

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam perkembangan perekonomian yang semakin berkembang pesat, membuat persaingan besar dalam bidang industri bisnis. Perusahaan manufaktur yang merupakan tempat terjadinya proses produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi. Dengan berbagai cara semua perusahaan besar maupun menengah dituntut mampu untuk ikut serta dalam perkembangan industri bisnis tersebut agar perusahaan mampu untuk mencapai tujuan utama perusahaan itu didirikan. Pada dasarnya tujuan umum perusahaan didirikan yaitu untuk memporoleh laba yang semaksimal mungkin.

Produk merupakan hasil dari proses kegiatan produksi yang dapat berwujud berupa barang atau jasa. Produk dibuat berdasarkan tingkat kebutuhan dan keinginan konsumen, produk dengan tampilan terbaik belum tentu merupakan produk yang berkualitas tinggi apabila produk tersebut bukanlah produk yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen dipasar. (Philip & Amstrong, 2012, p. 236).

Suatu produk juga perlu diperhatikan karena perusahaan perlu memasarkan keunggulan produk yang dihasilkan sehingga bisa bersaing dengan produk lain dipasaran. Hal ini dilakukan perusahaan untuk menambah volume penjualan dan memberikan pendapatan yang menguntungkan.

Dalam proses produksi, perusahaan manufaktur selalu berusaha agar terjadi *zero defect* (tidak ada produk rusak), namun sulit untuk menghindar dari hal-hal terjadinya produk rusak. Maka secara tidak langsung akan menimbulkan kerugian pada perusahaan. Untuk meminimumkan kerugian yang akan terjadi dari hal-hal seperti itu maka diperlukan kerjasama yang

baik antar manajemen dan para pegawai yang bersangkutan. Selain itu kerugian yang terjadi tersebut harus dipertanggung jawabkan melalui suatu sistem palaporan, sehingga pengendalian yang lebih baik dapat dilaksanakan atas kerugian-kerugian tersebut (Carter, 2009).

Dalam kegiatan pembuatan produk tidak menutup kemungkinan akan adanya produk rusak. Produk rusak merupakan produk yang tidak sesuai dengan standar mutu yang direncanakan perusahaan diawal sebelum proses produksi berlangsung. Kendala yang sering terjadi yaitu disebabkan oleh kelalaian yang dilakukan karyawan dan kurangnya pengawasan yang optimal. Hal ini sangat berpengaruh terhadap standar kualitas atau mutu dari produk tersebut.

Menurut (Bustami & Nurlela, 2010, p. 123) menyatakan penyebab terjadinya produk rusak karena 2 faktor yaitu:

1. Bersifat Normal

Dimana setiap proses produksi tidak bisa dihindari terjadinya produk rusak, maka perusahaan telah memperhitungkan sebelumnya bahwa adanya produk rusak.

2. Akibat Kesalahan

Dimana terjadinya produk rusak diakibatkan kesalahan dalam proses produksi seperti kurangnya perencanaan, kurangnya pengawasan dan pengendalian, kelalaian pekerja dan sebagainya.

Perusahaan droplets adalah perusahaan kreatif desain dengan material kulit yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat-Indonesia. Droplets didirikan pada tahun 2011, dan telah memiliki pelanggan lebih dari 1000 perusahaan, organisasi dan perseorangan menggunakan poduk Droplets. Droplets pertama kali memproduksi gelang custom dengan teknik laser *cutting*, dan berkembang menjadi beberapa produk seperti dompet, tas, ID card, sabuk dan gantungan kunci. Dalam setiap produksinya tidak terlepas dari produk rusak saat proses produksi berlangsung.

Proses pencatatan hasil produksi yang dilakukan pada perusahaan Droplets menggunakan sistem komputerisasi, dimana produk yang

dihasilkan tercatat masuk secara otomatis kedalam sisten pendataan dan akan dilaporkan kepengawasan produksi. Jika produk telah selesai diproduksi, maka pengawas produksi melaporkan kebagian *quality control*, karena tugas dan tanggung jawab *quality control* mengecek barang apakah benar-benar sudah siap dikirim atau tidak. Jika hasil produksi diperusahaan droplets terdapat produk rusak maka bagian *quality control* melaporkannya kebagian *reject goods*, karena barang tersebut rusak atau tidak memenuhi kriteria standar yang ada.

Selain itu, perusahaan Droplets tidak memasukan hasil penjualan produk rusak kedalam perhitungan harga pokok produksi, selisih tersebut tidak dibebankan kedalam biaya over head pabrik karena perusahaan beranggapan bahwa dari hasil pejualan produk rusak tersebut telah mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain, dalam praktiknya produk rusak yang laku dijual tersebut tidak perlakukan sesuai dengan perlakuan akuntansi biaya yang berlaku.

Beberapa penyebab terjadinya produk rusak diperusahaan Droplets Culture Nature & Art ini disebabkan karena kesalahan yang dilakukan karyawan dalam mengoperasikan komputer terhadap mesin laser *cutting* dan kurangnya pengawasan terhadap pelaksanaan proses produksi.

Dilansir dari MyBlog.com tentang penjualan produk rusak/cacat adalah penjualan di *factory outlet*. Barang yang dijual di outlet *factory* biasanya merupakan barang outlet collection yang sengaja khusus dijual dan dibuat untuk dipasarkan melalui *factory outlet*. Barang yang rusak atau cacat masih tetap bisa dijual jika melewati tahapan *quality control* yang diterapkan oleh brand. Setelah melewati tahap tersebut, baru dapat diputuskan apakah barang tersebut layak untuk diperjual belikan. Produk rusak/cacat yang bisa ditemukan di *factory outlet* biasanya, jahitan yang kurang rapi, atau resleting yang kurang lancar saat dibuka atau ditutup. (<https://www.paper.id/myblog/headline/perbedaan-produk-rusak-dan-produk-cacat/>).

Produk rusak dalam menyerap biaya produksi yang akan mempengaruhi biaya produksi. Kedua kemungkinan tersebut dapat mengakibatkan keadaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan, karena jika penjualan produk menurun akan mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan rendah dan mengalami kerugian, sebaliknya dengan penjualan yang meningkat dapat mengakibatkan produk yang ditawarkan perusahaan akan sulit bersaing dengan produk sejenis yang ada dipasarkan.

Untuk meningkatkan laba perusahaan harus dapat meningkatkan volume penjualan. Menurut (Swastha, Manajemen Pemasaran Modern, 2007, p. 17), volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume penjualan untuk kepentingan volume itu sendiri. Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain dipasaran.

Untuk meningkatkan laba perusahaan harus dapat meningkatkan volume penjualan. Menurut (Swastha, Manajemen Pemasaran Modern, 2007, p. 17), volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume penjualan untuk kepentingan volume itu sendiri. Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain dipasaran.

Tabel 1.1
Data Volume Penjualan
Diperusahaan Droplets Culture Nature & Art

Volume Penjualan								
Bulan	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Jan	1.032	974	895	911	1259	865	825	1.259
Feb	814	674	346	1.242	933	930	867	861
Mar	640	630	1.164	1.159	1053	955	950	432
Apr	692	633	575	830	909	947	962	-
Mei	940	871	1.144	983	1615	1.166	885	-
Jun	844	725	659	1.696	808	921	1.243	-
Jul	763	653	951	1.061	1009	811	1.053	-
Agst	1.186	757	951	9.86	1157	955	789	88
Sep	978	728	1.001	896	512	812	641	78
Okt	894	1.092	1.052	957	851	983	995	95
Nov	465	639	891	898	1032	1.051	698	72
Des	660	943	587	1.038	1170	1.010	1.002	109
Total	9.908	9.319	9.876	12.657	12.308	11.406	10.910	2.994

Sumber : Droplets Culture Nature & Art, 2013-2020

Dari data tabel diatas menunjukkan bahwa setiap tahun jumlah produk rusak dan volume penjualan tidak tetap mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Produk Rusak Terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Droplest Culture Nature & Art”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Dalam jangka waktu selama 8 tahun masih terdapat barang produksi yang rusak
2. Terdapat produk rusak yang disebabkan oleh *human error*

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam peneliatian ini adalah :

1. Bagaimana perlakuan produk rusak di perusahaan Droplest Culture Nature & Art
2. Sebearapa besar pengaruh produk rusak terhadap volume penjualan pada perusahaan Droplets Culture Nature & Art

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh produk rusak terhadap volume penjualan. Serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Jenjang Strata Satu di Universitas Sangga Buana - YPKP Bandung.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui perlakuan produk rusak di perusahaan Droplets Culture Nature & Art
2. Untuk mengetahui pengaruh produk rusak terhadap volume penjualan di perusahaan Droplets Culture Nature & Art

1.5 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun kegunaan dalam penelitian ini, antara lain:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah wawasan dalam pengembangan ilmu, terutama dibidang ilmu akuntansi biaya yang berkaitan dengan pembahasan pengaruh produk rusak terhadap volume penjualan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam merumuskan kebijakan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pengaruh produk rusak terhadap volume penjualan di Droplets Culture Nature & Art

1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.6.1 Landasan Teori

Menurut (Mulyadi, 2016, p. 302), “Produk rusak adalah produk yang tidak sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan, secara ekonomis tidak dapat diperbaharui menjadi produk yang baik”.

