

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis pada masa sekarang ini terus mengalami perkembangan yang begitu pesat. Hal ini dikarenakan persaingan usaha yang semakin kompetitif. Untuk mengatasi hal tersebut suatu perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif untuk menjaga kelangsungan hidupnya. Di jaman globalisasi seperti sekarang ini pada umumnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan laba yang semaksimal mungkin.

Pada umumnya setiap perusahaan menginginkan agar usahanya berjalan dengan lancar dan mendapatkan laba maksimal yang menjadi tujuan utamanya. Namun semua itu bukanlah suatu hal yang mudah diraih tetapi perlu kerja keras untuk mendapatkannya. Dimasa ini perkembangan teknologi semakin maju dan canggih, sejalan dengan itu pula perkembangan perekonomian juga semakin berkembang. Kebutuhan dan keinginan pembeli akan suatu barang dan jasa semakin meningkat dan menjadi tak terbatas.

Perusahaan dianggap sebagai unit produktif dari masyarakat yang terlibat dalam proses mengubah sumber-sumber daya menjadi barang-barang konsumsi akhir. Perusahaan adalah suatu organisasi yang membeli dan menyewa sumber-sumber daya, memproduksinya melalui suatu proses produksi, dan kemudian

menjual barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkannya tersebut kepada pihak lain (Machfoedz, 2007: 2).

Perusahaan bertugas untuk memproduksi barang-barang dan jasa. Produksi adalah setiap penggunaan sumber-sumber daya yang dimaksudkan untuk mengganti atau merubah bentuk suatu komoditi menjadi komoditi yang lain, pada suatu waktu dan tempat tertentu. Aktifitas suatu produksi tersebut dilakukan pada suatu waktu tertentu. Aktifitas produksi diukur berdasarkan tingkat penjualan yang dihasilkan per unit. Perusahaan dapat digambarkan secara singkat sebagai suatu unit ekonomi yang bekerja dengan jalan mengolah berbagai sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba yang maksimum. Tingginya tingkat kebutuhan dan terbatasnya alat pemuas kebutuhan dapat menimbulkan perkiraan untuk mengusahakan bagaimana cara memproduksi dengan efektif serta efisien berdasarkan sumber daya yang tersedia, sehingga dapat menimbulkan biaya yang berarti laba maksimal dapat tercapai.

Dalam melakukan penjualan, perusahaan dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat atau seni inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang. Menurut Swastha (2001: 9) “semakin pandai seseorang dalam bidang penjualan maka akan semakin cepat pula mencapai sukses dalam melaksanakan tugas-tugasnya sehingga tujuan yang diinginkannya juga akan segera terlaksana”. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha

untuk menarik pembeli dan diharapkan bisa mengetahui daya tarik mereka terhadap produk yang dihasilkan.

Pesatnya perkembangan dunia usaha pada era globalisasi berdampak luas pada persaingan yang semakin ketat, sehingga perusahaan perlu menjaga kelangsungan hidupnya. Untuk memiliki keunggulan bersaing dan mempertahankan kelangsungan hidup pengelola perusahaan hendaknya melaksanakan kunci pokoknya yaitu *planning, organizing, actuating dan controlling* (POAC). Bisnis saat ini merupakan era bisnis tingkat korporat dimana operasi perusahaan meliputi kawasan global dengan banyak variabel mikro dan makro yang beraneka ragam. Pencapaian tujuan dapat dilaksanakan oleh setiap perusahaan dalam pengambilan keputusan manajemen yang ditandai oleh penggunaan pengetahuan ilmiah untuk pengalokasian faktor produksi yang terbatas seperti tenaga kerja, bahan baku, jam kerja mesin dan modal dapat seefektif dan seefisien mungkin untuk memaksimalkan dan meminimumkan laba.

Untuk mencapai sasaran dan dapat bersaing dengan perusahaan lain, perusahaan harus memiliki manajemen yang baik bagi perusahaannya. Karena dengan penentuan dan pemeliharaan manajemen yang baik akan menjadi kunci utama dalam suatu perusahaan. Perhatian terhadap biaya karena perusahaan dalam usahanya memproduksi barang dan jasa tidak lepas memperhitungkan seberapa besar biaya yang akan dibutuhkan untuk menghasilkan suatu barang

dan jasa. Sehingga manajer dituntut untuk bertanggung jawab dalam mengatur *input* secara efisien dan efektif sehingga diperoleh keuntungan yang maksimal. Pengendalian terhadap biaya dimaksudkan untuk mencapai efisiensi, karena berhubungan dengan penilaian prestasi dalam rangka perencanaan dan pengendalian manajemen.

