

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan akan melakukan seluruh aktivitasnya untuk mencapai tujuan perusahaan. Aktivitas tersebut pastinya memerlukan modal atau dana untuk memenuhi kebutuhan modal jangka panjang dan modal jangka pendek. Perusahaan harus mampu menginvestasikan dananya untuk memenuhi pembiayaan operasional perusahaan harian yang biasa disebut dengan modal kerja atau *working capital*. Seperti yang dikemukakan Sutrisno (2013:39) modal kerja ialah dana yang digunakan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti membeli bahan baku, membayar tenaga kerja, membayar utang dan pembayaran lainnya.

Modal kerja akan menunjukkan tingkat efisiensi dan status keuangan jangka pendek. Bilamana aset lancar melebihi kewajiban lancar, maka modal kerja sudah dikelola dengan baik, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah dalam membayar kredit utang jangka pendek atau bahkan menghindari adanya kebangkrutan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula jumlah modal kerja yang akan dibutuhkan perusahaan. Manajemen memegang peranan penting dalam pengelolaan dan analisis modal kerja ini. Apabila terdapat kesalahan dalam pengelolaan akan berdampak buruk pada aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, setiap modal kerja harus cukup jumlahnya dan mampu membiayai pengeluaran seluruh aktivitas perusahaan. Sehingga modal kerja yang cukup akan menguntungkan perusahaan selain dari segi aktivitas pengeluaran perusahaan juga

menguntungkan perusahaan untuk mengoptimalkan pendapatan penjualan. Khususnya dalam industri sektor kesehatan di Indonesia, modal kerja akan menjadi hal penting untuk memenuhi kebutuhan yang meningkat akan produk kesehatan serta produk farmasi bagi masyarakat yang terus meningkat seperti dalam kondisi pandemi Covid-19. Tentunya ini menjadi fenomena yang peningkatannya cukup tinggi bagi industri sektor kesehatan. Dikutip dari portal berita Pasardana.id tahun 2020, Kementerian Perindustrian mendorong industri alat kesehatan dan farmasi yang masuk dalam kategori *high demand*, dengan rata-rata Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) dari alat kesehatan sudah mencapai 25-90%. Meningkatnya permintaan serta konsumsi produk kesehatan oleh masyarakat juga dialami seiring berkembangnya tren *new normal* atau kenormalan baru. Hal ini juga mendukung pernyataan yang dikutip dari portal berita Forbil.id tahun 2020, menyatakan bahwa industri farmasi menjadi prioritas karena adanya tren permintaan yang terus meningkat di pasar domestik, diantaranya sebagai industri substitusi impor yang memanfaatkan kearifan lokal Indonesia seperti industri farmasi berbasis herbal. Tentunya ini berpengaruh terhadap tingkat penjualan dalam industri ini. Semakin banyak permintaan akan produk tentunya semakin banyak produk yang akan dijual perusahaan, hal ini juga akan meningkatkan jumlah modal kerja yang diperlukan perusahaan untuk memenuhi tingkat kebutuhan pasar yang melonjak naik. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku bagi salah satu perusahaan sektor kesehatan yaitu diantaranya PT Kimia Farma Tbk pada tahun 2015 dan PT Sejahterajaya Anugrahjaya Tbk pada tahun 2017, kedua perusahaan tersebut mencatat laporan bahwa jumlah modal kerja perusahaan mengalami penurunan namun dari sisi

penjualan mengalami kenaikan sebagaimana yang tercatat dalam tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Data Laporan Keuangan PT Kimia Farma Tbk 2015 dan PT Sejahteraraya Anugrahjaya Tbk 2017

Nama Perusahaan	PT Kimia Farma Tbk		PT Sejahteraraya Anugrahjaya Tbk	
	2014 (Dalam Ribuan Rupiah)	2015 (Dalam Ribuan Rupiah)	2016 (Rp)	2017 (Rp)
Modal Kerja	1.185.619.176.065	1.012.490.446.727	542.232.510.893	178.428.353.998
Penjualan	4.521.024.379.759	4.860.371.483.524	576.181.935.845	631.679.891.159

Sumber: Diolah dari laporan keuangan PT Kimia Farma Tbk tahun 2014 dan PT Sejahteraraya Anugrahjaya Tbk tahun 2017

Dari tabel 1.1 menjelaskan bahwa PT Kimia Farma Tbk tahun 2014 mencatat modal kerja sebesar Rp1.185.619.176.065.000 dan pada tahun 2015 sebesar Rp1.012.490.446.727.000. Artinya, modal kerja PT Kimia Farma Tbk mengalami penurunan. Data penjualan tahun 2014 sebesar Rp4.521.024.379.759.000, dan pada tahun 2015 Rp4.860.371.483.524.000. Artinya penjualan PT Kimia Farma Tbk mengalami peningkatan. Sedangkan, dari tabel 1.1 menjelaskan bahwa PT Sejahteraraya Anugrahjaya Tbk tahun 2016 mencatat modal kerja sebesar Rp542.232.510.893, pada tahun 2017 sebesar Rp178.428.353.998. Artinya, modal kerja PT Sejahteraraya Anugrahjaya Tbk mengalami penurunan. Data penjualan tahun 2016 sebesar Rp576.181.935.845, dan pada tahun 2017 sebesar Rp631.679.891.159. Artinya, penjualan PT Sejahteraraya Anugrahjaya Tbk mengalami peningkatan.

