

PENGARUH STRATEGI OPERASIONAL TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA CV. AKBAR

**(Heny Mahmudah
Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Lamongan*

ABSTRAK

Perusahaan dapat berhasil bila strategi operasional terjamin dan dikelola secara efisien, artinya strategi operasional itu berpengaruh terhadap volume penjualan. Bila strategi operasional tidak senantiasa di tingkatkan besar kemungkinan volume penjualan akan menyusut. Masalah yang hendak dicari jawabannya dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh antara strategi operasional terhadap volume penjualan dan seberapa besar pengaruh antara strategi operasional terhadap volume penjualan pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan. Sehubungan dengan masalah tersebut diajukan hipotesis sebagai berikut: Diduga bahwa strategi operasional berpengaruh terhadap volume penjualan dan Diduga bahwa strtaegi operasional berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan. Sejalan dengan masalah tersebut dan hipotesis penelitian ini dilaksanakan dengan metode kuantitatif, pengambilan data dengan cara wawancara, penelitian ini menggunakan alat analisis Uji Korelasi, Regresi Linier Sederhana, Koefisien Determinasi (R^2), dan Uji t. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi operasional berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan diterima.

Kata Kunci: *Strategi Operasional dan Volume Penjualan.*

PENDAHULUAN

Perkembangan di dunia usaha ini semakin pesat mengakibatkan persaingan-persaingan yang semakin ketat di setiap jenis usaha baik yang bergerak di bidang industri, perusahaan dagang maupun jasa. Di dalam suatu perusahaan yang didirikan adalah untuk mencapai tujuan tertentu, serta tidak semua perusahaan mempunyai tujuan yang sama. Hal ini tergantung dari orientasi perusahaan tersebut didirikan. Ada dua orientasi, kenapa perusahaan tersebut didirikan, diantaranya adalah berorientasi pada laba (*profit oriented*) dan non laba (*non profit oriented*). Menurut Suriyono (2010:28) Volume

penjualan merupakan jumlah unit produk atau jasa yang dapat terjual sedangkan hasil penjualan merupakan jumlah nilai uang yang diterima oleh penjual dari hasil dari kesepakatan penjualan.

Di dalam suatu organisasi bisnis terdiri dari berbagai satuan kerja yang dikenal dengan berbagai nomenklatur seperti departemen, divisi, bagian, seksi dan lain sebagainya yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan fungsional seperti produksi, pemasaran, keuangan, akunting, sumber daya manusia dan berbagai fungsi organisasional lainnya. Berbagai satuan kerja itulah

yang mengoperasionalkan rencana maupun strategi perusahaan. Bagi mereka strategi operasional dibuat dan ditentukan dan atas dasar itu pula mereka bekerja pada tahun berikutnya. Satu hal yang menonjol dalam strategi operasional ialah rencana dan program kerja yang dinyatakan dalam bentuk anggaran. Sondang P. Siagian (2012:37). CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa angkutan umum, peralatan pertanian, meubelair yang dalam aktifitasnya perusahaan memperoleh pendapatan dari order berbagai macam jenis usaha tersebut.

Perusahaan CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan dalam menjalankan usahanya hendaknya membuat perencanaan strategi operasional dan volume penjualan agar perusahaan dapat mencapai tujuan perusahaan secara tepat karena perencanaan dan pengeluaran biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan belum tentu diikuti dengan penerimaan yang sebanding dengan tingkat pengeluaran biaya yang tentunya berpengaruh pada pendapatan dan laba yang diperoleh perusahaan. Dari fenomena permasalahan yang ada maka kami akan mengadakan penelitian agar dapat mengetahui secara jelas mengenai biaya yang dikeluarkan sebagai beban administrasi dan umum perusahaan. Selain itu juga untuk mengetahui apakah strategi operasional berpengaruh pada volume penjualan pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut : Apakah ada pengaruh antara strategi operasional terhadap volume

penjualan dan seberapa besar pengaruh strategi operasional terhadap volume penjualan pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara strategi operasional terhadap volume penjualan dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi operasional terhadap volume penjualan pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan.

Didalam suatu perusahaan yang didirikan, tentunya diperlukan suatu strategi operasional untuk meningkatkan volume penjualan. Manajemen Operasional menurut Tita Deitiana (2011:2) Manajemen Operasional merupakan suatu ilmu yang dapat diterapkan pada berbagai jenis bidang usaha seperti rumah sakit, perguruan tinggi, pabrik garmen dan lain-lain.

