

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia industri saat ini menuntut industri untuk terus meningkatkan dan memperbaiki kinerjanya agar dapat terus bertahan, dan bahkan dapat memenangkan kompetisi dengan berbagai industri lainnya. Tak terkecuali dengan UD (Industri Kecil Menengah) atau lebih bersifat *Home Industry*. Semakin ketatnya persaingan didalam dunia usaha pada saat sekarang ini, membuat para pelaku usaha baik itu perseorangan ataupun dalam bentuk perusahaan haruslah memiliki faktor yang dapat dijadikan oleh perusahaan sebagai senjata dalam usahanya untuk memenangkan persaingan dengan para pesaingnya di dunia bisnis. Kondisi seperti itulah yang pada akhirnya menyebabkan para pelaku usaha tersebut makin gencar berusaha untuk mencari solusi maupun program bisnis yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Dalam suatu perusahaan, kegiatan pemasaran merupakan salah satu komponen yang paling penting dalam operasional sehari-hari. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Dari pendapat tersebut dapat diketahui bahwa tujuan setiap perusahaan sebenarnya adalah konsumen, karena tanpa konsumen tidaklah mungkin bagi suatu perusahaan untuk bertahan melangsungkan kegiatan operasionalnya, apalagi mendapatkan laba yang besar (Kotler dan Amstrong, 2001:7)

Dalam upaya memperoleh laba maksimal bagi perusahaan untuk menilai kembali kebijakan biaya suatu produk yang ditetapkan, hal ini dilakukan agar dengan volume penjualan tertentu dapat diperoleh omset penjualan yang maksimum. Namun demikian, menghadapi pasar produk yang semakin bersaing, kebijakan harga relative tidak jauh beda dalam industry. Sementara volume penjualan harus terus ditingkatkan agar tujuan perusahaan sebagaimana di tetapkan sebelumnya dapat tercapai dengan baik.

Menurut Mulyadi (1978:4), "Biaya adalah harga pokok yang telah dibebankan kepada penghasilan yang diperoleh dalam periode tertentu". Dengan kata lain, biaya adalah harga pokok yang dikorbankan di dalam usaha memperoleh penghasilan dalam periode tertentu. Jadi biaya merupakan bagian daripada harga pokok, yang dikorbankan di dalam usaha memperoleh penghasilan.

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan pada saat memproses produksi suatu barang, biaya produksi tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi juga merupakan salah satu hal yang menentukan dalam persaingan sekaligus memiliki peran penting dalam kelangsungan hidup perusahaan, dimana besar kecilnya biaya produksi yang dikeluarkan akan mempengaruhi laba suatu perusahaan.

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan, pada umumnya ditentukan oleh kecepatan dan ketepatan manajemen dalam merencanakan biaya produksi, karena besar kecilnya suatu biaya produksi yang dikeluarkan itu akan sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Upaya lain yang dilakukan perusahaan dalam mendapatkan profitabilitas yaitu dengan menambahkan biaya produksi.

Volume penjualan yang optimal merupakan salah satu target perusahaan, salah satu target yang terpenting yaitu dengan lebih memperhatikan biaya produksi yang dikeluarkan, serta biaya-biaya penambahan bahan pendamping atau disebut juga bahan pendamping bahan baku sesuai dengan kebutuhan produk yang akan dihasilkan. Dengan begitu adanya penambahan biaya produksi, perusahaan dapat menghasilkan produk yang bervariasi dan berkualitas, sehingga perusahaan dapat mempertahankan serta menambah pangsa pasarnya yang diharapkan volume penjualan juga ikut meningkat.

UD Budi Jaya Makmur Bangkalan pada awalnya merupakan sebuah organisasi kelompok tani yaitu Ambudi Makmur Kramat yang berdiri pada tahun 1999, kemudian kelompok tani tersebut berkembang menjadi UD. Pada tahun 2006, yang sekarang dikenal dengan nama UD Budi Jaya Kramat yang bergerak pada bidang produksi pengolahan khusus buah salak, buah salak tersebut diolah dan dikembangkan menjadi berbagai jenis makanan dan minuman serta cemilan khas kota Bangkalan seperti dodol salak, kurma salak, kismis salak, selai salak, sirup salak, dan masih banyak jenis yang lainnya yang berbahan dasar buah salak Bangkalan.

Dalam menjalankan fungsinya yaitu mengolah dan memproduksi buah salak menjadi makanan dan minuman yang sehat dan bervitamin, perusahaan ini dihadapkan pada usaha-usaha bagaimana mendayagunakan faktor-faktor produksi yang ada, misalnya bahan baku, tenaga kerja dan peralatan. Faktor-faktor produksi tersebut harus dimanfaatkan secara efisien sesuai dengan kebutuhan pada UD Budi Jaya Kramat ini. Untuk dapat mengolah faktor-faktor produksi tersebut diperlukan suatu proses produksi dan dalam proses produksi itu sendiri membutuhkan biaya produksi.

Selama perjalanannya dalam mengolah dan memproduksi barang, perusahaan ini pernah mengalami ketidakstabilan penjualan pada tahun sebelumnya, karena dalam melakukan proses suatu produksi tidak terlalu memperhatikan biaya-biaya yang akan dikeluarkan, sehingga berpengaruh pada hasil penjualan yang tidak sesuai dengan yang diinginkan atau belum mencapai target yang diinginkan, dikarenakan terjadi adanya pemborosan pada saat melakukan suatu proses produksi, yaitu pada saat pemrosesan berlangsung.

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini memiliki berbagai jenis, untuk bahan yang dikeluarkan serta biaya tidak langsung/biaya pendamping bahan baku untuk produk ini memerlukan biaya produksi yang cukup besar, karena dalam perusahaan industri biaya produksi merupakan biaya yang paling besar untuk menghasilkan produk yang sempurna, dengan begitu volume penjualan yang dihasilkan oleh UD Budi Jaya Kramat Bangkalan ini ikut meningkat pula, karena produk yang dihasilkan sangat disukai oleh konsumen. Berikut dibawah ini merupakan tabel biaya produksi dan juga tabel volume penjualan pada UD Budi Jaya Kramat Bangkalan dari tahun 2009 hingga 2012 :

**Tabel 1.1 Biaya Produksi UD Budi Jaya Kramat Bangkalan
Dari tahun 2009 hingga 2012**

Tahun	Biaya Produksi (Rp)
2009	Rp 6.413.000
2010	Rp 10.212.000
2011	Rp 13.014.600
2012	Rp 16.928.000
Total	Rp 46.567.600

Tabel 1.2 Data volume penjualan UD Budi Jaya Kramat Tahun 2009 sampai 2012

Tahun	Unit Terjual	Penjualan(Dalam Rp)
2009	1.895	Rp 16.724.000
2010	2.530	Rp 22.614.000
2011	3.187	Rp 27.514.500
2012	3.465	Rp 30.474.500
Total	11.077	Rp 97.327.000

Dapat diketahui dari Tabel 1.2 Data Volume Penjualan dari tahun 2009 hingga 2012, perbandingan tingkat kenaikan hasil penjualan dari tahun 2009 ke tahun 2010 sebesar enam jutaan, sedangkan pada tahun 2010 ke tahun 2011 menurun sebesar lima jutaan, kemudian sampai tahun 2012 perbandingan hasil penjualan hanya sebesar tiga jutaan, dapat dilihat dari data tersebut adanya ketidakstabilan hasil penjualan pada perusahaan ini, yang seharusnya untuk mendapatkan hasil penjualan yang stabil tingkat perbandingan kenaikan setiap tahunnya seharusnya sekitar enam jutaan atau lebih dari itu.

Dari data Tabel 1.1 Biaya Produksi pada UD Budi Jaya Kramat pada tahun 2009 sampai 2012 ini membuktikan bahwa biaya produksi yang meningkat setiap tahunnya berimbas pada produk yang terjual/unit yang terjual setiap tahunnya, atau volume penjualannya otomatis ikut meningkat pula. Supriyono (1991:418), yang menyatakan bahwa “semakin besar jumlah biaya produksi maka semakin besar pula volume penjualan yang diperoleh, semakin rendah volume penjualan yang didapat maka semakin rendah pula jumlah total biaya produksi yang dikeluarkan”.

Berdasarkan dari uraian diatas, maka penulis mengadakan penelitian tentang pengaruh biaya produksi yang merupakan bagian dari Bauran Pemasaran yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan volume penjualan dengan judul “PENGARUH BIAYA PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UD BUDI JAYA KRAMAT BANGKALAN”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah biaya produksi mempunyai hubungan yang kuat terhadap volume penjualan ?
2. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan pada UD Budi Jaya Kramat Bangkalan ?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adanya hubungan biaya produksi terhadap volume penjualan pada UD Budi Jaya Kramat Bangkalan.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada UD Budi Jaya Kramat Bangkalan.

1.3.2 Manfaat penelitian

Diharapkan dengan dilakukan penelitian ini, akan diperoleh data yang mempengaruhi usaha perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai:

1. Bagi Penulis

Hasil karya tulis ini diharapkan akan memberikan kontribusi positif sebagai dasar dalam penerapan-penerapan ilmu pemasaran dalam bidang studi manajemen pemasaran agar dapat menghadapi masalah-masalah yang ada di dalam perusahaan, khususnya mengenai masalah biaya produksi terhadap volume penjualan.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan yang diteliti, sebagai bahan informasi/masukan bagi pemimpin perusahaan diharapkan untuk dapat mempertimbangkan kebijakannya, khususnya mengenai masalah tentang biaya produksi terhadap volume penjualan pada UD Budi Jaya Kramat, bahwa apabila dilakukan perencanaan biaya produksi secara baik dapat berpengaruh terhadap perubahan volume penjualan sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu tambahan pengetahuan dan juga sebagai bahan referensi, khususnya untuk pihak-pihak yang mengkaji topik yang berkaitan dengan biaya produksi dengan pengaruhnya terhadap volume suatu penjualan yang telah dibahas dalam penelitian ini.