Menurut (Bustami & Nurlela, 2010), mendefinisikan produk rusak sebagai berikut :

”Produk rusak adalah produk yang dihasilkan dalam proses dimana produk yang dihasilkan tersebut tidak sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan, tetapi secara ekonomis produk tersebut dapat diperbaiki dengan pengeluaran biaya tertentu,

dimana yang dikeluarkan cenderung lebih besar dari nilai jual setelah produk tersebut diperbaiki”.

Menurut (Mulyadi, 2016, p. 302), Produk rusak dapat diakibatkan oleh dua sebab, yaitu :

1. Produk rusak disebabkan oleh kondisi eksternal, misalnya karena spesifikasi pengerjaan yang sulit untuk ditetapkan oleh pemesan, atau kondisi ini biasa disebut “sebab abnormal”.
2. Produk rusak yang disebabkan oleh pihak internal, misalnya karena bahan baku yang kurang baik, peralatan dan tenaga kerja ahli. Kondisi ini biasa disebut “sebab normal”.

Menurut (Mursyidi, 2010, p. 115), menyatakan perlakuan terhadap produk rusak dibedakan menjadi empat sifat dan sebab, yaitu :

1. Produk rusak bersifat normal, laku dijual

Produk rusak yang bersifat normal dan laku jual diperlakukan sebagai:

- a. Pengurang setiap elemen biaya produksi.
- b. Pengurangan harga pokok produk selesai.
- c. Pengurang biaya *overhead* pabrik.
- d. Pendapatan lain-lain.

2. Produk rusak bersifat normal, tidak laku dijual

Produk rusak yang bersifat normal tetapi tidak laku jual, maka harga pokok produk rusak akan dibebankan ke produk selesai, yang mengakibatkan harga pokok produk selesai menjadi lebih besar.

3. Produk rusak bersifat abnormal, laku dijual

Produk rusak karena kesalahan dan laku jual, maka hasil penjualan produk rusak diperlakukan sebagai pengurang rugi produk rusak.

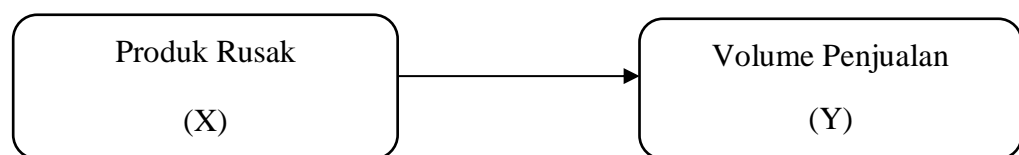
4. Produk rusak bersifat abnormal, tidak laku dijual

Produk rusak bersifat abnormal dan tidak laku jual, maka harga pokok produk rusak diperlakukan sebagai kerugian dengan perkiraan tersendiri yaitu kerugian produk rusak.

Selepas dari hal itu, volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun.

Sedangkan volume penjualan menurut (Daryono, 2011, p. 187) merupakan “ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual”.

Dari pengertian - pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan volume penjualan adalah jumlah barang yang terjual oleh perusahaan yang didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik untuk memperkirakan keuntungan yang diterima.



Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran

1.6.2 Studi Empiris

Dalam penyusunan skripsi ini penulis merujuk pada hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini :

Tabel 1.2
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sjafii (2008)	Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi, Kegagalan Eksternal dan kegagalan Internal Terhadap Volume Penjualan Pada PT Prima Alloy Steel di Sidoarjo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegagalan internal yang dapat dilihat dari jumlahnya produk cacat/rusak memiliki pengaruh terhadap volume penjualan tetapi tidak signifikan.
2	Noviana Endah K (2016)	Analisis Produk Rusak pada Perhitungan Harga Pokok Produksi Diperusahaan Rokok Cengkir Gading	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hal tersebut disebabkan karena produk rusak telah berdampak pada perhitungan harga pokok produksi dimana biaya produksi produk rusak dibebankan kepada produk yang normal dan nilai jual produk rusak yang laku dijual diperlakukan sebagai pengurang biaya produksi produk normal.

3	Fitriani (2020)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kemasan Terhadap Volume Penjualan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu dimensi produk yaitu kesesuaian dengan spesifikasi / Produk tidak cacat berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan
---	-----------------	--	--

1.6.3 Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2016, p. 96), menyatakan definisi hipotesis adalah sebagai berikut :

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Jadi hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus diuji kebenarannya, karena jawaban baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan definisi diatas, maka hipotesis yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian ini adalah :

“Produk rusak berpengaruh terhadap volume penjualan “

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Droplest Culture Nature & Art di Kota Bandung yang beralamat Komplek Margahayu Raya Barat Blok S2 no.35, Sekejati, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat 40286.