Menurut Aulia Ishak (2010:1) manajemen operasi berkaitan dengan produksi barang dan jasa. Setiap hari kita menjumpai barang atau jasa yang melimpah, di mana semuanya itu dihasilkan di bawah pengawasan manajer operasi. Manajer operasi tidak hanya bekerja pada industri manufaktur tetapi ada juga yang bekerja pada industri jasa. Sebagai contoh di sektor pemerintahan, kantor pos, hotel, restoran penerbangan, perbankan dan toko eceran. Manajer Operasi bertanggung jawab untuk menghasilkan barang atau jasa dalam organisasi. Manajer Operasi mengambil keputusan yang berkenaan dengan suatu fungsi operasi dan sistem transformasi yang digunakan. Manajemen Operasi adalah kajian pengambilan keputusan dari suatu fungsi operasi.

Menurut Sobarsa Kosasih (2009:4) Istilah manajemen

menunjukkan pada konsep pengaturan dengan penekanannya yang efisiensi, sedangkan istilah operasi menunjukkan pada konsep perubahan dengan penekanannya terhadap nilai tambah. Kegiatan penciptaan nilai tambah terbentuk karena adanya faktor-faktor produksi seperti bahan-bahan, orang-orang, mesin dan peralatan lainnya, serta metode. Dalam kegiatan ini faktor-faktor produksi tersebut dikoordinir, digabungkan, bahkan sering kali dipecah, kemudian digabungkan kembali untuk menjadi wujud lain dari wujud asalnya. Bagaimana agar penciptaan nilai tambah itu agar efisiensi, merupakan tugas dan kegiatan manajemen, seperti merencanakan (*planning*), mengorganisir (*organizing*), menentukan orang-orang (*staffing*), mengarahkan (*directing*), melaporkan (*reporting*), dan menilai (*evaluating*). Menurut Aulia Ishak (2010:17) strategi operasi adalah suatu visi fungsi operasi yang menetapkan keseluruhan arah atau daya dorong untuk pengambilan keputusan. Visi ini harus diintegrasikan dengan strategi bisnis dan seringkali direfleksikan pada perencanaan formal. Strategi operasi seharusnya menghasilkan suatu pola pengambilan keputusan operasi yang konsisten dan suatu keunggulan bersaing bagi perusahaan. Telah umum diketahui bahwa suatu organisasi bisnis terdiri dari berbagai satuan kerja yang dikenal dengan berbagai nomenklatur seperti departemen, divisi, bagian, seksi dan lain sebagainya yang bertanggung jawab untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan fungsional seperti produksi, pemasaran, keuangan, akunting, sumber daya manusia dan berbagai fungsi organisasional lainnya. Berbagai satuan kerja itulah

yang mengoperasionalkan rencana maupun strategi perusahaan. Bagi mereka inilah strategi operasional dibuat dan ditentukan dan atas dasar itu mereka bekerja pada tahun berikutnya. Satu hal yang menonjol dalam strategi operasional ialah rencana dan program kerja yang dinyatakan dalam bentuk anggaran. Sondang P. Siagian (2012:37).

Menurut Sunyoto Danang (2013:11) penjualan merupakan bagian dari kegiatan pemasaran dan pemasaran memiliki makna yang lebih luas yang meliputi berbagai fungsi perusahaan. Menurut Sunyoto Danang (2013:12) menjual adalah ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Struktur penjualan dapat terbagi menjadi beberapa kelompok, menurut Danang Sunyoto (2013:20): Struktur penjualan menurut wilayah, Struktur penjualan menurut produk, Struktur penjualan menurut pelanggan, Struktur penjualan yang kompleks.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai bulan Mei 2016. Penelitian ini dilakukan pada CV. Akbar desa Mantup kecamatan Mantup Lamongan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif menurut Prof. Dr. Sugiyono (2015:14), kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun populasi

dalam penelitian ini adalah seluruh data yang ada pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan.

Sampel dalam penelitian ini adalah data biaya produksi dan penjualan bulan Januari-Desember 2015 pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan. Sumber data dalam penelitian ini penulis peroleh dari penelitian kepustakaan (*librari research*), penelitian lapangan (*field research*), wawancara, observasi. Menurut Sugiyono (2014:38) Operasional Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam menentukan definisi operasional diperlukan indikator-indikator terlebih dahulu untuk mendapatkan variabel-variabel yang sesuai dengan teori-teori yang ada sebagai berikut:

Dalam penentuan definisi operasional diperlukan indikator-indikator terlebih dahulu untuk mendapatkan variabel-variabel yang sesuai dengan teori-teori yang ada, maka variabel-variabel didalam penelitian ini terdiri dari: variabel bebas/variabel independen (X) dan variabel terikat/variabel dependen (Y). Variabel bebas menurut Sugiyono (2015:61) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel independen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah strategi operasional.

