengendalikan beban operasi akan menjadi faktor penentu dalam menilai tingkat kapabilitas dan tata kelola emiten. Dengan kondisi tersebut, penting untuk dianalisis bagaimana kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap laba bersih perusahaan selama beberapa tahun terakhir.

Kinerja laba perusahaan pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Menurut Hansen & Mowen

(2017), volume penjualan merupakan faktor utama yang menentukan besarnya pendapatan operasional sehingga setiap peningkatan penjualan akan mendorong kenaikan laba apabila biaya yang menunjang proses penjualan tetap terkendali. Pendapat ini diperkuat oleh Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan indikator keberhasilan strategi pemasaran dan secara langsung berkaitan dengan kemampuan perusahaan menghasilkan profit. Brigham & Houston (2021) menyatakan bahwa laba akan meningkat apabila pendapatan naik lebih cepat daripada total biaya sehingga perusahaan harus mendorong pertumbuhan penjualan melalui peningkatan permintaan pasar. Peningkatan volume penjualan dari tahun ke tahun merupakan faktor signifikan dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan (Irawan, 2020).

Menurut Garrison dkk. 2021, laba bersih akan tereskalasi melalui kontrol biaya operasional yang ketat, terutama jika pertumbuhan omzet tidak dibarengi eskalasi beban yang tinggi. Keunggulan dalam memangkas anggaran rutin tanpa mengorbankan kualitas produk mempermudah korporasi mengamankan margin profit yang besar (Anthony & Govindarajan, 2014). Hayati & Wirananda (2024) menyebutkan bahwa ketidakefisienan pada komponen biaya penjualan maupun administrasi dapat menurunkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Tabel 1.1
Ikhtisar Data Keuangan Perusahaan Makanan dan Minuman yang
terdaftar di ISSI periode 2020-2025

No	Nama Perusahaan	Tahun	Volume Penjualan	Biaya Operasional	Laba Bersih
1	PT. Sariguna Primatirta Tbk.	2020	Rp 972.634.784.176	Rp 197.375.171.977	Rp 132.772.234.495
		2021	Rp 1.103.519.743.574	Rp 199.873.408.618	Rp 180.711.667.020
		2022	Rp 1.674.053.536.287	Rp 542.899.706.509	Rp 192.467.066.577
		2023	Rp 2.090.115.884.030	Rp 736.128.988.375	Rp 305.879.961.825
		2024	Rp 2.696.813.747.786	Rp 911.636.313.248	Rp 474.019.249.853
		2025	Rp 2.825.631.197.247	Rp 1.033.255.799.320	Rp 389.505.225.350
2	PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.	2020	Rp 7.719.379.796.413	Rp 1.685.748.451.238	Rp 245.103.761.907
		2021	Rp 8.779.579.901.024	Rp 1.709.864.783.998	Rp 492.637.672.186
		2022	Rp 10.510.942.813.705	Rp 1.944.663.279.882	Rp 521.714.035.585
		2023	Rp 10.543.572.559.649	Rp 1.979.553.069.020	Rp 601.467.293.291
		2024	Rp 12.235.369.422.252	Rp 2.578.611.763.486	Rp 687.194.544.484
		2025	Rp 13.199.632.631.326	Rp 2.634.878.223.487	Rp 756.233.408.580
3	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	2020	Rp 46.641.084.000.000	Rp 8.106.983.000.000	Rp 7.418.574.000.000
		2021	Rp 56.803.733.000.000	Rp 8.742.483.000.000	Rp 7.900.282.000.000
		2022	Rp 64.797.516.000.000	Rp 9.378.241.000.000	Rp 5.722.194.000.000
		2023	Rp 67.909.901.000.000	Rp 10.351.747.000.000	Rp 8.465.123.000.000
		2024	Rp 72.597.188.000.000	Rp 10.701.929.000.000	Rp 8.813.377.000.000
		2025	Rp 74.850.923.000.000	Rp 10.694.583.000.000	Rp 10.756.109.000.000
4	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.	2020	Rp 81.731.469.000.000	Rp 14.095.000.000.000	Rp 8.752.066.000.000
		2021	Rp 99.345.618.000.000	Rp 15.364.067.000.000	Rp 11.203.585.000.000
		2022	Rp 110.830.272.000.000	Rp 15.288.702.000.000	Rp 9.192.569.000.000
		2023	Rp 111.703.611.000.000	Rp 16.371.795.000.000	Rp 11.493.733.000.000
		2024	Rp 115.786.525.000.000	Rp 17.306.781.000.000	Rp 13.077.496.000.000
		2025	Rp 123.493.214.000.000	Rp 17.836.322.000.000	Rp 15.556.381.000.000
5	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk.	2020	Rp 3.212.034.546.032	Rp 1.598.529.737.771	Rp 168.610.282.478
		2021	Rp 3.287.623.237.457	Rp 1.432.134.966.693	Rp 281.340.682.456
		2022	Rp 3.935.182.048.668	Rp 1.517.962.815.107	Rp 432.247.722.254
		2023	Rp 3.820.532.634.926	Rp 1.674.353.087.569	Rp 333.300.420.963
		2024	Rp 3.932.169.542.456	Rp 1.714.715.007.433	Rp 362.195.698.480
		2025	Rp 3.757.615.147.215	Rp 2.709.081.070.565	Rp 256.697.991.527
6	PT. Mayora Indah Tbk.	2020	Rp 24.476.953.742.651	Rp 4.468.194.765.530	Rp 2.098.168.514.645
		2021	Rp 27.904.558.322.183	Rp 5.150.667.594.248	Rp 1.211.052.647.953
		2022	Rp 30.669.405.967.404	Rp 4.406.308.697.223	Rp 1.970.064.538.149
		2023	Rp 31.485.008.185.525	Rp 4.108.302.411.483	Rp 3.244.872.091.221