Disamping modal kerja untuk menghasilkan produk, selanjutnya yang perlu diperhatikan yaitu kegiatan pemasaran atau penjualan produk. Pada zaman modern ini, tingkat persaingan usaha sangatlah ketat. Perkembangan usaha di Indonesia juga semakin kompetitif dan kompleks. Sehingga, setiap perusahaan harus mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya dari berbagai masalah seperti tingkat penjualan produk perusahaan, selera konsumen yang beragam serta kondisi ekonomi yang fluktuatif. Kondisi ini juga mengharuskan manajemen perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang efektif seperti penerapan strategi promosi. Penjualan mempunyai peran sangat penting bagi perusahaan khususnya sektor kesehatan, agar produk yang dihasilkan dapat terjual dan menambah pendapatan perusahaan. Selain itu, juga untuk membayar seluruh biaya produksi sehari-hari atau yang biasa disebut modal kerja.

Meningkatkan penjualan bukan hal mudah karena setiap perusahaan selalu mencari strategi yang efektif untuk dapat meningkatkan penjualan. Salah satu cara meningkatkan penjualan yaitu dengan promosi yang tentunya memerlukan biaya. Biaya promosi ini diperlukan untuk dapat menginformasikan tentang produk, memengaruhi dan membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, dan mempertahankan konsumen untuk menjadi pelanggan yang setia pada suatu produk perusahaan. Terutama promosi pada sektor industri kesehatan. Promosi di industri kesehatan sangatlah penting dan dapat berkontribusi signifikan bagi perusahaan dan masyarakat lebih luas. Dalam hal ini, industri kesehatan tentunya bersaing ketat dalam mempromosikan produknya agar dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Bagi perusahaan, promosi sangat membantu perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan

konsumen secara sistematis. Bagi konsumen, promosi sangat memfasilitasi proses pembelian melalui penyediaan pilihan produk, informasi produk, ketersediaan produk, layanan pra pembelian, saat pembelian hingga purnabeli. Misalnya, rumah sakit sebagai penyedia pelayanan jasa kesehatan, melakukan upaya kegiatan promosi agar konsumen mendapatkan informasi seputar pelayanan yang tersedia di rumah sakit tersebut. Dimana rumah sakit perlu menciptakan inovasi dan strategi agar mendapat kepercayaan dari pasien baru serta meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa kesehatan yang optimal. Keadaan tersebut menyebabkan persaingan industri dalam pelayanan jasa kesehatan terutama rumah sakit di Indonesia yang mengalami pergeseran status rumah sakit sebagai lembaga sosial menjadi lembaga usaha. Tentunya disebabkan beberapa faktor diantaranya, meningkatnya kebutuhan dan minat konsumen, persaingan harga yang ketat, dan semakin banyaknya promosi dari produk/jasa yang sejenis. Pada umumnya, menurut lembaga Perhimpunan Rumah Sakit Seluruh Indonesia (PERSI), promosi kesehatan dilakukan harus bersifat edukatif, preskriptif dan preparatif. Yaitu dengan program promosi *marketing* dan *public relations* atau lebih dikenal dengan istilah *Marketing Public Relations* (MPR) pada masyarakat dengan melakukan komunikasi yang intens, informatif, dapat dipercaya, perhatian dan memberi kesan yang positif terhadap perusahaan, diantaranya dengan seminar kesehatan, industri bersama, *open house*, berita dan lain-lain. Kegiatan promosi tersebut diharapkan dapat mewujudkan kondisi penjualan yang lebih baik di masa yang akan datang. Namun, hal itu tidak berlaku bagi perusahaan atau industri sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu PT Kimia Farma Tbk tahun 2014 dan PT Darya-Varia Laboratoria Tbk tahun 2014, keduanya mencantumkan biaya

promosi menurun namun penjualan meningkat sebagaimana yang tercatat dalam tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2
Data Laporan Keuangan PT Kimia Farma Tbk dan PT Darya-Varia
Laboratoria Tbk 2014

