

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Strategi Produksi

1. Pengertian Strategi

Greek wrfter Xenophone mendefinisikan strategi sebagai usaha dalam mengetahui bisnis apa yang akan dilakukan. Definisi tersebut menjelaskan strategi memerlukan ilmu tentang bisnis atau usaha, keinginan masa depan dan tujuan terhadap tindakan. Hal tersebut juga menekankan hubungan antara strategi dan kepemimpinan.¹⁶ Definisi tersebut menjelaskan bahwa strategi membutuhkan pemikiran akan masa depan, karena strategi merupakan rencana mencapai target strategi yang mencakup kegiatan penting dalam menggapai tujuan suatu perusahaan.

Strategi merupakan sebuah ilmu perencanaan dan sebagai alat menetapkan bagaimana tujuan bisnis jangka panjang dalam mengelola seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan agar bermanfaat dalam suatu bisnis.¹⁷

Menurut Rachmad dalam bukunya *Manajemen Strategik* menjelaskan definisi manajemen strategik yaitu sebuah proses kegiatan perencanaan, pengarahan, penyusunan dan mengendalikan keputusan tindakan strategik yang bertujuan mencapai tujuan perusahaan atau mendapatkan keuntungan. Pada dasarnya suatu proses yang mengarah dalam tindakan perencanaan, pengembangan strategi dan pengambilan

¹⁶Lantip Diat Prasojo, *Manajemen Produksi* (Yogyakarta: UNY Press, 2018), 3.

¹⁷Rachmad, *Manajemen Strategik Cet 1* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 2.

keputusan oleh pemimpin perusahaan yang akan membantu mencapai tujuan perusahaan disebut sebagai manajemen strategi. Melalui manajemen strategi dapat membantu pimpinan atau pemilik usaha memutuskan masalah terkait perencanaan dan pengembangan strategi serta bagaimana strategi tersebut dapat diimplementasikan dalam praktiknya.¹⁸

2. Pengertian Produksi

Pengertian produksi menurut Heizer dan Render dalam Arifianti adalah proses menciptakan barang dan jasa. Pengertian produksi secara umum merupakan kegiatan yang memiliki hubungan dengan upaya menciptakan serta menambah fungsi atau kegunaan suatu barang dan jasa.¹⁹

Imam Ghazali dalam A.Karim menggunakan kata *hasab* dan *islah* dalam menjelaskan produksi, merupakan usaha fisik yang dilakukan oleh sumber daya manusia atau tenaga kerja dan upaya manusia dalam mengelola, mengubah dan menggunakan sumber-sumber daya atau masukan yang tersedia agar memiliki manfaat yang lebih besar.²⁰

Produksi merupakan langkah menciptakan, membuat dan menghasilkan suatu produk usaha. Produksi sendiri adalah langkah akhir dari suatu aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa input menjadi output atau barang-barang dan jasa-jasa yang disebut hasil. Dapat disimpulkan bahwa pengertian dari produksi adalah kegiatan yang

¹⁸Ibid., 2-3.

¹⁹Ria Arifianti, *Kebijakan dan Strategi Produksi Edisi 3* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2019), 2.

²⁰Adiwarman A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi 3* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 102.

bertujuan menambah nilai guna atau *utility* untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Dapat disimpulkan bahwa produksi adalah tahap akhir dalam kegiatan ekonomi yaitu memanfaatkan masukan atau input. Masukan tersebut diolah menggunakan teknik produksi untuk menciptakan output sedemikian rupa.

3. Faktor-faktor Produksi

Produksi tidak dapat berjalan jika tidak terdapat sumber daya yang memungkinkan untuk dilaksanakan suatu proses produksi. Dalam proses produksi memerlukan adanya faktor produksi yang akan menunjang dalam penciptaan nilai dari barang dan jasa. Faktor-faktor produksi tersebut diantaranya:²¹

1. Tenaga Kerja

Faktor tenaga kerja adalah kemampuan jasmani dan rohani yang dimiliki oleh manusia yang dapat digunakan untuk proses produksi dalam menciptakan barang dan jasa.

2. Tanah

Faktor tanah atau sumber daya alam merupakan segala sesuatu yang bisa dimanfaatkan untuk kegiatan produksi yang telah disediakan oleh alam tanpa ada campur tangan manusia. Faktor produksi tanah diantaranya adalah benda-benda tambang, air, iklim, cuaca maupun batu-batuan dan mineral.

²¹Karmini, *Ekonomi Produksi Pertanian* (Samarinda: Mulawarman University Press, 2018), 23-35.

3. Modal

Unsur modal produktif (modal) adalah barang dan jasa dari segala jenis faktor produksi lainnya untuk menghasilkan produk dan jasa layanan baru serta aktivitas pendukung produksi barang dan jasa.

4. Keahlian

Faktor kapasitas produksi atau keterampilan adalah keahlian atau kemampuan wirausaha dalam berperan aktif mengelola faktor-faktor produksi lainnya, seperti tanah, tenaga kerja serta modal dalam kegiatan produksi.

5. Bahan Baku

Bahan baku merupakan tahap awal dalam proses produksi, ketersediaan bahan baku yang mudah didapat dan dalam jumlah banyak tentunya akan memudahkan dalam kegiatan produksi. Hal tersebut membuat bahan baku menjadi faktor yang penting dalam menentukan hasil akhir produksi.

4. Tujuan Produksi

Produksi adalah kegiatan menciptakan barang dan jasa yang bermanfaat bagi konsumen. Produsen dalam kegiatan produksi memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan-tujuan dari kegiatan produksi adalah sebagai berikut:

a. Menciptakan barang dan jasa.

Salah satu tujuan produksi adalah memenuhi kebutuhan manusia yang beragam. Kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan kegiatan produksi yang menciptakan barang atau jasa.

b. Meningkatkan *utility* barang atau jasa.

Setiap barang dan jasa yang diproduksi dapat meningkatkan nilai kegunaannya bagi manusia apabila dapat memberikan manfaat kepuasan bagi penggunanya. Oleh karena itu, produksi bertujuan agar memiliki manfaat bagi konsumen.

c. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Terciptanya lapangan pekerjaan akan membawa dampak kesejahteraan baik bagi pemilik usaha dan warga sekitar akan merasakan kemakmuran.

d. Meningkatkan laba perusahaan.

Semakin banyak barang atau jasa yang terjual di masyarakat maka semakin banyak pula keuntungan yang diperoleh perusahaan melalui penjualan tersebut.

e. Memperluas peluang kerja.

Kegiatan produksi yang semakin tinggi membuat perusahaan akan membuka lapangan pekerjaan bagi individu yang memiliki kemampuan di bidangnya masing-masing.

f. Menjaga kelangsungan usaha.

Kegiatan produksi yang semakin meningkat terjadi karena permintaan dari konsumen yang semakin tinggi. Hal tersebut akan meningkatkan laba perusahaan yang berdampak pada kelangsungan usaha.

5. Strategi Produksi

Strategi produksi adalah sebuah perencanaan yang disusun perusahaan dalam upaya mengubah input menjadi output yang memiliki nilai guna. Dalam hal ini strategi produksi memiliki kaitannya dengan proses produksi seperti proses pengerjaan, teknologi yang digunakan, SOP sampai instruksi kerja pimpinan kepada karyawan.²²

Strategi produksi berperan penting bagi usaha yang ingin maju dan sukses. Sebuah usaha dapat meningkatkan pendapatan, meningkatkan loyalitas pelanggan dan berkembang bisnis yang lebih luas. Manfaat strategi produksi antara lain meningkatkan pendapatan atau profitabilitas, meminimalkan risiko dan kerugian, meningkatkan kualitas sebuah usaha, meningkatkan kinerja serta menghemat biaya, upaya dan waktu.

6. Ruang Lingkup Strategi Produksi

Ruang lingkup produksi dan operasi mencakup perencanaan dalam menyiapkan sistem produksi, pengendalian sistem, serta sistem informasi yang dibutuhkan dalam proses produksi. Perencanaan tersebut memiliki peran yang dimaksudkan dalam mengatur kegiatan produksi baik secara langsung ataupun tidak langsung. Sehingga perusahaan akan benar-benar menghasilkan produk barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan tepat sasaran

²²Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015), 110.

Menurut Sofjan Assauri pembahasan operasional sistem produksi dan operasi meliputi:²³

- a. Penyusunan rencana produksi mulai dari target produksi sampai tahap akhir produksi.

Kegiatan pengoperasian dalam proses produksi harus dimulai dari menyusun rencana produksi, menetapkan target produksi, penjadwalan proses produksi, *routing*, penyerahan fisik pesanan produksi ke fasilitas operasi milik perusahaan dan menindak lanjuti proses produksi tersebut. Hal ini merupakan tahap awal yang harus dilakukan dalam sistem produksi dan operasi.

- b. Pengadaan bahan dan perencanaan persediaan barang.

Hal tersebut dilakukan agar kegiatan produksi dapat berjalan tanpa adanya hambatan. Proses produksi akan berjalan lancar jika tersedianya masukan atau bahan baku yang diperlukan perusahaan. Kelancaran tersebut ditentukan oleh baik tidaknya pengadaan bahan dan perencanaan persediaan.

- c. Pemeliharaan mesin dan teknologi agar selalu siap pakai dan mengurangi risiko kerusakan.

Perawatan (*maintenance*) mesin-mesin produksi diperlukan untuk tetap tersedia untuk digunakan dan kegiatan produksi dapat berjalan lancar tanpa ada hambatan.

²³Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2008), 29.

- d. Pengendalian mutu produksi dengan menjaga kualitas barang atau jasa.

Pengendalian tersebut diperlukan agar keluaran yang dari proses produksi terjamin kualitas mutunya. Kualitas mutu tersebut akan menentukan keberhasilan pengoperasian sistem produksi.

- e. Tenaga kerja yang memiliki keterampilan dan kemampuan dalam memproduksi, desain dan sebagainya.

Sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bidangnya akan menguntungkan bagi perusahaan. Pelaksanaan pengoperasian sistem produksi ditentukan oleh kemampuan dan keahlian tenaga kerja dalam melaksanakan tugas, pekerjaan dan tanggung jawab.

B. Tinjauan Umum Penjualan

1. Penjualan

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Yolanda dan Jojok, definisi penjualan adalah proses sosial manajerial antara individu atau kelompok dalam mendapatkan apa yang mereka inginkan serta butuhkan. Penjualan juga merupakan proses menciptakan, menawarkan dan menukarkan suatu produk barang atau jasa yang memiliki nilai guna.²⁴

Perusahaan tidak dapat berkembang dengan baik apabila penjualan produk yang dihasilkan tidak maksimal, sebaliknya jika perusahaan mampu meningkatkan penjualan maka perusahaan akan tetap bertahan dalam persaingan bisnis usaha. Penjualan juga dapat diartikan sebagai proses pemenuhan kebutuhan antara penjual dan pembeli. Pada umumnya,

²⁴Felicia Yolanda dan Jojok Dwiridhotjahjono, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna HDF Surabaya", *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol 16 No 1*, Desember 2020, 233.

penjualan langsung ditawarkan oleh penjual kepada masyarakat atau konsumen

Perencanaan sistem penjualan yang tepat tidak terlepas dari manajemen penjualan yang bertugas melakukan perencanaan, pengarahannya, pengawasan dan lain sebagainya. Manajer penjualan dalam kegiatannya harus berkontribusi dalam mempersiapkan segala informasi pengambilan keputusan pemasaran, seperti penentuan harga, daerah penjualan, distribusi produk, penentuan anggaran hingga promosi.

2. Tujuan Penjualan

Di dalam proses penjualan terdapat manfaat atau tujuan yang bisa didapatkan, diantaranya adalah:

- a. Mendapatkan keuntungan dari transaksi secara menyeluruh pada produk barang atau jasa. Dengan adanya laba perusahaan dapat mengembangkan bisnis usahanya.
- b. Tercapainya Volume penjualan. Tujuan tersebut akan terlaksana jika volume penjualan mengalami peningkatan, sehingga penjualan tersebut dapat mencapai target yang ditentukan perusahaan.
- c. Semakin tinggi penjualan maka keuntungan atau laba yang didapat perusahaan juga akan semakin tinggi. Jika keuntungan tersebut dikelola dengan baik, maka bisnis akan semakin berkembang pesat.

3. Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut Basu Swastha dalam Gusrizaldi dan Eka, sebelum menjual barang atau jasa harus memperhatikan faktor sebagai berikut:²⁵

- a) Kemampuan Penjual, kegiatan transaksi merupakan proses yang melibatkan penjual dan pembeli. Seorang penjual harus mampu meyakinkan pembeli untuk melakukan transaksi pembelian agar mencapai sasaran penjual.
- b) Kondisi Pasar, pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli atau pembelian. Pemilihan jenis pasar yang tepat merupakan hal penting yang harus diperhatikan penjual.
- c) Modal, dalam memasarkan produknya kepada konsumen penjual harus memiliki modal guna menyediakan sarana transportasi, biaya promosi dan sebagainya.
- d) Kondisi Perusahaan, dalam perusahaan besar terdapat pembagian fungsi sendiri dalam menjalankan operasional perusahaan. Berbeda dengan perusahaan kecil yang mana fungsi-fungsi tersebut dijalankan sendiri.

C. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Pasal 1 No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang

²⁵Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan", *Jurnal Valuta Vol 2 No 2*, Oktober 2016, 289-290.

perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.²⁶

Sedangkan usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.²⁷

Suatu jenis usaha memiliki beberapa kriteria tingkatan kekayaan sehingga bisa disebut sebagai Usaha Mikro Kecil dan Menengah, kriteria tersebut tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 tentang UMKM. Kriteria tersebut diantaranya:²⁸

1. Usaha mikro memiliki total kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000
2. Usaha kecil memiliki total kekayaan lebih dari Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai Rp 2.500.000.000
3. Usaha menengah memiliki total kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 sampai paling banyak Rp 10 milyar tidak termasuk tanah dan

²⁶Tulus T.H Tambunan, *UMKM di Indonesia* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), 16.

²⁷*Ibid.*, 16.

²⁸Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Bab IV Pasal 6 tentang UMKM

bangunan atau hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2,5 milyar sampai Rp 50 milyar.

Pemberdayaan UMKM sangat penting dalam mengantisipasi dan memperkuat sistem perekonomian. Adanya krisis perekonomian nasional akan mempengaruhi stabilitas ekonomi dan politik yang berdampak pada kegiatan usaha dan perdagangan, sementara UMKM masih bisa bertahan dalam keadaan krisis perekonomian. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM harus tetap dilakukan.

Secara umum Usaha Kecil, Mikro dan Menengah memiliki tujuan yaitu terwujudnya usaha UMKM yang mandiri, tangguh, memiliki daya saing yang tinggi dan berperan aktif dalam kegiatan produksi dan distribusi berbagai produk kebutuhan yang memiliki nilai guna.