

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perusahaan

1. Pengertian Perusahaan

Menurut Mollengraf, perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, bertindak ke luar untuk memperoleh penghasilan, dengan cara memperdagangkan atau menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan. Menurut Polak, perusahaan adalah suatu usaha dapat dimasukkan dalam pengertian perusahaan harus mengadakan pembukuan, yaitu perhitungan mengenai laba dan rugi. Menurut CST Kansil, perusahaan adalah suatu pengertian ekonomi yang banyak dipakai dalam hukum dagang.¹

Perusahaan adalah salah satu pengertian ekonomi yang juga masuk ke dalam lapangan Hukum Perdata, khususnya Hukum Dagang. Melalui Staatblad 1938/276, istilah Perusahaan masuk ke dalam Hukum Dagang dengan menggantikan istilah pedagang dan perbuatan perdagangan.² Hakikat perusahaan adalah kumpulan manusia yang melakukan usaha tertentu. Berkumpulnya manusia dalam usaha disebabkan watak manusia untuk saling berkumpul sebab manusia adalah makhluk sosial dimana ada ekonomi di dalamnya. Tentang manusia sebagai makhluk sosial, Aristoteles menyebutnya dengan istilah *zoon politicon* sedangkan Ibn Khaldun menyebutnya sebagai *al-insan madaniyyun bii al-thabi'i*, Hans Kelsen menyebutkan "*man is a social and political being*".³

Sedangkan di dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan bahwa:

¹ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010, 7-8.

² R. Soekardono, *Hukum Dagang Indonesia*, Jilid I (Bagian Pertama), Jakarta : Dian Rakyat, 17.

³ Suryono Efendi, Drs Djoko Pratiknyo, and Ir Edi Sugiono, *Analisis Mutu Produk Dalam Rangka Pencapaian Volume Penjualan Di PT. Pradic Jaya Chemicals* (Jakarta: 2019). 1.

- 1) Perusahaan ialah setiap bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik orang perseorangan, milik persekutuan, atau milik badan hukum, baik milik swasta maupun milik Negara yang mempekerjakan pekerja atau buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.
- 2) Perusahaan adalah usaha-usaha sosial dan usaha-usaha lain yang mempunyai pengurus dan mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain. (undang-undang ketenagakerjaan 2003).⁴

2. Macam-Macam Perusahaan

Menurut Cindawati mengungkapkan bahwa perusahaan itu terdiri dari dua macam, yakni perusahaan swasta, dan perusahaan Negara, yaitu:

1) Perusahaan swasta

Perusahaan swasta ialah perusahaan yang modal seluruhnya dimiliki oleh swasta dan tidak ada campur tangan pemerintah. Adapun perusahaan swasta ialah sebagai berikut:

- a) Perusahaan swasta nasional
 - b) Perusahaan swasta asing
 - c) Perusahaan swasta campuran (*joint venture*)
- 2) Perusahaan Negara

Perusahaan Negara adalah perusahaan yang seluruh atau sebagian modalnya dimiliki oleh Negara Indonesia. Selain adanya berbagai perusahaan, juga terdapat bentuk-bentuk perusahaan. Bentuk perseroan atau persekutuan dapat berbentuk firma, perseroan terbatas, atau perseroan terbatas.⁵

3. Perusahaan Dalam Perspektif Islam

Manusia sebagai hamba Allah SWT, merupakan makhluk sosial yang selalu terlihat dalam wilayah pergaulan dengan manusia yang ada. Demikian pula dunia usaha tidak dapat melepaskan diri dari ruang publik. Rumah tangga industri (RTP) sebagai bagian dari dunia

⁴ Undang-Undang Ketenagakerjaan 2003 (UU No.13 Th. 2003), 4

⁵ Cindawati, *Hukum Dagang Dan Perkembangannya*, Pertama (Palembang: Putra Penuntun, 2014).39

usaha memiliki kedudukan di sektor publik, dan RTP harus menjaga hubungan baik, demi hukum, dengan individu sebagai unit publik. Dengan silaturahmi yang baik, maka terjalin silaturahmi sesama hablumminannas ditepi hablumminallah, yang akan berdampak pada peningkatan ketakwaan mukmin dalam mengelola bidang usaha. Perusahaan memproduksi produk dan jasa dan berusaha memperdagangkannya sebagai bagian dari bisnis sehari-hari perusahaan. Orang-orang menggunakan perangkat dan layanan ini dengan membelinya dalam bentuk membeli energi, alias saran yang efektif.⁶

B. Teori Produksi

Produksi tidak lepas dari proses produksi pada suatu perusahaan, karena proses produksi merupakan langkah atau tahapan dalam menghasilkan sebuah produk. Proses produksi merupakan salah satu aktifitas dalam kegiatan produksi yang didalamnya terdapat beberapa tahapan yaitu mengelolah bahan mentah menjadi bahan baku setengah jadi sampai pembuatan hasil akhir suatu produk. Proses produksi merupakan serangkaian langkah sistematis atau tahapan yang jelas dan dapat ditempuh berulang kali, untuk mencapai hasil yang diinginkan.⁷

Produksi merupakan serangkaian aktivitas yang menciptakan nilai (value) dalam pembuatan barang dan jasa melalui perubahan berbagai input menjadi output. sedangkan yang dimaksud dengan kegiatan produksi adalah kegiatan yang berkaitan dengan penciptaan barang dan jasa. Fungsi produksi didalam perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha manufaktur dapat dilihat dengan jelas yaitu melalui aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi.⁸

Produksi dan Operasi merupakan usaha- usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya (atau yang sering disebut faktor-faktor Produksi), tenaga

⁶ Buchari Alma and Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Pertama (Bandung: CV Alfabeta, 2009).118-119

⁷ Jusman and Rahman, 'Analisis Pengendalian Proses Produksi Perahu Pinisi Di Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba' (Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017).15

⁸ Heizer and Render, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Erlangga, 2011).345

kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah dan sebagainya dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa.⁹

1. Pengendalian Produksi

a. Pengertian Pengendalian Produksi

Menurut Agustina Eunike, pengendalian produksi dapat diartikan sebagai aktivitas mengendalikan material masuk dalam sistem produksi (baik bahan baku maupun bahan pembantu) mengalir dalam sistem produksi (menjadi komponen atau subassembly), dan keluar dari sistem produksi berupa produk jadi atau spare parts sehingga permintaan dapat dipenuhi dengan efektif dan efisien, tepat jumlah, tepat waktu penyerahan dan biaya produksi yang minimum. Pengendalian proses produksi adalah sebuah istilah yang digunakan dalam kegiatan pengelolaan eksekusi rencana operasional yang telah disusun. Pengendalian perlu dilaksanakan oleh setiap perusahaan, karena pengendalian sangat erat hubungannya dengan peningkatan kualitas.¹⁰

Pengendalian produksi adalah salah satu kegiatan utama dalam suatu system bisnis / industri, selain kegiatan keuangan dan pemasaran.¹¹ pengendalian produksi juga dapat merencanakan dasar-dasar daripada proses produksi dan aliran bahan, sehingga menghasilkan produk yang dibutuhkan pada waktunya dengan biaya yang seminimum mungkin dan mengatur serta menganalisa mengenai pengorganisasian dan pengkoordinasian bahan-bahan, mesin-mesin peralatan, tenaga manusia dan tindakan-tindakan lain yang dibutuhkan.¹²

⁹ Handoko and Hani, *Dasar-Dasar Manajemen Produksi Dan Operasi.*, Jilid 10 (Yogyakarta: BPF, 2016).3

¹⁰ Disi Alawiyah, dkk, *Pengaruh Pengendalian Proses Produksi dan Output Produksi Terhadap Bonus Pada PT Glostrtar Indonesia I*, Jurnal Mahasiswa Akuntansi, Vol. 2, No. 1 (April 2011), 174-175.

¹¹ Rus Indyanto, *Perencanaan Penendalian Produk*, (Klaten : Yayasan Humaniora, 2008), 1.

¹² Rus Indyanto, *Perencanaan Penendalian Produk*, (Klaten : Yayasan Humaniora, 2008), 2.

Pengendalian Produksi adalah tindakan yang menjamin bahwa semua kegiatan yang dilaksanakan dalam perencanaan telah dilakukan sesuai dengan target yang telah ditetapkan.¹³ Pengendalian Produksi akan sangat tergantung pada ada tidaknya penyimpangan dalam pelaksanaan produksi terhadap rencana produksi yang telah dibuat sebelumnya. Penyimpangan yang terjadi cukup besar, maka perlu diadakan tindakan-tindakan penyesuaian untuk membenahi penyimpanan yang terjadi. Hasil penyesuaian akan dijadikan dasar dalam menyusun rencana produksi selanjutnya.¹⁴

b. Indikator pengendalian proses produksi

Indikator dalam pengendalian proses produksi dijabarkan oleh Ahyari diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁵

1) Jadwal produksi

Di dalam penyelesaian produk dalam sebuah perusahaan dikenal adanya penentuan jadwal produksi. Dengan adanya jadwal produksi ini para karyawan akan mendapat memenuhi dengan pasti tentang apa yang harus segera dikerjakannya dan pekerjaan apa saja yang dapat ditanggihkan tanpa mengganggu penyelesaian proses produksi dalam perusahaan.

2) Urutan produksi

Di dalam pelaksanaan proses produksi, dapat diketahui bahwa masing-masing penyelesaian pekerjaan dari bahan mentah (bahan baku) sampai dengan menjadi produk akhir (barang jadi) akan mempunyai pola atau urutan tertentu. Urutan yang pasti dan tidak berubah-ubah dalam pelaksanaan produksi dari

¹³ Desi Kusmindar, achmad Alfian, Septa Hardini, *Production Planning And Inventory Control*, (Sleman: Budi Utama, 2018), 2.

¹⁴ Desi Kusmindar, achmad Alfian, Septa Hardini, *Production Planning And Inventory Control*, (Sleman: Budi Utama, 2018), 15.

¹⁵ Elin Herlina, dkk, 'Analisis Pengendalian Mutu Dalam Meningkatkan Proses Produksi', *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, Volume 11, Nomor 2, (2021), 176.

perusahaan yang bersangkutan. Urutan penyelesaian pekerjaan ini sangat penting didalam suatu perusahaan agar pekerjaan-pekerjaan tersebut dapat diselesaikan dengan efektif, efisien, serta pula dapat memperkecil dari terdapatnya beberapa kemungkinan kesalahan yang akan terjadi didalam pelaksanaan proses produksi. Urutan proses produksi merupakan pedoman dari pelaksanaan proses produksi yang disebut *routing*.

3) Waktu produksi

Jumlah waktu yang dipandang sebagai jumlah waktu yang semestinya atau yang selayaknya untuk menghasilkan barang dan menyelesaikan suatu pekerjaan tepat pada waktunya.

c. Pengertian Pengendalian

Pengendalian adalah segala sesuatu yang harus dilakukan agar tujuan tercapai. Di bawah ini disajikan beberapa definisi yang dikutip dari beberapa para ahli, sebagai berikut:

- 1) Anthony, pengendalian adalah mengarahkan seperangkat variabel (mesin, manusia, peralatan) ke arah tercapainya sasaran dan tujuan.
- 2) Keputusan Menteri Dalam Negeri dan Otonomi Daerah Nomor: 11 Tahun 2001, lampiran Bab X, pengendalian adalah segala usaha atau kegiatan untuk menjamin dan mengarahkan agar pekerjaan yang sedang dilaksanakan dapat berjalan sesuai dengan segala ketentuan dan kebijaksanaan yang berlaku.
- 3) Lubis, pengendalian mengandung hak atau wewenang untuk melakukan tindakan turunan, dan suatu tindakan pengaturan dan pengarahan pelaksanaan dengan maksud agar suatu tujuan tertentu dapat dicapai secara efektif dan efisien.¹⁶

¹⁶ Eko Sugiyanto, *Pengendalian Dalam Organisasi*, (Jakarta Selatan: 2016), 30.

Untuk dapat mengendalikan sesuatu, dibutuhkan beberapa elemen pengendalian, antara lain:

- 1) Detektor-elemen, yang dibutuhkan untuk mencari informasi mengenai apa yang sesungguhnya terjadi dalam proses mencapai pindah halaman sebelumnya.
 - 2) Asesor-elemen, untuk menilai apakah proses yang terjadi sudah sesuai dengan standar yang berlaku.
 - 3) Efektor-elemen, yang dibutuhkan untuk mengubah proses yang terjadi apabila asesor menilai ada proses yang berjalan tidak sesuai standar.
 - 4) Jaringan komunikasi-elemen, yang digunakan untuk menghubungkan informasi antara detector dan asesor serta asesor dan efektor.¹⁷
- d. Asas-Asas Pengendalian

Harold Koontz dan Cyril O'Donnell mengemukakan asas-asas pengendalian yaitu:

- 1) Asas tercapainya tujuan (principle of assurance of objective), artinya pengendalian harus ditujukan ke arah tercapainya tujuan yaitu dengan mengadakan perbaikan untuk menghindari penyimpangan-penyimpangan dan rencana.
- 2) Asas efisiensi pengendalian (principle of efficiently of control), artinya pengendalian itu efisiensi, jika dapat menghindari penyimpangan dan rencana, sehingga tidak menimbulkan hal-hal lain yang di luar dugaan.
- 3) Asas tanggung jawab pengendalian (principle of control responsibility), artinya pengendalian hanya dapat dilaksanakan jika manajer bertanggung jawab terhadap pelaksanaan rencana.
- 4) Asas pengendalian terhadap masa depan (principle of future control), artinya pengendalian yang efektif harus ditujukan ke arah pencegahan penyimpangan-penyimpangan

¹⁷ Yusar Sagara, *Sistem Pengendalian Manajemen*, (Depok : 2021), 2-3.

yang akan terjadi, baik pada waktu sekarang maupun masa yang akan datang.

