

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan paradigma lama dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tinggi tingkat persaingan di bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif agar mampu memenangkan persaingan di bisnis global.

Untuk menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain dan dapat menyesuaikan dengan perubahan kondisi yang terjadi pada saat sekarang ini. Dalam hal melakukan persaingan yaitu dengan memperhatikan unsur-unsur penting dalam bidang pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi.

Perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing dan meminimalkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mencapai laba maksimal. Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang tetap mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Tinggi dan rendahnya total volume penjualan perusahaan tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, kemungkinan besar salah satunya biaya produksi.

Tujuan perusahaan mempertahankan dan mengembangkan produk dan memperoleh laba serta memperoleh volume penjualan yang maksimal, dimana untuk mencapainya diperlukan pengendalian biaya-biaya. Dalam menentukan laba, perusahaan harus bisa mempertimbangkan segala macam biaya-biaya yang dikeluarkan pada saat produksi sampai dengan memasarkan produknya. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. (Mulyadi, 2018:14)

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan tentu saja memerlukan anggaran yang cukup memadai agar tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan penjualan dapat tercapai.

Sasaran promosi dapat tercapai apabila perusahaan menganggarkan biaya promosi yang memadai, dan dengan adanya biaya promosi yang memadai diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya. Biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan yang meliputi seluruh biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan konsumen dan menyampaikan produk jadi atau jasa ke tangan konsumen (Rangkuti, D. A, 2018:30)

Konsumen sangat memerlukan informasi untuk menentukan keputusan suatu produk yang akan mereka beli di pasaran. Keputusan yang selalu diharapkan oleh produsen. Apakah pesan yang disampaikan lewat promosinya telah dapat menjangkau pasar yang diharapkan atau belum. Apabila menjangkaunya, berarti mencerminkan berhasil dalam menjalankan promosinya dan sudah meningkatkan permintaan konsumen.

Promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting, yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Tanpa promosi keberadaan produk kurang mendapat perhatian dari konsumen atau bahkan konsumen tidak tahu sama sekali mengenai produk tersebut.

Untuk melakukan promosi tidak terlepas dari biaya yang harus dikeluarkan. Maka dapat memilih media promosi dipilih media yang efektif dan dapat mengenai sasaran yaitu dapat meningkatkan volume penjualan. Maka dari itu harus diperhatikan antara penentuan harga jual dengan biaya yang dikeluarkan untuk promosi serta mampu mengefisienkan biaya promosi sebaik mungkin agar dapat mencapai sasaran yang efektif, dimana hasil produknya dikenal konsumen serta dapat menarik sebanyak mungkin pembeli.

Kegiatan-kegiatan seperti produksi dan promosi tidak terlepas dengan yang namanya biaya-biaya yang akan berpengaruh terhadap tingkat volume penjualan dan laba perusahaan. Pengendalian biaya adalah pengendalian dan pengawasan yang diperlukan oleh perusahaan dalam meningkatkan efektivitas. Semakin banyak produksi serta promosi yang dilakukan maka volume penjualan akan meningkat. Seperti penelitian oleh Rustami et al. (2014) yang dilakukan pada perusahaan kopi bubuk banyuwangi singaraja tahun 2010-2013. Pada tahun 2011 jumlah biaya produksi sebesar 17,63% yang mengalami peningkatan, tahun 2012 sebesar 29,85% dimana biaya produksi mengalami penurunan, dan pada tahun 2013 sebesar 41,85% mengalami peningkatan Kembali. Untuk biaya promosi pada tahun 2011 sebesar 52,07% mengalami penurunan yang paling tinggi dari tahun 2010-2014. Selanjutnya volume penjualan pada tahun 2011 merupakan penurunan yang

paling tinggi sebesar 23,71% . Di perusahaan tersebut mengalami kerugian akibat biaya produksi yang tinggi dan rendah nya biaya promosi sehingga volume penjualan pun menurun.

Rizqi Batik Collection merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *industry* dan tekstil. Perusahaan ini juga menghasilkan dan menjual produk, dengan banyak nya pesaing usaha sejenis di daerah tersebut Rizqi Batik Collection melakukan promosi agar konsumen berminat untuk membeli Batik di Rizqi Batik Collection dengan cara memberi diskon kepada kosnumen yang berbelanja di Rizqi Batik Collection.

