

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pandangan hidup (*worldview*) merupakan suatu hal yang menunjang keberlangsungan hidup seorang manusia di dunia. Pandangan hidup ini dapat menjadi pedoman atau petunjuk hidup seseorang dalam mencapai tujuannya. Secara analogis, pandangan hidup (*worldview*) seperti lensa, dan melalui lensa tersebut manusia memandang dunia dan memahami posisinya dalam hierarki ciptaan Tuhan. Di sisi lain, perspektif *worldview* sejatinya melibatkan jauh lebih dari sekedar seperangkat keyakinan intelektual. Melainkan melibatkan pula konsep dasar dari sistem keyakinan itu sendiri, yang terdiri dari jaringan ide yang saling berhubungan dan membentuk satu kesatuan yang utuh.<sup>1</sup>

Manajemen dalam pandangan Islam mengandung pengertian segala sesuatu harus dilakukan secara baik, teratur, tertib, rapi, dan benar. Tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal tersebut sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah SAW dalam sabdanya: “*Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang yang jika melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan secara itqan (baik, teratur, tertib, rapi, benar, jelas dan tuntas)*” (H.R. Taberani).<sup>2</sup> Islam sebagai agama di dalamnya mengandung konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal, baik dalam hubungan dengan Sang Pencipta (*habluminAllah*) maupun dalam hubungan sesama manusia (*hablumminannas*). Ada tiga pilar pokok dalam ajaran Islam, pertama, aqidah yaitu komponen ajaran Islam yang mengatur tentang keyakinan atas keberadaan dan kekuasaan Allah. Kedua syariah, yaitu komponen ajaran Islam yang mengatur tentang kehidupan seorang muslim, baik dalam bidang ibadah (*habluminAllah*) maupun dalam bidang muamalah (*hablumminannas*) yang merupakan aktualisasi dari aqidah

---

<sup>1</sup> Azharsyah Ibrahim and others, *Pengantar Ekonomi Islam*, Pertama (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021). 2

<sup>2</sup> M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, ed. by Budi Rahmat Hakim, Pertama (Banjarmasin: Aswaja Pressindo, 2014). 2

yang menjadi keyakinannya. Ketiga akhlaq, yaitu landasan perilaku dan kepribadian yang akan mencirikan dirinya sebagai seorang muslim yang taat berdasarkan syariah.<sup>3</sup>

Mutu memainkan peranan penting dalam persaingan global. Perhatian terhadap mutu dapat dengan sendirinya menjadi sumber penting dalam persaingan. Namun karena mutu merupakan sesuatu yang relatif, organisasi harus terus menerus meningkatkan mutu. Russel (1996) mengemukakan enam arti penting mutu bagi sebuah organisasi/perusahaan, yang pertama yaitu reputasi perusahaan perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan produk atau layanan yang bermutu akan meningkatkan reputasinya sebagai organisasi yang mengedepankan mutu. Sehingga, organisasi tersebut akan semakin dikenal oleh masyarakat atau pelanggan dan mendapatkan nilai lebih di mata masyarakat, yang pada akhirnya akan semakin memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Kedua, berkaitan dengan penurunan harga dimana paradigma lama tentang mutu beranggapan bahwa untuk menghasilkan produk yang berkualitas dibutuhkan biaya yang banyak. Ketiga yaitu peningkatan pangsa pasar, pangsa pasar akan meningkat bila biaya bisa diminimalkan, karena organisasi atau perusahaan dapat menekan harga, walaupun mutu tetap menjadi utama. Keempat yaitu pertanggung jawaban produk, dalam pertanggung jawaban produk, semakin meningkatnya persaingan mutu produk atau layanan yang dihasilkan, menuntut organisasi untuk semakin bertanggung jawab terhadap desain, proses, dan pendistribusian produk tersebut guna memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.<sup>4</sup>

PT Shung Shin Advance Indonesia mempunyai beberapa kendala yakni banyaknya return yang sangat merugikan perusahaan, sebenarnya proses produksi sudah berjalan dengan lancar hingga sebelum pengiriman pun barang harus sudah harus lulus *quality control* (QC), akan tetapi meski barang

---

<sup>3</sup> Madziatul Churiyah, *Mengenal Ekonomi Syariah*, ed. by Setiyono Wahyudi, *Surya Pena Gemilang* (Malang: Surya Pena Gemilang, 2011). 1

