

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dimasa sekarang ini perusahaan dituntut untuk melakukan berbagai tindakan antisipasi dan efisiensi guna mengurangi ketidakstabilan kondisi keuangan perusahaan dan tetap mempertahankan kegiatan operasional perusahaan dengan berbagai cara, diantaranya menyediakan barang atau jasa sesuai dengan selera masyarakat. Oleh karena itu menjadi aspek yang vital untuk memperhatikan kondisi aspek produksi yang meliputi biaya produksi bahkan kegiatan pemasaran yang merupakan kunci pokok aktivitas perusahaan dalam menjalankan produksinya dalam kaitannya meningkatkan volume penjualan perusahaan dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, Sehingga mampu memberikan dampak positif bagi perkembangan perusahaan.

Implementasi program penjualan untuk memacu penjualan produk/jasa suatu perusahaan merupakan persyaratan untuk memenangkan persaingan dalam kondisi perekonomian yang berkembang pesat dan sangat kompetitif. Banyak pelaku usaha yang mempertimbangkan program penjualan sebagai alat kompetitif yang paling potensial. Tingkat volume penjualan yang tinggi merupakan hal yang diinginkan bagi setiap perusahaan, bagi sebuah perusahaan dengan tingginya tingkat volume penjualan yang dihasilkan maka diharapkan laba yang diperoleh juga meningkat. Philip Kotler dan Kevin Lane (2009:18) mengemukakan dalam penjualan terdapat konsep yang menyatakan bahwa konsumen jangan dibiarkan begitu saja, organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan pemasaran yang agresif.

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Mulyadi, 2009: 14), dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa yang disebut biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang dipergunakan guna mengolah bahan baku hingga menjadi produk yang siap jual.

Biaya pemasaran yang sejatinya jiwa dari perusahaan pun akan ikut mendapatkan imbas dari terjadinya krisis yang belakangan terjadi, krisis yang secara struktural berdampak pada seluruh aspek kehidupan, aspek ekonomi pun tidak luput terkena imbasnya. Krisis yang menurunkan atau melemahkan kinerja keuangan telah menjatuhkan banyak perusahaan yang kurang memiliki pondasi keuangan dan manajemen yang kuat menjadi pontang panting hingga sampai gulung tikar. Krisis yang membuat kacau keuangan Negara mengakibatkan naiknya biaya-biaya perusahaan yang berpengaruh terhadap harga output yang dihasilkan hal ini mengakibatkan kenaikan biaya pemasaran, tidak hanya itu para kompetitor baru ataupun kompetitor lama membuat peralihan konsumen kepada pesaing menyisihkan biaya pemasaran yang sudah terlanjur dikeluarkan menjadi tambahan beban biaya bagi perusahaan.

Volume Penjualan dalam kegiatan usaha menjadi pengukur tingkat hasil yang diharapkan oleh produsen melalui keterimaan nilai produk yang dihasilkan melalui produk/jasa yang diterima baik oleh masyarakat maka tingkat penjualan akan meningkat dengan bertambahnya jumlah permintaan.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian di perusahaan PT. Putra Linajaya selaku perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur. Sehingga penulis menyusun penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Volume Penjualan.”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini :

1. Bagaimana biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan PT. Putra Linajaya ?

2. Bagaimana biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan PT. Putra Linajaya ?
3. Apakah biaya produksi dan biaya pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan PT. Putra Linajaya dan Manakah yang berpengaruh paling dominan?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk memberikan keterangan yang mengarah kepada apa yang ingin penulis teliti. Pada penelitian ini fokus masalah dibatasi pada biaya produksi dan biaya pemasaran yang berhubungan terhadap volume penjualan pada perusahaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan yakni :

- a. Kualitas Produk
- b. Selera Konsumen
- c. Kemampuan Penjual
- d. Persaingan Pasar

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan lebih terarah maka perlu adanya batasan penelitian “Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap volume penjualan pada perusahaan PT. Putra Linajaya”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah :

1. Untuk mengetahui apakah biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur.
2. Untuk mengetahui apakah biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur.
3. Untuk mengetahui apakah biaya produksi dan biaya pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Menambah pengetahuan dan kemampuan penulis dalam bidang penelitian, serta menambah wawasan penulis tentang penerapan ilmu baik secara teori maupun praktik.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh dari biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Digunakan sebagai bahan acuan yang bermanfaat bagi pihak internal perusahaan untuk memberikan gambaran mengenai pentingnya memahami biaya produksi dan biaya pemasaran demi menjaga kestabilan keuangan perusahaan.
 - b. Sebagai gambaran perusahaan untuk memutuskan suatu kebijakan di dalam perusahaan.
3. Bagi Pembaca
 - a. Sebagai saran pembaca untuk meningkatkan pemahaman dan wawasan terhadap sumber informasi.
 - b. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian pada objek atau masalah yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika yang digunakan oleh penulis dikelompokkan menjadi beberapa sub bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan atau uraian singkat proses penulisan skripsi ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dibahas.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi cara pengambilan dan pengolahan data penentuan populasi beserta jumlah sampel, jenis penelitian, jenis sumber data, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang keterkaitan antar faktor-faktor dari data yang diperoleh dari masalah yang diajukan kemudian menyelesaikan masalah tersebut dengan metode yang diajukan dan menganalisa proses dan hasil penyelesaian masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari pokok pembahasan dan disertai dengan saran-saran bagi pihak yang terkait sebagai objek pajak penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada serta pengembangan di masa yang akan datang.