No	Nama Perusahaan	Tahun	Volume Penjualan	Biaya Operasional	Laba Bersih
		2024	Rp 36.072.949.285.930	Rp 4.386.934.542.139	Rp 3.067.667.675.407
		2025	Rp 38.681.562.261.207	Rp 4.768.549.922.853	Rp 2.909.961.946.237
7	PT. Siantar Top Tbk.	2020	Rp 3.846.300.254.825	Rp 321.571.925.128	Rp 628.628.879.549
		2021	Rp 4.241.865.914.012	Rp 403.583.152.161	Rp 617.573.766.863
		2022	Rp 4.931.553.771.470	Rp 447.630.772.003	Rp 624.524.005.786
		2023	Rp 4.767.207.433.046	Rp 465.010.473.866	Rp 917.794.022.711
		2024	Rp 4.959.939.533.239	Rp 491.296.014.443	Rp 1.314.430.773.948
		2025	Rp 5.235.956.036.238	Rp 535.826.405.885	Rp 1.180.375.907.959
8	PT. Ultra Jaya Milk Industry Tbk.	2020	Rp 5.967.362.000.000	Rp 1.004.934.000.000	Rp 1.109.666.000.000
		2021	Rp 6.616.642.000.000	Rp 958.711.000.000	Rp 1.276.793.000.000
		2022	Rp 7.656.252.000.000	Rp 1.185.591.000.000	Rp 965.86.000.000
		2023	Rp 8.302.741.000.000	Rp 1.235.498.000.000	Rp 1.186.161.000.000
		2024	Rp 8.874.202.000.000	Rp 1.622.770.000.000	Rp 1.153.916.000.000
		2025	Rp 8.767.854.000.000	Rp 2.358.498.000.000	Rp 1.377.460.000.000

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Keterangan :

 = Tidak sesuai dengan teori

 = Sesuai dengan teori

Peningkatan laba bersih berhubungan erat dengan volume penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Harahap (2011) peluang untuk mendapat keuntungan yang lebih besar akan meningkat seiring dengan ekspansi kualitas penjualan. Hansen & Mowen (2000) juga menyatakan bahwa volume penjualan menjadi faktor utama yang menentukan besar kecilnya pendapatan perusahaan dan pendapatan tersebut akan memengaruhi nilai laba bersih yang dicapai.

Menurut Mulyadi (2016), biaya operasional adalah akumulasi dari biaya penjualan serta beban umum dan administrasi yang harus dikendalikan supaya mengefisienkan

laba perusahaan. Maksimailsasi perolehan laba entitas bisnis sangat dipengaruhi oleh tingkat efisiensi dalam mengendalikan pengeluaran.

Berdasarkan tabel 1.1, dinamika yang berlangsung pada industri makanan dan minuman menunjukkan adanya ketidaksesuaian natara teori dengan kondisi yang terjadi di lapangan. Pada PT. Sariguna Primatirta Tbk, penjualan pada tahun 2022 meningkat pesat namun laba bersih justru turun sebesar Rp 11.755.399.443 akibat peningkatan beban operasional yang signifikan. PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk menunjukkan pola berbeda yaitu penjualan dan laba yang umumnya meningkat, tetapi beban operasional yang terus naik berpotensi menekan profit di tahun-tahun berikutnya. PT. Mayora Indah Tbk mengalami penurunan laba paling tajam pada 2021 sebesar Rp 887.115.866.692 meskipun penjualan naik, sementara PT. Ultrajaya Milk Industry Tbk pada 2022 juga menunjukkan adanya tren penurunan perolehan keuntungan laba bersih sebesar Rp 311.307.000.000 meskipun penjualan meningkat. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kenaikan volume penjualan dan pengendalian sebagian beban operasional tidak selalu mampu mendorong peningkatan laba bersih, karena faktor biaya dan beban lain yang tidak dapat ditekan justru lebih besar sehingga membuat entitas mengalami penurunan keuntungan bersih walaupun kinerja operasional nya mencatatkan pertumbuhan positif.