<sup>4</sup> Jamaluddin, *Manajemen Mutu Teori Dan Aplikasi Pada Lembaga Pendidikan*, ed. by Kasful Anwar, Pertama (Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017) <<https://doi.org/10.32493/abmas.v1i2.p42-55.y2020>>. 8-9

yang sudah memenuhi standar ternyata sesampai di perusahaan yang dituju masih saja terjadi return. Hal ini terjadi karena proses pengiriman yang bermasalah. Sebenarnya ada beberapa faktor yang mempengaruhi, diantaranya adalah proses pengiriman yang dilakukan, dimulai dari penataan barang yang dimasukkan ke dalam truk yang penataannya terlalu tinggi, hingga stok lama yang belum dikirim yang mempengaruhi kualitas produk. Itu semua menjadikan barang yang semula sudah lolos standar perusahaan menjadikan barang return, karena harus dicek ulang terlebih dahulu hingga ada beberapa yang bahkan tidak bisa diperbaiki, yang sangat merugikan perusahaan, karena biaya bahan baku yang tidak murah. disisi lain juga mempengaruhi volume penjualan perusahaan yang bisa menurun karena produk yang kualitasnya turun. Fenomena atau peristiwa pada perusahaan ini menjadi acuan bagi peneliti dalam mengangkat judul penelitian terkait pengendalian proses produksi.<sup>5</sup>

Manajemen yang efisien dari suatu organisasi dicapai dengan menggunakan model yang berbeda. Salah satunya adalah sistem manajemen mutu. Dengan manajemen mutu sistem kami memahami "struktur, prosedur, proses dan sumber daya yang diperlukan lainnya yang diperlukan untuk penerapan manajemen mutu. Sebuah sistem mutu tidak dapat dipisahkan dari norma-norma dan standar internasional (standar) mutu. Standar adalah formalisasi prinsip-prinsip dasar mutu manajemen Semakin banyak entitas (tidak hanya bisnis terkait) berusaha untuk menyesuaikan sistem Mutunya sendiri dengan persyaratan, terutama, dari standar ISO 9000.<sup>6</sup>

Manajemen yang tepat dan efektif dapat menjamin keberhasilan usaha baik yang bersifat ekonomi maupun yang non ekonomi. Manajemen yang bersifat ekonomi berkaitan dengan usaha untuk mencapai sasaran tertentu, misalnya efisiensi. Jika tujuan efisiensi ini ingin dicapai maka harus menggunakan sumber-sumber daya yang tersedia dengan cara

---

<sup>5</sup> Abdul Muhlis Ardianto, Observasi Kasus PT. Shung Shin Advance Indonesia Jepara, Senin 12 Desember, 09.00 Wib, 2022.

<sup>6</sup> Rini Wahyuni Siregar and others, *Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*, ed. by Syafaruddin and Makmur Syukur, Pertama (Medan: CV. Puskidra Mitra Jaya, 2022). 6

yang efektif dan efisien pula.<sup>7</sup> Dalam dunia bisnis, sering terdapat anggapan bahwa bisnis hanyalah tempat untuk menghasilkan uang dan sumber kekayaan lainnya. Sering kali terjadi persaingan yang tidak sehat antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya demi meraih keuntungan sebanyak-banyaknya, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaan, dan pemasarannya.<sup>8</sup>

Manajemen merupakan bagian integral dari kehidupan berorganisasi dan sangat penting di semua jenis organisasi atau perusahaan. Manajemen sangat penting untuk kehidupan yang terorganisir dan diperlukan untuk menjalankan semua jenis organisasi. Mengelola berarti menyelesaikan sesuatu untuk mencapai tujuan hidup dan mengelola organisasi berarti menyelesaikan sesuatu dengan dan melalui orang lain untuk mencapai tujuannya. Sementara itu manajemen juga berfungsi sangat besar bagi sebagian besar posisi dan departemen dalam bisnis. Karena masing-masing akan diberi tugas khusus berdasarkan pengetahuan, keahlian, atau kebutuhan tertentu dan manajer dapat memiliki serangkaian tanggung jawab yang lebih luas serta lebih kompleks untuk mengelolanya.<sup>9</sup>

