

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangannya dunia usaha dan meningkatnya daya saing dan persaingan global dan pasar bebas khususnya dikawasan Asia, para pengusaha harus melakukan banyak inovasi, agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dan sejenis diantaranya dengan membuat produk baru, cara menyakinkan konsumen mau menerima dan mencoba produk yang di jual, Selain itu perusahaan harus dapat memenuhi tujuan awal yaitu mendapat keuntungan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Perubahan yang cepat dan mendasar dalam ekonomi dunia dan adanya kecenderungan yang tidak menentu serta semakin ketatnya persaingan pasar tersebut menuntut perusahaan untuk meningkatkan strategi langkah operasional yang baik. Dalam persaingan ketat seperti ini sangat diperlukan segala upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan pemasaran hasil produksinya. Untuk itu diperlukan adanya efektifitas dan efisiensi biaya produksi dan biaya pemasaran, dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, untuk berkembang dan memperoleh pendapatan guna meningkatkan laba. Untuk mendapat keuntungan yang banyak perusahaan harus menggunakan konsep produksi dan pemasaran yang baik yaitu bagaimana meminimalisir biaya produksi yang dikeluarkan dan pemasaran yang efektif sehingga menghasilkan suatu produk

memenuhi keinginan konsumen dan pelanggan agar dapat memuaskan mereka disuatu pihak dan lain pihak. Perusahaan dapat mengoptimalkan laba yang diharapkan sesuai dengan tujuan selain itu juga harus diperhatikan mengenai produk yang dibuat dan produk pesaing yang kemungkinan besar dapat menguasai pasar, harga barang produk harus juga diperhatikan jangan sampai barang /jasa yang kita jual lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing. Pendistribusian yang cepat dan tepat sangat berpengaruh terhadap minat konsumen yang cepat dan aman, selain itu juga tempat pendistribusian yang tepat guna, promosi yang menarik dapat membuat konsumen lebih tertarik untuk memilih barang/jasa yang ada. Pemasaran yang berhasil akan mendorong peningkatan produksi, sebaliknya dengan tingkat produksi yang tinggi belum tentu menjamin keberhasilan dibidang pemasaran. Oleh itu, jika volume produksi dapat ditingkatkan tetapi tidak dapat memasarkannya, maka usaha tersebut sia-sia. Biaya pemasaran ini termasuk dalam *discretionary cost* yaitu dimana output yang di hasilkan tidak berkaitan berkaitan dengan inputnya. Untuk itu, rasio profitabilitas di perlukan untuk mengukur kemampuan perusahaan tersebut dalam memperoleh keuntungan dalam jangka waktu tertentu dan keputusan-keputusan yang telah dibuat untuk menunjang kegiatan perusahaan perlu dikaji terus-menerus guna menyesuaikan strategi kegiatan terhadap perubahan yang dapat mempengaruhi kehidupan perusahaan. Perusahaan ini bergerak dibidang produksi benih tanaman pangan, untuk memperoleh hasil yang maksimal diperlukan penelitian yang mendasar mulai dari proses penanaman benih

sampai masa panen. pada setiap produk yang akan di pasarkan, agar ketika produk tersebut digunakan oleh konsumen tidak mengecewakan. Dan setiap kegiatan yang dilakukan mulai dari penelitian, produksi, sampai pemasaran di butuhkan biaya operasional. Semua biaya yang dikeluarkan tersebut akan mempengaruhi harga pada produk tersebut. Untuk itu jika perusahaan ingin mendapatkan laba yang optimal maka harus dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan. Selain untuk mendapatkan keuntungan, jenis perusahaan seperti ini juga berlomba mendapatkan penghargaan dari masyarakat dan dinas pertanian sebagai perusahaan penghasil benih berkualitas, untuk itu setiap ada pameran perusahaan selalu menghadiri dan memamerkan produk unggulannya, dari situlah salah satu cara penilaian dilakukan, selain itu penilaian dilakukan dengan mendengar suara dari suara konsumen. Semakin banyak suara konsumen maka juga semakin tinggi nilai yang diperoleh. Untuk perusahaan yang mendapatkan penghargaan, produk yang dipasarkan mudah dikenali dan diterima masyarakat luas dan perusahaannya sering dijadikan tempat penelitian untuk para mahasiswa khususnya jurusan pertanian. memang pada kenyataan setiap perusahaan ingin memperoleh laba yang tinggi, tapi pada kenyataannya untuk perusahaan jenis ini perkembangannya tidak sepesat perusahaan pada umumnya diantaranya perusahaan yang bergerak dibidang elektronik, properti, jasa, otomotif dan lainnya. Namun demikian jenis perusahaan seperti ini akan terus berkembang karena pada dasarnya produk yang dijual adalah dasar dari sumber pangan setiap manusia, seperti benih sayuran buah-buahan dan masih banyak yang