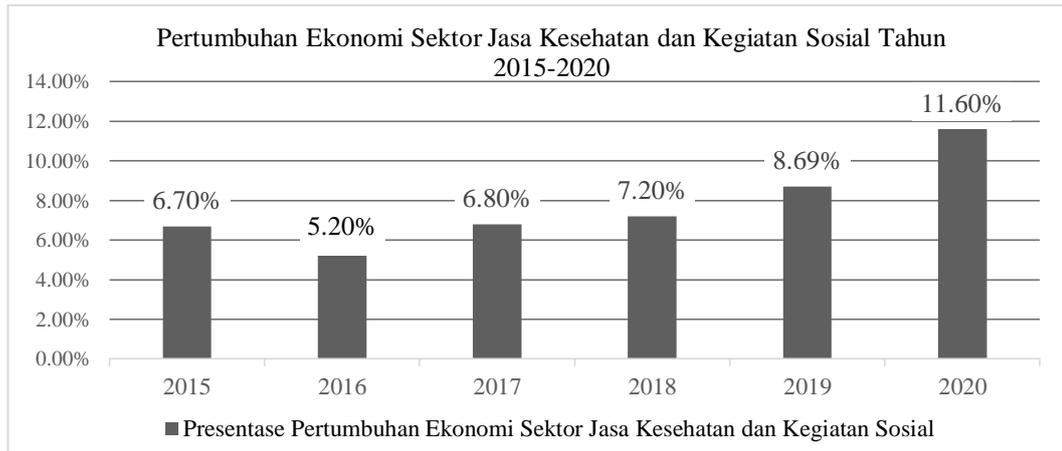
Nama Perusahaan	PT Kimia Farma Tbk		PT Darya-Varia Laboratoria Tbk	
	2013 (Dalam Ribuan Rupiah)	2014 (Dalam Ribuan Rupiah)	2013 (Dalam Ribuan Rupiah)	2014 (Dalam Ribuan Rupiah)
Biaya Promosi	106.408.142.010	78.640.168.932	205.448.400	189.498.560
Penjualan	4.348.073.988.385	4.521.024.379.759	1.101.684.170	1.103.821.775

Sumber: Diolah dari data Laporan Keuangan PT Kimia Farma Tbk dan PT Darya-Varia Laboratoria Tbk tahun 2014

Dari tabel 1.2 menjelaskan bahwa PT Kimia Farma Tbk tahun 2013 mencatat biaya promosi sebesar Rp106.408.142.010.000 dan pada tahun 2014 sebesar Rp78.640.168.932.000. Artinya, biaya promosi PT Kimia Farma Tbk mengalami penurunan. Data penjualan tahun 2013 sebesar Rp4.348.073.988.385.000, dan pada tahun 2014 Rp4.521.024.379.759.000. Artinya penjualan PT Kimia Farma Tbk mengalami peningkatan. Sedangkan, dari tabel 1.2 menjelaskan bahwa PT Darya-Varia Laboratoria Tbk tahun 2013 mencatat biaya promosi sebesar Rp205.448.400.000, pada tahun 2014 sebesar Rp189.498.560.000. Artinya, biaya promosi PT Darya-Varia Laboratoria Tbk mengalami penurunan. Data penjualan tahun 2013 sebesar Rp1.101.684.170.000, dan pada tahun 2014 sebesar Rp1.103.821.775.000. Artinya, penjualan PT Darya-Varia Laboratoria Tbk mengalami peningkatan.

Hal ini tentu tidak sejalan dengan teori yang ada, seperti yang dikemukakan oleh Henry Simamora (2013:762), dimana biaya promosi merupakan sejumlah dana yang diluncurkan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan. Namun, pada kenyataan di lapangan biaya promosi belum tentu dapat meningkatkan penjualan seiring dengan kondisi perusahaan sebagai penjual produk, kondisi masyarakat sebagai pembeli atau konsumen dan faktor-faktor lainnya. Sehingga, diperlukan pengelolaan yang efektif untuk dapat bertahan dalam situasi persaingan yang ketat.

Terutama sektor kesehatan menjadi sektor yang mengalami perubahan yang fluktuatif setiap tahunnya. Dikutip dari portal berita Antaranews.com menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa sektor jasa kesehatan menjadi salah satu sektor yang dapat menopang perekonomian Indonesia yang mengalami kontraksi pada tahun 2020. Dibuktikan dengan data BPS sektor jasa kesehatan dan kegiatan sosial, tercatat tumbuh 11,6% pada 2020 dibanding 2019 sebesar 8,69% karena adanya pencairan pembayaran Covid-19 untuk tenaga kesehatan, selain itu juga didukung peningkatan pendapatan rumah sakit, klinik dan laboratorium kesehatan untuk pelayanan Covid-19. Seperti yang tercantum dalam pada Gambar 1.1 berikut ini:



Sumber: Diolah dari data Badan Pusat Statistik (BPS) www.bps.go.id

Gambar 1.1

Pertumbuhan Sektor Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial tahun 2015-2020.

Data diatas menunjukkan bahwa sektor jasa kesehatan dan kegiatan sosial berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2015 bertumbuh sebesar 6,70%, tahun 2016 mengalami penurunan menjadi 5,20%, tahun 2017 mengalami peningkatan menjadi 6,80%, tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 7,20%, tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi 8,69%, tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 11,60%. Hal ini menjadi bukti bahwa sektor kesehatan menjadi sektor yang terus mengalami peningkatan selama tahun 2016-2020. Adapun dikutip dari Forbil.id, menyatakan bahwa Indonesia mengalami peningkatan dalam penjualan obat generik di pasar dalam negeri serta unggul dalam penjualan obat-obatan bebas (*OTC-over counter medicine*) terbesar di Asia Tenggara, dengan 40% penjualan berasal dari Indonesia. Subsektor farmasi ini pun menjadi salah satu faktor yang membuat sektor kesehatan menjadi sektor yang menjanjikan di masa depan untuk dapat meningkatkan lingkup penjualan produk-

produk kesehatan, alat kesehatan maupun jasa/layanan kesehatan masyarakat seiring dengan pertumbuhan industri kesehatan Indonesia.

Sejalan dengan uraian di atas, penelitian yang akan dilakukan ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang relevan, antara lain sebagai berikut:

1. Andi Asdani, Atika Syuliswati dan Bakhrudin (2020) dengan judul “Pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat Berpendapatan Rendah (MBR) di Kota Malang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh terhadap pendapatan apabila modal kerja digunakan sepenuhnya untuk usaha.
2. Andi Patiware (2019) dengan judul “Pengaruh Modal Kerja, Pinjaman dan Simpanan terhadap Pendapatan Usaha di Pasar Rakyat Sentral Sungguminasa”. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh modal kerja terhadap pendapatan usaha.
3. Aruna Panda (2012) dengan judul “*The status of working capital and its relationship with sales: An empirical investigation of Andhra Pradesh Paper Mills Ltd (India)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan terdapat pengaruh kuat dan signifikan terkait dengan modal kerja bruto, sedangkan untuk modal kerja bersih tidak berpengaruh signifikan, lemah, dan tidak terkait dengan perusahaan yang diteliti.
4. Asad Ullah, Muhammad Khushnood, dan Hafizullah (2019) dengan judul “*Working Capital and Fixed Investment Effect on Sales Growth in SAARC Countries’ SMEs*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara *working capital* yang sumber dananya dari bank dengan pertumbuhan penjualan, sementara hubungan negatif antara *working capital*

yang sumber dananya keuangan teman dan keluarga dengan pertumbuhan penjualan.

5. Ayu Dwi Lestari (2018) dengan judul “Pengaruh Modal Kerja dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Rebana di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan modal kerja terhadap pendapatan.
6. Dicky Maulana Zulkarnaen (2020) dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT Amarta Honda Motor”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.
7. Dumadi dan Veronika Hutapea (2021) dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi, Harga dan Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap omzet penjualan. Secara simultan biaya promosi berpengaruh terhadap omzet penjualan .
8. Erlina Yunitasari Widyamukti dan B.Junianto Wibowo (2018) dengan judul “Pengaruh Modal Kerja terhadap Penjualan dan Laba Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan dengan tingkat signifikan variabel independen modal kerja bersih berpengaruh terhadap penjualan.
9. Hadi Noviono dan Dyah Pelitawati (2019) dengan judul “Pengaruh Modal Kerja, Pendidikan dan Teknologi terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Sentra Industri Tas dan Koper Tanggulangin”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial modal kerja tidak

berpengaruh terhadap pendapatan. Namun, secara simultan modal kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada objek yang diteliti.

10. I Gede Eka Sanjaya Putra, Gede Putu Agus Jana Susila, dan Ni Nyoman Yulianthini (2016) dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan baik secara parsial maupun secara simultan.
11. I Komang Adi Wirawan, Ketut Sudibia dan Ida Bagus Putu Purbadharmaja (2015) dengan judul “Pengaruh Bantuan Dana Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Sektor Industri di Kota Denpasar”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, akan tetapi secara tidak langsung modal kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.
12. Karina Sri Rezeki dan Sri Rahayu (2018) dengan judul “Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Suatu Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2016)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan baik secara parsial maupun simultan.
13. Made Adi Armana, I Ketut Kirya dan I Wayan Suwendra (2015) dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Hotel Damai di Singaraja Tahun 2013”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap pendapatan baik secara parsial maupun secara simultan.

14. Ni Putu Sudarsani (2019) dengan judul “Pengaruh Modal Kerja dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Tanaman Hias di Desa Petiga Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal kerja berpengaruh dan signifikan baik secara parsial maupun simultan.
15. R.O. Salawu dan J. A. Alao (2014) dengan judul “*Determinants of Working Capital Management: Case of Nigeria Manufacturing Firms*”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan modal kerja dengan pertumbuhan penjualan pada perusahaan manufaktur di Nigeria.
16. Ria Saryati, Wella Sandria dan Sesarria Yuvanda (2020) dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Toko Rilexindo *Auto Accessories*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.
17. Saefudin Zuhdi, Morita dan Rini Syarif (2016) dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi dan Tingkat Harga Terhadap Tingkat Omset Penjualan Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap omset penjualan baik secara parsial dan secara simultan.
18. Setyaningsih Sri Utami dan Edi Wibowo (2013) dengan judul “Pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Klithikan Notoharjo Surakarta.
19. Silva Anne Rupaida dan Deden Edwar Yokeu Bernardin (2016) dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT

Ultrajaya Milk Industry Tbk”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi tidak berpengaruh terhadap penjualan.

20. Ugeng Budi Haryoko dan Punguan Sinaga (2019) dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Kasus Pada Agen Anugrah Mandiri Jakarta)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan baik secara parsial maupun secara simultan.
21. Valter Afonso Viera dan Luis Fernando Camilo (2014) dengan judul “*An Analysis of The Effect of Promotion and Shelf Position on Store Revenue*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *promotion had a significant impact on store revenue*.
22. Yunias Insan Nugroho (2017) dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada PT Unilever Indonesia Tbk”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap penjualan. Secara simultan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.
23. Zdeněk Motlíček dan Dana Martinovičová (2014) dengan judul “*Impact Of Working Capital Management On Sales Of Enterprises Focusing On The Manufacture Of Machinery And Equipment In The Czech Republic*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang kuat antara modal kerja terhadap penjualan perusahaan.

Untuk lebih jelas penulis sajikan persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis pada tabel 1.3 berikut ini:

Tabel 1.3

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(5)	(7)
1.	Andi Asdani, Atika Syuliswati dan Bakhrudin (2020)	Pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan Masyarakat Berpendapatan Rendah (MBR) di Kota Malang.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Modal Kerja. • Variabel Dependen: Pendapatan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian. • Penulis gunakan 2 (dua) variabel. • Alat analisis regresi linear sederhana. • Cara pengumpulan data. 	Modal kerja berpengaruh terhadap pendapatan apabila modal kerja digunakan sepenuhnya untuk usaha.	Jurnal Administrasi dan Bisnis, Polinema Malang, Volume 14, Nomor 2, Tahun 2020, Hal 100-106, P-ISSN: 1987-726X, E-ISSN: 1987-726.
2.	Andi Patiware (2019)	Pengaruh Modal Kerja, Pinjaman dan Simpanan terhadap Pendapatan Usaha di Pasar Rakyat Sentral Sungguminasa.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Modal Kerja. • Variabel Dependen: Pendapatan usaha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Pinjaman dan Simpanan. • Tempat penelitian. • Penulis gunakan 4 (empat) variabel. • Cara pengumpulan data. • Cara pengolahan data. 	Modal kerja berpengaruh terhadap pendapatan usaha.	<i>Tangible Journal</i> , STIEM Bongaya Makassar , Volume 4, Nomor 1, Tahun 2019, Hal 1-17, P-ISSN: 2528-3073, E-ISSN: 2656-4505.
3.	Aruna Panda (2012)	<i>The status of working capital and its relationship with sales: An empirical investigation of Andhra</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Working Capital. • Variabel Dependen: Sales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian. • Penulis gunakan 2 (dua) variabel. 	<i>The research showed that while there was an increase in sales positively,</i>	<i>International Journal of Commerce and Management, Department of Business Administratio</i>

	<i>Pradesh Paper Mills Ltd (India).</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Cara pengolahan data. • Cara pengumpulan data. 	<p><i>strongly, and significantly associated with an increase in gross working capital for both the company and the industry, its association with net working capital was negative, poorly related, weak, and insignificant for the company under study.</i></p>	<p><i>n, Berhampur University, Orissa, India, Volume 22, Nomor 1, Tahun 2012, Hal 36-52, E-ISSN: 1056-9219.</i></p>	
4.	Asad Ullah, Muhammad Khushnood, dan Hafizullah (2019)	<i>Working Capital and Fixed Investment Effect on Sales Growth in SAARC Countries' SMEs.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: <i>Working Capital.</i> • Variabel Dependen: <i>Sales.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: <i>Fixed Investment.</i> • Tempat penelitian. • Cara pengolahan data. • Cara pengumpulan data. 	<p><i>Results signify a positive link between bank financing use for working capital and sales growth while the negative link between friends and family finance and sales growth is observed.</i></p>	<p><i>Global Social Sciences Review (GSSR), Institute of Business Studies, Kohat University of Science & Technology, Kohat, KP, Pakistan. Volume IV, Nomor 1, Tahun 2019, Hal 129-136, P-ISSN: 2520-0348, E-ISSN: 2616-793X,</i></p>

						L-ISSN: 2616-793X.
5.	Ayu Dwi Lestari (2018)	Pengaruh Modal Kerja dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah Rebana di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Modal Kerja. • Variabel Dependen: Pendapatan usaha. • Alat analisis regresi linear berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Tenaga Kerja. • Tempat penelitian. • Cara pengumpulan data. 	Modal kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha.	Jurnal Manajerial, Universitas Muhammadiyah Gresik. Volume 4, Nomor 1, Tahun 2018, Hal 1-9 P-ISSN: 2354-8592, E-ISSN: 2621-5055.
6.	Dicky Maulana Zulkarnaen (2020)	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT Amarta Honda Motor.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. • Variabel Dependen: Penjualan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis regresi linear sederhana. • Penulis gunakan 2 (dua) variabel. • Tempat penelitian. • Cara pengumpulan data. 	Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.	Jurnal Parameter Universitas Mitra Karya, Volume 5, Nomor 3, Tahun 2020, Hal 26-37, P-ISSN: 1979-8865, E-ISSN: 2716-1676.
7.	Dumadi dan Veronika Hutapea (2021)	Pengaruh Biaya Produksi, Harga dan Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. • Variabel Dependen: Penjualan. • Alat analisis regresi linear berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Produksi dan Harga. • Tempat penelitian. • Penulis gunakan 4 (empat) variabel. • Cara pengumpulan data. 	Biaya promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap omzet penjualan. Secara simultan biaya promosi berpengaruh terhadap omzet penjualan.	<i>Journal of Accounting and Finance</i> (JACFIN) Universitas Muhadi Setiabudi, Volume 1, Nomor 2, Tahun 2021, Hal 36-45, E-ISSN: 2746-5624.

8.	Erlina Yunitasari Widyamukti dan B.Junianto Wibowo (2018)	Pengaruh Modal Kerja terhadap Penjualan dan Laba Perusahaan (Studi Kasus pada Sektor Food and Beverage yang terdaftar di BEI 2011-2014).	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Modal Kerja. • Variabel Dependen: Penjualan. • Indikator modal kerja bersih. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Dependen: Laba. • Tempat penelitian. • Alat analisis regresi linear sederhana. • Cara pengumpulan data. 	Modal kerja bersih berpengaruh signifikan terhadap penjualan.	<p>JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan, Universitas Katolik Soegijapranata, Volume 01, Nomor 01, Tahun 2018, Hal 57-68,</p> <p>E-ISSN: 2622-612X.</p>
9.	Hadi Noviono dan Dyah Pelitawati (2019)	Pengaruh Modal Kerja, Pendidikan dan Teknologi terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Sentra Industri Tas dan Koper Tanggulangin.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Modal Kerja. • Variabel Dependen: Pendapatan Usaha. • Alat analisis regresi linear berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Pendidikan dan Teknologi. • Tempat penelitian. • Penulis gunakan 4 (empat) variabel. • Cara pengumpulan data. 	Modal kerja secara parsial tidak berpengaruh terhadap pendapatan. Namun, secara simultan modal kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.	<p>Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Politik Untag Surabaya, Volume 5, Nomor 02, Tahun 2019, Hal 1-8 ,</p> <p>P-ISSN: 2443-1931,</p> <p>E-ISSN: 2722-1644.</p>
10.	I Gede Eka Sanjaya Putra, Gede Putu Agus Jana Susila, dan Ni Nyoman Yulianthini (2016)	Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. • Variabel Dependen: Penjualan. • Alat analisis regresi linear berganda, 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Produksi dan Biaya Distribusi. • Penulis gunakan 4 (empat) variabel. • Tempat penelitian. 	Biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan baik secara parsial maupun secara simultan,	<p><i>E-Journal</i> Manajemen Indonesia Universitas Pendidikan Ganesha, Volume 4, Nomor 1, Tahun 2016, Hal 1-8,</p> <p>E-ISSN: 2807-3894.</p>