Dalam bisnis memiliki tingkatan atau level bisnis termasuk juga didalamnya partisipasi dalam bisnis. Berikut ini adalah beberapa partisipasi bisnis secara umum, antara lain yaitu tingkat partisipasi bisnis domestik atau lokal, dimana Tingkat partisipasi bisnis lokal adalah suatu unit bisnis yang tingkat operasional dan pangsa pasarnya berada dalam suatu wilayah, tanpa melewati batas negara atau luar kota. Selanjutnya yaitu tingkat partisipasi perusahaan internasional, tingkat partisipasi perusahaan internasional adalah suatu unit bisnis yang sudah memperluas produksi dan pemasaran produk maupun jasanya ke luar negeri. Tingkat

---

<sup>7</sup> Abdul Rahman Rahim and Muhammad Rusydi, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW*, Pertama (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016). 1

<sup>8</sup> Novita Putri Diantanti and others, *Pengantar Bisnis Islam Tinjauan Teori Dan Praktis*, ed. by Aas Masruroh, Pertama (Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG (Grup CV. Widina Media Utama), 2021). 1

<sup>9</sup> Ni Kadek Suryani and others, *Pengantar Manajemen Dan Bisnis*, Pertama (Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG, 2021). 8

partisipasi perusahaan multinasional, Tingkat partisipasi perusahaan multinasional yaitu perusahaan yang memiliki beberapa pabrik di negara-negara yang berbeda. Dan tingkat yang terakhir yaitu tingkat partisipasi perusahaan global, yang mana Tingkat partisipasi perusahaan global adalah unit bisnis yang memiliki kantor pusat di banyak negara lain dengan sistem pengambilan keputusan desentralisasi.<sup>10</sup>

PT Shung Shin Advance Indonesia berdiri pada tahun 2015, pembangunan sendiri sampai dua tahun pembangunan hingga pada tahun 2017 baru bisa berjalan atau beroperasi. PT Shung Shin Advance Indonesia terletak di JL. Raya Mayong-Pancur No. KM. 1, RT 005/ RW 003, Singorojo Kecamatan Mayong Jepara Kabupaten Jepara, Jawa Tengah, dulunya sebelum berdiri PT Shung Shin Advance Indonesia di Singorojo Mayong Jepara, itu dulunya adalah persawahan milik warga desa setempat, yang dulu mayoritasnya adalah petani.

PT. Shungshin sendiri memproduksi outsole sepatu dan juga sandal, PT Shungsin berkerja sama dengan beberapa PT yang ada di Jepara seperti PT Park Word Jepara dan juga PT Hwaseung Indonesia, dan untuk sandal, PT Shung Shin Advance Indonesia bekerja sama dengan perusahaan luar negeri, biasanya ekspor ke perusahaan luar negeri untuk sandal. Jadi sistem kerja sama yang dijalankannya adalah PT. Shung Shin Advance Indonesia cuman memproduksi, tetapi ada beberapa PT. yang menyediakan bahan baku kompon untuk di produksi, seperti PT. Hwaseung Indonesia. Pada tahun 2018 karyawan di PT. Shung Shin Advance Indonesia hanya berkisar 1000 karyawan, namun pada tahun 2022 ini PT. Shungshin Indonesia memiliki karyawan 2000 lebih, tetapi karena sistem karyawan di PT. Shung Shin Advance Indonesia adalah kontrak jadi karena pasar ekonomi dunia menurun, jadi sekarang ada pengurangan karyawan hampir 50%, hal itu karena dampak dari penurunan pasar ekonomi dunia menurun saat ini.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Rasmulia Sembiring, *Pengantar Bisnis*, ed. by Lilis Sulastri (Bandung: La Good's Publishing, 2014). 7

<sup>11</sup> Abdul Muhlis Ardiyanto, Observasi pada PT. Shung Shin Advance Indonesia, Senin 12 Desember, 09.00 Wib, 2022.