- 5) Asas pengendalian langsung (principle of direct control), artinya teknik control yang paling efektif ialah mengusahakan adanya manajer bawahan yang berkualitas baik. Pengendalian itu dilakukan oleh manajer, atas dasar bahwa manusia itu sering berbuatsalah.
- 6) Asas refleksi rencana (principle of reflection plans), artinya pengendalian harus disusun dengan baik, sehingga dapat mencerminkan karakter dan susunan rencana.
- 7) Asas penyesuaian dengan organisasi (principle of organization suitability), artinya pengendalian harus dilakukan sesuai dengan struktur organisasi.
- 8) Asas pengendalian individual (principle of individual of control), artinya pengendalian dan teknik pengendalian harus sesuai dengan kebutuhan manajer.
- 9) Asas standar (principle of standard), artinya pengendalian yang efektif dan efisien memerlukan standar yang tepat akan dipergunakan sebagai tolok ukur pelaksanaan tujuan yang akan dicapainya.
- 10) Asas pengendalian terhadap strategis (principle of strategic point control), artinya pengendalian yang efektif dan efisien memerlukan adanya perhatian yang ditujukan terhadap faktor-faktor yang strategis dalam perusahaan.
- 11) Asas kekecualian (the exception principle), artinya efisiensi dalam pengendalian membutuhkan adanya perhatian yang ditujukan terhadap faktor kekecualian.
- 12) Asas pengendalian fleksibel (principle of flexibility of control), artinya pengendalian harus luwes untuk menghindari kegagalan pelaksanaan rencana.
- 13) Asas peninjauan kembali (principle of review), artinya sistem pengendalian harus ditinjau

berkali-kali, agar sistem yang digunakan berguna untuk mencapai tujuan.

- 14) Asas tindakan (principle of action), artinya pengendalian dapat dilakukan, apabila adaukuran-ukuran untuk mengoreksi penyimpangan-penyimpangan rencana, organisasi, staffing dan directing.¹⁸
- e. Macam-Macam Pengendalian
 - 1) Metode *silvermeal*
Metode *Silvermeal* yang dikembangkan oleh Edward Silver dan Harlan Meal berdasarkan pada periode biaya. Untuk menentukan rata-rata biaya per periode adalah jumlah periode dalam penambahan pesanan yang meningkat. Penambahan pesanan dilakukan ketika rata-rata biaya periode pertama meningkat.
 - 2) Metode *Capacity Requirement Planning* (CRP)
Capacity Requirement Planning (CRP) adalah suatu metode yang bisa digunakan untuk perencanaan kebutuhan kapasitas produksi, yang merupakan fungsi untuk penentuan, pengukuran, dan penyesuaian tingkat kapasitas atau proses untuk menentukan jumlah tenaga kerja dan sumber daya mesin yang diperlukan untuk melaksanakan produksi.
 - 3) Metode *Production Activity Control* (PAC)
Pengendalian kegiatan produksi (*Production Activity Control*) adalah sebuah istilah yang digunakan dalam kegiatan untuk mengelola eksekusi rencana operasional yang telah disusun.¹⁹
- f. Langkah-Langkah dalam Proses Pengendalian
Adapun Langkah-langkah dalam proses pengendalian antara lain:

¹⁸Malayu S.P. and Hasibuan, *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah.*, Pertama (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006).243-244

¹⁹ Tasya Amalia and others, 'Analisis Perencanaan Dan Pengendalian Mengoptimumkan Biaya Produksi Ragum Produksi Untuk TALENTA Conference Series Analisis Perencanaan Dan Pengendalian Produksi Untuk Mengoptimumkan', *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)*, 3.2 (2020), 260–72 <<https://doi.org/10.32734/ee.v3i2.1002>>.

- 1) Menetapkan standar dan metode untuk mengukur prestasi. Langkah ini dapat mencakup penetapan standar penjualan dan produksi sampai kepada daftar presensi dan keamanan.
- 2) Menukur pelaksanaan kerja.
- 3) Mengambil tindakan koreksi jika hasil-hasil yang dicapai tidak memenuhi standar dan analisis menunjukkan perlunya diambil Tindakan. Tindakan koreksi ini dapat berupa mengadakan perubahan satu lebih banyak aktifitas dalam operasi organisasi organisasi atau terhadap standar yang telah ditetapkan sebelumnya.²⁰

2. Peningkatan Kualitas

a. Pengertian Peningkatan Kualitas

Peningkatan kualitas adalah makna derajat (tingkat) keunggulan suatu produk (hasil kerja/upaya) baik berupa barang maupun jasa, baik yang tangible maupun yang intangible.²¹

Peningkatan kualitas (quality improvement) adalah tindakan-tindakan yang diambil guna meningkatkan nilai produk untuk pelanggan melalui peningkatan efektivitas dan efisiensi dari proses dan aktivitas melalui struktur organisasi.²²

b. Kualitas/ Mutu

Kualitas didefinisikan sebagai segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (meeting the needs of customers). Keunggulan suatu produk terukur melalui tingkat kepuasan pelanggan.²³ kualitas adalah keseluruhan ciri atau karakteristik produk atau jasa dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

²⁰Mockler, *Manajemen Pengantar*, Pertama (Yogyakarta: STIM YKPN, 2018),211

²¹ Rizuyen Praja Tuala, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah*, (Bandar Lampung: Lintang Rasi Aksara Books, 2018), 72.

²² Meithiana Indrasari, *pemasaran Kepuasan Pelanggan*, pertama (Surabaya: 2019), 56.

²³ Roidah Lina, *Meningkatkan Kualitas Produk Sebagai Strategi Fundamental Dalam Bersaing*, (Yogyakarta: 2018), Vol.1, No.1, 1.

Mutu adalah nilai jual yang menjadi prioritas utama dan menjadi faktor pembeda yang dibutuhkan oleh konsumen. Crosby mendefinisikan mutu kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai yang diisyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produksi jadi.²⁴

3. Perencanaan Produksi

Proses perencanaan produksi adalah proses untuk merencanakan dan mengendalikankan aliran material yang masuk, mengalir dan keluar dari sistem produksi atau operasi sehingga permintaan pasar dapat dipenuhi dengan jumlah yang tepat, waktu penyerahan yang tepat dan biaya produksi yang minimum.²⁵

Perencanaan produksi adalah proses menciptakan ide produk dan menindaklanjuti sampai produk diperkenalkan ke pasar atau juga merupakan suatu proses penetapan tingkat output manufacturing secara keseluruhan guna memenuhi tingkat penjualan yang direncanakan dan diinginkan.²⁶

Ada beberapa fungsi dan tujuan perencanaan produksi:
Fungsi:

- 1) Menjamin bahwa perencanaan produksi yang dibuat selaras dengan rencana jangka panjang perusahaan
- 2) Dapat digunakan sebagai alat ukur peformasi proses perencanaan produksi perusahaan
- 3) Menjamin bahwa proses produksi sesuai dengan rencana
- 4) Controlling hasil produksi terhadap rencana produksi dan membuat penyesuaian

²⁴ Syarifudin, Makmur Syukir, *Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan, Pertama* (Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya, 2022), 3-4.

²⁵ Imam Subhan, *Pembangunan Sistem Informasi Perencanaan Produksi Menggunakan Metode Moving Average Berbasis Web*, (Skripsi: 2017).

²⁶ Dewi Rosa Indah, *Sistem Forecasting Perencanaan Produksi Dengan Metode Single Eksponensial Smoothing Pada Kripik Singkong Srikandi Di Kota Langsa*, (Langsa: 2018), 14.

Tujuan:

1. Melakukan peramalan permintaan yang digunakan sebagai inputan rencana produksi
2. Memastikan jumlah pesanan bahan baku dan komponen
3. Melakukan balancing pada kebutuhan produksi, teknik pemenuhan demand, serta tingkat ketersediaan produk.²⁷

C. Proses Produksi

Menurut Assoury, pengertian produksi adalah kegiatan mentransformasikan masukan input menjadi keluaran output, tercakup semua aktifitas atau kegiatan menghasilkan barang dan jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau usaha untuk menghasilkan produksi tersebut. Proses produksi menurut Ahyari, adalah suatu cara, metode maupun teknik bagaimana kegiatan penciptaan faedah baru atau penambahan faedah tersebut dilaksanakan. Sedangkan proses produksi menurut Yamit, adalah suatu kegiatan dengan melibatkan tenaga manusia, bahan serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna.²⁸

Proses produksi adalah serangkaian kegiatan yang meliputi seluruh tahapan kegiatan produksi barang dan atau jasa dari awal hingga akhir kegiatan yaitu produk dapat dihasilkan. Contoh proses produksi antara lain pengadaan sarana produksi, penanaman, pemeliharaan, pemanenan, pengolahan, dan pemasaran. Sementara itu produk yang diperoleh dari suatu wilayah selama periode waktu tertentu disebut produksi.

Kurun waktu produksi dibagi menjadi 2 yaitu:

- a) Jangka pendek (short run) menunjukkan periode produksi di mana faktor produksi bersifat variabel. Pada kurun waktu ini tingkat produksi dapat diubah jumlahnya dengan jalan mengubah faktor produksi variabel yang digunakan. Produksi dapat ditingkatkan dengan menambah jam kerja

²⁷ Wildanul Isnaini, *Perencanaan Produksi*, Pertama (Madiun: 2019), 4-5.

²⁸ Herlin Herawati, Dewi Mulyani, "Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Tahu Rosydi Puspian Maron Probolinggo", *Dinamika Global: Rebranding Keunggulan Kompetitif Berbasis Kearifan Lokal*, (2016), 466.

atau produksi dapat dikurangi dengan mengurangi jam kerja.

- b) Jangka panjang (long run) adalah periode produksi di mana semua faktor produksi dianggap variabel. Perubahan jumlah output dapat diperoleh dengan cara mengubah jumlah input yang digunakan. Produksi dapat ditingkatkan dengan menambah mesin atau sebaliknya produksi dapat dikurangi dengan mengurangi penggunaan mesin.²⁹

1. Proses Produksi

- a) Proses Produksi Terus Menerus
- b) Proses Produksi Terputus-Putus
- c) Proses Produksi Proyek

2. Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah suatu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan fisik atau teknis antara jumlah faktor-faktor produksi yang dipergunakan dengan jumlah produk yang dihasilkan per satuan waktu, tanpa memperhatikan harga-harga, baik harga faktor-faktor produksi maupun harga produk.³⁰

a) Perencanaan

Perencanaan adalah juga cara berpikir mengenai persoalan-persoalan sosial dan ekonomi, terutama yang berorientasi pada masa mendatang, berkembang dengan hubungan antara tujuan dan keputusan-keputusan kolektif dan mengusahakan kebijakan dan program. Definisi lain dari perencanaan adalah pemikiran hari depan, perencanaan berarti pengelolaan, pembuat keputusan, suatu prosedur yang formal untuk memperoleh hasil nyata, dalam berbagai bentuk keputusan menurut sistem yang terintegrasi.³¹

b) Pengendalian dan Pengawasan

Pengendalian persediaan dapat didefinisikan sebagai serangkaian kebijakan pengendalian untuk

²⁹ Karmini, *Ekonomi Produksi Pertanian*, (Samarinda: 2018), 13-14.

³⁰ Vadilla Mutia Zahara, Cep Jandi Anwar, *Mikroekonomi*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), 97.

³¹ Taufiqurokhman, *Konsep Dan Kajian Ilmu Perencanaan, Pertama*, (Jakarta Pusat: 2008), 2.

menentukan tingkat persediaan yang harus dijaga, kapan pesanan untuk menambah persediaan harus dilakukan dan berapa pesanan harus diadakan. Sistem ini menentukan dan menjamin tersedianya persediaan yang tepat dalam kuantitas dan waktu yang tepat.³² Pengawasan dapat di rumuskan sebagai proses memantau kegiatan untuk memastikan bahwa kegiatan itu di selesaikan sebagaimana yang telah di rencanakan, dan sebagai proses mengoreksi setiap penyimpangan yang berarti.

D. Kualitas/ Mutu

1. Pengertian Kualitas/ Mutu

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan organisasi agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.³³ Kualitas adalah gabungan total dari suatu produk dan jasa, dengan karakteristik dari pemasaran, teknik, produksi, dan perawatan yang mana produk dan jasa dalam penggunaannya akan menghasilkan harapan konsumen.³⁴

Mutu adalah derajat/tingkat karakteristik yang melekat pada produk yang mencukupi persyaratan atau keinginan. Karakteristik disini berarti hal-hal yang dimiliki produk, antara lain :

- a. Karakteristik fisik (elektrikal, mekanikal, biological) seperti handphone, mobil, rumah, dll,

³² Lolita Damora Simbolon, *Pengendalian Persediaan*, Pertama, (Praya: 2021), 86-87.

³³ Syafaruddin dan Makmur Syukri, *Manajemen Mutu Terpadu*, Pertama, (Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya, 2022), 4.

³⁴ Wiwik Sulistiyowati, *Kualitas Layanan : Teori Dan Aplikasinya*, (Sidoarjo: Umsida Press, 2018), 148.

- b. Karakteristik perilaku (kejujuran, kesopanan). Ini biasanya produk yang berupa jasa seperti di rumah sakit atau asuransi perbankan,
2. Karakteristik sensori (bau, rasa) seperti minuman dan makanan.³⁵ Permasalahan Kualitas/ Mutu. Permasalahan kualitas juga disebabkan prosedur pengangkatan dan seleksi karyawan yang lemah, sehingga keahlian karyawan rendah.
3. Pengaruh Mutu Pada Perusahaan

Kualitas produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan pelanggan produk tersebut. Produk yang berkualitas tinggi sangat diperlukan agar keinginan pelanggan yang terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat pelanggan menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut. Pesaing yang banyak di pasar menuntut perusahaan harus memperhatikan kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi kebutuhan itu dengan produk yang bermutu tinggi. Kualitas produk memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Pelanggan akan senang jika kebutuhannya terpenuhi.³⁶

Oleh karena itu, suatu perusahaan harus melakukan *quality control* sebelum mendistribusikan produknya agar produk yang dihasilkan berkualitas. Karena produk yang kualitasnya tidak bagus akan berpengaruh terhadap turunnya volume penjualan perusahaan.

4. Dimensi Kualitas/ Mutu

Garvin mendefinisikan delapan dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk, yaitu sebagai berikut:

³⁵ Syarifudin & Makmur Syukir, *Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan*, Pertama (Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya, 2022),4.

³⁶ Reni Putriani and Donny Dharmawan, 'Dampak Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Hypermart Bencoolen Mall Bengkulu', *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21.3 (2020), 12–23 <<https://doi.org/10.35137/jei.v21i3.492>>.