				<ul style="list-style-type: none"> • Cara pengumpulan data. 		
11.	I Komang Adi Wirawan, Ketut Sudibia dan Ida Bagus Putu Purbadharma (2015)	Pengaruh Bantuan Dana Bergulir, Modal Kerja, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan Pelaku UMKM Sektor Industri di Kota Denpasar.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Modal Kerja. • Variabel Dependen: Pendapatan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Bantuan Dana Bergulir, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk. • Tempat penelitian. • Penulis gunakan 5 (lima) variabel. • Alat analisis <i>Path Analysis</i>. • Cara pengumpulan data. 	Modal kerja secara langsung berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, akan tetapi secara tidak langsung modal kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan.	E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Volume 4, Nomor 01, Tahun 2015, Hal 01-21, E-ISSN: 2337-3067.
12.	Karina Sri Rezeki dan Sri Rahayu (2018)	Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Suatu Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2016).	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. • Variabel Dependen: Penjualan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Distribusi. • Alat analisis regresi data panel. • Cara pengumpulan data. 	Biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan baik secara parsial maupun simultan.	<i>E-Proceeding of Management</i> Universitas Telkom, Volume 5, Nomor 2, Tahun 2018, Hal 2117-2124, E-ISSN: 2355-9357.
13.	Made Adi Armana, I Ketut Kirya, dan I Wayan	Pengaruh Biaya Promosi dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Tarif. • Tempat penelitian. 	Biaya promosi berpengaruh terhadap pendapatan baik secara	<i>E-Journal</i> Manajemen Indonesia Universitas Pendidikan Ganesha,

	Suwendra (2015)	Hotel Damai di Singaraja Tahun 2013.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Dependen: Pendapatan • Alat analisis regresi linear berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cara pengumpulan data. 	parsial maupun secara simultan.	Volume 3, Nomor 1, Tahun 2015, Hal 1-8, E-ISSN: 2807-3894.
14.	Ni Putu Sudarsani (2019)	Pengaruh Modal Kerja dan Lama Usaha terhadap Pendapatan Usaha Tanaman Hias di Desa Petiga Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Modal Kerja. • Variabel Dependen: Pendapatan Usaha. • Alat analisis regresi linear berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Lama Usaha. • Tempat penelitian. • Cara pengumpulan data. 	Modal kerja berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan.	Ganec Swara Jurnal Ilmiah Universitas Mahasaraswati Mataram, Volume 13, Nomor 2, Tahun 2019, Hal 280-287, P-ISSN: 1978-0125, E-ISSN: 2615-8116.
15.	R.O. Salawu dan J. A. Alao (2014)	<i>Determinants of Working Capital Management: Case of Nigeria Manufacturing Firms.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Working Capital. • Variabel Dependen: Sales Growth. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: size of the firm, gross domestic product, dan leverage. • Penulis gunakan 5 (lima) variabel. • Tempat penelitian. • Cara pengumpulan data. • Cara pengolahan data. 	<i>The significant factors determining working capital included sales growth.</i>	<i>Journal of Economics and Sustainable Development,</i> Volume 5, Nomor 14, Tahun 2014, Hal 49-56, P-ISSN: 2222-1700, E-ISSN: 2222-2855.
16.	Ria Saryati, Wella Sandria, dan Sesarria Yuvanda (2020)	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Toko Rilexindo Auto Accessories.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis regresi linear sederhana. • Penulis gunakan 2 (dua) variabel. 	Biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.	Jurnal Manajemen dan Sains Universitas Batanghari, Volume 5, Nomor 2,

			<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Dependen: Penjualan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian. • Cara pengumpulan data. 		Tahun 2020, Hal 185-191, P-ISSN: 2541-688X , E-ISSN: 2541-6243 .
17.	Saefudin Zuhdi, Morita dan Rini Syarif (2016)	Pengaruh Biaya Promosi dan Tingkat Harga Terhadap Tingkat Omset Penjualan Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. • Variabel Dependen: Penjualan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Tingkat Harga. • Alat analisis regresi linear sederhana. • Cara pengumpulan data. 	Biaya promosi tidak berpengaruh terhadap omset penjualan baik secara parsial dan secara simultan.	JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan STIE Kesatuan, Volume 4, Nomor 2, Tahun 2016, Hal 69-130, E-ISSN: 2337-7860 .
18.	Setyaningsih Sri Utami dan Edi Wibowo (2013)	Pengaruh Modal Kerja terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta).	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Modal Kerja. • Variabel Dependen: Pendapatan. • Alat analisis regresi linear berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Moderasi: Lama Usaha. • Tempat penelitian. • Cara pengumpulan data. 	Modal kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Klithikan Notoharjo Surakarta.	Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Volume 13, Nomor 2, Tahun 2013, Hal 171-180, P-ISSN: 1412-193X , E-ISSN: 2654-4016 .
19.	Silva Anne Rupaída dan Deden Edwar Yokeu Bernardin (2016)	Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT Ultrajaya Milk Industry Tbk.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. • Variabel Dependen: Penjualan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Produksi. • Tempat penelitian. • Cara pengumpulan data. 	Biaya promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualan.	EKSPANSI: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi POLBAN, Volume 8, Nomor 2,

