

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Globalisasi dan pasar bebas, dunia perdagangan secara otomatis dihadapkan pada persaingan yang ketat. Keberhasilan perusahaan tidak terlepas dari adanya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, semua itu memerlukan media informasi yang tepat sebagai sarana penyampaian informasi kepada konsumen. Dengan situasi persaingan yang cukup ketat ini, maka perusahaan untuk dapat tumbuh dan berkembang perlu meningkatkan mutu dan kualitas produk dan meningkatkan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen. Konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Karena itu konsentrasi pemasaran tidak lagi sekedar bagaimana produk itu telah sampai pada pelanggan tetapi lebih fokus kepada apakah produk itu telah dapat memenuhi permintaan pelanggan.

Pemasaran modern pada saat ini menuntut perusahaan harus mampu untuk berkomunikasi dengan baik kepada para pelanggannya, pemasok, pengecer, pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan tersebut, dan juga masyarakat umum. Alat atau usaha yang dilakukan untuk mengadakan komunikasi, memberikan informasi, meyakinkan dan memperkenalkan produk baru yang dilakukan oleh perusahaan dengan berbagai cara dikenal dengan istilah bauran promosi. Dengan adanya pelanggan atau

konsumen yang banyak maka salah satu tujuan perusahaan dapat tercapai, yaitu volume penjualan akan meningkat. Oleh sebab itu, perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dalam menjual atau memasarkan produknya, jika tidak disertai dengan promosi penjualan yang baik dan benar. Dengan kata lain perusahaan tidak dapat meningkatkan penjualan tanpa disertai dengan promosi penjualan yang gencar guna mengatasi persaingan yang ketat di masa sekarang ini.

Tidak hanya itu, Peranan harga pokok penjualan dalam dunia usaha juga sangat penting, khususnya pada perusahaan dagang dan manufaktur, karena setiap penjualan dan pembelian menjadikan harga pokok penjualan sebagai dasar dalam pembuatan keputusan untuk menjual atau membeli. Dalam perhitungannya harga pokok penjualan terdapat beberapa akun persediaan yang terlibat, yaitu persediaan awal pada harga pokok penjualan merupakan persediaan awal suatu periode baru. Persediaan awal merupakan persediaan akhir dari periode sebelumnya. Persediaan akhir adalah persediaan pada akhir suatu periode atau tahun buku berjalan. Sedangkan persediaan tersedia untuk dijual adalah harga pokok persediaan dari seluruh barang yang siap untuk dijual, yang saling berhubungan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul

**PENGARUH HARGA POKOK PENJUALAN dan BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA CV. SENTOSO PRAKARSA NUSANTARA**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga Pokok Penjualan berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada perusahaan CV. Sentoso Prakarsa Nusantara
2. Apakah Biaya Promosi berpengaruh terhadap Volume Penjualan pada perusahaan CV. Sentoso Prakarsa Nusantara
3. Apakah Harga Pokok Penjualan dan Biaya Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Volume Penjualan pada perusahaan CV. Sentoso Prakarsa Nusantara

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

1. Sebagai realisasi dilaksanakan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi
2. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

### **1.3.1 Tujuan Khusus**

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga Pokok Penjualan terhadap Volume Penjualan pada perusahaan CV. Sentoso Prakarsa Nusantara.
2. Untuk mengetahui pengaruh Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan pada perusahaan CV. Sentoso Prakarsa Nusantara
3. Untuk mengetahui pengaruh secara Simultan Harga Pokok Penjualan dan Biaya Promosi

terhadap Volume Penjualan pada perusahaan CV. Sentoso Prakarsa Nusantara

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dan menetapkan kebijakan perusahaan khususnya dalam meningkatkan volume penjualan.

### **1.4.2 Bagi Universitas**

1. Untuk menambah dokumentasi perpustakaan yang berguna bagi mahasiswa yang akan datang.
2. Sebagai bahan khasanah untuk perpustakaan dan studi banding bagi mahasiswa yang memerlukan suatu saat nanti

### **1.4.3 Bagi Penulis**

Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik untuk menerapkan disiplin ilmu dan teori yang diperoleh di bangku kuliah dalam lingkungan masyarakat. Dapat menambah wawasan penulis tentang kegiatan perusahaan, kinerja perusahaan, dan bagaimana perusahaan menerapkan strategi strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan global