

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI TERHADAP PENENTUAN HARGA
JUAL PADA UD MARTABE KACANG SIHOBUK DI KECAMATAN
SIPOHOLON KABUPATEN TAPANULI UTARA**

SKRIPSI

OLEH

DIAN EKA SARI SIMBOLON

158330121



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2019**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penentuan Harga
Jual Pada UD Martabe Kacang Sihobuk Di Kecamatan
Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara

Nama Mahasiswa : DIAN EKA SARI SIMBOLON


NPM : 158330121

Jurusan : Akuntansi

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing


Linda Lores, SE, M.Si

Pembimbing I


Hasbiana Dalimunthe, SE, M.Ak

Pembimbing II


Dr. Hsani Effendi, SE, M.Si

Dekan


Ilham Ramadhan Nasution, SE, Ak, M.Si, CA

Ka. Prodi Akuntansi

Tanggal Lulus : 26 September 2019

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR / SKRIPSI UMTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civis akademik Universitas Medan Area saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DIAN EKA SARI SIMBOLON
NPM : 158330121
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty – Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penentuan Harga Jual Pada UD Martabe Kacang Sihobuk Di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 26 September 2019

Yang menyatakan



Dian Eka Sari Simbolon

158330121

HALAMAN PERNYATAAN

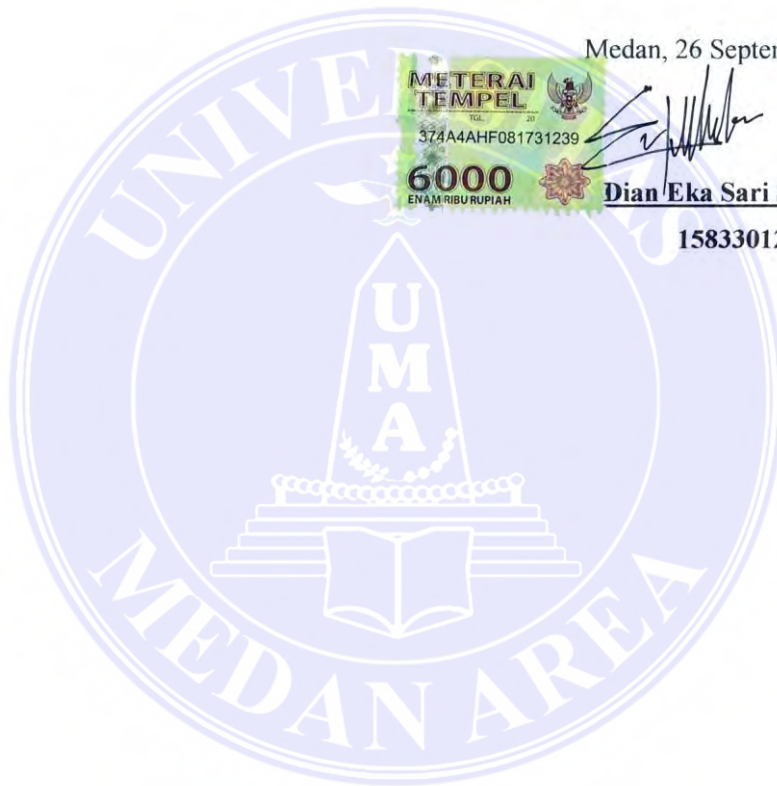
Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip hasil karya dari orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulis ilmiah. Saya bersedia menerima pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dari sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 26 September 2019



Dian Eka Sari Simbolon

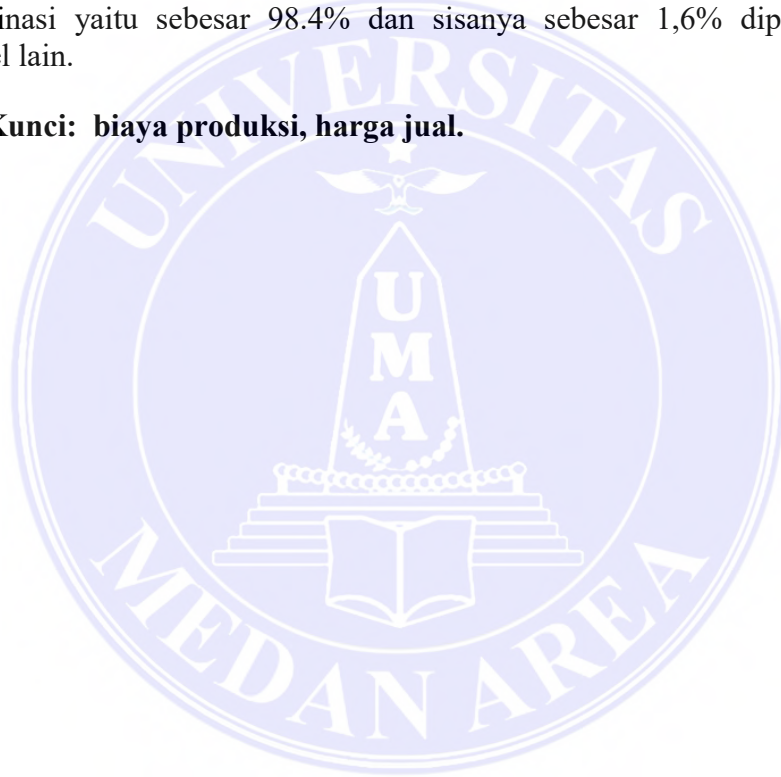
158330121



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap harga jual pada UD Martabe Kacang Sihobuk. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data ini adalah dokumentasi. Populasi penelitian ini adalah seluruh data perusahaan yang mengenai data jumlah biaya produksi dan harga jual pada UD Martabe Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon. Sampel penelitian ini adalah data perusahaan mengenai biaya produksi dan harga jual pada tahun 2016-2018. Penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi sederhana, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh t_{hitung} sebesar 46.043. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($46,063 > 1.690$) dan signifikan $0,000 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual. Sama halnya dengan hasil uji koefisien determinasi yaitu sebesar 98.4% dan sisanya sebesar 1,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

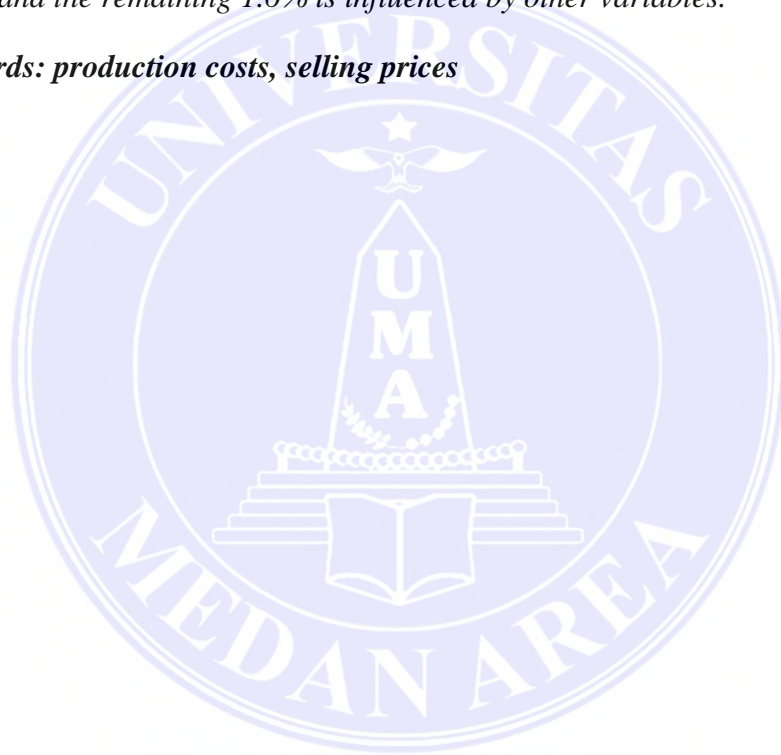
Kata Kunci: biaya produksi, harga jual.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of production costs on selling prices at Kacang Sihobuk of UD MARTABE. The type of data used in this study is quantitative data. The data source in this study is secondary data. The technique of data collection is documentation. The population of this study is all company data regarding data on the amount of production costs and selling prices at UD Martabe in Sipoholon Subdistrict. The sample of this study is data regarding production costs and selling prices in 2016-2018. This research was conducted by simple regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination. Based on the results of the test obtained 46,043. Then it can be seen that $t_{count} > t_{table}$ ($46,063 > 1,690$) and significant $0,000 > 0,005$. It can be concluded that production costs has a positive and significant effect on the selling price. The same thing with the results of the test coefficient of determination is equal to 98.4% and the remaining 1.6% is influenced by other variables.

Keywords: *production costs, selling prices*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas kasih dan karya-Nya yang telah menganugerahi peneliti dengan berbagai hal dan rancangan-Nya yang senantiasa memberi damai sejahtera sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penentuan Harga Jual pada UD Martabe Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon”**. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Orang tua tersayang ayahanda Oskar Jimmi Simbolon dan ibunda Nurmani Nababan. Terimakasih banyak untuk doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, dan dukungan yang sudah diberikan. Tanpa itu semua peneliti tidak bisa seperti sekarang ini.

Adapun penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti menyadari tidak dapat berjalan sendiri tanpa bantuan dan dorongan baik materil maupun spiritual dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Medan Area, Bapak Prof Dr. Dadan Ramdan, M.Eng. M,Sc.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si.
3. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, Bapak Hery Syahril, SE,M.Si.
4. Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, Bapak Ilham Ramadhan Nst, SE, Ak, M.Si, CA.

5. Ibu Linda Lores, SE, M.Si selaku dosen pembimbing pertama, atas segala kebaikan dan kesabaran selama membimbing, serta memberikan kepercayaan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Ibu Hasbiana Dalimunte, SE, M.Ak selaku dosen pembimbingan kedua, atas segala kebaikan dan kesabaran selama membimbing, serta memberikan kepercayaan dan dorong kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
7. Bapak Eky Emal, SE, M.Si selaku dosen sekretaris pembimbing yang meluangkan waktunya untuk berpartisipasi demi kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Seluruh bapak dan Ibu dosen Universitas Medan Area atas bekal ilmu yang diajarkan selama ini, serta memberikan nasehat dan motivasi kepada peneliti.
9. Seluruh staf pegawai Universitas Medan Area atas segala dukungan kepada peneliti.
10. Ibu Nurmaya Manalu pemilik perusahaan UD Martabe yang telah mengizinkan dan menerima peneliti untuk mengadakan penelitian ini.
11. Seluruh Karyawan UD Martabe yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian.
12. Orang-orang terkasih kakak Widya Ladecy Simbolon, S.Pd.Gr, abang ipar Bonggal Silalahi, S.Pd., abang Ando Tikkos Simbolon, S.P., kakak Advent Tryna Simbolon, A.Md., Ferdinan Julu Simbolon Terima kasih

banyak untuk setiap bantuan, dukungan yang sudah diberikan dan selalu menemani peneliti dalam setiap urusan penelitian.

13. Yudi Taji Dwianto Panjaitan, SH terimakasih untuk doa, kasih sayang, semangat, perhatian, dan waktu menemani dalam penyelesaian penelitian ini.

14. *My Best Partner in Spirit*, Shahifah, Arini, Julia, dan Yuni yang menjadi teman luar biasa sejak maba, selalu ada dan sangat membantu dalam penelitian ini.

15. *My bf*, Mutyara, Agnes, Lincu, Vika, Desi, Juni, Lam yang memberikan semangat dan doa dalam penelitian ini.

16. Personil *cecandekris* dan *dekji*, terimakasih untuk bantuan dan hiburan selama proses penyelesaian penelitian ini.

17. Teman-teman seperjuangan Akuntansi A stambuk 15 terimakasih untuk kebersamaannya selama 4 tahun ini, tetap semangat untuk kita semua.

18. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia.

Medan, 26 September 2019

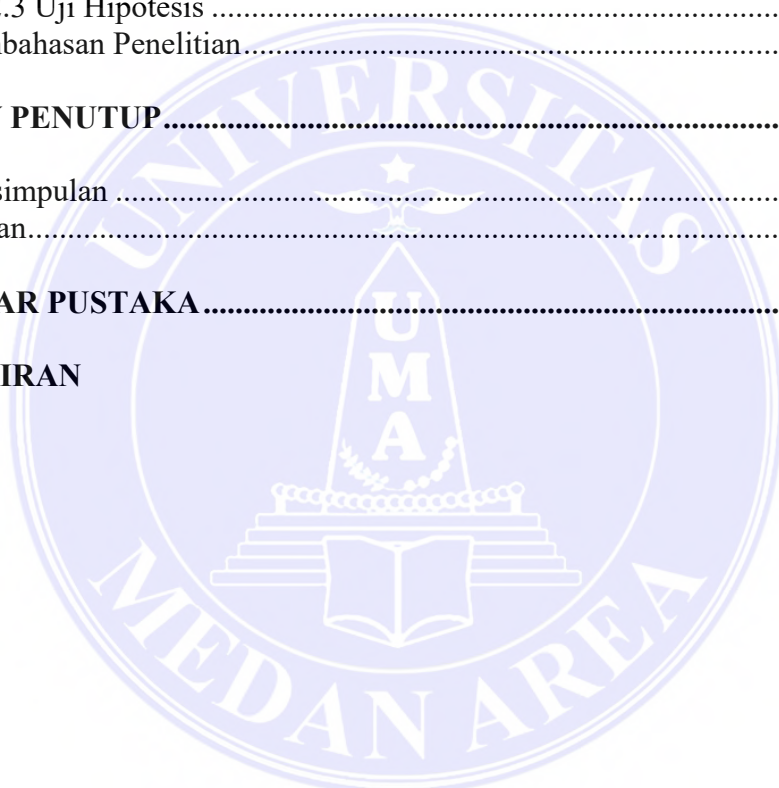
Dian Eka Sari Simbolon

NPM.158330121

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 4 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 5 |
| 2.1 Biaya Produksi | 5 |
| 2.1.1 Pengertian Biaya | 5 |
| 2.1.2 Penggolongan Biaya | 5 |
| 2.1.3 Pengertian Biaya Produksi..... | 6 |
| 2.1.4 Biaya Bahan Baku..... | 7 |
| 2.1.5 Biaya Tenaga Kerja..... | 8 |
| 2.1.6 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik | 9 |
| 2.1.7 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi..... | 10 |
| 2.1.8 Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi..... | 11 |
| 2.2 Harga Jual..... | 12 |
| 2.2.1 Pengertian Harga Jual | 12 |
| 2.2.2 Tujuan Penetapan Harga Jual..... | 13 |
| 2.2.3 Faktor-faktor Penentuan Harga Jual | 15 |
| 2.2.4 Metode Penentuan Harga Jual..... | 18 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 22 |
| 2.2 Kerangka konseptual..... | 23 |
| 2.2 Hipotesis..... | 24 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 25 |
| 3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian | 25 |
| 3.1.1 Jenis Penelitian..... | 25 |
| 3.1.2 Lokasi Penelitian..... | 25 |
| 3.1.3 Waktu Penelitian | 25 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 26 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3 Defenisi Operasional Variabel | 26 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data | 28 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 28 |
| 3.6 Metode Analisis Data | 28 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 32 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan | 32 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan | 32 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi | 33 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 34 |
| 4.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian | 34 |
| 4.2.2 Analisis Regresi Linear Sederhana | 38 |
| 4.2.3 Uji Hipotesis | 40 |
| 4.4 Pembahasan Penelitian | 41 |
| BAB V PENUTUP | 44 |
| 5.1 Kesimpulan | 44 |
| 5.2 Saran | 44 |
| DAFTAR PUSTAKA | 46 |
| LAMPIRAN | |



DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|------------------|----------------|
| Gambar 2.1 | 23 |
| Gambar 2.2 | 24 |
| Gambar 4.1 | 34 |



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|----------------|----------------|
| Tabel 2.1..... | 27 |
| Tabel 3.1..... | 27 |
| Tabel 4.1..... | 37 |
| Tabel 4.2..... | 38 |
| Tabel 4.3..... | 39 |
| Tabel 4.4..... | 40 |
| Tabel 4.5..... | 41 |



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penentuan harga jual yang tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kelanjutan usaha suatu perusahaan. Ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan resiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produk di gudang karena macetnya pemasaran. Untuk itu setiap perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena harga merupakan unsur pokok pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Dalam jangka panjang harga jual produk atau jasa yang ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan dan menghasilkan laba bagi perusahaan (Abdul Halim dan Bambang Supomo, 2001:197).

Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk di pasar. Satu-satunya yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk atau jasa, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk atau jasa, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berhenti sebagai *going concern* atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan. Penentuan harga jual pada umumnya merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan. Meskipun harga jual

produk sudah terbentuk di pasar, informasi biaya penuh terutama biaya produksi sangat dibutuhkan sebagai titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dibebankan kepada *customer* di masa yang akan datang.

Biaya produksi juga merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Kerugian akan mengakibatkan suatu usaha tidak dapat tumbuh dan bahkan akan dapat mengakibatkan perusahaan harus menghentikan kegiatan bisnisnya. Untuk menghindari kerugian, salah satu cara adalah dengan berusaha memperoleh pendapatan yang paling tidak dapat menutup biaya produksi. Dengan demikian, sangat penting memperhitungkan biaya produksi dan menetapkan harga jual produk dengan tepat untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

Pada dasarnya dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Disamping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai, sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Dengan demikian informasi biaya produk atau jasa sangat diperlukan dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, meskipun biaya bukan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual.

Perhitungan biaya produksi sebagai dasar penentuan harga jual yang digunakan oleh UD Martabe kacang sihobuk masih sederhana. Biaya yang

dihitung sebagai biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Dalam melakukan proses produksi ada biaya yang belum diperhitungkan dalam penghitungan biaya produksi, seperti biaya tenaga kerja pemilik atau keterkaitan keluarga dalam usaha. Pemakaian tenaga kerja langsung juga belum diperhitungkan karena dikerjakan oleh anggota keluarganya sendiri, begitu juga menyangkut jam kerja mereka kurang mengenal waktu. Hal ini tidak sesuai dengan teori (Mulyadi : 2009), yang menyatakan bahwa biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi akan diakui kedalam biaya produksi. Dalam penelitian terdahulu oleh Komara dan Sudarma (2016), menunjukkan biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap harga jual. Dalam penelitian terdahulu oleh Puspaningrum (2006) dan Yulis (2013), menunjukkan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap penentuan harga jual produk. Merujuk pada perbedaan penelitian tersebut perlu dilakukan suatu kajian mengenai pengaruh biaya produksi terhadap penentuan harga jual yang dapat memberikan keuntungan bagi pihak manajemen.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti ingin mengetahui **“Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penentuan Harga Jual pada UD Martabe Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon.”**

1.2 Perumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan dibahas adalah: Apakah terdapat pengaruh biaya produksi terhadap penentuan harga jual pada industri kacang sihobuk di UD Martabe Kecamatan Sipoholon.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: Terkait dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ingin mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap penentuan harga jual kacang sihobuk.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Peneliti

Dengan melakukan penelitian ini, peneliti dapat mengembangkan pengetahuan dan memperluas wawasan, serta sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam praktek yang sebenarnya.

2. Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dan menentukan kebijakan manajemen, khususnya biaya produks dan penentuan harga jual yang berkenaan dengan peningkatan kualitas dan mutu hasil produksi.

3. Pembaca

Manfaat penulisan karya ilmiah bagi pembaca yaitu menjadi sumber referensi dan informasi bagi orang yang membaca karya tulis ini supaya mengetahui dan lebih mendalami bagaimana hubungan biaya produksi untuk menentukan harga jual produk.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

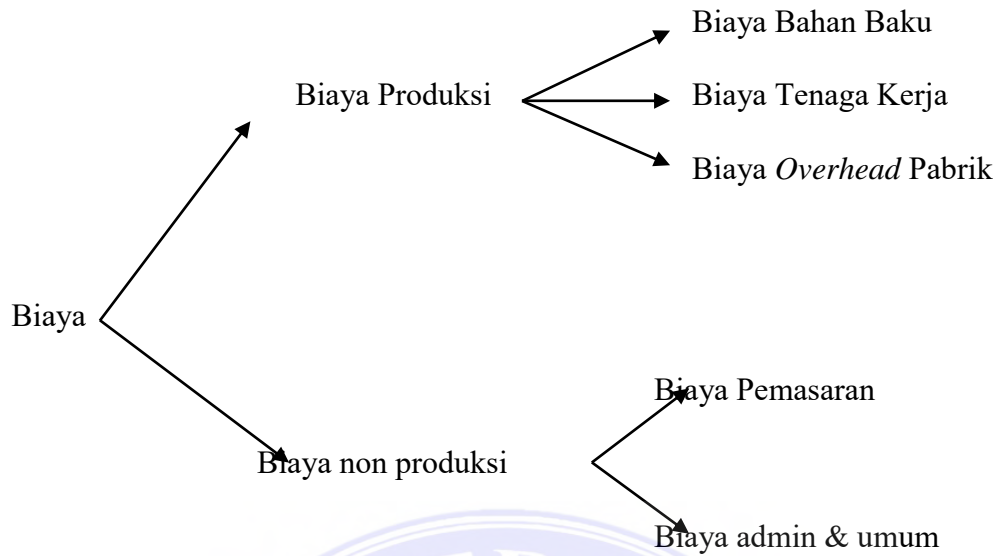
2.1 Biaya Produksi

2.1.1 Pengertian Biaya

Menurut Mulyadi (1991 : 8-9), “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Menurut Hansen dan Mowen (2012: 47), “Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa depan bagi organisasi”. Sedangkan menurut Mursyidi (2010: 14) biaya diartikan sebagai suatu pengorbanan yang dapat mengurangi kas atau harta lainnya untuk mencapai tujuan baik yang dapat dibebankan pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

2.1.2 Penggolongan biaya

Perusahaan mempunyai fungsi pokok berupa fungsi produksi dan fungsi non produksi. Fungsi produksi adalah fungsi perusahaan untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi atau produk siap untuk dijual. Sedangkan fungsi non produksi merupakan fungsi perusahaan selain mengolah bahan baku menjadi produk jadi, yakni terdiri dari fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum (Sutrisno, 1999 : 2).



Gambar 2.1

Biaya berdasarkan fungsi pokok perusahaan

Sumber : Sutrisno (1999 : 2)

2.1.3 Pengertian biaya produksi

Menurut Mulyadi (1999:14) biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan *equipment*, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang digunakan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

Biaya produksi menurut Daniel (2002:121) adalah biaya sebagai kompensasi yang diterima oleh para pemilik faktor-faktor produksi, atau biaya-biaya yang dikeluarkan oleh para pengusaha dalam proses produksi, baik secara tunai maupun tidak tunai.

2.1.4 Biaya bahan baku

Menurut Lili M Sadeli (2010: 45) bahan baku adalah semua bahan mentah yang secara fisik dapat diidentifikasi sebagai bagian dari barang jadi dan dapat ditelusuri pada barang jadi tersebut dengan cara yang sederhana dan ekonomis. Sedangkan menurut Ely Suhayati (2013: 115) bahan baku adalah bahan yang digunakan dan menjadi bagian dari produk jadi. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau pengolahan sendiri.

Menurut Ahyari (1979:10) bahan baku sebagai bahan antara dalam kegiatan produksi perlu mempertimbangkan hal-hal yang menyangkut :

- a. Jumlah kebutuhan bahan baku selama satu periode
- b. Kelayakan harga barang
- c. Kontinuitas persediaan barang
- d. Kualitas bahan baku
- e. Biaya pengangkutan

Faktor Yang Menentukan Persediaan Bahan Baku.

Besar kecilnya bahan baku yang dimiliki oleh perusahaan menurut Nafarin (2004:83) ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Anggaran Produksi

Semakin besar produksi yang dianggarkan, semakin besar pula bahan baku yang disediakan, begitu pula sebaliknya.

- b. Harga Beli Bahan Baku

Semakin tinggi harga beli bahan baku, semakin tinggi persediaan bahan baku yang akan direncanakan.

c. Biaya Penyimpanan Bahan Baku Di Gudang Dalam Hubungannya Dengan Biaya Ekstra Yang Dikeluarkan Sebagai Akibat Kehabisan Persediaan Apabila Biaya Penyimpanan Bahan Baku Digudang Lebih Kecil Disbanding Biaya Ekstra Yang Dikluarkan Sebagai Akibat Kehabisan Persediaan Bahan Baku Yang Lebih Besar.

d. Ketepatan pemasok dalam meyerahkan bahan baku.

Semakin tepat standar bahan baku yang dibuat, semakin kecil bahan baku yang direncanakan.

e. Ketepatan pemasok dalam meyerahkan bahan baku.

Apabila pemasok biasanya tidak tepat dalam menyerahkan bahan baku yang dipesan, maka persediaan bahan baku yang direncanakan jumlahnya besar.

f. Jumlah Bahan Baku Sekali Pemesanan

Bila bahan baku tiap kali pesan jumlahnya besar, maka persediaan yang direncanakan juga besar.

2.1.5 Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenagakerja adalah pengeluaran perusahaan yang digunakan untuk pembayaran (upah ataugaji) tenaga manusia yang bekerja mengolah produk (Nafarin, 2004:100).Sedangkan pengertian biaya tenagakerja yang dikemukakan oleh Mulyadi (1999:343) adalah harga yang dikeluarkan untuk penggunaan tenaga kerja manusia yang telah digunakan dalam mengolah produk.

Sesuai dengan fungsi di mana karyawan bekerja, biaya tenaga kerja menurut Supriyono (1999: 20) dapat digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja pabrik/ produksi, biaya tenaga kerja pemasaran, biaya tenaga kerja administrasi dan umum. Biaya tenaga kerja untuk fungsi produksi dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah semua balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.

2. Biaya tenaga kerja tidak langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah semua balas jasa yang di berikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang di hasilkan perusahaan.

2.1.6 Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah semua biaya yang terjadi di pabrik selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (Supriono, 1999 : 3). Dengan demikian yang termasuk biaya *overhead* pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya pemeliharaan peralatan, biaya servis dan suku cadang, biaya penyusutan, biaya asuransi, dan biaya-biaya lainnya yang dikeluarkan di pabrik selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Dari beberapa jenis biaya yang termasuk dalam biaya *overhead* pabrik seperti yang telah disebutkan di atas, bila diuraikan lebih lanjut adalah sebagai berikut (Sutrisno, 1999 : 29-30):

a. Biaya bahan penolong

Biaya bahan penolong adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang digunakan untuk membuat produk jadi tetapi tidak menjadi bagian utama dalam produk jadi, dan biasanya nilainya relatif kecil dibandingkan dengan total biaya produksinya.

b. Biaya pemeliharaan alat

Biaya pemeliharaan alat adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjaga mesin dan alat-alat pabrik agar selalu siap untuk digunakan dalam poses produksi. Contoh biaya ini adalah biaya penyusutan bangunan pabrik, biaya penyusutan mesin, biaya penyusutan kendaraan, dan biaya *supplies* pabrik lainnya.

c. Biaya penyusutan

Merupakan biaya yang timbul akibat penilaian aktiva tetap. Contohnya biaya ini adalah biaya penyusutan bangunan pabrik, biaya penyusutan mesin, biaya penyusutan kendaraan, dan biaya-biaya penyusutan aktiva tetap lainnya yang berkaitan dengan proses produksi.

d. Biaya asuransi

Biaya asuransi merupakan biaya yang timbul akibat berlalunya waktu. Contoh biaya ini adalah asuransi bangunan pabrik, biaya asuransi mesin, biaya asuransi kendaraan, dan biaya-biaya asuransi lainnya.

e. Biaya biaya *overhead* pabrik lainnya.

Biaya *overhead* pabrik yang memerlukan keluaran tunai lainnya seperti biaya listrik dan telepon, biaya air PDAM, dan biaya reparasi yang ditangani oleh pihak luar.

2.1.7 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*.

1. *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik berperilaku variabel maupun tetap. Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik variabel, dan biaya overhead pabrik tetap) ditambah dengan biaya nonproduksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

2. *Variable Costing*

Variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel. Harga pokok produk yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur harga pokok produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel) ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap).

2.1.8 Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, informasi harga pokok produksi sangat bermanfaat untuk menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pemesan karena perusahaan yang produksinya berdasarkan

pesanan memproses produknya berdasarkan spesifikasi yang ditentukan oleh pemesan, dengan demikian biaya produksi pesanan yang satu akan berbeda dengan biaya produksi pesanan yang lain, tergantung spesifikasi yang dikehendaki pemesan. Oleh karena itu harga jual yang dibebankan kepada pemesan sangat ditentukan oleh besarnya biaya produksi yang akan dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tertentu.

Selain untuk menentukan harga jual, harga pokok produksi juga bermanfaat untuk mempertimbangkan penerimaan pesanan atau penolakan. Adakalanya harga jual yang dipesan oleh pemesan telah terbentuk di pasar, sehingga keputusan yang perlu dilakukan oleh manajemen adalah menerima atau menolak pesanan.

Untuk memungkinkan pengambilan keputusan tersebut, manajemen memerlukan informasi total harga pokok pesanan yang akan diterima tersebut. Informasi total harga pokok pesanan memberikan dasar perlindungan bagi perusahaan agar dalam menerima pesanan perusahaan tidak mengalami kerugian. Tanpa memiliki informasi total harga pokok pesanan, perusahaan tidak memiliki jaminan apakah harga yang diminta oleh pemesan dapat mendatangkan laba bagi perusahaan.

2.2 Harga Jual

2.2.1 Pengertian Harga Jual

Penetapan harga jual yang tepat adalah salah satu faktor penting bagi perusahaan. Kurang berarti jika sebuah perusahaan dapat memproduksi barang sangat baik namun tidak dapat menetapkan harga jual dengan tepat untuk barang produksinya .

Harga jual adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, yaitu jumlah uang yang pembeli sanggup membayar kepada penjual untuk suatu barang tertentu (Sriyadi, 2001:178).

Harga jual (selling price) adalah harga jual meliputi biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan distribusi, ditambah dengan jumlah laba yang diinginkan (Aliminsyah dan Padji, 2003:301)

2.2.2. Tujuan Penetapan Harga Jual

Didalam menentukan harga jual, perusahaan harus jelas dalam menentukan tujuan yang hendak dicapainya, karena tujuan tersebut dapat memberikan arah dan keselarasan pada kebijaksanaan yang diambil perusahaan. Suatu perusahaan dapat mengejar enam tujuan melalui penetapan harga (Philip Kotler 2008 ; 638), yaitu :

a. Kelangsungan Hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat, atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan. Tetapi kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek. Dalam jangka panjang, perusahaan harus dapat meningkatkan nilainya.

b. Laba Sekarang Maksimum

Banyak perusahaan menetapkan harga yang memaksimalkan labanya sekarang. Mereka memperkirakan bahwa permintaan dan biaya sehubungan

sebagai *alternative* harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau pengambilan investasi yang maksimum.

c. Pendapatan Sekarang Maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Maksimalisasi pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa memaksimalkan pendapatan akan menghasilkan maksimalisasi laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

d. Pertumbuhan Penjualan Maksimum

Perusahaan lainnya ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit lebih rendah dan laba jangka yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah dengan mengasumsikan bahwa pasar sensitive terhadap harga. Ini disebut penetapan harga penetrasi pasar.

e. Simming Pasar Maksimum

Simming pasar hanya mungkin dalam kondisi adanya sejumlah pembeli yang memiliki permintaan tinggi, biaya per unit untuk memproduksi volume kecil tidaklah sedemikian tinggi, sehingga dapat mengurangi keuntungan penetapan harga maksimal yang dapat diserap pasar, harga yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing, harga yang tinggi menyatakan citra produk superior.

f. Kepemimpinan Mutu Produk

Perusahaan mungkin mengarahkan untuk menjadi pimpinan dalam hal mutu produk dipasar, dengan membuat produk yang bermutu tinggi dan

menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaingnya. Mutu dan harga yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari rata-rata industrinya.

2.2.3. Faktor -Faktor Penentuan Harga Jual

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Strategi Pemasaran (Fandi Tjiptono, 1997:154) secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan lingkungan eksternal.

1. Faktor Internal Perusahaan

a) Tujuan pemasaran

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupamaksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melakukan tanggung jawab sosial dll.

b) Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.

c) Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel) serta jenis-jenis biaya lainnya, seperti out-of-pocket cost, incremental cost, opportunity cost, dan replacement cost.

d) Organisasi

Managemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menanganimasalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pada perusahaan kecil, umumnya harga ditetapkan oleh manajemen puncak, pada perusahaan besar, seringkali masalah penetapan harga ditangani oleh divisi atau manager suatu lini produk. Dalam pasar industri para wiraniaga (sales people) diperkenankan untuk bernegosiasi dengan pelanggannya guna menetapkan rentang (range) harga tertentu. Dalam industri dimana harga merupakan faktor kunci (misalnya perusahaan minyak, penerbangan luar angkasa) biasanya setiap perusahaan memiliki departemen pemasaran atau manajemen puncak. Pihak-pihak lain yang memiliki pengaruh terhadap penetapan harga adalah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

a) Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitasnya permintaan.

b) Persaingan

Kekuatan pokok yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri ada lima, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi-

informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:

1. Jumlah perusahaan dalam industri

Bila hanya ada satu perusahaan dalam industri, maka secara teoritis perusahaan yang bersangkutan bebas menetapkan harganya sebarang. Akan tetapi sebaliknya bila industri terdiri dari banyak perusahaan, maka persaingan harga pun terjadi. Bila produk yang dihasilkan tidak terdiferensiasi, maka hanya pemimpin industri yang leluasa menentukan perubahan harga.

2. Ukuran relatif setiap anggota dalam industri

Bila perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar, maka perusahaan yang bersangkutan dapat memegang inisiatif perubahan harga. Bila pangsa pasarnya kecil, maka hanya menjadi pengikut.

3. Diferensiasi produk

Bila perusahaan berpeluang melakukan diferensiasi dalam industrinya, maka perusahaan tersebut dapat mengendalikan aspek penetapan harganya, bahkan sekalipun perusahaan itu kecil dan banyak persaingan dalam industri.

4. Kemudahan untuk memasuki industri tersebut

Bila suatu industri mudah untuk dimasuki maka perusahaan yang ada sulit mempengaruhi atau mengendalikan harga. Sedangkan bila ada hambatan masuk ke pasar (game to market entry) maka perusahaan-perusahaan yang sudah ada dalam industri tersebut dapat mengendalikan harga. Hambatan masuk ke pasar dapat berupa:

- a. Persyaratan teknologi
 - b. Investasi modal yang besar
 - c. Ketidak tersediaan bahan baku pokok / utama
 - d. Skala ekonomis yang sudah dicapai perusahaan-perusahaan yang telah ada sulit diarahkan oleh para pendatang baru
 - e. Kendali atas sumber daya alam oleh perusahaan yang sudah ada.
 - f. Keahlian dalam pemasaran
- 3 Unsur-unsur lingkungan eksternal lainnya

Selain faktor diatas, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga) kebijakan dan peraturan pemerintah dan aspek social (kepedulian terhadap lingkungan).

2.2.4. Metode Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual adalah suatu cara yang menentukan keputusan untuk membuat membeli, menerima atau menolak sesuatu pesanan khusus, menutup atau meneruskan suatu usaha (Bambang Hariadi, 2003:31).

Penentuan harga jual adalah metode penentuan biaya produk atau jasa berdasarkan harga atau harga target dimana pelanggan bersedia membayarnya (Hansen Mowen, 2012:52).

Kesimpulan : Penentuan harga jual merupakan titik awal untuk mengurangi ketidak pastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan yang merupakan dasar untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian atau penentu harga jual untuk melongok struktur biaya perusahaan pesaing sebagai dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

a) *Cost-Plus Pricing* Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase markup (tambahan di atas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

(Mulyadi, 2001:348)

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. Untuk memperkirakan berapa laba wajar yang diharapkan, yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga jual adalah: *Cost of capital*, Risiko bisnis dan besarnya *capital employed*.

b) Perhitungan Harga Jual per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara

langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase markup. Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut :

| |
|--|
| <p>Biaya yang berhubungan langsung</p> <p>Harga jual per unit = biaya yang berhubungan langsung dengan volume + persentase mark up</p> |
|--|

Persentase *markup* ini dihitung dengan rumus :

| |
|--|
| <p>Persentase <i>mark up</i> = $\frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung dengan volume produksi}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung volume produksi}}$</p> |
|--|

Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah biaya produksi dan yang tidak berhubungan langsung adalah biaya biaya non produksi. Sedangkan dalam pendekatan *variabel costing*, biaya penuh yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel sedangkan yang tidak dipengaruhi secara langsung adalah biaya biaya tetap.

b) Perhitungan Harga Jual per Unit

Penentuan harga jual ini ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini biasanya digunakan pada perusahaan jasa atau perusahaan yang menjual jasa reparasi

suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen. (Mulyadi, 2001: 355) .

2. Penentuan Harga Jual dalam *cost-type contract*

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya.

3. *Gross Margin Pricing* Metode penentuan harga jual dengan proses *Margin Pricing* pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap digunakan. Caranya dengan menentukan persentase tertentu diatas harga (*Cost*) produk yang dibeli, persentase ini disebut *mark up*. Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. Berbagai macam faktor yang mempengaruhi besarnya *mark up*, diantaranya adalah:

- a. Musiman tidaknya produksi
- b. Tinggi rendahnya biaya operasi
- c. Besar kecilnya aktiva (modal) yang digunakan
- d. Tajam tidaknya persaingan

4. Penentuan Harga Jual Berdasarkan Laba yang ditargetkan

Dalam penentuan harga jual, manajemen dapat menggunakan laba yang ditargetkan sebagai pedoman untuk penentuan harga jual. Laba yang ditargetkan dapat dalam bentuk jumlah rupiah laba, atau persentase tertentu dari aktiva yang ditanamkan. Pada pendekatan ini, harga jual ditentukan sebesar biaya total ditambah laba yang ditargetkan dan jumlah tersebut selanjutnya dibagi dengan unit produk atau jasa yang dianggarkan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

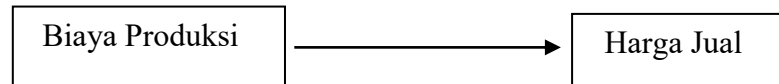
| No | Nama | Judul | Persamaan | Pebedaan |
|----|--|---|---|---|
| 1. | Yunita Puspaningrum (2006) | Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Kacang Atom pada Perusahaan Gajah Semarang | Teknik analisis data uji analisis sederhana dan koefisien determinasi. | - Hanya menggunakan 12 sampel. - Tidak menggunakan uji hipotesis |
| 2. | Bintang Komara dan Ade Sudarma (2016) | Analisis Penentuan Harga Pokok | Mengetahui pengaruh biaya | - Jenis penelitian deskriptif |

| | | | | |
|----|-----------------------|---|--|--|
| | | Produksi Dengan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Cv Salwa Meubel | produksi dalam penentuan harga jual | kuantitatif - Teknik analisis yang digunakan adalah uji koefisien kontigensi |
| 3. | Yulis Sutriani (2013) | Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual pada PT Profab Indonesia | Teknik analisis data uji regresi sederhana. | Teknik analisis data menggunakan uji normalitas. |

2.4 Kerangka Konseptual

Hubungan antar variabel yang akan diteliti tersebut dapat dijelaskan melalui suatu model yang disebut dengan paradigma penelitian atau model penelitian (Sugiyono, 2009: 63). Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah,

tujuan penelitian dan tinjauan pustaka, maka dapat disusun model penelitian ini kedalam model penelitian seperti gambar berikut :



Gambar 2.2
Kerangka konseptual

2.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009: 96) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan sementara penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis penelitian ini adalah :

H0 : Variabel biaya produksi tidak berpengaruh terhadap penentuan harga jual

H1 : Variabel biaya produksi memberi pengaruh positif terhadap penentuan harga jual.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian.

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kasual. Penelitian digunakan untuk melihat hubungan pengaruh (sebab akibat), yaitu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menguji pengaruh biaya produksi terhadap penentuan harga jual produk pada UD Martabe Kacang sihobuk di Kecamatan Sipoholon

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada UD Martabe Kacang Sihobuk yang berlokasi di Desa Silangkitang, Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara.

3.1.3 Waktu Penelitian

Adapun rencana kegiatan penelitian ini dilaksanakan dari bulan Desember 2018 sampai dengan Juli 2019. Rincian kegiatan ini dapat dilihat pada tabel Dibawah ini:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

| No | Jenis Kegiatan | 2018 | 2019 | | | | | | | |
|----|-------------------------|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | Des | Jan | Feb | Mar | Apr | Mei | Jun | Jul | Okt |
| 1. | Pengajuan Judul Skripsi | | | | | | | | | |
| 2. | Pembuatan Proposal | | | | | | | | | |
| 3. | Bimbingan Proposal | | | | | | | | | |
| 4. | Seminar Proposal | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|----|------------------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| 5. | Pengumpulan data dan analisis data | | | | | | | | | |
| 6. | Penyusunan dan bimbingan Skripsi | | | | | | | | | |
| 7. | Seminar Hasil | | | | | | | | | |
| 8. | Sidang Meja Hijau | | | | | | | | | |

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2000:108). Di dalam suatu penelitian apabila peneliti ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka peneliti ini merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut dengan studi populasi atau studi kasus. Populasi dalam penelitian ini adalah biaya produksi dan harga jual pada UD Martabe Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2000:109). Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data biaya produksi dan harga jual dari tahun 2016-2018 pada UD Martabe Kacang Sihobuk yang berlokasi di Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tapanuli Utara.

3.3 Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel adalah suatu mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Variabel adalah objek penelitian atau sesuatu yang menjadi titik perhatian

(Arikunto, 2000:96). Variabel dibedakan menjadi dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). (Sugiyono, 2016 :39). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah biaya produksi (X_1).

Biaya produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik yang dikeluarkan dalam proses produksi yaitu mengolah bahan baku menjadi produk jadi kacang sihobuk.

2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016 : 39) Adapun dalam penelitian ini sebagai variabel terikatnya adalah harga jual (Y).

Harga jual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai tukar atau nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan dari produk kacang siobuk yang ditentukan dengan uang.

Untuk mewujudkan suatu kesatuan fikir atau untuk menghindari bermacam-macam interpretasi maka perlu ditegaskan istilah berkaitan dengan penelitian ini. Karena banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual maka dalam penelitian ini diambil faktor biaya produksi saja dengan alasan faktor tersebut merupakan faktor yang pasti dan mudah diperhitungkan.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu merupakan data yang berupa angka yang mengenai jumlah biaya produksi dan harga jual yang diperoleh dari UD Martabe Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data yang diperoleh dari perusahaan dan data tersebut sudah diolah dan terdokumentasi di perusahaan seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan data yang mengenai jumlah biaya produksi dan harga jual pada Industri kacang sihobuk UD Martabe di Kecamatan Sipoholon.

3.5 Metode Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan mencari dokumen atau arsip yang dimiliki perusahaan, yaitu berkenaan dengan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead, serta harga jual pada periode tahun 2016-2018.

3.6 Metode Analisis Data

Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, persamaan linier sederhana menunjukkan hubungan antara dua variabel, yaitu variabel X sebagai variabel independen dan variabel Y sebagai variabel dependen (Algifari, 2000:9). Regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan. Model persamaan regresi yang digunakan dalam pengujian adalah:

a) Persamaan Regresi Sederhana

$$Y = a + bX + e$$

Dengan:

Y = Harga Jual

a = Intersep (titik potong kurva terhadap sumbu Y)

b = kemiringan (slope) kurva linier

X = Biaya produksi

e = Error Term

untuk menghitung nilai a,b, dan e ini menggunakan program komputer statistik yaitu SPSS.

b) Uji hipotesis

1) Uji t-statistik

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Nilai t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dapat diketahui dari hasil penghitungan komputer.

Untuk menentukan nilai t-statistik tabel ditentukan tingkat signifikansi 5% dengan $df = (n-k-1)$ dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel termasuk intersep dengan kriteria uji adalah:

Jika $t_{hit} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Jika $t_{hit} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima

Hipotesisnya yaitu :

$$H_0 = \beta_1 = 0$$

$$\beta_2 = 0$$

Artinya , tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen(Y)

$$H_0 = \beta_1 = 0$$

$$\beta_2 = 0$$

Artinya , terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

2) Koefisien determinasi

Ukuran statistik yang dapat menggambarkan hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain adalah koefisien determinasi dan koefisien korelasi. Koefisien determinasi diberi simbol (r^2) dan koefisien korelasi diberi symbol r. Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan pengaruh antara dua variabel.

Koefisien determinasi (r^2) dari hasil regresi sederhana menunjukkan tingkat kejelasan yang dapat diberikan oleh model tersebut terhadap perubahan variabel dependen. Secara umum nilai r^2 terletak pada nilai 0 sampai dengan 1 ($0 < r^2 < 1$). Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan.

Semakin mendekati nol besarnya koefisien determinasi (r^2) suatu persamaan regresi, semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen (dengan kata lain semakin kecil kemampuan model dalam menjelaskan perubahan nilai variabel dependen). Sebaliknya, semakin mendekati satu besarnya koefisien

determinasi (r^2) suatu persamaan regresi, semakin besar pula pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

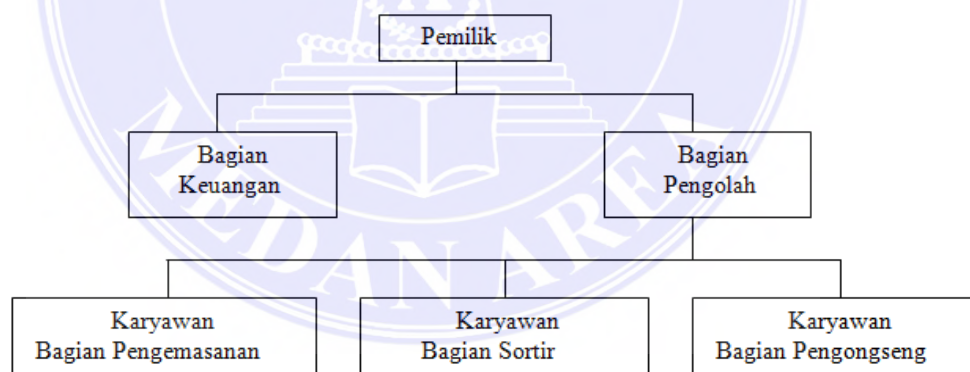
Kacang Sihobuk mempunyai sejarah tersendiri, yang berasal dari sebuah nama kampung yang berada di Kecamatan Tarutung. Sebelum pindah ke Sipoholon, masyarakat Sihobuk telah memasak kacang namun belum banyak masyarakat yang mengetahuinya. Tahun 1987 terjadi gempa bumi di Tapanuli Utara yang mengakibatkan longsor di daerah tersebut dan memporak-porandakan kampung yang ada. Akibat dari bencana tersebut masyarakat desa Sihobuk pindah ke dataran yang lebih tinggi tepatnya di Kecamatan Sipoholon. Untuk mengenang kejadian tersebut masyarakat kemudian memasak kacang dan diberi nama kacang Sihobuk. Semakin lama kacang Sihobuk ini menjadi makanan khas masyarakat Tapanuli, karena memiliki cita rasa yang khas, kacang Sihobuk ini juga dijadikan buah tangan bagi setiap pengunjung yang datang ke Tapanuli Utara, khususnya di Sipoholon.