Menurut Aulia Ishak (2010:17) strategi operasional adalah suatu visi fungsi operasi yang menetapkan keseluruhan arah atau daya dorong untuk pengambilan keputusan. Yaitu biaya produksi

selama periode Januari-Desember 2015 pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan. Variabel terikat menurut Sugiyono (2015:61) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah volume penjualan. Menurut Suriyono (2010:28) volume penjualan adalah jumlah unit produk atau jasa yang dapat terjual sedangkan hasil penjualan merupakan jumlah nilai uang yang diterima oleh penjual dari hasil dari kesepakatan penjualan. Yaitu penjualan selama periode Januari-Desember 2015 pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan.

Untuk membatasi masalah peneliti menggunakan analisa sebagai berikut: Korelasi Sederhana yang dipergunakan untuk mengukur kekuatan hubungan dua variabel tersebut dengan hasil secara kuantitatif, Regresi Linier Sederhana digunakan untuk memprediksi atau memperkirakan nilai variabel dependen dalam hubungannya dengan variabel independen, Koefisien Determinasi juga disebut koefisien penentu (KP) adalah kuadrat dari nilai koefisien korelasi, artinya perubahan variabel dependen (variabel Y) yang disebabkan variabel independen (variabel X) adalah sebesar kuadrat koefisien korelasi (r^2), Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti signifikan antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

PEMBAHASAN
Regresi Linier Sederhana

Variabel terikat	Hasil r	Persamaan regresi	Kategori hubungan dengan variabel
Y	0,63	Y= 9,234+1,776 X	Kuat

$$Y = 9,234 + 1,776 X$$

a= 9,234 bermakna jika strategi operasional (X) sama dengan nol (konstan) maka volume penjualan (Y) mengalami kenaikan sebesar 9,234. b= 1,776 bermakna jika variabel strategi operasional (X) naik satu satuan maka volume penjualan (Y) naik sebesar 1,776. Dengan asumsi variabel yang mempengaruhi dianggap konstan (a=0).

Korelasi Sederhana

Hasil koefisien korelasi r sebesar = 0,63 dan R determinan $R=r^2 \cdot 100 = 0,63^2 \cdot 100 = 39,6\%$ yang berarti variabel strategi operasional bernilai sebesar 39,6% sedangkan sisanya 60,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Dari hasil perhitungan korelasi sederhana dapat diketahui hasilnya kuat sesuai dengan hipotesis yang ada dan menyatakan bahwa strategi operasional berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan.

Uji t Berdasarkan hasil pengujian yang menyatakan hubungan antar variabel sangat signifikan maka dapat diperoleh keterangan dengan uji t, t tabel untuk kesalahan 5% uji dua pihak $df = n-k-1$ ($df= 12-1-1=10$) maka diperoleh t hitung $2,563 > t$ tabel 2,179 (ada di lampiran), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil pembahasan diatas, menyatakan bahwa strategi operasional berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan

pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan.

KESIMPULAN DAN SARAN
KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil persamaan regresi linier sederhana yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$Y = 9,234 + 1,776 X$ nilai korelasi 0,63 berarti strategi operasional dan volume penjualan memiliki hubungan yang kuat. Nilai $t_{hitung} 2,563 > t_{tabel} 2,179$ sehingga H_0 ditolak H_a diterima. Yang berarti strategi operasional berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan. Hal ini berarti pengaruh strategi operasional (X) memiliki pengaruh terhadap volume penjualan.

SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah: Dengan banyaknya penjualan meubeler (almari) yang ada pada CV. Akbar Desa Mantup Kecamatan Mantup Lamongan, khususnya pada penjualannya harap memperhatikan strategi operasionalnya, yang merupakan salah satu faktor untuk meningkatkan penjualan. Agar hasil penelitian ini biasa dikembangkan oleh peneliti berikutnya dengan memandang dari aspek yang lain untuk meningkatkan volume penjualan, atau melakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Deitiana, Tita. 2011. *Manajemen Operasional Strategi dan Analisa. (Services dan Manufaktur)*. Mitra Wicana Media, Jakarta.
- Farihah, Ashfiyatul. 2015. *Pengaruh Biaya Advertising, Kualitas dan Kuantitas Produksi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada CV. Silvi MN Paradilan Lamongan*. Skripsi. Lamongan: Program Sarjana S1 Universitas Islam Lamongan.
- Ishak, Aulia. 2010. *Manajemen Operasi*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kosasih, Sobarsa. 2009. *Manajemen Operasi*. Mitra Wicana Media, Jakarta
- P. Siagan, Sondang. 2012. *Manajemen Stratejik*. PT Bumi Aksara, Jakarta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran. (Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- Ulfa, Uria. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Umum Daerah Ngimbang Kabupaten Lamongan*. Skripsi. Lamongan: Program Sarjana S1 Universitas Islam Lamongan.