

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peta bisnis dunia kini telah memasuki era baru yang ditandai dengan perubahan dalam sistem perekonomian dunia. Dalam hal ini fenomena globalisasi telah menimbulkan meningkatnya dinamika bisnis di dunia. Begitu dinamisnya bisnis dewasa ini, sehingga pasar sejumlah industri telah berubah dari *seller's market* ke *buyer's market*. Persaingan menjadi semakin kompleks. Begitu juga perubahan tuntutan pasar mengalami peningkatan. Situasi ini semakin kompleks dengan efektifnya liberalisasi perdagangan pada beberapa kawasan yang telah menghapuskan batas-batas negara. Persaingan bisnis tidak lagi antar sesama perusahaan nasional tetapi juga telah melibatkan perusahaan multi nasional.¹

Pemasaran selalu berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan zaman telah menuntun bergulirnya globalisasi dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini jelas berpengaruh terhadap lingkungan pemasaran. Seiring dengan perkembangan lingkungan pemasaran tersebut, pemasar dituntut untuk selalu dinamis, proaktif dan reaktif dalam mengikuti setiap perkembangan yang terjadi. Adanya perkembangan lingkungan demografis atau kependudukan dan lingkungan sosial ikut berperan dalam memunculkan perubahan-perubahan di dalam diri konsumen. Disamping itu, perusahaan juga didirikan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilannya dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Jika tujuan perusahaan tersebut tercapai maka

¹ Endang Sumachdar, *Pengaruh Kekuatan Pemasok Bahan Baku dan Kekuatan Pelanggan Bisnis Terhadap Strategi Produk Pasar dan Bauran Pemasaran Serta dampaknya Pada Volume Penjualan (Studi terhadap Industri Spinning di Pulau Jawa)*, Strategic, Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis, Volume 10, Nomor 19, Februari 2011, hal. 32.

kelangsungan hidup perusahaan mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.²

Produk, harga, promosi dan distribusi merupakan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Menurut Kotler, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Pengembangan produk yang bervariasi dengan kualitas yang memadai, dapat merangsang minat konsumen untuk membeli sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.³

Pemasaran tidak hanya bertujuan untuk menjual barang dan jasa saja, tetapi juga untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen (pasar). Naik turunnya volume penjualan akan berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan hidup produk yang dipasarkan. Dalam mekanisme pasar, faktor-faktor yang paling utama mempengaruhi hasil penjualan adalah faktor produk, harga, promosi penjualan dan distribusi. Namun fokus penelitian ini hanya berpusat pada tiga faktor yaitu produk, biaya promosi dan biaya produksi, karena yang relatif mengalami fluktuasi pada industri genteng adalah produk, biaya promosi dan biaya produksi.

Umumnya dianggap bahwa semakin besarnya usaha yang digunakan oleh perusahaan melalui *marketing mix*, maka akan semakin besar pula penjualannya. Sebagai contoh, semakin banyak biaya periklanan, dan semakin tinggi kualitasnya, maka perusahaan mendapatkan penjualan yang maksimal. Produk dan promosi merupakan salah satu variabel yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pasarnya.

² Dewa Putu, dkk, *Pengaruh Jenis Produk, Biaya Promosi dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan*, e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Jurusan Manajemen, Volume 3, 2015, hal. 2.

³ Bambang Widjajanta, dkk, *Mengasah Kemampuan Ekonomi*, Cv. Citra Praya, Bandung, 2007, hal. 20.

Perkembangan dunia usaha sekarang ini sangat pesat. Hal ini ditandai dengan tajamnya persaingan dunia usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan usahanya. Banyak usaha kecil sekarang ini saling bersaing, terutama pada industri yang memproduksi produk sejenis. Untuk mengatasi hal itu, perusahaan dituntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Salah satunya adalah harga jual. Banyak faktor mempengaruhi pengambilan keputusan tentang harga jual dan volume penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual diantaranya adalah faktor laba yang diinginkan, faktor produk dan faktor ekstern seperti elastisitas permintaan, sasaran produk, persaingan pasar.⁴

Pada umumnya perusahaan memiliki tujuan tertentu dan untuk mencapainya memerlukan strategi. Manajemen perusahaan mengembangkan strategi perusahaan untuk merespons tekanan yang bersumber dari kekuatan pelaku sistem bisnis yang berada di luar perusahaan. Strategi merupakan suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal. Strategi dirancang untuk memastikan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui implementasi yang tepat. Substansi strategi pada dasarnya merupakan rencana. Oleh karena itu strategi berkaitan dengan evaluasi dan pemilihan alternatif yang tersedia bagi suatu manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁵

Teori persediaan menyebutkan bahwa setiap bagian dalam perusahaan dapat memandang persediaan dari berbagai sisi yang berbeda. Bagian pemasaran, misalnya menghendaki tingkat persediaan yang tinggi agar dapat melayani permintaan pelanggan sebaik mungkin. Bagian pembelian cenderung untuk membeli barang dalam jumlah yang besar dengan tujuan untuk memperoleh diskon sehingga harga per unit menjadi

⁴ Achmad Slamet dan Sumarli, *Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba yang Diinginkan terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres*, Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika, Vol. 11, 2, 2002, hal. 45.

⁵ Endang Sumachdar, *Op. Cit.*, hal. 38.

lebih rendah. Demikian juga bagian produksi, menghendaki tingkat persediaan yang besar untuk mencegah terhentinya produksi karena kekurangan bahan. Di pihak lain, bagian keuangan memilih untuk memiliki persediaan yang serendah mungkin agar dapat memperkecil investasi dalam persediaan dan biaya pergudangan.⁶

Bisnis pada dasarnya merupakan upaya manusia untuk mencari keuntungan. Menurut Charles C Torrey dalam buku *The Commercial-Theological Term in the Koran*, istilah-istilah ekonomi dan bisnis dalam Al-Qur'an bukan hanya merupakan kiasan-kiasan ilustratif tetapi merupakan butir-butir doktrin yang paling mendasar dalam bidang ekonomi dan bisnis.⁷ Menurut Quraisy Shihab, dalam Al-Qur'an banyak ditemukan ungkapan tentang ekonomi dan bisnis. Misalnya, ketika mengajak untuk beramal seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dan berhubungan erat dengan bidang ekonomi dan bisnis. Demikian pula terdapat istilah-istilah seperti bisnis, jual beli, perbendaharaan, harta-benda, utang-piutang, permodalan.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ
 أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya : “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya” (QS. Al Baqarah:279).⁸

Usaha dan kerja, rizki, keuntungan, upah, harta-benda, dan lain-lain.

Dalam at-Taubah:115 misalnya :⁹

⁶ Eddy Herjanto, *Manajemen Operasi*, Edisi Ketiga, Grafindo, Jakarta, 2015, hal. 237.

⁷ Winoto Soekarno, Memahami Konsepsi Bisnis dan Harta Secara Islami, *Jurnal STMIK AMIKOM Yogyakarta*, 2010, hal. 3.

⁸ Al-Qur'an Surat Al Baqarah Ayat 279, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 10.

⁹ Winoto Soekarno, *Op. Cit*, hal. 4.

وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِلَّ قَوْمًا بَعْدَ إِذْ هَدَاهُمْ حَتَّى يُبَيِّنَ لَهُم مَّا

يَتَّقُونَ ۚ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿١١٥﴾

Artinya : “Dan Allah sekali-kali tidak akan menyesatkan suatu kaum, sesudah Allah memberi petunjuk kepada mereka sehingga dijelaskan-Nya kepada mereka apa yang harus mereka jauhi. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu” (QS. At Taubah:115).¹⁰

Riset gap yang melatarbelakangi penelitian ini adalah adanya perbedaan hasil penelitian yaitu Hasil penelitian Dewa Putu, dkk menunjukkan bahwa jenis bahan baku dan biaya produksi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan, namun hasil penelitian Achmad Slamet, Sumarli menunjukkan bahwa secara parsial perkiraan biaya produksi berpengaruh secara positif terhadap volume penjualan.

Teoritical gap yang melatar belakang penelitian ini adalah kaitannya dengan fungsi produksi dalam perusahaan industri, bahan baku merupakan salah satu subsistem masukan (*input subsystem*) yang akan diproses dengan subsistem lainnya (tenaga kerja, modal, mesin, dll) menjadi sebuah keluaran (*output*). Oleh karena itu, bahan baku merupakan bagian yang sangat penting untuk menunjang berlangsungnya proses produksi. Dalam hal ini, yang harus diperhatikan adalah pasokan bahan baku. Karena ketersediaan bahan baku akan mempengaruhi kelancaran proses produksi, apabila terjadi kekurangan bahan baku akan menghambat proses produksi. Proses produksi yang lancar diharapkan dapat menghasilkan jumlah produk yang di butuhkan, dengan ketersediaan jumlah produk maka akan mempengaruhi penjualan. Tapi apabila proses produksi terhambat, produk yang dihasilkan pun akan terganggu, akibatnya produk jadi yang siap di jual

¹⁰ Al-Qur'an Surat At Taubah Ayat 115, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyibah, Kudus, 1998, hal. 50.

menjadi tidak tersedia, pesanan-pesanan *buyer* menjadi tidak terpenuhi dan akibatnya tingkat penjualan menurun.¹¹

Dalam era kompetisi yang semakin tajam ini, perusahaan-perusahaan berlomba untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu dan berkualitas baik. Sebagai perusahaan manufaktur biaya dibedakan menjadi dua yaitu biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya yang dikeluarkan harus diklasifikasikan dengan jelas karena perusahaan yang tumbuh dan berkembang adalah perusahaan yang dapat bekerja dengan produktifitas dan efisiensi yang tinggi agar perusahaan dapat memproduksi dengan jumlah dan waktu yang tepat. Biaya produksi variabel dikeluarkan sesuai dengan aktivitas perusahaan dalam rangka memperlancar aktivitas perusahaan yang nantinya sebagai sumber pendapatan bagi perusahaan. Biaya variabel adalah sebagai biaya yang totalnya meningkat secara proporsional terhadap peningkatan dalam aktivitas dan menurun secara proporsional terhadap penurunan dalam aktivitas. Biaya variabel merupakan sumber biaya yang paling besar karena terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.¹²

Berikut merupakan data persediaan bahan baku, biaya produksi dan volume penjualan pada Industri Genteng di Kecamatan Mayong :

Tabel 1.1

Data Persediaan Bahan Baku, Biaya Produksi dan Volume Penjualan

Nama pemilik	Persediaan Bahan Baku	Biaya Produksi	Volume Penjualan
Sumarlan	10 dam	Rp 6.175.000	Rp 10.500.000
Supardi	9 dam	Rp 5.557.500	Rp 9.450.000
Karmijan	10 dam	Rp 6.200.000	Rp 11.000.000

¹¹ Yayat dan Acep Komara, Pengaruh Pasokan Bahan Baku Terhadap Proses Produksi dan Tingkat Penjualan Pada Industri Rotan Kabupaten Cirebon, *Edunomic*, Volume 1 / Januari 2013, hal. 28.

¹² Rizka dan Effendi, *Pengaruh Biaya Produksi Variabel dan Efisiensi Operasi Terhadap Margin Kontribusi (Studi Kasus Pada Sumber Bangunan Palembang)*, *Jurnal Akuntansi*, S1 STIE MDP, 2014, hal. 2.

Sabari	3 dam	Rp 1.900.000	Rp 3.100.000
Rosidi	5 dam	Rp 3.515.850	Rp 5.800.000
Rosyid	7 dam	Rp 4.300.000	Rp 7.600.000

Sumber : hasil observasi awal peneliti pada obyek penelitian, 2016.

Berdasarkan survei yang penulis lakukan pada Industri Genteng di Kecamatan Mayong dalam penentuan harga jual kurang memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi harga jual produknya. Hal ini nampak pada penghitungan biaya produksi, misalnya ada biaya yang belum diperhitungkan dalam penghitungan biaya produksi, seperti biaya tenaga kerja pemilik. Pemakaian tenaga kerja langsung belum diperhitungkan karena dikerjakan oleh anggota keluarganya sendiri, begitu juga jam kerja mereka kurang mengenal waktu sehingga dalam penentuan harga jual kurang tepat sehingga volume penjualan yang dicapai juga kurang maksimal. Bertitik tolak dari hal tersebut peneliti berharap dengan menganalisis pengaruh persediaan bahan baku dan biaya produksi terhadap volume penjualan pada industri kecil genteng pres di kecamatan Mayong Jepara dapat dilihat sumbangan masing-masing faktor tersebut terhadap penentuan volume penjualan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Persediaan Bahan Baku dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Industri Genteng di Kecamatan Mayong)”**.

B. Batasan Penelitian

Dalam mempertajam penelitian, peneliti menetapkan batasan penelitian. Penentuan batasan penelitian lebih diarahkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan diperoleh dari situasi sosial (lapangan).¹³ Maka yang dijadikan batasan dalam penelitian ini adalah:

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 377.

1. Subyek penelitian ini adalah Industri Genteng di Kecamatan Mayong.
2. Penelitian ini hanya membahas pengaruh persediaan bahan baku dan biaya produksi terhadap volume penjualan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persediaan bahan baku terhadap volume penjualan pada industri genteng di Kecamatan Mayong?
2. Bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada industri genteng di Kecamatan Mayong?
3. Bagaimana pengaruh persediaan bahan baku dan biaya produksi terhadap volume penjualan pada industri genteng di Kecamatan Mayong?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persediaan bahan baku terhadap volume penjualan pada industri genteng di Kecamatan Mayong.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada industri genteng di Kecamatan Mayong.
3. Untuk mengetahui pengaruh persediaan bahan baku dan biaya produksi terhadap volume penjualan pada industri genteng di Kecamatan Mayong.

E. Manfaat Penelitian

Selanjutnya apabila penelitian ini berhasil dengan baik, diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik manfaat teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan informasi dalam penelitian lebih lanjut maupun dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan pengaruh persediaan bahan baku dan biaya produksi terhadap volume penjualan.
- b. Bagi peneliti selanjutnya : hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi pijakan penelitian yang akan datang berkaitan dengan pengaruh persediaan bahan baku dan biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi pemerintah : hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pemerintah khususnya pemerintah Kabupaten Jepara dalam mengembangkan dan membina usaha produksi genteng di kecamatan Mayong.
- b. Bagi UKM : Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan bagi industri kecil genteng dalam menentukan kebijakan persediaan bahan baku dan biaya produksi terhadap volume penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

1. Bagian Awal

Bagian muka ini, terdiri dari: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi dan daftar label.

2. Bagian Isi, meliputi :

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Telaah Pustaka

Bab ini berisi tentang teori yang berkaitan dengan persediaan bahan baku, biaya produksi, volume penjualan, pengertian UMKM, penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, tehnik pengumpulan data, uji asumsi klasik dan analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.