Fenomena yang terjadi pada Rizqi Batik Collection karena banyaknya pesaing usaha sejenis yang berdekatan, harga jual dari perusahaan pesaing yang bervariasi sehingga menyebabkan ketidakstabilannya volume penjualan. Berikut data pesaing Rizqi Batik Collection:

#### Data Pesaing Batik Deden

No	Nama Perusahaan	Kelurahan	Kecamatan	Kota
1	Galeri Batik Deden 1	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
2	Galeri Batik Deden 2	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
3	Galeri Batik Deden 4	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
4	Agus Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
5	Annisa Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
6	Batik Agnesa Putera	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
7	Batik Denok	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
8	Batik Elang Mas	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
9	Batik Nizar (Kirom)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
10	Batik Putri Kembar	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
11	Batik Tulis (Pendi)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
12	Batik Tulis (Salman)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
13	Galeri Mitra Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
14	Galeri Nagasiharia Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
15	Industri Batik (Maman	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
16	Industri Batik (Ing)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
17	Industri Batik (Maman)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
18	Industri Batik (Yaya)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya

19	Industri Batik Tulis	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
20	Industri Batik (Sofandi)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
21	Mekar Jaya Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
22	Mekar Jaya Batik (Tedi)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
23	Nanda Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
24	Pabrik Batik (Encu)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
25	Pabrik Batik (Ade)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
26	Pabrik Batik (Daik)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
27	Produksi Batik (Rinda)	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
28	Rafaic Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
29	Rizqi Batik	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya
30	Rumah Batik Jigi Irni	Nagarasari	Cipedes	Tasikmalaya

Sumber : Data Jumlah Industri Batik

Berdasarkan wawancara dengan Karyawan Rizqi Batik Collection, ketidakstabilannya volume penjualan ini dikarenakan banyaknya pesaing usaha sejenis yang sangat berdekatan dengan harga yang bervariasi namun Rizqi Batik Collection tetap mengutamakan kualitas yang menjadikan harga jual di Rizqi batik Collection relatif tinggi, tidak hanya itu Rizqi Batik Collection pun sempat kesulitan dalam mendapatkan bahan baku yang mengakibatkan volume penjualan menurun.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti, maka menurut penelitian yang dilakukan oleh Y. Casmadi dan Dhea Novia Parhana (2020) mengemukakan bahwa biaya produksi dan biaya promosi secara parsial dan simultan terhadap volume penjualan. Berhubungan penelitian yang telah dilakukan oleh Silva Anne Rupaida dan Deden Edwar Yokeu Bernadin (2016) terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara biaya produksi dan biaya promosi terhadap penjualan. Selain itu, menurut Dewi Masruroh, Joko Widodo dan Mukhamad Zulianto (2019) bahwa pengaruh yang signifikan antara biaya promosi terhadap variabel volume penjualan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Rinda Novika Sari, dkk (2018) menyatakan bahwa secara parsial biaya produksi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan.

Adanya perbedaan dari hasil penelitian atau terdapatnya *gap* penelitian dari beberapa peneliti yang meneliti variabel yang sama, menjadi hal yang mendasari penelitian ini dilakukan. Selain itu, uraian-uraian penjelasan diatas juga membuat peneliti tertarik melakukan penelitian yang akan dilakukan dengan judul **“PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diketahui inti permasalahannya:

1. Bagaimana biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan pada Rizqi Batik Collection.
2. Bagaimana pengaruh biaya produksi dan biaya promosi secara parsial dan simultan terhadap volume penjualan pada Rizqi Batik Collection.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui biaya produksi, biaya promosi dan volume penjualan pada Rizqi Batik Collection.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan biaya promosi secara parsial dan secara simultan terhadap volume penjualan pada Rizqi Batik Collection.

## **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Dengan melakukan penelitian ini, penulis mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Bagi penulis**

Dalam upaya dapat menambah pengetahuan, pengalaman, dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam baik teori maupun praktek dari permasalahan yang dibahas.

### **2. Bagi perusahaan**

Penelitian ini dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan biaya produksi dan biaya promosi yang akan ditetapkan perusahaan agar tujuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan secara maksimum dapat tercapai.

### **3. Bagi pihak lain**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi atau masukan bagi peneliti selanjutnya, khususnya untuk penyajian topik-topik yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

## **1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian direncanakan di Rizqi Batik Collection Tasikmalaya yang beralamat di Jl. Cigeureung Kp. Cicariu No. 82 , Nagarasari Cipedes Tasikmalaya Jawa Barat 46132.

### **1.5.2 Jadwal Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Rizqi Batik Collection Tasikmalaya dengan waktu penelitian selama lima bulan terhitung dari bulan September 2023 sampai dengan Januari 2024 seperti yang dilampirkan pada lampiran.