lainya. Untuk itu perusahaan harus jeli melihat produk yang dipasarkan, karena jika produk yang dijual mengalami kegagalan atau hasilnya tidak seperti yang semestinya maka pembeli akan kecewa, sehingga produk yang dijual akan mengalami penurunan dan akan mempengaruhi tingkat pendapatan perusahaan. 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 seiring dengan bertambahnya jumlah permintaan. Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan. Pertukaran kepentingan ini menjadi dasar adanya saling membutuhkan dan saling melengkapi seorang penjual/produsen akan menjadi tidak berguna apabila tidak ada konsumen yang membeli produk yang telah dihasilkan begitu juga sebaliknya konsumen akan berdaya dengan segala potensi yang dimilikinya apabila tidak ada barang yang dapat dimanfaatkan nilainya. Peranan kualitas produk menjadi sangat penting karena perkembangan peradapan manusia sehingga mempengaruhi sikap konsumen dalam pembelian suatu produk, baik satuan (produk yang dibuat berdasarkan pesanan) atau produk massa (produk yang dibuat secara terus menerus). Barang yang akan diproduksi suatu perusahaan akan dinilai oleh konsumen, penilaian konsumen antara lain berupa daya tahan atau kekuatan barang, wujud atau model barang serta fungsi barang yang dihasilkan apabila konsumen membeli tersebut. Pada tahun 1998

Indonesia mengalami krisis ekonomi yang melumpuhkan berbagai sektor usaha di Indonesia. Banyak usaha kecil menengah gulung tikar karena tidak mampu bertahan dalam gempuran krisis. Krisis ini menimbulkan dampak yang menyebar diberbagai aspek terutama ekonomi yang sangat terasampaknya bagi rakyat Indonesia.

Pencatatan perhitungan kekayaan mulai dibutuhkan sejak manusia mengenali arti nilai suatu barang dan alat tukar, semenjak mengenal nilai arti suatu barang, manusia melakukan tukar-menukar barang dengan memperhatikan nilai barang dan memerlukan pencatatan perhitungan harta kekayaan (Akuntansi), pencatatan terus berkembang dari waktu ke waktu sampai dengan kemajuan peradaban manusia.

Pencatatan yang lebih lengkap sejalan dengan perkembangan dunia usaha muncul dikota Venesia, Italia. Seorang biarawan pakar Matematika yang bernama Lucas Paciolo pada tahun 1494. Sistem akuntansi yang dikemukakan Lucas Paciolo yang berkembang dan mendasari sistem akuntansi yang dipakai dalam dunia usaha sekarang ini. Untuk itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya produksi dan pemasaran terhadap tingkat pendapatan pada perusahaan.

Dengan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian pada CV. RIAWAN TANI yang berada di kota Blitar. Untuk menganalisis "Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya pemasaran terhadap Laba Perusahaan"

## **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dapat diketahui bahwa masalah yang dihadapi oleh CV. RIAWAN TANI terjadinya kenaikan biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba perusahaan. Kenaikan tersebut dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal yang diantaranya disebabkan krisis global yang mempengaruhi krisis ekonomi negara yang terkait dengan tingkat nilai inflansi dan kenaikan harga bahan pangan. Ulah pelaku pesaing yang berlaku curang juga menjadi salah satu sebab kenaikan biaya tersebut. Selain itu dalam dunia pertanian cuaca sangat mempengaruhi berhasil atau tidaknya proses penanam benih tersebut.

## **C. Rumusan Masalah**

Dari permasalahan yang telah diuraikan, dapat diambil rumusan masalah yaitu :

1. Adakah pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan.
2. Adakah pengaruh biaya pemasaran terhadap laba perusahaan.
3. Adakah pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran secara simultan terhadap laba perusahaan.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah agar mengerti dan mengetahui lebih spesifik mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba yaitu :

1. Mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan.

2. Mendiskripsikan dan menganalisis pengaruh biaya pemasaran terhadap laba perusahaan.
3. Mendiskripsikan dan menganalisis biaya produksi dan biaya pemasaran secara simultan terhadap laba perusahaan.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang di harapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan alternative untuk penerapan strategi perusahaan dalam memperoleh laba yang optimal serta untuk mengevaluasi kebijakan yang selama ini diterapkan dan sebagai implikasi lebih lanjut dalam memberikan informasi mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran guna meningkatkan laba perusahaan.
2. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi akademisi, hasil yang di temukan dalam peneltian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan pedoman bagi peneliti dimasa yang akan datang serta memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan kajian ilmu ekonomi khususnya dalam menghasilkan konsep mengenai pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba perusahaan dan diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan kajian dalam penelitian civitas akademia.