Adanya *research gap* dalam literatur empiris saat ini ditunjukkan oleh ketidakselarasan hasil penelitian terdahulu terkait volume penjualan dan biaya operasional terhadap perolehan laba bersih, sehingga mendorong dilakukannya

penelitian ini. Perbedaan ini terlihat jelas ketika variabel dianalisis secara parsial. Pada Penelitian Aprilianti, N.D.S (2025) menemukan adanya pengaruh variabel biaya operasional terhadap laba bersih, yang sejalan dengan konsep akuntansi bahwa kenaikan biaya akan menekan laba. Namun, temuan ini berbeda dengan hasil Melati, V. (2024) yang justru menunjukkan tidak adanya pengaruh dari biaya operasional yang mengindikasikan bahwa pengeluaran biaya berhasil mendorong peningkatan laba.

Sementara pada penelitian Rahmi, U (2022) memberikan hasil yang berbeda, yaitu Biaya Operasional terbukti tidak memiliki dampak signifikan terhadap perolehan laba bersih. Tetapi temuan Maulida, F.Z (2025) mengungkapkan bahwa Volume Penjualan berpengaruh negatif terhadap Laba Bersih, lalu Suraiya, A., dkk. (2024) menyimpulkan tidak ada pengaruh signifikan. Perbedaan hasil yang signifikan antarpelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antarvariabel belum sepenuhnya konklusif dan tergantung pada periode, metode, atau sektor industri yang diteliti. Perbedaan arah pengaruh tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel-variabel tersebut belum sepenuhnya konklusif. Selain itu masih sedikit studi empiris yang secara eksklusif menjadikan industri makanan dan minuman pada ISSI sebagai objek pengamatan, sehingga karakter pasar syariah yang memiliki perilaku konsumen dan struktur biaya yang berbeda belum banyak dieksplorasi yang menjadi celah untuk perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk memperkuat temuan empiris dengan analisis yang lebih relevan bagi perusahaan berbasis syariah.

Penelitian ini memiliki urgensi yang berhubungan dengan fenomena empiris pada emiten subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI menunjukkan ketidaksesuaian antara teori dan kondisi aktual. Berdasarkan perspektif Hansen dan Mowen (2017), pertumbuhan volume penjualan yang dibarengi efisiensi biaya operasional idealnya berbanding lurus dengan peningkatan laba bersih, beberapa perusahaan justru mengalami penurunan laba bersih di tengah tren penjualan yang meningkatkan dan biaya yang tidak terkendali. Kondisi tersebut menandakan adanya faktor operasional yang belum sepenuhnya dipahami, terutama dalam subsektor industri makanan dan minuman syariah yang memiliki karakteristik permintaan stabil dengan persaingan yang ketat. Dengan demikian, penelitian ini perlu dilakukan dengan tujuan memberikan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana perusahaan dapat menjaga kinerja profitabilitasnya melalui pengelolaan volume penjualan dan biaya operasional secara efektif.

Berdasarkan pada pemaparan di atas serta kontradiksi hasil riset terdahulu, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Periode 2020-2025”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka pokok permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdapat di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2020-2025?
2. Apakah terdapat pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih pada Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdapat di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2020-2025?
3. Apakah terdapat pengaruh volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih pada Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdapat di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2020-2025?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh volume penjualan terhadap laba bersih pada Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdapat di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2020-2025.

2. Untuk mengetahui adakah pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih pada Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdapat di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2020-2025.
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih pada Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdapat di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2020-2025.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat secara praktis maupun teoritis yang bisa diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Ilmiah

Penelitian yang telah dilakukan dapat diposisikan sebagai sumber informasi komprehensif terhadap perluasan wawasan akademis pengetahuan secara umum, terkhusus dalam ranah kajian yang meneliti mengenai volumen penjualan, biaya operasional serta laba bersih perusahaan.

2. Bagi Penulis

Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pedalaman studi penulis dalam memahami dinamika tentang pengaruh volume penjualan dan biaya operasional terhadap laba bersih pada Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) khususnya subsektor makanan dan minuman.

3. Bagi Akademisi

Penelitian yang telah dilaksanakan dapat dijadikan bahan rujukan serta mampu memberikan sumbangsih terhadap penguatan studi serta evaluasi lanjutan dalam akuntansi manajemen dan selanjutnya dapat dimanfaatkan sebagai patokan dalam pelaksanaan riset yang akan datang dengan objek pembahasan yang serupa.

4. Bagi Perusahaan

Penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan mengelola volume penjualan dan biaya operasional secara efektif dan efisien, juga membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan laba dan kinerja demi keberlanjutan perusahaan.

5. Bagi Investor

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi syariah, khususnya dalam menilai kinerja perusahaan dari aspek penjualan dan pengelolaan biaya operasional nya.

6. Bagi Regulator

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi regulator dalam merumuskan kebijakan yang mendukung perkembangan industri makanan dan minuman, khususnya yang berkaitan dengan efisiensi operasional dan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu juga sebagai referensi dalam upaya menjaga stabilitas dan pertumbuhan industri berbasis syariah.