

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Krisis ekonomi yang berlangsung cukup lama ini mengakibatkan kondisi dunia perindustrian menjadi tidak menentu. Proses produksi macet, barang-barang kebutuhan menjadi langka di pasaran, harga-harga melambung tinggi mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat secara mencolok. Banyak buruh tidak mampu memenuhi kebutuhan pokoknya sehingga mereka menuntut kenaikan gaji pada perusahaan. Upaya menuntut kenaikan gaji dilakukan dengan mengadakan aksi bersama atau demonstrasi sehingga kelancaran proses produksi perusahaan menjadi terganggu.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur juga terkena dampak dari krisis ekonomi yang berlarut. Permasalahan dari ketiadaan biaya untuk membeli bahan baku, keterlambatan datangnya bahan baku yang diakibatkan oleh krisis sangat mempengaruhi proses produksi.

Masyarakat menuntut kualitas hidup yang lebih baik. Ini merupakan tantangan bagi dunia bisnis pada umumnya dan dunia perindustrian pada khususnya. Berbagai gambaran situasi krisis seperti yang diuraikan diatas membuat perusahaan mau tidak mau harus bisa mencari peluang untuk mengantisipasi masalah yang timbul. Selain itu perusahaan dituntut untuk kreatif dalam menghadapi persaingan dunia usaha untuk memenuhi keinginan konsumen. Salah satu permasalahan yang timbul adalah efisiensi biaya produksi itu sendiri.

Biaya produksi adalah biaya yang muncul untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Jadi biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Komponen biaya produksi adalah Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya Overhead Pabrik. Biaya Bahan Baku adalah harga perolehan berbagai macam bahan baku yang dipakai didalam kegiatan pengolahan produk. Bahan baku adalah berbagai macam bahan yang diolah menjadi produk akhir dan pemakaiannya dapat diidentifikasi secara langsung pada produk tertentu. Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja langsung dan jejak manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk tertentu. Biaya Overhead Pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Biaya produksi tidak terlepas dari rencana atau anggaran biaya produksi. Jika biaya produksi sebenarnya lebih besar dari yang dianggarkan maka biaya produksi tersebut tidak efisien. Sedangkan apabila biaya produksi sebenarnya lebih kecil dari yang dianggarkan maka biaya produksi tersebut dikatakan efisien. Dapat digunakan analisis selisih untuk menyusun biaya produksi yang efisien dengan menggunakan metode satu selisih, metode dua selisih, metode tiga selisih, dan metode empat selisih.

Pihak manajemen dalam perusahaan dituntut untuk senantiasa mengoptimalkan pemanfaatan biaya produksi yang merupakan salah satu sumber biaya terbesar agar dapat seefisien mungkin untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dan harga yang bersaing sehingga kelangsungan hidup perusahaan terjamin. Oleh karena itu pihak manajemen harus melakukan pendekatan yang sistematis dan rasional untuk menentukan alternatif yang paling tepat, agar dapat mengoptimalkan pemanfaatan biaya produksi

tersebut. Manajemen perlu membuat perencanaan biaya produksi yang dirumuskan dalam anggaran biaya produksi, diharapkan perusahaan akan memperoleh volume penjualan yang optimal dengan tingkat harga yang bersaing.

Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Volume penjualan merupakan jumlah kuantitas barang yang dijual dikalikan dengan harga jual. Manajer penjualan secara langsung dapat mengendalikan jumlah kuantitas barang yang dijual melalui cara-cara penjualan, seperti penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan cicilan, penjualan konsinyasi, atau membuka kantor penjualan. Di pihak lain manajer penjualan tidak bisa secara langsung mempengaruhi harga jual karena harga ini ditentukan oleh keseimbangan pasar dalam pasar penjualan. Manajer penjualan hanya bisa menentukan dengan metode penentuan harga jual.

Seandainya manajer produksi dapat melakukan kegiatan efisiensi dalam biaya produksi diharapkan manajer penjualan dapat meningkatkan volume penjualan sesuai yang direncanakan. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk penelitian dengan judul :

## **”PENGARUH EFISIENSI BIAYA PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN ”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara efisiensi biaya produksi dengan volume penjualan?

2. Seberapa besarkah pengaruh dari efisiensi biaya produksi terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data -data yang berhubungan dengan pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap volume penjualan.

Berdasarkan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk:

1. Membuktikan besarnya hubungan antara efisiensi biaya produksi dengan volume penjualan.
2. Membuktikan besarnya efisiensi biaya produksi mempengaruhi volume penjualan yang diperoleh perusahaan.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak-pihak lain yang membutuhkan dan bagi diri penulis sendiri.

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen perusahaan, diharapkan dapat mempertimbangkan pengaruh efisiensi biaya produksi terhadap volume penjualan perusahaan.
2. Bagi para mahasiswa untuk menambah pengetahuan dan memperdalam dengan pengalaman nyata yang belum pernah diketahui sel ama kuliah, khususnya mengenai

efisiensi biaya produksi dalam suatu perusahaan dan manfaatnya dalam menyusun perubahan volume penjualan.

3. Bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai efisiensi biaya produksi terhadap volume penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dagang dalam praktek yang sesungguhnya.