			<ul style="list-style-type: none"> • Alat analisis regresi linear berganda. 			Tahun 2016, Hal 261-275, P-ISSN: 2085-5230, E-ISSN: 2580-7668.
20.	Ugeng Budi Haryoko dan Punguan Sinaga (2019)	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Penjualan (Studi Kasus Pada Agen Anugrah Mandiri Jakarta).	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. • Variabel Dependen: Penjualan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis gunakan 2 (dua) variabel. • Tempat penelitian. • Cara pengolahan data. • Cara pengumpulan data. 	Biaya promosi berpengaruh terhadap penjualan baik secara parsial maupun secara simultan.	Jurnal Pemasaran Kompetitif, Volume 2, Nomor 2, Tahun 2019, Hal 35-47, P-ISSN: 2598-0823, E-ISSN: 2598-2893.
21.	Valter Afonso Viera dan Luis Fernando Camilo (2014)	<i>An Analysis of The Effect of Promotion and Shelf Position on Store Revenue.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: <i>Promotion.</i> • Variabel Dependen: <i>Revenue.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis gunakan 2 (dua) variabel. • Tempat penelitian. • Cara pengolahan data. • Cara pengumpulan data. 	<i>Promotion had a significant impact on store revenue.</i>	<i>Brazilian Business Review (BBR) International</i> , Volume 11, Nomor 4, Tahun 2014, E-ISSN: 1808-2386.
22.	Yunias Insan Nugroho (2017)	Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan Pada PT Unilever Indonesia, Tbk.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Promosi. • Variabel Dependen: Penjualan. • Alat analisis regresi linear berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Biaya Distribusi. • Tempat penelitian. • Cara pengumpulan data. 	Biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap penjualan. Secara simultan biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan.	Buletin Bisnis dan Manajemen (BBM) Universitas Diponegoro, Volume 3, Nomor 2, Tahun 2017, Hal 26-40, P-ISSN: 2656-6028, E-ISSN: 2442-885X.

23.	Zdeněk Motlíček dan Dana Martinovičová (2014)	<i>Impact Of Working Capital Management On Sales Of Enterprises Focusing On The Manufacture Of Machinery And Equipment In The Czech Republic.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: <i>Working Capital.</i> • Variabel Dependen: <i>Sales.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat penelitian. • Penulis gunakan 2 (dua) variabel. • Cara pengumpulan data. • Cara pengolahan data. 	<i>The results indicate a relatively strong positive correlation of these variables or their individual components between working capital and company's sales.</i>	<i>Journal Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis, Department of Business Economics, Mendel University in Brno, Zemědělská 1, 61300 Brno, Czech Republic, Volume 62, Nomor 4, Tahun 2014, Hal 677-684,</i> E-ISSN: 1211-8516.
-----	---	---	--	--	---	---

Tuti Alawiyah (2021) 173403135

Pengaruh Modal Kerja dan Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Penjualan (Survei Pada Perusahaan Sektor Kesehatan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2020).

Sehubungan dengan uraian latar belakang serta penelitian relevan yang sudah dijelaskan, maka penulis mengambil judul penelitian “**Pengaruh Modal Kerja dan Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Penjualan.**” (Survei Pada Perusahaan Sektor Kesehatan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2020).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana modal kerja, biaya promosi, dan pendapatan penjualan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
2. Bagaimana pengaruh modal kerja dan biaya promosi secara parsial terhadap pendapatan penjualan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?
3. Bagaimana pengaruh modal kerja dan biaya promosi secara simultan terhadap pendapatan penjualan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana modal kerja, biaya promosi, dan pendapatan penjualan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2020.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh modal kerja dan biaya promosi terhadap pendapatan penjualan secara parsial pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh modal kerja dan biaya promosi terhadap pendapatan penjualan secara simultan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi pihak-pihak berikut ini, diantaranya:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Siliwangi, dan juga menambah pengalaman serta pengetahuan yang didapatkan selama mengikuti perkuliahan seputar akuntansi biaya tentang sumber dan penggunaan modal kerja, akuntansi pemasaran tentang strategi pemasaran produk perusahaan dengan metode promosi dan pelaporan akuntansi tentang analisis hasil dari penjualan produk perusahaan yaitu adanya akun pendapatan penjualan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam mengelola keuangan perusahaan yang terkait dengan modal kerja, strategi pemasaran dengan promosi dan pendapatan penjualan. Diharapkan juga dapat memberi informasi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan aktivitas perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi, bahan referensi, dan menambah pengetahuan bagi pembaca atau peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkenaan dengan masalah yang diteliti, penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan sektor kesehatan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2016-2020 dan data laporan keuangan yang diakses melalui *website* resmi Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id, dan *website* resmi masing-masing perusahaan yang penulis teliti.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan mulai Oktober 2020 sampai Agustus 2022. Kegiatan penelitian ini diawali dengan tahap persiapan penelitian, tahap pelaksanaan penelitian, dan tahap pelaporan penelitian sampai sidang komprehensif. Adapun rincian waktu penelitian ini akan dilakukan dengan jadwal penelitian yang telah disajikan dalam tabel (lampiran 10).