Operasi atau produksi adalah proses untuk menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Manajemen operasi adalah pengaturan fungsi-fungsi produksi yang dapat memberikan nilai tambah dari material yang diproses menjadi produk atau jasa. Memproses input menjadi output untuk perusahaan manufaktur dan jasa sangat berbeda. Produk yang dihasilkan untuk industri manufaktur bisa dilihat dengan nyata. Sedangkan untuk industri jasa tidak nampak jelas. Akan tetapi, ukuran kualitas bisa sama antara industri manufaktur dan jasa. Jika produk atau jasa yang dihasilkan dapat melebihi dari harapan pengguna maka dapat dinyatakan bahwa produk dan jasa tersebut berkualitas. Sebagai ilustrasi, konsumen membeli televisi dan dia merasa puas bahkan produk yang dibeli melebihi dari harapannya maka televisi tersebut berkualitas. Metode perbaikan terkait dengan manajemen operasi terus dilakukan. Heizer & Render (2005), menjelaskan pentingnya mempelajari manajemen operasi karena empat alasan. Adapun alasan yang pertama yaitu manajemen operasi adalah satu dari tiga fungsi utama sebuah organisasi dan secara utuh berhubungan dengan semua fungsi bisnis lainnya. Yang kedua yaitu mempelajari manajemen operasi karena kita ingin mengetahui bagaimana barang dan jasa diproduksi. Fungsi produksi adalah bagian dari masyarakat yang menciptakan produk yang kita gunakan. Ketiga, mempelajari manajemen operasi untuk memahami apa yang dikerjakan oleh manajer operasi. Dan yang keempat yaitu mempelajari manajemen operasi karena bagian ini merupakan bagian yang paling banyak mengeluarkan biaya dalam sebuah organisasi.<sup>12</sup>

Seiring dengan perkembangan dan perekonomian di Indonesia, perusahaan-perusahaan besar di Indonesia semakin dituntut untuk dapat mengembangkan perusahaannya. Perusahaan-perusahaan besar lainnya juga turut bersaing dalam membangun bisnis mereka. Tidak hanya itu, perusahaan-perusahaan di Indonesia juga semakin lama semakin banyak sehingga persaingan antar perusahaan jadi meningkat. Untuk mencapai suatu keberhasilan suatu

---

<sup>12</sup> Hari Purnomo, *Manajemen Operasional* (Yogyakarta: CV. SIGMA, 2017). 2-3

perusahaan adalah dengan cara memenuhi kepuasan kebutuhan konsumen agar konsumen tertarik akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, dan membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Oleh karena itu, untuk dapat mempertahankan perusahaan dalam kondisi seperti ini, salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan dengan harga yang terjangkau yang dapat bersaing dengan perusahaan lain, agar perusahaan bisa bertahan di kondisi seperti ini.<sup>13</sup>

Market atau pasar merupakan tempat di mana organisasi menyebarluaskan (memasarkan) produk atau jasa yang dihasilkannya. Penguasaan pasar dalam arti sasaran penyebaran hasil produksi merupakan faktor menentukan dalam perusahaan. Besar kecilnya pasar atau jangkauan ketersebaran pasar akan mempengaruhi tingkat kesuksesan organisasi dalam penjualan yang berdampak pada tingkat keuntungan usaha. Agar pasar dapat dikuasai maka kualitas, kuantitas dan harga harus sesuai dengan jangkauan dan daya beli konsumen sehingga jumlah produksi yang dihasilkan dapat diserap pasar secepatnya.<sup>14</sup>

Menurut (Soemohadiwidjojo, 2017), volume produksi (production volume) adalah jumlah produk yang diproduksi bisa berbeda dengan volume penjualan. Jika perusahaan industri melakukan produksi sesuai dengan pesanan konsumen, bisa jadi volume produksi sama dengan volume penjualan. Namun, ada kemungkinan perusahaan industri membutuhkan stok produk yang bisa setiap saat dijual kepada konsumen, volume produksi biasanya lebih tinggi dibanding volume penjualan.<sup>15</sup> Penjualan menjadi kunci dalam menentukan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnis dari produk yang dihasilkan. Dengan adanya penjualan yang terealisasi dengan baik dan dapat mencapai target yang direncanakan, akan dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana

---

<sup>13</sup> Vin Sen and others, 'Analisis Pengendalian Biaya Kualitas Dalam Menunjang Efektifitas Produksi Pada PT Galatta Lestarindo', *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 6 (2022). 422