- a. Kinerja atau performa (performance).
- b. Features, ciri-ciri atau keistimewaan dan karakteristik pelengkap.
- c. Keandalan (reability).
- d. Konformitas (conformance).
- e. Daya tahan (durability).
- f. Kemampuan pelayanan (service ability).
- g. Estetika (aesthetic).
- h. Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality).³⁷

E. Analisis Pengendalian Proses Produksi

1. Definisi Pengendalian Proses Produksi

Pengendalian proses produksi (*Production Activity Control*) adalah sebuah istilah yang digunakan dalam kegiatan pengelolaan eksekusi rencana operasional yang telah disusun. Pengendalian produksi juga telah dipandang sebagai suatu sub-sistem dari sistem produksi karena semua kegiatan yang terkait didalamnya merupakan satu kesatuan yang harus dilaksanakan secara sikron untuk menjamin jadwal induk produksi dapat dieksekusi secara baik.

2. Tujuan Pengendalian Proses Produksi

Menurut T. Hani Handoko, tujuan pengendalian proses produksi adalah:³⁸

- a. Dengan melaksanakan pengendalian proses produksi kita dapat mengetahui kemajuan proses pengerjaan suatu order atau pesanan.
- b. Dengan melaksanakan pengendalian proses produksi kita dapat mengetahui kelebihan kapasitas yang belum digunakan
- c. Dengan melaksanakan pengendalian proses produksi kita dapat mengetahui tingkat penggunaan dan persediaan material.

3. Definisi Kualitas

Mutu atau kualitas dapat didefinisikan sebagai derajat kepuasan, kesempurnaan atau kesesuaian dengan tujuan penggunaannya, yang berperan sebagai

³⁷ Syarifudin, Makmur Syukir, *Manajemen Mutu Terpadu Pendidikan, Pertama* (Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya, 2022),4-5.

³⁸ Setiawan and Alriani.

penghubung antara kemauan konsumen dengan produk hasil dari produsen. Dengan kata lain kualitas merupakan keseluruhan *feature* atau ciri dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang mampu memberikan kepuasan dalam penggunaan dan kebutuhan pelanggan. Sehingga kualitas memiliki 3 karakteristik, yaitu kesesuaian atau kecocokan untuk digunakan, kesesuaian yang didefinisikan oleh konsumen, dan tingkat kerugian yang diberikan kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas produk menjadi hal penting yang harus dimiliki oleh sebuah produk, sehingga produsen dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas agar dapat menarik perhatian konsumen dan memenangkan pasar.³⁹

4. Dimensi Kualitas

Kualitas dari sebuah produk atau jasa dapat dievaluasi dengan beberapa cara. Salah satunya yaitu dengan menggunakan delapan dimensi kualitas :⁴⁰

(1) *Performance* (kinerja)

Menurut Kotler, kinerja merupakan karakteristik inti atau fungsi utama suatu produk. Menurut Tjiptono dan Chandra, kinerja adalah aspek fungsional dari produk inti yang dibeli. Kinerja juga dapat didefinisikan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.

(2) *Feature* (ciri-ciri produk)

Menurut Kotler, *feature* merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.

³⁹ D. Anggraeni, S. Kumadji, and S. Sunarti, 'PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)', *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 37.1 (2016), 171–77.

⁴⁰ Dayinta Tiara Khusuma and Hardi Utomo, 'Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Venice Pure Aesthetic Clinic Salatiga', *Among Makarti*, 13.2 (2021), 78–88 <<https://doi.org/10.52353/ama.v13i2.199>>.

(3) *Reliability* (keterandalan)

Keterandalan, yaitu peluang suatu produk bebas dari kegagalan produk saat menjalankan fungsinya, artinya dimensi ini terkait dengan konsistensi kinerja produk dalam konsisi tertentu.

(4) *Conformance* (ketepatan atau kesesuaian)

Conformance adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk. Ini semacam janji yang harus dipenuhi oleh produk.

(5) *Durability* (ketahanan)

Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak.

(6) *Serviceability* (kemampuan diperbaiki)

Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibanding produk yang tidak atau sulit diperbaiki.

(7) *Aesthetics* (keindahan tampilan produk)

Aesthetic dalam hal ini dapat dinilai dengan beberapa indikator, seperti: produk yang ditawarkan dalam kondisi selalu bersih, penyajian produk yang tertata rapi, bentuk dan warna produk yang menarik, dan desain pengaturan tata letak produk yang menarik.

(8) *Perceived quality* (kualitas yang dirasakan).

Produk-produk yang bermerek terkenal biasanya dipersepsikan lebih berkualitas dibanding merek-merek yang tidak terdengar. Itulah sebabnya produk selalu berupaya membangun mereknya sehingga memiliki *brand equity* yang tinggi. Tentu saja ini tidak dapat dibangun semalam karena menyangkut banyak aspek termasuk dimensi kualitas dari kinerja, fitur, daya tahan, dan sebagainya.

F. Volume Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan menurut Winardi mengatakan bahwa penjualan adalah sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran dan kepentingan. Penjualan menurut Preston dan Nelson, berarti berkumpulnya seorang pembeli dan

seorang penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang-barang dan jasa-jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga seperti misalnya pertimbangan uang.⁴¹ Menurut Basu Swastha, penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan.⁴²

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan atau manufaktur, perdagangan memegang peranan penting dalam mengoptimalkan keuntungan. Jumlah negosiasi perdagangan yang terjadi rata-rata cukup besar dibandingkan dengan kategori negosiasi lainnya. Perdagangan merupakan sumber pendapatan perusahaan yang penting.

Dalam bukunya Mohamad Dimiyati, seorang ahli perpendapat tentang gambaran pemasaran sebagai berikut.⁴³

- 1) Menurut Kotler dan Keller pemasaran adalah sejenis teknik dimana kepentingan konsumen dan kepentingan pedagang terpenuhi, dengan disertai perubahan data dan kepentingan.
- 2) Menurut William Gram, Mickels, pemasaran adalah suatu teknik dimana pedagang menggunakan kepentingan dan keinginan konsumen guna mencapai kegunaan yang baik bagi pedagang atau konsumen yang tahan lama dan bermanfaat bagi kedua belah pihak.

Tindakan perdagangan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dimaksudkan untuk mencapai tujuan usaha yang diharapkan dan berguna untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya bagi perusahaan tersebut. Volume penjualan adalah pendapatan yang dilaporkan secara kuantitatif dari volume pada komponen suatu produk.

⁴¹ Winardi, *Ilmu dan Seni Menjual*, (Bandung: Nova, 1998), 30.

⁴² Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: BPEE, 2001), 1.

⁴³ Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, 206-309.

2. Jenis-Jenis Penjualan

Menurut Murti Sumarni dalam bukunya “ Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan Penjualan” dapat dibagi menjadi :

- a) Penjualan langsung adalah suatu cara membantu dan membujuk satu atau lebih calon pemakai untuk membeli produk atau jasa atau bertindak sesuai konsep dengan menggunakan komunikasi tatap muka.
- b) Penjualan tidak langsung, adalah bentuk presentase dan ide periklanan untuk peralatan dan jasa dengan menggunakan media seperti teks berita, majalah, radio, televisi, rumah publisitas, pamflet, dan lain-lain.⁴⁴

Basu Swastha dalam bukunya “Manajemen Perdagangan”, menjelaskan bahwa ada beberapa kategori penjualan yang umum dikenal masyarakat antara lain:

- 1) *Trade Selling*, yaitu penjualan yang terjadi ketika produsen dan pengusaha besar mengizinkan penjual untuk berusaha meningkatkan distribusi produknya. Ini termasuk pemasok dengan pergerakan iklan, pajangan, persediaan, dan produk terbaru, jadi penekanannya adalah pada penjualan melalui pemasok, bukan pada penjualan ke konsumen akhir.
- 2) *Missionary Selling*, penjualan dapat ditingkatkan dengan mendorong konsumen untuk membeli peralatan dan pemasok industry.
- 3) *Technical Selling*, berupaya meningkatkan penjualan dengan memberikan saran dan kritik kepada konsumen akhir alat dan jasa.
- 4) *New Business Selling*, berusaha untuk membuka usaha baru dengan menjadikan calon nasabah sebagai konsumen seperti keadaan yang dialami oleh perusahaan asuransi.

⁴⁴ Murti Sumarni, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 321.

- 5) *Responsive Selling*, setiap merchant mampu merespon tekanan konsumen melalui mengemudi dan mempertahankan rute.⁴⁵

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Dalam praktik penjualan, adakalanya kegiatan penjualan itu tidak berjalan lancar atau terjadinya penurunan volume penjualan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan tersebut yaitu:⁴⁶

- 1) Faktor dari luar perusahaan antara lain:
 - a. Kebijakan pemerintah terutama di bidang ekonomi moneter dan perdagangan dapat mempengaruhi situasi penawaran dan permintaan barang dan jasa di pasar.
 - b. Perkembangan ekonomi dunia dengan struktur ekonomi terbuka saat ini perkembangan ekonomi dalam negeri tidak dapat terlepas dari perkembangan ekonomi dunia, seperti perkembangan harga minyak internasional.
 - c. Perkembangan sosial ekonomi masyarakat, perubahan sosial ekonomi yang terjadi di masyarakat sangat berpengaruh terhadap pola permintaan mereka atas berbagai macam barang dan jasa.
 - d. Situasi persaingan, besar kecilnya situasi persaingan di pasar akan mempengaruhi kedudukan jasa masing-masing perusahaan yang bersaing.
- 2) Faktor dari dalam perusahaan antara lain:
 - a. Kapasitas produksi pengadaan dana modal kerja paling sedikit untuk jangka pendek. Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan akan membatasi kemampuan mereka dalam

⁴⁵ Basu Swastha & Irawan, *Manajemen Penjualan*, (Liberty: Yogyakarta, 1998), 47.

⁴⁶ Hendri Dunan and others, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan "Waleu" Kaos Lampung Di Bandar Lampung', *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17.2 (2020), 167–85 <<https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i2.10626>>.

- memproduksi barang dan jasa sampai jumlah tertentu.
- b. Kesan pembeli terhadap hasil produksi. Kesan pembeli terhadap barang dan jasa serta layanan yang mengiringinya sangat besar pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan hasil produksi di masa yang akan datang.
 - c. Kebijaksanaan harga jual. Harga jual produk yang diterapkan perusahaan di masa mendatang dapat menentukan kedudukan perusahaan dalam persaingan pada hal kemampuan perusahaan untuk bersaing akan mempengaruhi besar kecilnya jumlah penjualan barang dan jasa.

4. Orientasi Pasar

Narver dan Slater mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku-perilaku yang dapat menghasilkan suatu yang terbaik bagi pembeli serta menghasilkan kinerja yang superior bagi perusahaan. Craven mendefinisikan orientasi pasar sebagai penetapan sasaran konsumen strategis dan membangun organisasi yang berfokus pada layanan konsumen, memberikan dasar persaingan yang berfokus ke dalam, memberi layanan yang sesuai dengan harapan para konsumen, sehingga berhasil memenangkan suatu persaingan. Berdasarkan dua definisi orientasi pasar tersebut dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar adalah cara yang dilakukan organisasi untuk mengidentifikasi pasar dan menggunakannya sebagai dasar untuk menentukan strategi perusahaan.

Perusahaan-perusahaan yang berhasil dalam mengendalikan pasar disebut sebagai *market drive firm*, yaitu perusahaan yang selalu menempatkan orientasi pelanggan dan orientasi pesaing secara harmonis, sehingga menghasilkan kinerja pemasaran yang lebih baik. Oleh karena itu, konsep utama dalam orientasi pasar adalah orientasi pelanggan dan orientasi pesaing. Orientasi pasar merupakan filosofi

dalam strategi pemasaran yang menganggap bahwa penjualan produk tidak tergantung pada strategi penjualan tetapi lebih pada keputusan konsumen dalam membeli produk. Oleh karena itu, membutuhkan perhatian secara tepat pada orientasi pelanggan dan orientasi pesaing dalam rangka menyediakan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam memberi nilai terbaik.⁴⁷

5. Faktor-Faktor dalam Meningkatkan Penjualan

Menurut Kotler, bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran diklasifikasikan menjadi 8P (*Product, Price, Place, Promotion, process, people, physical Evidence, productivity and Quality*):⁴⁸

1) *Product* (produk)

Menurut Kotler dan Keller, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja. Tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa dan diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan konsumen.

2) *Price* (harga)

Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan yang menentukan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan, tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. “murah” atau

⁴⁷ Ricky Adiputra E. Kusumadmo, 'PENGARUH ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (Studi Pada Hotel Kelas Melati Di Yogyakarta) Ricky', 2013, 1–12.

⁴⁸ D I Indrako and Rogi Gusrizaldi, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan', *Valuta*, 2.2 (2016), 286–303.

“mahal” nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya.

3) *Place* (distribusi)

Place (distribusi) merupakan alat bauran pemasaran lainnya termasuk kegiatan yang dilakukan perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran. Menurut Pandji dalam bukunya manajemen bisnis, distribusi merupakan masalah yang akan dihadapi perusahaan pada saat produk selesai diproses.

4) *Promotion* (promosi)

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar perannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.

5) *Process* (proses)

Proses adalah suatu cara yang digunakan untuk menyampaikan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Proses itu sendiri mencakup bagaimana perusahaan menanggapi keluhan yang disampaikan oleh konsumen dan bagaimana perusahaan dapat memenuhi permintaan konsumen sesegera mungkin.

6) *People* (orang)

People terdiri dari beberapa unsur, yaitu pendiri perusahaan, pegawai, customer service, dan juga kultur yang diterapkan oleh perusahaan melalui pegawai agar dapat berinteraksi dengan baik dengan konsumen.

7) *Physical Evidence* (tampilan fisik)

Physical evidence adalah suatu elemen yang mendukung perusahaan dalam bentuk fasilitas yang berhubungan secara langsung dengan konsumen, seperti gedung dengan interior yang rapi dan nyaman, kendaraan yang bagus dan pegawai yang berpakaian rapi.

8) *Productivity and Quality* (produktivitas dan kualitas)

Produktivitas adalah sejauh mana efisiensi layanan yang dilakukan oleh perusahaan yang memberikan nilai tambah kepada kelompok. Kualitas adalah derajat suatu layanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan kegiatan konsumen.

6. Kegiatan Penjualan Ditinjau Menurut Pandangan Ekonomi Islam

Dalam syariah pemasaran, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridha Allah maka bentuk transaksinya insyaallah menjadi nilai ibadah dihadapan Allah. Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis, yaitu: *shiddiq* (jujur atau benar), *amanah* (dapat dipercaya), *fatonah* (cerdas), dan *tabligh* (komunikatif).

Kertajaya menyatakan karakteristik pemasaran syariah terdiri dari beberapa unsur yaitu:⁴⁹

- a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*) adalah satu keyakinan yang bulat, sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Ali Imran : 79

...وَلٰكِنْ كُوْنُوْا رَبّٰنِيْنَ بِمَا كُنْتُمْ تُعَلِّمُوْنَ اَلْكِتٰبَ

وَبِمَا كُنْتُمْ تَدْرُسُوْنَ ﴿٧٩﴾

Artinya: "Hendaklah kamu menjadi orang-orang rabbani, karena kamu selalu mengajarkan Al kitab dan disebabkan kamu tetap mempelajarinya.

Maksud ayat diatas, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah. Oleh sebab itu, semua insan

⁴⁹ M. Robby Kaharudin and Hendra Saputra, 'Analisis Strategi Pemasaran Keripik Tempe Azzahra Desa Sumber Rahayu Dalam Perspektif Ekonomi Islam', *ADL ISLAMIC ECONOMIC : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2.2 (2021), 143–62 <<https://doi.org/10.56644/adl.v2i2.31>>.

harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain, suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya.

- b. Etis (*Akhlaqiah*) sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah : 83

وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا

Artinya : ...serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia.

Ayat diatas mengandung makna bahwa semua perilaku berjalan diatas norma etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya, “*the will of God*” yang artinya kehendak Tuhan, tidak bisa dibohongi.

- c. Realistis (*Al-Waqiyyah*) sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah : 286

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

Artinya : Allah tidak membebani suatu seseorang, kecuali menurut kesanggupannya.

Ayat diatas mengandung makna bahwa sesuai dengan kenyataan, tidak mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kobohongan. Dalam berniaga tidak boleh adanya sumpah palsu yang mengatakan bahwa barang yang dijual sangat bagus padahal pada kenyataannya ada sedikit cacat. Ajaran Rasulullah sangatlah mulia dan realistis, jangan sekali-kali mengelabui orang, atau menipunya sedikitpun.

- d. Humanitis (*Al-Insaniyah*) sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Hujurat : 10

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya : sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan

bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati.

Maksud dari ayat diatas yaitu, humanitis adalah berperilaku berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama. Humanitas atau universal yaitu bahwa syariah diciptakan semata-mata untuk kebaikan manusia agar derajatnya dapat terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum dilakukan penelitian skripsi ini, peneliti melakukan kajian pustaka berupa judul skripsi atau jurnal ilmiah sebagai pembeda dari penulis skripsi yang akan dibuat, antara lain:

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Suarni Norawati & Zulher (2019)	Analisis Pengendalian Mutu Produk Roti Manis dengan Metode <i>Statistical Proses Control</i> (SPC) pada Kamar Bakery Bangkining	Pengendalian mutu <i>Statistical Proses Control</i> (SPC)	Tahapan proses pengendalian yaitu pengendalian mutu bahan baku, produksi proses, dan finishing. Penerapan metode SPC diketahui masih dalam batas kendali dan tergolong stabil.	Persamaan terletak pada variabel mutu	Perbedaan yaitu, penelitian ini menggunakan 1 variabel, sedangkan penulis menggunakan 2 variabel yaitu proses produksi dan mutu produk.
2.	Harmeliana, Devi Edriani (2019)	Analisis Pengaruh Biaya Mutu	X1 : biaya mutu Y : penjualan	Hasil penelitian ini menunjuk	Persamaan kedua penelitian ini memiliki	Perbedaan yaitu variabel yang

		terhadap Penjualan Produk (Studi Kasus: Pusat Oleh-Oleh Minang di Kota Padang)	produk	kan terdapat pengaruh biaya pencegahan, penilaian, biaya kegagalan terhadap penjualan baik secara parsial maupun simultan.	variabel Y volume penjualan.	digunakan penelitian ini biaya mutu sedangkan penelitian penulis kualitas produksi dan mutu produk
3.	Supriya di (2017)	Analisis Mutu Produk dalam Rangka Pencapaian Volume Penjualan di PT. Pardic Jaya Chemicals	X1 : mutu produk Y : volume penjualan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mutu produk mampu mempengaruhi volume penjualan dan kedua variabel ini berhubungan secara positif dengan memenuhi persamaan garis regresi.	Persamaan ya pada variabel x mutu produk, dan variabel y volume penjualan	Perbedaan ya penelitian ini menggunakan 1 variabel x yaitu mutu produk, sedangkan penelitian penulis menggunakan 2 variabel x yaitu kualitas produksi dan mutu produk.
4.	Siti Mahmu dah Lutfiah Nur Azizah dan Dzikrulloh	Analisis Manajemen Mutu Produk dan Pelayanan dalam Meningkatkan Volume	X1 : mutu produk X2 : pelayanan Y : volume penjualan	Hasil penelitian ini yaitu manajemen mutu produk dan pelayanan teh	Persamaan ya variabel Y nya sama yaitu meningkatkan volume penjualan	Penelitian ini tentang analisis manajemen mutu produk dan pelayanan, sedangkan penulis

	(2022)	Penjualan Ditinjau dalam Pespektif Ekonomi Syariah		dijalankan dengan baik.		yaitu analisis pengendalian proses produksi dan mutu produk
5.	Elin Herlina, Faizal Haris Eko Prabowo, dan Dea Nuraida (2021)	Analisis Pengendalian Mutu dalam Meningkatkan Proses Produksi	X1 : pengendalian mutu Y : meningkatkan proses produksi	hasil penelitian bahwa pelaksanaan pengendalian mutu di pabrik Nata de coco terlaksana cukup baik sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan dalam penelitian yaitu performansi, fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika dan kualitas yang menunjukkan hal itu cukup bagus.	Persamaan yakni membahas tentang pengendalian mutu produk	Perbedaan yakni yaitu penelitian sebelumnya hanya membahas analisis pengendalian mutu dalam meningkatkan proses produksi, sedangkan penelitian penulis membahas analisis pengendalian proses produksi dan mutu produk

6.	Eny Lestari Widarni	Analisis Penerapan Perubahan Perilaku, Produktivitas, Mutu Produksi serta Pengaruhnya terhadap Volume Penjualan Bunga Mawar	X1 : perilaku petani X2 : produktivitas X3 : mutu Y : volume penjualan	Perilaku petani, produktivitas, dan mutu berpengaruh terhadap volume penjualan. Secara parsial, perilaku petani paling berpengaruh terhadap volume penjualan.	Persamannya yakni pada variabel Y sama-sama meningkatkan volume penjualan	penelitian ini tentang perilaku, produktivitas, mutu produksi Sedangkan penelitian penulis hanya 2 variabel x yaitu proses produksi dan mutu produk
7.	David H.M. Hasibuan dan Saefudin Zuhdi (2005)	Analisis Strategi Pengembangan Kemasan Produk terhadap Volume Penjualan	X1 : kemasan produk Y : volume penjualan	PT Indomilk berada pada posisi perkembangan yang stabil sehingga dapat bertahan dan sedang mengembangkan strategi pengemasan produk untuk meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan analisis korelasi menunjukkan X dan	Persamaannya yaitu terletak pada variabel Y volume penjualan	Perbedaannya yakni penelitian ini berfokus pada pengembangan kemasan produk, sedangkan penelitian penulis pada proses produksi dan mutu produk