Dari sekian banyak usaha kacang sihobuk di kota Tarutung, UD Martabe merupakan salah satu usaha kacang sihobuk yang paling banyak diminati oleh para pembeli karena eksistensinya sejak dulu. Usaha keluarga yang berdiri pada tahun 1990 ini merupakan usaha kacang sihobuk pertama di kota Tarutung yang masih bertahan sampai sekarang. UD Martabe yang terletak di Jln. Balige KM 11 Silangkitang Tarutung ini kini dikelola oleh ibu Nurmala Manalu dan anak-anaknya. Pada tahun 1996, UD Martabe mendapatkan hak paten sebagai UKM (Usaha Kecil Menengah) yang memiliki merek sendiri yaitu Martabe. Selain itu,

UD Martabe juga telah memiliki izin penjualan dari BPOM (Badan Pemeriksa Makanan dan Obat). Bahan baku kacang tanah yang berkualitas baik dan cara mengolah kacang sihobuk yang masih manual membuat kualitas kacang sihobuk yang dijual oleh UD Martabe jauh lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Kepemilikan merek yang dimiliki UD Martabe menjadikan usaha kacang sihobuk ini lebih unggul dibandingkan pengusaha kacang sihobuk lainnya karena memiliki daya tarik tersendiri bagi para pembeli. Nama Martabe sendiri merupakan singkatan dari Marsipature Hutana Be yang artinya mengembangkan kampung kelahiran.

4.1.2 Struktur Organisasi

UD Martabe adalah sebuah perusahaan pengolah kacang tanah dimana pimpinan tertinggi adalah pemilik usaha dan yang dibantu oleh berbagai staff sebagai berikut.



Gambar 4.1

Struktur Organisasi

Sumber: Data Perusahaan UD Martabe, 2019

4.2 Hasil Penelitian

4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Untuk mengetahui gambaran keadaan mengenai pengaruh biaya produksi terhadap harga jual peneliti telah melakukan pengumpulan data yaitu yang diperoleh dari perusahaan pengolah kacang sihobuk UD Martabe di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara. Data-data tersebut mengenai jumlah biaya produksi dan data harga jual.

1. Biaya produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi sebuah produk. Biaya produksi dapat dikatakan sama dengan harga pokok produk, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Kacang tanah yang dihasilkan dari petani adalah suatu bagian produksi yang akan diproses dan diolah menjadi kacang garing sihobuk pada perusahaan UD Martabe. Setelah diterima dari petani, tahapan pengolahan kacang tanah menjadi kacang sihobuk sebagai berikut:

a) Proses Produksi

Perusahaan UD Martabe memproduksi kacang sihobuk dengan cara manual tidak menggunakan mesin untuk menjamin mutu. Untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang terjaga, maka sebelum proses produksi bagian *Ingredients* terlebih dahulu menentukan bahan-bahan pilihan yang akan dipakai.

b) Bahan dan Alat Kacang Sihobuk Martabe

Bahan :

- Kacang tanah pilihan
- Pasir
- Air
- Kayu bakar

Alat :

- Kuwali besar
- Alat pengaduk
- Kemasan

Adapun tahapan produksi kacang sihobuk sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Pada tahapan ini dilakukan peyortiran pemilihan kacang tanah yang akan diproses, dibedakan antara kacang tanah yang berukuran besardan kecil. Selanjutnya kacang tanah tersebut akan dibersihkan dan di rendam selama 2-3 hari.

2. Tahap Penggorengan

Kacang yang telah direndam ditiriskan dan akan diproses lagi ke dalam tahap penggorengan. Panaskan pasir didalam kuwali diatas api besar lalu masukkan kacang kedalamnya lalu diaduk hingga matang merata.

3. Tahap Pembersihan dan Pendinginan

Untuk memperoleh kondisi kacang sihobuk yang garing dan renyah maka sebelum dikemas terlebih dahulu kacang atom yang telah digoreng tersebut didinginkan dan dibersihkan dari pasir yang menempel.

4. Tahap Pengemasan (*Packaging*)

Setelah melalui tahap pembersihan, pengolahan, penggorengan serta pendinginan maka kacang sihobuk siap untuk dikemas dengan rapi.

Adapun biaya pengeluaran yang digunakan UD Martabe untuk biaya produksi setiap bulan pada tahun 2016-2018 yang merupakan jumlah total dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik (lampiran 1,2, dan 3) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Biaya Produksi

| Bulan | Biaya Produksi | | |
|-----------|----------------|-------------|-------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 |
| Januari | 564.800.000 | 500.800.000 | 564.800.000 |
| Februari | 399.600.000 | 434.200.000 | 466.200.000 |
| Maret | 301.000.000 | 367.600.000 | 333.000.000 |
| April | 266.400.000 | 266.400.000 | 266.400.000 |
| Mei | 234.400.000 | 301.000.000 | 234.400.000 |
| Juni | 500.800.000 | 532.800.000 | 564.800.000 |
| Juli | 367.600.000 | 333.000.000 | 399.600.000 |
| Agustus | 466.200.000 | 234.400.000 | 301.000.000 |
| September | 301.000.000 | 266.400.000 | 234.400.000 |
| Oktober | 333.000.000 | 301.000.000 | 301.000.000 |
| November | 367.600.000 | 399.600.000 | 434.200.000 |
| Desember | 500.800.000 | 532.800.000 | 500.800.000 |

Sumber : Data perusahaan UD Martabe, 2019

Berdasarkan table 4.1 diatas dapat dilihat rata-rata biaya produksi pada UD Martabe dalam kurun waktu 3 tahun (2016-2018) adalah sebesar Rp379.827.778 dengan rata-rata biaya produksi paling rendah di tahun 2017 sebesar Rp 372.500.000 .

2. Harga jual

Harga jual produk yang tepat sangat ditentukan oleh keberhasilan dalam menentukan biaya produksi yang tepat, sehingga harga jual produk yang ditawarkan dapat menutupi semua biaya dan mampu menghasilkan laba. Berikut adalah data harga Jual dari UD Martabe di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Utara pada tahun 2016-2018 (Lampiran 1,2, dan 3) dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Harga Jual

| Bulan | Harga Jual | | |
|-----------|-------------|-------------|-------------|
| | 2016 | 2017 | 2018 |
| Januari | 660.000.000 | 605.000.000 | 660.000.000 |
| Februari | 440.000.000 | 495.000.000 | 550.000.000 |
| Maret | 330.000.000 | 440.000.000 | 385.000.000 |
| April | 330.000.000 | 330.000.000 | 330.000.000 |
| Mei | 275.000.000 | 330.000.000 | 275.000.000 |
| Juni | 605.000.000 | 605.000.000 | 660.000.000 |
| Juli | 440.000.000 | 385.000.000 | 440.000.000 |
| Agustus | 550.000.000 | 275.000.000 | 330.000.000 |
| September | 330.000.000 | 330.000.000 | 275.000.000 |

| | | | |
|----------|-------------|-------------|-------------|
| Oktober | 385.000.000 | 330.000.000 | 330.000.000 |
| November | 440.000.000 | 440.000.000 | 495.000.000 |
| Desember | 605.000.000 | 605.000.000 | 605.000.000 |

Sumber : Data perusahaan UD Martabe, 2019

Dari data harga jual pada (tabel 4.2) dapat diperoleh nilai rata-rata tiapbulan adalah sebesar Rp.441.527.778, sehingga dapat diketahui nilai dari harga jual pada bulan Februari, Maret, April, Mei, Juli, Agustus, September, Oktober, dan November dibawah nilai rata rata yang artinya permintaan dari konsumen kacang sihobuk tidak banyak.

Sedangkan untuk harga jual kacang sihobuk diatas harga jual rata-rata perbulan terjadi pada bulan Januari, Juni, dan Desember, karena pada bulan ini banyak permintaan dari konsumen akan kacang sihobuk sehingga pesanan kacang sihobuk jadi meningkat. Hal ini disebabkan karena pada bulan tersebut bertepatan dengan hari raya Idul Fitri, hari raya Natal, dan tahun baru sehingga banyak konsumen yang membeli kacang sihobuk.

4.2.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana, persamaan linier sederhana menunjukkan hubungan antara dua variabel, yaitu variabel X sebagai variabel independen dan variabel Y sebagai variabel dependen (Algifari, 2000:9). Dari hasil analisis regresi sederhana dengan bantuan program SPSS pada penelitian ini diperoleh hasil persamaan regresi yang menyatakan persamaan pengaruh biaya produksi (X1) terhadap harga jual (Y) adalah sebagai berikut:

Table 4.3
Analisis Regresi Sederhana
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | -55,652 | 100,866 | | -,552 | ,585 |
| Biaya Produksi | 1,177 | ,026 | ,992 | 46,043 | ,000 |

a. Dependent Variable: Harga Jual

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

$$Y = a + B_1 X_1 + e$$

$$Y = -55,652 + 1,177 + e$$

Dimana:

Y = Harga Jual

X_1 = Biaya Produksi

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar -55,652 menyatakan bahwa jika nilai biaya produksi (X_1) dianggap konstan atau bernilai 0, maka harga jual (Y') sebesar -55,652
- b. Koefisien regresi variabel biaya produksi (X_1) sebesar 1,177 menunjukkan apabila biaya produksi mengalami kenaikan 1%, maka harga jual akan mengalami kenaikan sebesar 1,177.

4.2.2 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Nilai t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dapat diketahui dari hasil penghitungan komputer.

Tabel 4.4
Uji Parsial (t)

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | -55,652 | 100,866 | | -,552 | ,585 |
| Biaya Produksi | 1,177 | ,026 | ,992 | 46,043 | ,000 |

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Untuk Kriteria uji t dilakukan pada tingkat = 5% dengan nilai t tabel untuk ($df = n-k-1 = 36-1-1 = 34$). ($\alpha/1 = 0,05 / 1 = 0.05$) adalah 1,690. Dimana $df = degree\ of\ freedom$ atau derajat bebas dan $n =$ jumlah data dan $k =$ jumlah variabel independen.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh t_{hitung} sebesar 46.043. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($46,063 > 1.690$) dan signifikan $0,000 > 005$. Dapat kita simpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual.

2. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi diberi simbol (r^2) dan koefisien korelasi diberi symbol r . Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan pengaruh antara dua variabel.

Tabel 4.5
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | ,992 ^a | ,984 | ,984 | 16,376,774 | 1,534 |

a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Harga Jual

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Koefisien determinasi (r^2) dari hasil regresi sederhana menunjukkan kejelasan perubahan variabel dependen. Maka nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0.984 yang mendekati angka satu, menunjukkan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap harga jual. Pengaruh variabel (X) yaitu biaya produksi terhadap variabel (Y) harga jual adalah sebesar 98.4%, sedangkan sisanya sebesar 1.6% dipengaruhi oleh variabel lain, seperti permintaan dan penawaran, kondisi pasar, persaingan serta selera konsumen akan kacang sihobuk. Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap adanya kenaikan biaya produksi maka akan diikuti dengan kenaikan harga jual sebesar Rp.1.177.

4.3 Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh biaya produksi terhadap harga jual

Berdasarkan hasil analisis data di atas diperoleh t_{hitung} sebesar 46.043. Maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($46,063 > 1.690$) dan signifikan $0,000 > 005$. Dapat kita simpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual.

Koefisien regresi variabel biaya produksi (X_1) sebesar 1,177 menunjukkan apabila biaya produksi mengalami kenaikan 1%, maka harga jual akan mengalami

kenaikan sebesar 1,177. Maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual pada UD Martabe kacang sihobuk Sipoholon periode 2016-2018.

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Yunita Puspaningrum (2006) dan Yulis Sutriyani (2013) yang menyatakan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual. Hal ini dikarenakan harga jual akan mengalami kenaikan jika biaya produksi meningkat. Pada fenomenanya biaya produksi mempengaruhi harga jual bahwa harga jual harus menutupi biaya produksi dan memperoleh laba. Dan skripsi yang saya buat disini dari data yang saya peroleh selama tiga tahun menyatakan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dan dari hasil penelitian saya perhitungan biaya produksi sebagai dasar penentuan harga jual yang digunakan oleh UD Martabe kacang sihobuk masih sederhana. Biaya yang dihitung sebagai biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Dalam melakukan proses produksi ada biaya yang belum diperhitungkan dalam penghitungan biaya produksi, seperti biaya tenaga kerja pemilik atau keterkaitan keluarga dalam usaha. Pemakaian tenaga kerja langsung juga belum diperhitungkan karena dikerjakan oleh anggota keluarganya sendiri, begitu juga menyangkut jam kerja mereka kurang mengenal waktu.

Kualitas bahan baku kacang tanah juga dipengaruhi oleh faktor cuaca, musim penghujan akan mengakibatkan kacang tanah dari petani banyak yang tidak bagus dan berbiji kecil. Pada proses penyortiran bahan baku kacang tanah yang layak untuk diproduksi berkurang. Dari data biaya produksi dan harga jual selama tiga tahun terakhir menunjukkan bahwa biaya produksi pada UD Martabe

mengalami peningkatan, tetapi perusahaan tersebut tidak meningkatkan harga jual. Cara yang digunakan UD Martabe untuk mengatasi hal tersebut dengan mengurangi 1 ons produk kacang sihobuk tiap kilogramnya agar harga jual tidak meningkat dengan tujuan agar *reseller* tidak beralih ke perusahaan lain produksi yang sama. Dimana *reseller* tersebut menjual kembali produk kacang sihobuk kepada konsumen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual. Pada nyatanya jika biaya produksi meningkat maka harga jual meningkat, akan tetapi pada perusahaan tidak terlalu mengikuti hal tersebut, perusahaan menggunakan cara lain untuk mengatasi kenaikan biaya produksi.

5.2 Saran

1. Bagi Perusahaan

Selain menyediakan produksi kacang sihobuk kepada *reseller*, sebaiknya perusahaan membuat berbagai macam ukuran dalam kemasan yang lebih kecil dengan harga yang terjangkau agar perusahaan lebih mudah mendistribusikan produk kacang sihobuk sebagai jajanan umum yang dapat dijangkau dan dikonsumsi oleh konsumen langsung. Dan untuk lebih menarik perhatian konsumen, perusahaan sebaiknya menambah kemasan produk kacang sihobuk agar lebih menarik sebagai upaya perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Selain menambah kemasan, kualitas kacang sihobuk juga harus memiliki nilai tinggi agar *reseller* dan konsumen tidak beralih ke perusahaan sejenis lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau pedoman bagi yang ingin meneliti tentang pengaruh biaya produksi terhadap harga jual. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih mendalami biaya produksi dan

mengembangkannya dengan memisah biaya produksi tersebut menjadi 3 variabel, yaitu : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim dan Bambang Supomo. 2001. *Akuntansi Maajemen*, Edisi 1. Salemba Empat:Jakarta
- Ahyari, Agus. 1979. *Industri Kecil Menengah*. Yogyakarta: Pengembangan Swadaya.
- Algifari. 2000. *Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi*. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Aliminsyah dan Padji. 2003. *Kamus Istilah Akuntansi*. Bandung: Yrama widya.
- Arikunto, S. 2000. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bambang, Hariadi (2003), *Strategi Manajemen*. Bayumedia Publishing, Jakarta.
- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Hasen, Mowen. 2012. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kolter, P, (2008), *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Komara dan Ade Sudarma. 2016. *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual pada Cv Salwa Meubel*. Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuntansi, Pajak dan Manajemen)
- Lili M. Sadeli. 2006. *Dasar- Dasar Akuntansi*, Edisi Satu, Cetakan Ketiga, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Mulyadi. 1991. *Akuntansi Biaya Untuk Manajemen*. Yogyakarta :Aditya Media.

- Mulyadi. 1999. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.
- Mulyadi, (2001), edisi 3. *Akuntansi manajemen, Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Universitas Gadjah Mada.
- Musyidi. 2010. *Akuntansi Biaya* .Bandung : PT Rafika Aditama.
- Nafarin, Muhammad. 2004. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Pupaningrum, Yunita. 2006. *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Kacang Atom Perusahaan Gajah Semarang*. Skripsi Universitas Negeri Malang.
- Supriyono. 1999. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : BPFE.
- Sriyadi. 2001. *Bisnis Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. IKIP Semarang Press.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sutrisno, Drs. M.m., 1999. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : E2konisia
- Suhayati, Ely & Anggadini, Sri Dewi. (2013). *Akuntansi Keuangan*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Sutriani, Yulis. 2013. *Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Harga Jual pada PT Profab Indonesia*. Skripsi. Batam: Politeknik Negeri Batam.