Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Menurunnya Penjualan *Home Industry* Risolmayo di Desa Sukadami

Isabella Christafinesha[1*], Vivi Oktari[2]
[1,2]Program Studi Akuntansi Keuangan Publik, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka
Email: isabellact198@gmail.com [1*]

Abstrak

Desa Sukadami mengalami penurunan penjualan makanan homemade akibat pengaruh biaya produksi. Biaya produksi yang tinggi dapat menyebabkan harga jual barang menjadi mahal sehingga menurunkan minat konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh biaya produksi makanan homemade terhadap penurunan penjualan di Desa Sukadami. Dengan meningkatnya permintaan akan makanan homemade, penting untuk memahami bagaimana biaya produksi dapat mempengaruhi daya saing produk di pasar. Makanan homemade ini memiliki cita rasa yang enak dan gurih serta tanpa bahan pengawet. Faktor penghambat yang di hadapi oleh Pengusaha Kuliner di Desa yaitu kurangnya manajemen operasional, rendahnya kualitas sumber daya manusia, dan tekanan dari luar (pesaing). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan wawancara, di mana data dikumpulkan melalui wawancara yang ditanyakan kepada pelaku usaha makanan di desa tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara biaya produksi, yang mencakup biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya operasional terhadap penjualan makanan homemade. Secara khusus, analisis menunjukkan bahwa peningkatan biaya produksi berkontribusi pada penurunan penjualan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha perlu mempertimbangkan strategi pengelolaan biaya yang lebih efisien untuk mempertahankan daya saing produk mereka. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan tentang pentingnya manajemen biaya dalam upaya meningkatkan penjualan makanan homemade di Desa Sukadami.

***Keyword**: Biaya produksi, Homemade, Penurunan penjualan*

PENDAHULUAN

Banyak masyarakat Indonesia yang mengalami PHK atau Pemutusan Hubungan Kerja akibat Covid-19 lalu mereka memutar otak bagaimana caranya untuk memperoleh pendapatan. Kemudian mereka melakukan suatu usaha dengan cara membuat home industry. Home industry merupakan salah satu usaha atau bisnis kecil-kecilan yang biasa kita sebut dengan UMKM, yang memiliki berbagai jenis bidang. Di antaranya bidang kuliner, fashion, kerajinan tangan, dan lain sebagainya. Menurut Pujihati et al. (2024) UMKM memiliki potensi yang sangat besar dan luas untuk memperoleh pendapatan dan produktivitas,

Ada kemungkinan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mencapai stabilitas nasional. Menetapkan harga produk adalah suatu tantangan yang sering dihadapi UMKM karena jika harga produk terlalu tinggi akan mengurangi kemampuan konsumen untuk membeli produk, dan jika harga produk terlalu rendah akan mempengaruhi pendapatan dan kemudian berdampak pada keuntungan dan kinerja suatu usaha (Pujihati et al. 2024). Konsumen

yakin bahwa produk dengan kualitas yang lebih tinggi memiliki nilai yang lebih besar, sehingga hal ini memberikan peluang bagi para pebisnis untuk menaikkan harga dan memperluas pangsa pasar mereka (Zaki et al. 2023).

Biaya merupakan sesuatu yang kita keluarkan atau kita korbankan dengan harapan kita akan mendapatkan keuntungan atau manfaat secara ekonomis di masa depan, misalnya untuk pembelian aktiva tetap, pembelian aktiva tersebut adalah biaya pembelian aktiva. Untuk menjaga agar usaha yang dijakankan tidak kehilangan daya saing di pasar, perlu ada kebijakan. Salah satu contoh kebijakan ini adalah menemukan biaya produksi dan penjualan untuk harga jual yang tepat. (Arum et al. 2022).

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk dapat mengelola biaya produksi secara efektif dan efisien. Biaya produksi ialah komponen vital yang mempengaruhi harga jual produk dan pada akhirnya berdampak pada tingkat penjualan perusahaan. Fenomena yang sering terjadi di dunia usaha adalah ketika biaya produksi mengalami peningkatan, pelaku usaha cenderung menaikkan harga jual untuk mempertahankan margin keuntungan, yang kemudian dapat mengakibatkan penurunan volume penjualan. Biaya merupakan sumber ekonomi untuk memperoleh harga pokok. Biaya dalam pandangan konsumen adalah pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk mengkonsumsi sejumlah produk baik barang ataupun jasa. Sedangkan, biaya dalam pandangan produsen atau supplier adalah semua beban yang harus ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan suatu produksi. Biaya produksi mencakup semua pengeluaran yang diperlukan untuk menghasilkan produk, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik.

Kita ketahui bahwa harga jual akan naik jika biaya produksi atau biaya kualitas naik. Sebaliknya, jika penurunan biaya produksi atau biaya kualitas akan mengakibatkan penurunan harga jual. Penurunan penjualan adalah kondisi di mana jumlah produk atau layanan yang terjual mengalami penurunan dari waktu ke waktu. Beberapa faktor dari penurunan penjualan yaitu, perubahan tren pasar, persaingan yang meningkat, kualitas yang menurun, strategi pemasaran yang kurang efektif, dan faktor internal ataupun eksternal lainnya. Dampak dari penurunan penjualan itu sendiri adalah turun nya pendapatan dan risiko kebangkrutan.

Sama seperti yang terjadi pada salah satu pelaku usaha di Desa Sukadami yang sedang menghadapi tantangan dalam mempertahankan penjualan mereka. Apa saja faktor yang memengaruhi penurunan penjualan, bagaimana cara pelaku usaha menentukan harga jual serta harga pasar, dan strategi apa saja yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mengelola atau mempertahankan agar produksi tetap berjalan. Penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha bertujuan untuk menawarkan barang/jasa yang dibutuhkan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua biaya agar mendapatkan keuntungan. Untuk mencapai volume penjualan yang

diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai keuntungan maksimum bagi perusahaan. Yoga et al. dalam (Pujihati 2024). Pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara biaya produksi dan penjualan akan membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan strategis terkait manajemen biaya dan penetapan harga. Hal ini menjadi krusial mengingat keberlangsungan usaha tersebut sangat bergantung pada kemampuannya mempertahankan tingkat penjualan yang optimal sambil tetap mengelola biaya produksi secara efisien.

Dari latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Menurun nya Penjualan Home Industry Risolamayo di Desa Sukadami". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penurunan penjualan produksi makanan homemade di Desa Sukadami. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan hubungan yang jelas antara pengelolaan biaya produksi dan kinerja penjualan.

METODE

Penelitian merupakan kegiatan yang dilaksanakan untuk mengetahui sesuatu yang belum pasti akan kebenarannya (Abduh et al 2023). Penelitian dalam bidang pendidikan dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis yaitu: kuantitatif, kualitatif, research dan development (Dini et al 2020). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini adalah wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, serta sumber lainnya yang relevan. Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Desa Sukadami yang terletak di Perumahan Graha Sukadami Blok A Raya RT/RW 006/007 Kecamatan Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi. Objek dari penelitian ini adalah UMKM yang ada di Desa Sukadami khususnya Homemade Risolmayo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

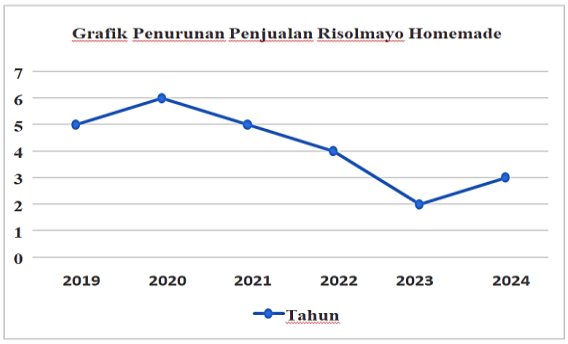
Berdasarkan kajian pustaka dan penulis melakukan proses wawancara terhadap tiga pelaku usaha yakni, pemilik usaha, karyawan bagian produksi, dan karyawan bagian pemasaran.

Berikut adalah hasil dari wawancara tersebut.

a. Responden pertama: Ibu Jelita (Pemilik Usaha)

Narasumber mengidentifikasi perubahan minat konsumen sebagai faktor utama penurunan penjualan, banyak orang yang kini lebih memilih membuat sendiri melihat sudah banyak cara atau tutorial di beberapa platform sosial media. Selain itu tingkat persaingan,di pasar makanan homemade sangat mempengaruhi harga jual dan harga pasar dan juga bahan baku yang kadang naik membuat pemilik usaha tersebut harus memutar otak bagaimana agar usaha home industry ini tetap berjalan. Untuk mengatasi tantangan ini ia telah menurunkan harga jual dari Rp3.000/pcs menjadi Rp2.500/pcs meskipun ini berdampak pada ukuran produk cara ini menjadi pilihan untuk mempertahankan laba. Kenaikan harga bahan

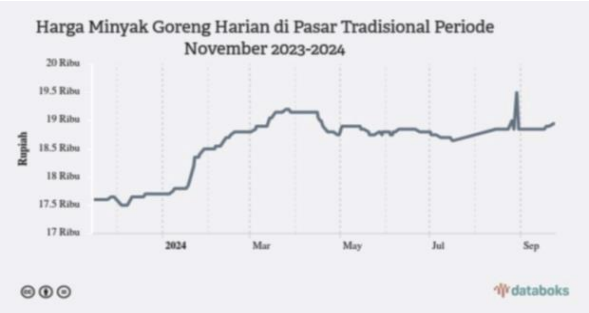
baku seperti telur, minyak dan lain sebagainya juga menjadi tantangan yang harus di hadapi.



Grafik 1. Penurunan penjualan

b. Responden kedua : Ibu Yati (Bagian Produksi)

Narasumber memberikan keterangan bahwa dari sisi produksi mengalami beberapa tantangan salah satunya kenaikan harga bahan baku menyebabkan kesulitan dalam produksi. Ia juga mengungkapkan kekhawatiran tentang kemungkinan dirumahkan jika penjualan terus menurun, kasus ini menunjukkan betapa pentingnya stabilitas penjualan.



Gambar 2. Harga minyak goreng (bahan baku)
Sumber : Databoks

c. Responden ketiga : Ibu Nini (Pemasaran)

Ibu Nini menjelaskan bahwa kurangnya promosi atau pemasaran yang dilakukan sehingga tidak dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Untuk mengatasi hal ini mereka melakukan promosi dan berjualan secara online lalu mengadakan sistem Delivery Order atau dalam artian lain yaitu pengantaran atau penyediaan makanan tanpa harus datang ke lokasi. untuk meningkatkan aksesibilitas produk kepada konsumen. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dengan menjangkau pelanggan yang lebih banyak.

Pengaruh biaya produksi sangat berpengaruh terhadap penurunan penjualan, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya bahwa biaya merupakan suatu faktor penting yang menjamin kesuksesan perusahaan untuk bersaing dipasar. Oleh karena itu, menghitung suatu biaya dengan tepat adalah menjadi keharusan suatu perusahaan. Karena memperhitungakan biaya dengan tepat merupakan dasar bagi perencanaan, pengawasan dan pengambilan keputusan (Datu dalam Astuti et al 2022).

Dari hasil wawancara selain biaya produksi, kenaikan harga bahan baku juga cukup berpengaruh terhadap penurunan penjualan, hal ini sangat mempengaruhi keuangan. Lalu pendapat itu diperkuat oleh peneliti Mubarok, M. M. (2024), ia mengatakan bahwa setiap tahun bahan pokok selalu mengalami kenaikan harga. Terutama menjelang, saat, dan setelah hari besar keagamaan nasional. Kenaikan harga bahan pokok sangat berpengaruh terhadap konsumen. Konsumen adalah seseorang atau individu yang menggunakan barang atau jasa yang ada di masyarakat, baik itu kepentingan pribadi, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya, dan tidak untuk tujuan perdagangan. Dalam ilmu ekonomi,

faktor yang mempengaruhi kenaikan harga pangan disebabkan oleh prinsip supply and demand. Artinya, jika ada permintaan, maka harus ada kegiatan produksi untuk memenuhinya (Mubarok 2024).

Selain kedua hal tersebut, kurangnya pemasaran atau promosi juga sangat berpengaruh. Pemasaran adalah suatu aktivitas yang memiliki tujuan untuk mencapai target atau sasaran perusahaan, yang dilakukan untuk memahami kebutuhan pelanggan dan mengarahkan mereka pada arus barang atau jasa agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan (Anjayani 2022). Strategi pemasarn memiliki nilai dan peranan penting dalam mencapai keberhasilan suatu usaha, hal ini diyakinkan bahwa peran utama dalam merealisasikan rencana bisnis adalah bidang pemasaran (Jaya et al dalam Anjayani et al, 2022). Menurut Kohler dalam Anjayani et al (2022) kumpulan atau gabungan dari cara pemasaran disebut dengan 4P, yaitu; produk (*product*), harga (*price*), distribusi atau tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Dampak yang dilihat dari hasil wawancara tersebut yaitu, para responden lebih selektif dalam memilih strategi, pembelian bahan baku, dan cara pemasaran yang tepat. Menurut Astuti et al, (2022) ada 3 faktor yang mempengaruhi goal perusahaan atau suatu usaha, yaitu biaya administrasi, biaya pemasaran dan perilaku biaya. Pelaku usaha di Desa Sukadami ini mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka di tengah persaingan yang ketat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa: terdapat beberapa faktor yang menyebabkan penurunan penjualan, antara lain perubahan minat konsumen, kenaikan harga bahan baku, dan kurangnya pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, pengelolaan biaya produksi yang efisien dan strategi pemasaran yang tepat menjadi sangat kritikal untuk keberlangsungan usaha agar tetap berjalan. Pemaparan dari para narasumber dapat disimpulkan bahwa biaya produksi sangat berpengaruh terhadap penurunan penjualan, bahkan keberlangsungan usaha, selain itu kenaikan bahan baku juga sangat berpengaruh.

Pelaku usaha harus melakukan evaluasi biaya produk, negosiasi harga bahan baku dengan pemasok, selain itu harus mempunyai inovasi baru dengan mengembangkan varian dan kemasan baru agar kembali menarik konsumen. Dalam penerapan strategi usaha yang di lakukan oleh Homemade Risolmayo masih banyak yang kurang tepat karena kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang benar. Oleh karena itu memanfaatkan media sosial dan bekerja sama dengan beberapa platfrom pengantaran menjadi salah satu usaha untuk melakukan promosi. Dengan menerapkan saran ini diharapkan pelaku usaha di Desa Sukadami dapat meningkatkan penjualan mereka dan keberlangsungan usaha mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada peneliti sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Survey Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif. Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer, 3(01), 31-39.

Astuti, D., Fauzi, A., Hafidzi, M. K., Ramadhani, N., Rahmah, N., & Dikdaya, T. (2022). Klasifikasi Biaya Berdasarkan Produksi dan Perannya terhadap Goal Perusahaan (Literature Review Akuntansi Manajemen). Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik, 2(3),290-302.

Melati, L. S. A., Saputra, G., Najiyah, F., & Asas, F. (2022). Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode Full Costing untuk penetapan harang jual produk pada CV. Silvi MN Paradilla Parengan. Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi, 6(1), 632-647.

Mubarok, M. M. (2024). Badai kenaikan harga bahan pokok tiap tahun. Kemakmuran Hijau: Jurnal Ekonomi Pembangunan, 1(2), 92-100.

Pujihati, F. D., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2024). Pengaruh Biaya Produksi Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Umkm Semprong Amoundy Karawang. Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 7(3), 4019-4029.

Purwanto, E. (2021). Pengaruh Volume Penjualan, Biaya Produksi, Dan Pajak Penghasilan Terhadap Laba Bersih Di Bursa Efek Indonesia. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 10(2), 215-224.

Rahmayani, N. (2023). Pengaruh pendapatan, volume penjualan, dan biaya produksi terhadap Laba bersih pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan).

Ramdhani, D., & Hendrani, A. (2020). Akuntansi Biaya:(Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur). Cv Markumi.

Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen, 1(3), 24.

Zaki, A. N., Fauzi, A., Wahab, D., Novitasari, E., Armanda, F., Anjelika, D., & Darmansyah, F. (2023). Pengaruh Biaya Kualitas Dan Kualitas Produk Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis, 3(3),137-146.