Efisiensi merupakan perbandingan antara keluaran dengan masukan atau jumlah keluaran yang dihasilkan dari satu *input* yang kita gunakan. Yamit (2000 :32) menyatakan bahwa efisiensi adalah ukuran dalam membandingkan penggunaan *input* yang direncanakan dengan realisasi penggunaan masukan. Adapun tujuan efisiensi biaya produksi adalah agar dapat memenangkan persaingan di pasar karena adanya penekanan biaya produksi, meningkatkan kedisiplinan dan keterampilan kerja, karena karyawan akan berusaha untuk bekerja sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan meningkatnya efisiensi sehingga perusahaan dapat menggunakan sebagian modalnya yang tersisa untuk keperluan lain yang lebih bermanfaat. Untuk mengetahui berapa besar keuntungan yang dihasilkan oleh satu unit produk digunakan kontribusi margin per unit. Perusahaan yang memproduksi lebih dari satu macam produk, biasanya informasi kontribusi margin per unit ini dihubungkan dengan penggunaan sumber daya yang langka.

Manajemen akan memperoleh informasi kemampuan berbagai macam produk untuk menghasilkan laba optimal. Hansen (2000: 32) menyatakan bahwa “kontribusi margin adalah pendapatan dikurangi biaya variabel total”. Sedangkan

kontribusi margin per unit menurut Mulyadi (2000: 74) adalah “laba kontribusi dibagi dengan volume penjualan”. Jadi kontribusi margin adalah selisih lebih penjualan di atas semua biaya variabel yang dapat digunakan untuk menutup biaya tetap dan sisanya merupakan keuntungan satu periode. Manfaat analisis kontribusi margin bagi perusahaan adalah yang pertama sebagai pertimbangan akan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan penambahan harga jual, biaya dan tingkat penjualan yang tepat agar diperoleh maksimal laba kontribusi sebagai pencapaian tujuan perusahaan, yang kedua untuk membantu manajemen dalam memutuskan apakah lini produk tertentu harus diberhentikan dan yang terakhir untuk membantu manajemen dalam memutuskan produk mana yang perlu ditingkatkan dan produk mana yang perlu dipertahankan.

Produk bagi perusahaan merupakan suatu kegiatan yang cukup esensial untuk menentukan suatu keberhasilan. Jika kegiatan produksi berhenti maka kegiatan lain dari perusahaan tersebut akan ikut pula berhenti. Jadi produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Sekarang ini persaingan suatu perusahaan tidak hanya tersebar luas melainkan juga bertumbuh menjadi lebih hebat setiap tahunnya. Karena pasar telah menjadi begitu bersaing, memahami pembeli saja sudah tidak cukup lagi. Perusahaan-perusahaan harus mulai memberi perhatian besar pada kombinasi produk atau berbagai macam produk yang diproduksi oleh perusahaan agar laba perusahaan lebih meningkat dari tahun ke tahun.

Kegiatan operasional yang baik dapat dicapai melalui perencanaan kegiatan yang matang, salah satunya adalah perencanaan produksi. Secara global perencanaan produksi meliputi kegiatan penentuan barang yang akan di produksi dan berapa banyak jenisnya barang, kualitas barang, bagaimana cara produksi yang dilakukan, serta waktu pelaksanaan proses produksi tersebut. Produk dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kegiatan atau kebutuhan yang dapat dimanfaatkan, dikonsumsi, atau dinikmati (Machfoedz, 2007: 73).

Proses perencanaan berlanjut pada bagaimana proses produksi itu dilaksanakan serta bagaimana pengalokasian sumber daya yang ada sehingga manajemen perusahaan harus menentukan bagaimana proses produksi dilaksanakan apakah secara terus menerus atau terputus-putus, dengan memperhatikan keuntungan dan kelebihan dari masing-masing proses produksi tersebut.

Pengalokasian sumber daya setiap jenis produk dapat digunakan untuk menentukan kombinasi produk dan tingkat penjualan produk yang maksimal dengan memperhatikan perbedaan kecenderungan pasar, kemampuan menghasilkan laba dan jumlah biaya yang dibutuhkan untuk masing-masing jenis produk. Biaya disini diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2000:8).

