

## Analisis Volume Penjualan Ditinjau dari Pemilihan Bahan Baku dan Persaingan Harga Pada UD. Sumber Hidup, Lumajang

Vida Oktavia Rini<sup>1</sup>, Ninik Lukiana<sup>2</sup>, Riza Bahtiar Sulistyan<sup>3</sup>

ITB Widya Gama Lumajang<sup>123</sup>

Email: vidaoktavia.vor@gmail.com<sup>1</sup>

Email: ibundaninik@gmail.com<sup>2</sup>

Email: rizabahtiars@gmail.com<sup>3</sup>

### INFO ARTIKEL

Volume 4

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2021

Halaman 111-115

### ABSTRAK

Volume Penjualan merupakan total penjualan yang di dapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu. Tujuan peneliti ini dilakukan untuk megetahui volume penjualan ditinjau dari pemilihan bahan baku dan persaingan harga pada UD. Sumber Hidup periode tahun 2020 akhir dan 2021 awal bulan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan wawancara khusus serta hasil observasi langsung. Analisis yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. UD. Sumber Hidup merupakan usaha dagang resmi dibidang distributor serbuk kayu, yang kegiatannya memberikan pelayanan penjualan serbuk kayu. Metode penulisan yang dilakukan berdasarkan pada studi lapangan, yaitu wawancara langsung kepada pemilik, admin dan karyawan. perusahaan sudah berjalan dengan baik walaupun masih ditemukan beberapa masalah, diantaranya persaingan harga jual beli serbuk sehingga mempersulit pencarian serbuk kayu keras dimana bahan baku yang baik sangat sulit dicari untuk saat ini. Untuk saat ini UD. Sumber Hidup pekerjaannya masih menggunakan manual semua belum menggunakan komputerisasi.

**Kata kunci : volume penjualan, bahan baku, persaingan harga.**

### ABSTRACT

*Sales Volume is the total sales obtained from commodities traded in a certain period. The purpose of this study was to determine the sales volume in terms of the selection of raw materials and price competition at UD. Sumber Hidup for the period of late 2020 and early 2021. The data used in this study are secondary data and special interviews and direct observation results. The analysis used is descriptive qualitative. UD. Sumber Hidup is an official trading business in the field of sawdust distributors, whose activities are to provide sawdust sales services. The writing method is based on field studies, namely direct interviews with owners, admins and employees. The company has been running well although there are still some problems, including the competition in the sale and purchase price of powder making it difficult to find hardwood powder where good raw materials are very difficult to find at this time. For now UD. Sumber Hidup still uses manual work, all of which have not been computerized.*

**Keywords: sales volume, raw materials, price competition.**

## PENDAHULUAN

Dalam bisnis volume penjualan menjadi sebuah target yang bertujuan sebagai maju atau mundurnya bisnis tersebut. Volume menurut kamus Bahasa Indonesia adalah besarnya, banyaknya, bobot. Dalam hal ini dapat diartikan secara unit atau totalnya. Sedangkan penjualan merupakan interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain (Dharmmesta & Irawan, 2012).

Menurut Daryono (2011), volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyak atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Sedangkan pengertian volume penjualan menurut Philip Kotler (Rosyid, 2011). volume penjualan adalah sejumlah komoditas yang terjual dalam periode waktu tertentu yang merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh terhadap pencapaian laba bersih, sedangkan keuntungan atau laba merupakan sarana penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka dari itu perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan.

Volume penjualan pada UD. Sumber Hidup, Lumajang bisa dilihat dari segi laporan laba rugi perusahaan dan penjualan bersih yang dapat diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari market share (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial, yang terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu. Pada UD. Sumber Hidup volume penjualan dapat dilihat juga dari segi waktu rekap data setiap minggu dan setiap bulannya. Jika permintaan pengiriman dari pangsa pasar banyak maka volume penjualan yang dihasilkan juga semakin tinggi juga sebaliknya jika pangsa pasar permintaannya sedikit maka volume penjualan hasilnya rendah (Hasil wawancara khusus dengan admin UD. Sumber Hidup). Teori ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Tiniasti, Suwena, & Sujana, (2019), Penelitian ini membahas tentang pengaruh biaya display, biaya diskon dan biaya penjualan perorangan terhadap volume penjualan pada PT. Bintang Bali Indah Singaraja Tahun 2016. Penelitian yang dilakukan oleh Septiyas (2020), membahas pengaruh kualitas produk, sales promotion, dan strategi promosi terhadap volume penjualan baik secara parsial, simultan dan faktor yang paling dominan diantara ketiga variabel di atas yang mempengaruhi volume penjualan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Mitra Cemerlang Lamongan. Penelitian yang dilakukan oleh Hastuti (2020) Penelitian ini menganalisis pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap volume penjualan Pada PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung. Penelitian yang dilakukan oleh Lawelle (2016) Penelitian ini membahas tentang seberapa besar pengaruh harga, mutu dan promosi terhadap volume penjualan ikan tuna di pasar antar pulau dan mengetahui seberapa erat pengaruh harga, mutu dan promosi terhadap volume penjualan ikan tuna di pasar antar pulau. Penelitian yang dilakukan oleh Sudrajat, Rispinda, & Novirani (2013), Penelitian ini membahas tentang perusahaan yang bergerak dalam manufaktur dalam pengecoran logam. Berdasarkan banyaknya kebutuhan bahan baku baja dalam memproduksi hasil pengecoran logam baja, maka dilakukan survey kepada para supplier yang mampu memenuhi kebutuhan bahan mentah. Perusahaan saat ini memiliki enam supplier alternatif. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, Hakim, & Masitoh (2019), Penelitian ini membahas tentang persediaan bahan baku yang terlalu besar ataupun terlalu kecil dapat menimbulkan masalah dalam perusahaan. Kekurangan persediaan bahan baku akan mengakibatkan proses produksi terhambat. Sedangkan persediaan bahan baku yang terlalu banyak akan menimbulkan biaya ekstra terutama mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari, Pujotomo, & Maryani (2015), membahas prioritas supplier untuk menentukan alokasi pesanan kepada supplier guna mendapatkan bahan baku yang berkualitas dan tidak mengalami keterlambatan pengiriman bahan baku. Permasalahan pengambilan keputusan yang optimal yaitu dalam menentukan prioritas supplier dan alokasi order. Untuk mengatasi permasalahan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Monintja, Mandey, & Soegoto (2016), Penelitian ini membahas pengaruh analisis merek, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada gelael swalayan di kota manado. Sampel penelitian diambil sebanyak 98 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah asosiatif.

Dari hasil observasi awal peneliti dan jika penelitian ini tidak dilakukan pada UD. Sumber Hidup maka tidak akan mengetahui berkembangnya volume penjualan yang dihasilkan pada usaha dangan tersebut. Sedangkan pada tahun 2020 hingga tahun 2021 sekarang ini mengalami banyak problem salah satunya yaitu bahan baku yang semakin berkualitas tinggi sehingga sulit untuk ditemukan dan apabila bahan baku tersebut ditemukan maka harganya semakin tinggi. Padahal harga jual kembalinya tetap atau tidak ada kenaikan bahkan harga jualnya mengalami penurunan yang lumayan drastis otomatis laba yang dihasilkan akan sedikit demi sedikit semakin menurut profitnya. UD. Sumber Hidup perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah mungkin jadi semakin meningkatnya volume penjualan dikarenakan harga jual yang sangat signifikan Karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah produk yang ditawarkan. Hurriyati (2015), dan Sulistyan, R. B., Ermawati, E., & Ariyono, K. Y. (2019) menyatakan harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan dan dapat mempengaruhi volume penjualan. Berdasarkan uraian tersebut maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis volume penjualan ditinjau dari pemilihan bahan baku dan persaingan harga pada UD. Sumber Hidup, Lumajang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat induktif yang artinya peneliti membiarkan permasalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi, dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di UD. Sumber Hidup Desa Bodang kecamatan Padang Kabupaten Lumajang. Subyek penelitian ini meliputi informan yang diharapkan dapat memberikan informasi, menguasai, memahami dalam pemilihan serbuk kayu agar dapat menjelaskan secara rinci permasalahan yang diteliti. Penelitian ini berfokus pada pembahasan mengenai strategi pemasaran yang bertujuan mengetahui volume penjualan ditinjau dari pemilihan bahan baku dan persaingan harga dikarenakan harga serbuk mahoni, pinus, kamper sangat mahal dan sulit untuk dicari dan harga diperusahaan tetap murah maka dari itu bisa mengurangi volume penjualan. Variabel penelitian ini merupakan variabel mandiri yaitu strategi pemasaran. Sumber data yang digunakan yaitu melalui wawancara dan arsip dokumen berupa pengambilan gambar pada saat wawancara. Teknik analisis data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, teknik yang digunakan menggunakan reduksi data.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Wawancara**

Hasil wawancara dengan informan penelitian yang menjelaskan terkait dengan volume penjualan, pemilihan bahan baku, Persaingan harga yang ada di UD. Sumber Hidup. Diungkapkan oleh informan Bapak Agus Windaryanto sebagai berikut :

Berbagai ungkapan atau jawaban informan yang tertera didalam kutipan wawancara mengenai volume penjualan dapat disimpulkan bahwa volume penjualan diakhir tahun 2020 sampai awal tahun 2021 mengalami penurunan dikarenakan perusahaan tidak bisa mengekspor barang jadi ke luar negeri. Sedangkan ungkapan atau jawaban informan yang tertera didalam kutipan wawancara mengenai pemilihan bahan baku dapat disimpulkan bahwa serbuk yang diminati dipasaran yaitu mahoni, pinus, dan lokal dibalik pencariannya sangat susah harga jualnya juga mahal dan disukai kancah pemasaran serbuk kayu keras. Serbuk yang bagus itu adalah warnanya yang merah dan lembut selain itu harganya yang sangat mahal dibandingkan dengan serbuk lokal yang warnanya kecoklatatan. Jenis serbuk yang diminati yaitu serbuk mahoni dibalik pencariannya sulit dan harganya yang mahal itu yang banyak dicari oleh konsumen. Uang muka (kontrak diawal) supaya tidak diambil orang dan ada yang pembayarannya langsung pada saat barang diambil atau dimuat dikarenakan keterbatasan modal. Serbuk yang terbaik cuma berada luar kota seperti Banyuwangi, Jember, Bondowoso, Probolinggo dan sekitarnya karena disana banyak pergudangan besar yang mengerjakan kayu yang bagus dan serbuk yang kualitas terbaik.

Ungkapan atau jawaban informan yang tertera didalam kutipan wawancara mengenai persaingan harga dapat disimpulkan bahwa jika serbuk kayu berkualitas tinggi dengan harga Rp.500.000 sampai Rp.800.000 sedangkan serbuk lokal dengan harga Rp.100.000 sampai Rp 400.000 karena mudah didapatkan. UD. Sumber Hidup bisa melakukan strategi yang bagus dengan membeli dengan harga tinggi agar tidak kalah dengan pesaing lainnya. Supaya dapat tetap berbisnis serbuk kayu dengan mendapatkan kepercayaan relasi kerjanya. Harga yang mahal memang menjadi acuan serbuk kayu yang berkualitas karena dari tekstur warna dan kelembutan serta berbau menyengat itu menandakan serbuk kayu yang mahal. UD. Sumber Hidup berani membeli barang yang mahal supaya mendapatkan serbuk kayu yang berkualitas sedangkan Rudi Jainudin tidak berani membeli dengan harga yang mahal karena harga jualnya murah.

### **Pembahasan**

#### **Volume Penjualan**

Volume penjualan sangat penting bagi UD. Sumber Hidup karena saat ini salah satu pabrik libur bisa dikirimkan ke pabrik lainnya. UD. Sumber Hidup sangat dipercaya terutama diperusahaan besar dibalik pengirimannya yang memenuhi jenis serbuknya juga sangat bagus. Serbuk yang diinginkan selalu sesuai dengan permintaannya jadi untuk volume penjualan masih banyak yang membutuhkan untuk pengirimannya sehari bisa 5 truk bisa sampai 8 truk biasanya pengiriman 1 minggunya mencapai 35 sampai 40 truk.

#### **Bahan Baku**

Bahan baku di UD. Sumber Hidup sangat banyak karena setiap pergudangan kayu keras sudah dikasih uang muka terlebih dahulu supaya serbuk kayu keras tidak ada yang mengambil terlebih dahulu. Di setiap kota sudah ada waker supaya selalu mengecek stok serbuk dipergudangan supaya sewaktu ada orderan banyak tidak kuwalahan sedangkan stok digudang UD. Sumber Hidup juga sangat banyak dan jenis serbuknya sangat bagus. UD. Sumber Hidup juga mengolah serbuk lokal menjadi serbuk mahoni atau kamper supaya harga jual semakin naik dengan cara mencampurkan dua serbuk lokal dengan satu serbuk mahoni jadi itu dicampur sampai warnanya menjadi merah merata supaya bisa dimasukkan jenis serbuk mahoni. Bahan baku sangat banyak sekali jadi tidak ragu lagi untuk memenuhi permintaan perusahaan.

### **Persaingan Harga**

Persaingan harga UD. Sumber Hidup sangat bagus karena setiap pesaing merasa kalah dengan UD. Sumber Hidup dikarenakan berani membeli serbuk dengan harga tinggi supaya serbuk itu tidak diambil pesaing Bapak Agus Windaryanto sangat berani membeli serbuk satu truk Rp.800.000 supaya pesaing tidak berani mengambil barang dengan harga segitu dikarenakan membukannya UD. Sumber Hidup sangat teliti dan pintar mengatur harga jual beli supaya menghasilkan laba yang besar. UD. Sumber Hidup sudah dipercaya oleh pergudangan kayu keras karena konsisten dan tepat dalam pengambilan serbuknya karena bapak agus juga sering mengasih uang kepada pegawai gudang dengan begitu para pegawai sangat semangat mengumpulkan serbuknya

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data yang dilakukan pada analisis volume penjualan ditinjau dari pemilihan bahan baku dan persaingan harga pada UD. Sumber Hidup maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada UD. Sumber Hidup ini hanya sebagai supplier serbuk kayu keras ke luar kota, khususnya pada relasi bisnisnya diantara yaitu PT. TUJUH KUDA-Pasuruan, PT. TUJUH KUDA-Manyar, PT. INSOL-pandaan, PT.KEMBAR GROUP-gersik, PT. HEXAMITRA-Driorejo Krikilan Gersik, PT. SERBUK JAYA ABADI-Lumajang, dan Bapak Muhammad Amin Gersik. Pada setiap relasi bisnisnya tersebut harga setiap produk serbuk kayu yang dikirimkan berbeda, sesuai ketentuan pabrik dan jenis serbuk yang dikirimkan. Beberapa jenis serbuk yang dikirimkan diantaranya yaitu Pinus, Mahoni, Kamper yang menjadi best seller dalam setiap permintaannya.
2. UD. Sumber Hidup sebelum mengirimkan serbuk kayu tersebut ke pada relasinya diluar kota, juga masih harus mencari serbuk kayu yang berkualitas tinggi. Ada beberapa kabupaten yang sering dikunjungi untuk mencari serbuk kayu keras yang akan dikirimkan ke luar kota antara lain Kabupaten Lumajang, Kabupaten Probolinggo, Kabupaten Bondowoso, Kabupeten Jember, dan Kabupaten Banyuwangi
3. Bapak Agus Windaryanto juga memiliki strategi agar para pengergajian di beberapa kabupaten tersebut menjadi relasi tetapnya dengan cara memerikan uang muka terlebih dahulu kepada pemilik serbuk kayu keras di gudang-gudang kayu pengergajian seperti di gudang kayu rata-rata sebesar Rp.500.000 hingga Rp.10.000.000 tergantung seberapa besar dan seberapa cepat pengergajian serbuk kayu yang dihasilkan dan jenis serbuk kayunya pada setiap hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daryono. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. (2012). *Manajemen dan Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Hastuti, M. A. S. W. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Industri Marmer Indonesia Tulungagung. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(3), 65-74.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Lawelle, S. A. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Mutu Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Ikan Tuna Di Pasar Antar Pulau. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*, 1(1), 55-65.
- Monintja, R. Y., Mandey, S., & Soegoto, A. S. (2016). Analisis merek, promosi dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di Gelael Swalayan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(4).
- Rahayu, S., Hakim, Z., & Masitoh, M. (2019). Sistem Informasi Pengendalian Persediaan Bahan Baku Material Mentah. *Jurnal Sisfotek Global*, 9(1).
- Rosyid, A. (2011). Pengertian Volume Penjualan. *Jurnal Analisis Laporan Keuangan*.
- Sari, D. P., Pujotomo, D., & Maryani, R. (2015). Penentuan Alokasi Pesanan Bahan Baku Dengan Integrasi Metode Fuzzy-Topsis Dan Multi Choice Goal Programming Di Pt. Djarum Kudus. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 6(2), 263-276.
- Septiyas, S. (2020). Analisis Kualitas Produk, Sales Promotion Dan Strategi Promosi Terhadap Tingkat Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Cemerlang Lamongan. *JEKMA*, 1(3).
- Sudrajat, D. F., Rspianda, R., & Novirani, D. (2013). Usulan Penentuan Rangking Supplier Bahan Baku Baja dengan Metode Promethee (studi Kasus PT. Pindad Persero). *REKA INTEGRA*, 1(1).
- Sulistyan, R. B., Ermawati, E., & Ariyono, K. Y. (2019). Manajemen Retensi dalam Upaya Mempertahankan Karyawan melalui Dorongan Kepuasan dan Komitmen. *WIGA : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 9(2), 87-98. doi:10.30741/wiga.v9i2.464
- Tiniasti, K. R., Suwena, K. R., & Sujana, I. N. (2019). Pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Bintang Bali Indah Singaraja Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 217-226.