				Y menunjukkan adanya hubungan linier 90%.		
8.	Jenji G.A, Heni Nastiti, dan Rosali C.S.	Analisis Pengendalian Kualitas Produk di Pondok Labu Jakarta Selatan	Pengendalian kualitas	Hasilnya faktor yang menyebabkan masalah mutu tertulis dan baku yang digunakan, tidak adanya pemeliharaan pada mesin dan peralatan produksi yang rutin dilakukan, kebersihan ruangan dari asap dan debu, serta ketelitian atau kehati-hatian tenaga kerja dalam bekerja.	Persamaan yakni sama-sama membahas tentang produk	Penelitian ini hanya satu variabel yakni kualitas produk, sedangkan penelitian penulis 2 variabel yaitu proses produksi dan mutu produk
9.	Wirawan Aryanto Balol (2005)	Analisa Pengendalian Mutu Proses Produksi dengan Metode Six Sigma	Pengendalian mutu	Hasil penelitian ini pengendalian kualitas pada PTYZ	Sama-sama membahas tentang pengendalian proses produksi	Penelitian ini menganalisa pengendalian mutu proses produksi

		di PTYZ Pasuruan		dinilai sudah cukup baik tetapi masih harus dilakukan perbaikan, faktor yang menyebabkan terjadinya produk cacat yaitu mesin yang sudah tua, kinerja karyawan, metode pengawasan dan bahan baku.		dengan metode six sigma, sedangkan penelitian penulis menganalisis pengendalian proses produksi dan mutu produk.
10	Tio Katana Diana Br Keliat dan Hendrik Johannes Nadapdap (2020)	Analisis Pengendalian Kualitas Untuk Meminimasi Cacat pada Bayam Jepang	Pengendalian kualitas	Hasil penelitian menunjukkan Lima jenis cacat yang ditemukan yaitu daun cacat, batang patah, daun kuning, tanaman kerdil, dan busuk batang atau daun. Faktor yang mempengaruhi kualitas	Persamaan, sama-sama menggunakan metode kualitatif	Penelitian ini fokus menganalisis pengendalian kualitas untuk meminimasi produk cacat pada bayam jepang. Sedangkan penelitian penulis menganalisis proses produksi dan mutu produk

				<p>bayam Jepang adalah faktor manusia, metode, dan lingkungan yang didukung dengan pembuatan diagram <i>fishbone</i></p>		
11	<p>Mutia Umar Ahmad Batarfie (2006)</p>	<p>Analisis Pengendalian Mutu Pada Proses Produksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) SBQUA (Studi Kasus di PT Sinar Bogor QUA, Pajajaran Bogor)</p>	<p>Pengendalian mutu, proses produksi</p>	<p>Hasil penelitian ini yaitu faktor yang mempengaruhi mutu AMDK adalah bahan baku, mesin/ alat, kemasan, lingkungan metode, karyawan.</p>	<p>Persamaan, terdapat variabel X yang sama yaitu pengendalian mutu</p>	<p>Perbedaanya, penelitian penulis terdapat variabel Y volume penjualan, sedangkan penelitian ini tidak ada</p>
12	<p>Agus Purwo Wicaksono, dan Rizal Rahmawan (2022)</p>	<p>Pengaruh Pengendalian Mutu terhadap Kualitas Produk Pada PT. Prima Thomas Sejahtera</p>	<p>X : pengendalian mutu Y : kualitas produk</p>	<p>hasil observasi didapat proses pengendalian mutu terhadap kualitas produk yang dijalankan oleh perusahaan ini sudah</p>	<p>Persamaan kedua penelitian ini sama-sama membahas mengenai mutu produk</p>	<p>Perbedaanya, variabel X penelitian hanya 1 yaitu pengendalian mutu, dan variabel Y kualitas produk. Sedangkan penelitian penulis variabel X proses</p>

				<p>baik. Dan perlu dipertahankan agar kualitas dapat terus diperoleh. Berdasarkan analisis korelasi, pengendalian mutu berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk.</p>		<p>produksi dan mutu produk, variabel Y volume penjualan</p>
13	<p>Izzah Yuz Rifa Widyani ngrum</p>	<p>Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan pada Home Industri Kripik Tempe “Abadi” Singgahan Kecamatan Kartoharjo Kabupaten Magetan</p>	<p>X : kualitas produk Y : volume penjualan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap volume penjualan dengan adanya kualitas produk yang baik, menjadikan volume meningkat. Diperkuat juga dengan uji F yang menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan</p>	<p>Kedua penelitian ini mempunyai persamaan pada variabel Y yaitu volume penjualan</p>	<p>Perbedaan penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel X yaitu kualitas produk, sedangkan penelitian penulis menggunakan 2 variabel X yaitu pengendalian proses produksi dan mutu produk</p>

				signifikan terhadap volume penjualan.		
--	--	--	--	---------------------------------------	--	--

H. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan jalur pemikiran yang dirancang berdasarkan kegiatan peneliti yang dilakukan. Menurut Mujiman, menyatakan bahwa kerangka pikir adalah merupakan konsep berisikan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam rangka memberikan jawaban sementara.⁵⁰ Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 : Bagan Konsep Penelitian



I. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ilmiah dikonstruksikan melalui tiga komponen utama yaitu teori yang digunakan pada penelitian, terdiri dari teori utama, teori perantara, dan teori aplikasi. Penelitian yang sudah pernah dijalankan misalnya data penerima atau penolak hipotesis penelitian, realitas

⁵⁰ Ningrum Ningrum, ‘Pengaruh Penggunaan Metode Berbasis Pemecahan Masalah (Problem Solving) Terhadap Hasil Belajar Ekonomi Siswa Kelas X Semester Genap Man 1 Metro Tahun Pelajaran 2016/2017’, *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 5.2 (2017), 145–51 <<https://doi.org/10.24127/ja.v5i2.1224>>.

keterkaitan atau pengaruh aktual di lapangan diantara kedua variabel. Dalam menyusun hipotesis dibutuhkan penalaran teori yang sudah ada, temuan dalam kajian empiris, dokumentasi mengenai fenomena aktual di lapangan. penalaran ini dimaknai dengan peranan logika dalam merangkai membentuk pruposisi yang di refleksi dalam bentuk dugaan sementara atau biasa disebut dengan hipotesis. Melalui hipotesis akan digambarkan mengenai dugaan secara jelas dan singkat mengenai pengaruh atau hubungan antara variabel terikat dan bebas dalam penelitian.⁵¹

1. Pengendalian proses produksi pada PT Shung Shin Advance Indonesia
Ho : volume penjualan tidak dipengaruhi pengendalian proses produksi
Ha : volume penjualan dipengaruhi pengendalian proses produksi.
2. Upaya peningkatan mutu produk pada PT Shung Shin Advance indonesia
Ho : volume penjualan tidak dipengaruhi mutu produk
Ha : volume penjualan dipengaruhi mutu produk.

⁵¹ Jim Hoy Yam, dkk, "Hipotesis Penelitian Kuantitatif", *PERSPEKTIF: Jurnal Ilmu Administrasi*, vol. 3 No. 2 (2021), hal. 97.