Tahap terakhir yang di tempuh adalah kapan proses produksi dilaksanakan, yaitu pada waktu yang tepat untuk memproduksi serta pengalokasian waktu produksi untuk tiap-tiap jenis barang agar sesuai dengan permintaan konsumen. Keseluruhan proses diatas harus dilaksanakan secara berkesinambungan agar tujuan dari perencanaan produksi dapat tercapai, yaitu mengusahakan agar barang atau jasa hasil produksi tepat sesuai kebutuhan konsumen baik dalam jumlah, tempat dan waktu dengan memperhatikan kualitas dan harganya. Kesalahan dalam menentukan luas produksi mengakibatkan kelebihan dan kekurangan produksi untuk jenis produk tertentu. Hal ini akan menyebabkan meningkatkan *opportunity cost* perusahaan dan biaya penyimpanan sebagai akibat dari kelebihan produksi yang tidak mampu diserap oleh konsumen (Subagyo, Asri dan Handoko, 2000: 12).

Perusahaan Roti 33 merupakan salah satu perusahaan di Sragen, tepatnya di Jalan Katukan Rt 16 Rw 02 Pura Karangmalang Sragen, yang memproduksi roti atau kue dengan berbagai variasi produk yang bertujuan untuk memberikan pilihan agar konsumen dapat memilih jenis produk sesuai dengan selera konsumen, sehingga produk yang dihasilkan mempunyai daya saing yang tinggi di pasar lokal. Perusahaan Roti 33 berproduksi untuk memenuhi permintaan pasar. Perusahaan Roti 33 memproduksi beberapa jenis roti tetapi dibagi menjadi tiga bagian yaitu cake, bolu dan roti sobek. Jenis Cake, terdiri dari roti mandarin, roti tawar, roti layer cake, roti krumpul, coklat miesess, roti nanas cery. Jenis Bolu, terdiri dari bolu gulung, bluberry mexico, bollen coklat keju. Jenis Roti

Sobek, terdiri dari roti semir manis, roti pia kacang hijau, pisang coklat, keju, misses

Dengan demikian beberapa jenis roti tersebut mampu memberikan keuntungan yang maksimal apabila menggunakan analisis kombinasi dan tingkat penjualan yang tepat. Pada peningkatan penjualan yang berdampak pada naiknya laba perusahaan. Serta pula mempengaruhi persepsi konsumen terhadap perusahaan yang mampu memenuhi permintaan pasar, sehingga konsumen tidak beralih ke perusahaan lain.

Dengan melihat sedemikian pentingnya arti penentuan kombinasi produk dan tingkat penjualan yang maksimal demi kelangsungan hidup perusahaan, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “ANALISIS HASIL KOMBINASI PRODUK DAN TINGKAT PENJUALAN DALAM UPAYA MEMAKSIMALKAN LABA (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN ROTI 33 DI SRAGEN)”.

B. Pembatasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup dalam suatu perusahaan maka dalam penelitian ini masalah - masalah dibatasi sebagai berikut :

1. Pengamatan dan penelitian hanya terbatas pada kombinasi produk dan tingkat penjualan serta laba selama tahun 2012.
2. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data-data yang menyangkut kombinasi produk dan tingkat penjualan selama tahun 2012, yaitu jenis produk, jumlah produksi, harga bahan baku, daya beli konsumen dan jumlah permintaan.

C. Perumusan Masalah

Sehubung dengan permasalahan yang ada dan pembatasan masalah yang telah diambil maka penulis merumuskan masalah yaitu : “Apakah kombinasi produk dan tingkat penjualan yang dihasilkan akan mendatangkan laba maksimal bagi perusahaan roti 33?”.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kombinasi produk dan tingkat penjualan yang telah dihasilkan dapat mendatangkan laba maksimal bagi perusahaan roti 33.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai masukan dan pertimbangan bagi pemimpin perusahaan dalam mengambil keputusan untuk menentukan kombinasi produk dan tingkat penjualan yang tepat sehingga dapat menghasilkan laba maksimal.
- b. Diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara kombinasi produk dan tingkat penjualan yang selama ini digunakan perusahaan dengan kombinasi produk dan tingkat penjualan hasil analisis sehingga dapat dijadikan acuan bagi perencanaan produksi dimasa yang akan datang dalam upaya memaksimal laba.

2. Bagi Penulis

- a. Sebagai salah satu sumbangan pemikiran dalam penentuan kebijakan, penetapan kebijakan, penentuan pertimbangan kombinasi produk dan tingkat penjualan kearah tercapainya suatu tujuan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah ilmu serta mengembangkan teori yang telah diterima dibangku kuliah.

F. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab landasan teori ini memuat tentang pengertian laba maksimal, faktor-faktor yang mempengaruhi laba maksimal, pengertian kombinasi produk, pengertian tingkat penjualan, jenis penjualan, ramalan penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini berisi tentang pengertian metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, penyajian data, analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup ini berisi tentang kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN