

ANALISIS BIAYA DESAIN PRODUK TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJULAN PADA CV. KHARISMA GEMILANG

Yuyun Susanti

Dosen Prodi Pendidikan Akuntansi FKIP-Universitas Galuh

Abstrak

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yang berusaha menggambarkan tentang bagaimana biaya desain produk dan volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang selama sepuluh periode yaitu pada tahun 2006 – 2015. Data diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi pada CV. Kharisma Gemilang. Biaya desain produk meliputi biaya pembelian perlengkapan untuk mendesain produk, biaya pembelian bahan baku untuk mendesain produk dan biaya upah desainer. Volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang merupakan penjualan bersih yang diterima perusahaan atas penjualan seluruh produk pesanan selama satu periode atau satu tahun. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan Terdapat pengaruh positif dengan hubungan yang sangat kuat antara biaya desain produk terhadap volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang.

Kata Kunci : *Biaya Desain Produk ,Volume Penjualan*

Abstract

The research method used is descriptive method that tries to describe about how the cost of product design and sales volume at CV. Kharisma Gemilang for ten periods that is in year 2006 - 2015. The data obtained from result of observation, interview, and documentation at CV. Kharisma Gemilang. The cost of product design includes the cost of purchasing equipment to design the product, the cost of purchasing raw materials to design the product and the cost of the designer's wage. Sales volume at CV. Kharisma Gemilang is the net sales received by the company on the sale of all orders for a period of one or one year. Based on this research can be concluded There is positive influence with very strong relationship between product design cost to sales volume at CV. Kharisma Gemilang.

Keywords: *Product Design Cost, Sales Volume*

PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan yaitu mendapatkan laba. Salah satu untuk mendapatkan laba yaitu menggunakan strategi pemasaran. Akhir dari strategi pemasaran yaitu menjual produk. Jadi jika suatu perusahaan berhasil menjalankan strategi pemasaran dengan baik maka volume penjualan dalam sebuah perusahaan akan meningkat. Menurut Swastha dan Irwan (2000:132), "Volume penjualan

adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter". Kekuatan bersaing adalah daya tarik terhadap produk jasa yang bisa membuat merasa memilikinya di antara banyak produk yang tersedia di antara komponen daya

tarik dalam persepsi pelanggan tersebut adalah desain produk.

Perusahaan harus selalu memiliki inovasi produk. Tujuannya untuk mempengaruhi teknologi dalam menghasilkan produk dengan biaya yang lebih rendah, kualitas yang lebih baik atau mempengaruhi perusahaan untuk menghasilkan dengan lebih efektif. Daya saing dalam kemampuan perusahaan sebagian tergantung pada desain kualitas produk atau jasa yang dihasilkan dan pada biaya produksi. Desain sistem produksi sebagian besar tergantung pada desain produk atau jasa yang dihasilkan. Menurut Kotler (2008:10), “Desain (*design*) adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan”. Mendesain produk merupakan suatu usaha untuk meningkatkan penjualan, dengan mendesain produk atau memperbaiki produk untuk pasar yang ada. Suatu

produk akan sangat lebih menarik jika di desain terlebih dahulu.

Desain produk merupakan strategi maupun langkah yang harus diambil perusahaan, agar perusahaan dapat bersaing dipasaran dan perusahaan dapat berkembang lebih maju dan kontinuitas perusahaan dapat dijaga. Desain produk sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan. CV. Kharisma Gemilang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa percetakan, sehingga produksinya dihasilkan oleh perusahaan mayoritas produksi dengan berdasarkan pesanan, yang masing-masing produk harus didesain terlebih dahulu.

Berikut penulis sajikan volume penjualan pada percetakan CV. Kharisma Gemilang Ciamis dari tahun 2006 sampai dengan 2015 pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
 Volume Penjualan
 Percetakan CV. Kharisma Gemilang 10 Tahun Terakhir

No	Tahun	Volume Penjualan (Rp)	Perkembangan (Rp)		Persentase (%)	
			Naik	Turun	Naik	Turun
1	2006	956.800.000	-	-	-	-
2	2007	1.030.400.000	73.600.000	-	7%	-
3	2008	1.134.700.000	895.700.000	-	86%	-
4	2009	2.075.500.000	940.800.000	-	83%	-
5	2010	1.150.600.000	-	924.900.000	-	44%
6	2011	1.050.000.000	-	100.600.000	-	9%
7	2012	1.153.800.000	103.800.000	-	10%	-
8	2013	1.550.400.000	396.600.000	-	34%	-
9	2014	2.109.500.000	559.100.000	-	36%	-
10	2015	1.322.500.000	-	787.000.000	-	59%

Sumber: Percetakan CV. Kharisma Gemilang Ciamis (2016)

Berdasarkan data volume penjualan percetakan CV. Kharisma Gemilang di atas, dapat dilihat perkembangan volume penjualan

setiap tahunnya mengalami *fluktuatif* dengan kecenderungan naik. Namun demikian volume penjualan sempat mengalami penurunan hal ini sebagai

akibat dari turunnya permintaan konsumen terhadap jasa percetakan yang diakibatkan karena adanya perusahaan sejenis yang mempergunakan tenaga desain yang lebih banyak dan lebih kreatif.

CV. Kharisma Gemilang selalu membuat kreatifitas desain produk dari hasil produk desain. Misalnya untuk membuat undangan, kalender, majalah, *banner*, biasanya desain dirancang sedemikian rupa sehingga menjadi suatu produk yang dapat diunggulkan dan memberi kepuasan kepada pelanggan, demikian volume penjualan akan meningkat. Akan tetapi selama ini percetakan CV. Kharisma Gemilang belum diketahui sampai sejauh mana desain produk berpengaruh terhadap volume penjualan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Menurut Darmadi (2013:18) mendefinisikan bahwa, "Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya. Penelitian ini juga sering disebut non eksperimen, karena pada penelitian ini tidak melakukan kontrol dan memanipulasi variabel penelitian".

Metode ini menjelaskan bahwa penulis akan berusaha memberikan hasil sesuai objek yang ditelitinya sehingga sama seperti pada kenyataannya dan peneliti juga tidak melakukan uji eksperimen di tempat hanya melakukan uji pada data yang ada. Dengan demikian berdasarkan sumber keharusannya penelitian ini termasuk ke dalam deskriptif.

PEMBAHASAN DAN HASIL

1. Hasil Penelitian

Dari Hasil penelitian yang dilakukan pada CV. Kharisma Gemilang dapat dijelaskan bahwa jumlah biaya desain produk (X) sebesar 966.123 dan jumlah volume penjualan (Y) adalah sebesar 13.534.200. Nilai r atau besarnya korelasi (hubungan) adalah sebesar 0,99 yang berarti bahwa antara biaya desain produk (X) dengan volume penjualan (Y) adalah sangat kuat, nilai koefisien dererminasi (Kd) sebesar 98,04% yang berarti bahwa pengaruh biaya desain produk terhadap volume penjualan adalah sebesar 98,01%. Dan persamaan Regresi Linier Sederhana adalah $Y = 42,841 + 135,668 X$ dengan jumlah t_{hitung} 19,844 dan t_{tabel} 2,306, maka uji signifikansinya adalah hipotesisi diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara biaya desain produk terhadap volume penjualan pada CV. Karisma Gemilang.

2. Pembahasan

Gambaran Perkembangan Biaya Desain Produk Pada CV. Kharisma Gemilang

Biaya desain produk pada CV. Khariama Gemilang dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2015 mengalami *fluktuatif*. Hal ini terjadi karena pesanan produk setiap tahunnya berbeda-beda. Biaya desain produk meliputi biaya pembelian perlengkapan pembuatan desain produk, biaya pembelian bahan yang dikonsumsi dalam mendesain produk, biaya upah desainer produk. Biaya pembelian perlengkapan mendesain produk yaitu biaya yang dikeluarkan oleh CV. Kharisma Gemilang unruk membeli perlengkapan yang diperlukan untuk menghasilkan desain produk, diperlukan perlengkapan agar

kegiatan mendesain dapat berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan perlengkapan tersebut sangat mendukung dalam menghasilkan suatu desain produk. Biaya pembelian bahan yang dikonsumsi dalam mendesain produk yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan-bahan yang akan digunakan dalam mendesain produk. Bahan tersebut akan dibutuhkan agar suatu produk desain dapat dihasilkan. Biaya upah desainer produk yaitu biaya yang dikeluarkan untuk karya desain produk, Perusahaan CV. Kharisma Gemilang untuk membayar upah orang yang menciptakan kreativitasnya dalam menghasilkan dua karya desain produk yang inovatif.

Data hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya desain produk paling tinggi dikeluarkan pada tahun 2006 dan 2014 karena pada tahun tersebut perusahaan mempunyai banyak pesanan produksi untuk kepentingan pemilu.

Gambaran Perkembangan Volume Penjualan Pada CV. Kharisma Gemilang

Seperti halnya biaya desain produk, volume penjualan yang dihasilkan perusahaan dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2015 mengalami *fluktuatif* dengan kecenderungan naik. Volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang sempat mengalami kenaikan yang sangat signifikan yaitu pada tahun 2009 dan 2014, hal ini dikarenakan banyaknya permintaan pencetakan untuk kepentingan pemilu. Namun demikian volume penjualan sempat mengalami penurunan, hal ini sebagai akibat dari turunnya permintaan konsumen terhadap jasa percetakan, yang diakibatkan karena adanya perusahaan sejenis yang

mempergunakan tenaga desain yang lebih banyak dan lebih kreatif.

Volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang merupakan penjualan bersih yang diterima perusahaan atas penjualan seluruh produk pesanan selama satu periode atau satu tahun.

Pengaruh Biaya Desain Produk Terhadap Volume Penjualan Pada CV. Kharisma

Berdasarkan hasil penelitian pada CV. Kharisma Gemilang dapat penulis jelaskan bahwa biaya desain produk dan volume penjualan yaitu mengalami *fluktuatif*. Pada saat perusahaan mengeluarkan biaya desain produk yang tinggi maka volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang mengalami peningkatan. Dan sebaliknya pada saat biaya desain produk yang dikeluarkan sedikit maka volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang mengalami penurunan.

Pengaruh biaya desain produk terhadap volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang adalah sangat signifikan, ini diakibatkan karena semua produk di produksi berdasarkan pesanan sehingga harus di desain terlebih dahulu. Desainer akan membuat rancangan desain produk yang kemudian di konsultasikan kepada konsumen setelah konsumen merasa cocok barulah produk di buat. Tinggi rendahnya volume penjualan tergantung kepada produk yang dipesan, dan produk yang dipesan itu harus di desain terlebih dahulu sehingga akan berpengaruh pula terhadap biaya desain produk yang dikeluarkan oleh perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah penulis lakukan mengenai

Pengaruh Biaya Desain Produk Terhadap Volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perkembangan biaya desain produk pada CV. Kharisma Gemilang diatas mengalami *fluktuatif*. Pertumbuhan biaya desain produk CV. Kharisma Gemilang disebabkan karena kenaikan pembelian bahan baku, pembelian perlengkapan yang digunakan untuk menghasilkan desain produk serta pembayaran upah yang layak bagi desainer.
2. Volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang setiap tahunnya mengalami *fluktuatif* dengan kecenderungan naik, hal ini sebagai akibat dari tingginya permintaan konsumen terhadap jasa percetakan. Pada tahun-tahun tertentu volume penjualan mengalami kenaikan yang sangat signifikan yaitu hampir dua kali lipat dari volume penjualan tahun sebelumnya.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara biaya desain produk terhadap volume penjualan pada CV. Kharisma Gemilang. Adapun faktor yang mendukung bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh biaya desain produk yaitu biaya desain produk pada CV. Kharisma Gemilang dikeluarkan untuk biaya pembelian perlengkapan untuk bahan yang digunakan untuk membuat desain produk serta biaya upah desainer dan biaya-biaya perlengkapan lainnya yang diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmadi, Hamid. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial Konsep Dasar dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Keller.2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*

Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*.Bandung: Alfabeta.
- Sumarsan, Thomas. 2013. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Jakarta: PT. Indeks
- Swastha, Basu dan Irawan. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.