<sup>14</sup> Suryani and others. 5

<sup>15</sup> Sen and others.433

penjualan atau para penjual. Dalam hal ini perlu adanya kerja sama yang rapi diantara fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian produksi yang membuat produk, bagian keuangan yang menyediakan dana, bagian personalia yang menyediakan tenaganya, bagian promosi yang mengenalkan produk kepada konsumen dan sebagainya. Volume penjualan perusahaan dari waktu ke waktu pada umumnya tidaklah tetap, tetapi selalu naik turun. Untuk itulah perusahaan selalu berupaya agar volume penjualan perusahaan tetap naik dengan menerapkan berbagai strategi yang salah satunya yaitu penerapan pengawasan mutu atau kualitas bahan baku. sampai pada produk akhir dan disesuaikan dengan standar yang ditetapkan.<sup>16</sup> Dalam persaingan bisnis merupakan hal yang wajar terjadi dan tidak dapat dihindari dalam kompetisi pasar. Dengan perselisihan ini konsumen dapat mempertimbangkan dalam membeli produk seperti dari segi perselisihan harga jual. Perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi-strategi yang unggul dengan tujuan perusahaan mencapai competitive advantage. Kotler & Amstrong keunggulan para pesaing yang berkompetisi menawarkan produk yang memiliki keunggulan lebih dari yang lain kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau memberikan banyak manfaat dengan menetapkan harga yang lebih tinggi.<sup>17</sup>

Penelitian terdahulu juga sudah cukup banyak dengan beragam variable dan objek penelitian, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh oleh Suarni Norawati dan Zulher yang berjudul “ Analisis pengendalian mutu produk roti manis dengan metode Stastical proses control (SPC) pada Kampar bakery bangkinang“ diketahui bahwa tingkat kerusakan produk pada Kampar Bakery masih dalam batas kendali dan masih tergolong stabil, namun untuk mencapai mutu proses produksi yang baik Kampar Bakery perlu terus melakukan

---

<sup>16</sup> Catur Baskoro Wibandono, ‘Analisis Penerapan Pengawasan Mutu Dan Bahan Baku Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Berlian Unggas Sakti Medan’ (UNIVERSITAS DHARMAWANGSA, 2019). 11-12

<sup>17</sup> Dwi Nuryanti, ‘Analisis Strategi Diversifikasi Varian Rasa Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Studi Kasus Pada UD Sirup Cap Manggis Al Qudsy Ngembal Kulon Kudus’ (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KUDUS, 2021). 1

proses perbaikan terhadap proses produksinya agar dapat meminimalkan kerusakan produk<sup>18</sup>. Penelitian lain juga dilakukan oleh Hermelia dan Defi Edriana yang berjudul “Analisis pengaruh biaya mutu terhadap penjualan produk, (study kasus pusat oleh-oleh minang di kota padang) diketahui mempengaruhi pengaruh kearah yang positif diketahui bahwa pengaruh biaya pencegahan, biaya kegagalan dapat meningkatkan hasil penjualan dan dapat keuntungan pula bagi perusahaan.<sup>19</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Lilik Setiawan dan Ida Martini Alriani yang berjudul “Analisis pengendalian proses produksi dengan metode statistical quality control pada PT Etswind Mandiri Semarang” justru berdampak negative karena dilihat dari segi material, operator produksi yang kurang teliti dan mesin yang kurang mumpuni sehingga menghasilkan produk yang kurang berkualitas.<sup>20</sup> Adapun juga penelitian yang dilakukan supriyadi yang berjudul “Analisis mutu produk dalam rangka pencapaian volume penjualan di PT Pardic jaya chemicals bawasannya mutu produk begitu menunjang dalam rangka pencain volume penjualan yang begitu signifikan.<sup>21</sup> Terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Jenji, Heni Nastiti, dan Rosali yang berjudul Analisis pengendalian kualitas produk tahu di pondok labu Jakarta Selatan yang juga membahas tentang pengendalian kualitas produksi.<sup>22</sup>

Adapun hal yang berbeda pada penelitian ini yaitu mengenai variable serta objek yang dijadikan penelitian.

---

<sup>18</sup> Suarni norawati & Zulher, “Analisis Pengendalian Mutu Produk Roti Manis Dengan Metode Statistical Proscsess acaontrol (SPC) Pada Kampar Bakery Bangkinang”, *jurnal Ekonomi* 4, no. 2 (2019). 105-106

<sup>19</sup> Harmelia and Devi Edriani, ‘Analisis Pengaruh Biaya Mutu Terhadap Penjualan Produk (Studi Kasus: Pusat Oleh-Oleh Minang Di Kota Padang)’, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 21.2 (2019). 185

<sup>20</sup> Lilik Setiawan and Ida Martini Alriani, ‘Analisis Pengendalian Proses Produksi Dengan Metode Statisticsl Quality Control Pada PT. Estwind Mandiri Semarang’, *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 27.44 (2018). 26-27

<sup>21</sup> Supriyadi, ‘Analisis Mutu Produk Dalam Rangka Pencapaian Volume Penjualan Di PT. Pardic Jaya Chemicals’, *Jurnal Mozaik*, 4.2 (2017). 161

<sup>22</sup> G.A Jenji, Heni Nastiti, and Rosali C.S, ‘Analisis Pengendalian Kualitas Produk Tahu Di Pondok Labu Jakarta Selatan’, *Fakultas Ekonomi, UPN Veteran Jakarta*, 8.3 (2019), 87–105.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian dengan judul “ **Analisis Pengendalian Proses Produksi Dan Mutu Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT Shung Shin Advance Indonesia**”.

#### **B. Fokus Penelitian**

Kebanyakan perusahaan-perusahaan yang memprioritaskan profitabilitas dihadapkan pada kasus-kasus yang menjadi penghambat pencapaian penjualan ataupun tujuan yang telah direncanakan, baik penghambat jangka pendek maupun jangka panjang. Oleh karena itu, PT Shung Shin Advance Indonesia tentunya harus memiliki proses pengendalian produksi dan mutu produk yang harus berkompeten agar mendapatkan volume penjualan yang stabil yang nantinya penelitian ini fokus pada subjek studi PT Shung Shin Advance Indonesia untuk menghindari keluhan baik dari segi internal maupun eksternal perusahaan, Sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam menentukan produk yang berkualitas yang nantinya akan menjadi pemikat customer. pengendalian proses produksi dan mutu produk yang berkualitas yang nantinya menjadikan tolak ukur dalam penjualan jangka panjang maupun pendek pada PT Shung Shin Advance Indonesia, memahami berbagai aspek pelaksanaan produksi yang dapat menjadi fokus bagi PT Shung Shin Advance Indonesia.

#### **C. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah berkaitan dengan latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengendalian proses produksi pada PT Shung Shin Advance Indonesia?
2. Bagaimana upaya peningkatan mutu produk pada PT Shung Shin Advance Indonesia

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun penyusunan penelitian ini bertujuan, antara lain:

1. Untuk mengetahui pengendalian proses produksi pada PT Shung Shin Advance Indonesia.
2. Untuk mengetahui upaya peningkatan mutu produk pada PT Shung Shin Advance Indonesia.

## **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menciptakan nilai-nilai berharga bagi berbagai pihak yang berpartisipasi dalam penelitian ini, yaitu:

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan rujukan bagi Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN Kudus) jika melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengendalian proses produksi, mutu produk, dan peningkatan volume penjualan.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Untuk Peneliti**

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dalam bidang produksi dan volume. Serta hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan untuk studi-studi lanjutan pada bidang yang sama secara lebih mendalam.

#### **b. Untuk PT Shung Shin Advance Indonesia.**

Menyediakan data yang terkait dengan keberhasilan dalam meningkatkan proses produksi dan volume penjualan PT Shung Shin Advance Indonesia.

### **3. Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama, yaitu mengenai pengendalian proses produksi, mutu produk dan volume penjualan.

## **F. Sistematika Penulisan**

Susunan dalam penulisan penelitian ini diterapkan untuk memudahkan pendeskripsian terkait tentang sistematika dalam penelitian ini disajikan dalam struktur seperti ini:

### **1. Bagian Awal**

Bagian awal ini terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman pernyataan halaman motto, halaman persembahan, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman kata pengantar, abstrak dan daftar isi.

### **2. Bagian Isi**

Bagian isi terdiri beberapa bab, disajikan seperti dibawah ini:

- BAB I : Pendahuluan  
Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
- BAB II : Landasan Teori  
Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitian yakni definisi perusahaan, manajemen proses produksi, definisi manajemen mutu, oprasional, volume penjualan, analisis pengendalian proses produksi, serta hasil penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.
- BAB III : Metode Penelitian  
Pada bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitaian, *setting* penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data dan teknik analisis data.
- BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan  
Pada bab ini menguraikan tentang data penelitian yakni profil perusahaan, visi, misi dan tujuan perusahaan, kinerja pada segmen produksi PT Shung Shin Advance Indonesia, kualitas produski untuk meningkatkan volume penjualan PT Shung Shin Advance Indonesia, efektifitas pengendalian proses produksi dan mutu produk untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan agar tetap stabil. Selain itu juga menguraikan tentang analisis data yakni analisis pengendalian proses produksi, mutu produk untuk meningkatkan volume penjualan.

## BAB V

: Penutup

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang berisi mengenai hasil penelitian. Selain itu, juga terdapat saran-saran terkait penelitian.

