

**PENGARUH PENETAPAN HARGA JUAL TERHADAP
PENDAPATAN PADA USAHA DAGANG KREASI LUTVI
MEDAN**

SKRIPSI

**OLEH :
MUTIARA FAHRIZA
168330045**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/9/21

Access From (repository.uma.ac.id)17/9/21

**PENGARUH PENETAPAN HARGA JUAL TERHADAP
PENDAPATAN PADA USAHA DAGANG KREASI LUTVI
MEDAN**

SKRIPSI

**OLEH :
MUTIARA FAHRIZA
168330045**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/9/21

Access From (repository.uma.ac.id)17/9/21

**PENGARUH PENETAPAN HARGA JUAL TERHADAP PENDAPATAN
PADA USAHA DAGANG KREASI LUTVI
MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area



**OLEH :
MUTIARA FAHRIZA
168330045**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 17/9/21

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)17/9/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pada
Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan
Nama : **MUTIARA FAHRIZA**
NPM : 16.833.0045
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing


(Drs. Ali Usman Siregar, M.Si)

Pembimbing

Mengetahui :


(Dr. Husan Effendi, SE., M.Si)

Dekan


(Sari Nuzullina Rahmadhani, SE., Ak., M.Acc)

Ka. Prodi Akuntansi

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 14/Januari/2021

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pada Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan**”, yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pecabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 14 Januari 2021
Yang Membuat Pernyataan,



MUTIARA FAHRIZA
NPM. 16.833.0045

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Mutiara Fahriza
NPM : 16.833.0045
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pada Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan**". Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan 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 : 14 Januari 2021
Yang menyatakan,



MUTIARA FAHRIZA
NPM. 16.833.0045

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan, pada tanggal 30 Mei 1998 dari Ayahanda Edi Firma dan Ibunda Yuliani. Penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara. Pada Tahun 2016 penulis lulus dari SMK BM- Apipsu Medan dan pada Tahun 2016 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga jual terhadap pendapatan pada Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh data harga jual dan pendapatan pada Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data harga jual dan pendapatan perbulan pada tahun 2017 sampai dengan 2019 . Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik analisis data penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 2.0 . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penetapan harga jual berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan.

Kata kunci : Penetapan Harga Jual dan Pendapatan



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of fixing the selling price on income at the Lutvi Medan Creative Trade Business. This type of research used in this research is associative research. The population in this study were all data on selling prices and income at the Lutvi Medan Creative Trade Business. The sample used in this study is data on selling prices and monthly income from 2017 to 2019 . The type of data used is quantitative data. The data source used is secondary data. The data analysis technique of this research is simple linear regression analysis using SPSS 2.0. The results of this study indicate that the selling price has a significant positive effect on income.

Key words: Selling Price and Income



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pada Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan”**.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, dan dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang istimewa orang tua tersayang. Ayahanda Edi Firma dan Ibunda Yuliani. Terima kasih banyak untuk doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, dan dukungan yang sudah diberikan. Tanpa itu semua peneliti tidak bisa seperti sekarang ini.
2. Terima kasih untuk adik saya Nabila Latifah yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
3. Bapak Prof Dr. Dadan Ramdan, M.Eng. MSc. Selaku Rektor Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, Msi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Sari Nuzulina Ramadhani, SE, Ak, M.Acc. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
6. Bapak Drs Ali Usman Siregar, M.Si selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas segala kebaikan, kesabaran, serta memeberikan masukan-masukan selama membimbing saya dan terima kasih telah meluangkan

waktunya,memberikan saya ilmu beserta arahan-arahan kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Ibu Warsani Purnama Sari, SE,Ak,MM selaku dosen pembanding. Terima kasih atas ilmu, kebaikan, kesabaran dalam memberikan saya masukkan beserta arahan-arahan dan terima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Habiana Dalimunthe SE, M.Ak selaku dosen sekretaris. Terima kasih atas kesediaan waktu dan saran-saran yang telah Ibu berikan kepada peneliti.
9. Bapak Muhdi, S.Ag selaku pemilik Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan yang sudah mengizinkan dan membantu dalam melakukan penelitian dan memberikan data beserta informasi kepada Peneliti.
10. Teman-teman terdekat Melisa Husaini, Anisa Kurniawati, Tri Hutami Damayanti, Rina Yunita Sembiring dan Yuli Marhanisa. Terima kasih telah memberikan dukungan, semangat, serta semua waktunya selama kebersamaan kita saat masa perkuliahan. Dan terima kasih kepada seluruh teman seangkatan grup A1 Prodi Akuntansi Universitas Medan Area yang telah melewati masa-masa perkuliahan bersama.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 14 Januari 2021


Mutiara Fahriza
NPM: 168330045

DAFTAR ISI

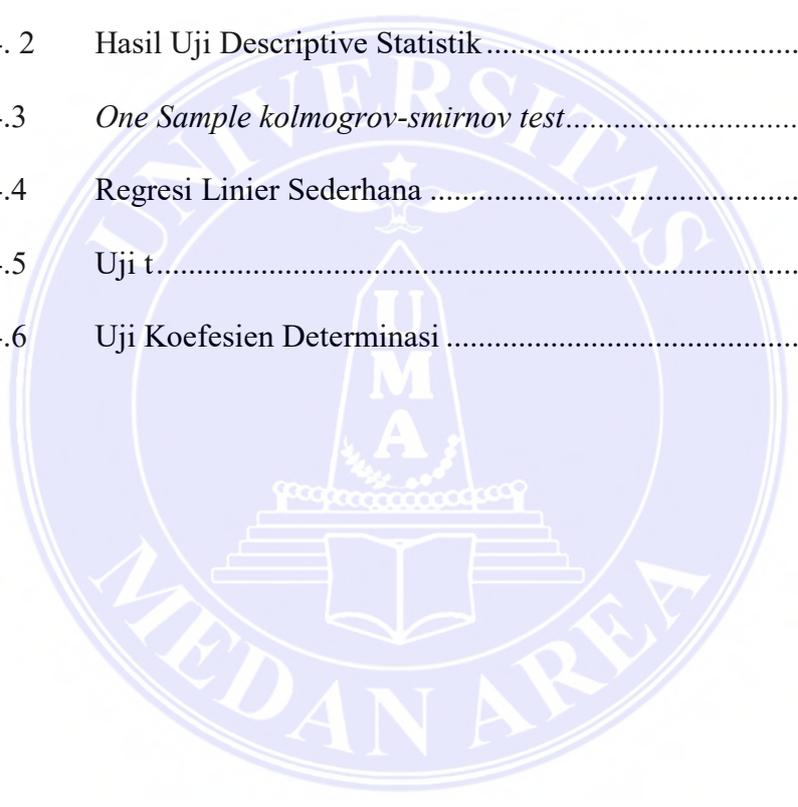
Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pendapatan	5
2.1.1 Pengertian Pendapatan	5
2.1.2 Pengakuan Pendapatn	5
2.1.3 Indikator Pendapatan	6
2.2 Harga Jual	7
2.2.1 Pengertian Harga Jual	7
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga Jual	8
2.2.3 Indikator Harga Jual.....	9
2.2.4 Analisis Biaya, Volume, Laba	19
2.3 Penelitian Terdahulu	23
2.4 Kerangka Konseptual.....	25
2.5 Hipotesis Penelitian	25

BAB III : METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian	26
3.1.1 Jenis Penelitian	26
3.1.2 Lokasi Penelitian	26
3.1.3 Waktu Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel	27
3.3 Definisi Oprasional	27
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.4.1 Jenis Data	29
3.4.2 Sumber Data	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif.....	30
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	32
3.6.4 Uji Hipotesis	32
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Hasil	34
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.2 Deskriptif Hasil Penelitian	34
4.2 Pembahasan.....	38
4.2.1 Uji Statistik Deskriptif.....	38
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
4.2.3 Regresi Linier Sederhana.....	43
4.2.4 Uji Hipotesis	45
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Perbedaan Harga Pokok Pesanan dan Proses 16
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu..... 23
Tabel 3.1	Rencana Waktu Penelitian..... 26
Tabel 3.2	Definisi Oprasional..... 28
Tabel 4.1	Laporan Keuangan UD. Kreasi Lutvi Medan..... 37
Tabel 4. 2	Hasil Uji Descriptive Statistik 39
Tabel 4.3	<i>One Sample kolmogrov-smirnov test</i> 42
Tabel 4.4	Regresi Linier Sederhana 44
Tabel 4.5	Uji t..... 45
Tabel 4.6	Uji Koefesien Determinasi 46



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	36
Gambar 4.2 Histogram	40
Gambar 4.3 P-P Plot.....	41
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot	44



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Data Sampel Penelitian.....	51
Lampiran 2 Hasil Uji Statistik	52
Lampiran 3 Hasil Uji Hipotesis	55
Lampiran 4 Surat Izin Riset	56
Lampiran 5 Surat Izin Riset Dari Perusahaan	57



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan mendirikan usaha pastilah bertujuan untuk berkembang, karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada pendapatan yang dimiliki oleh perusahaan. Agar perusahaan dapat mencapai tujuannya untuk mengetahui apakah perusahaan sedang mengalami keuntungan atau kerugian, maka perusahaan harus memiliki laporan laba rugi untuk dapat mengukur keberhasilan operasional perusahaan. Pada dasarnya untuk mencapai pendapatan yang diinginkan oleh perusahaan secara maksimal tidak bisa dipisahkan dari penentuan harga jual perusahaan, karena penentuan harga jual sangatlah berpengaruh terhadap pendapatan yang dicapai perusahaan.

Pendapatan adalah jumlah yang diperoleh dari peningkatan atau penurunan faktor produksi atas penjualan barang dan jasa kepada pihak lain dalam satu satuan waktu. Untuk mencapai tujuan maka, perusahaan haruslah meningkatkan penjualan produk yang merupakan sumber utama pendapatan perusahaan, maka untuk mengantisipasi hal-hal yang dapat merugikan perusahaan dalam persaingan dunia usaha adalah menentukan harga jual.

Harga adalah salah satu elemen yang paling menghasilkan pendapatan dalam bauran pemasaran. Harga adalah elemen termudah dalam rencana pemasaran yang disesuaikan. Fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Komponen menentukan harga jual adalah biaya produksi, apabila biaya produksi tidak dapat terkendali oleh perusahaan

maka harga pokok produksi perusahaan akan tinggi, kemudian permintaan akan rendah dan pendapatan pun menurun.

Biaya produksi mengacu pada biaya pengolahan bahan baku menjadi produk akhir. Secara garis besar biaya produksi meliputi: biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Harga pokok penjualan adalah pengumpulan biaya produksi dalam suatu perusahaan di pengaruhi oleh karakteristik kegiatan produksi perusahaan berdasarkan pesanan yang berpengaruh terhadap pengumpulan biaya produksi dan dapat kita ketahui bahwa penentuan harga jual berpengaruh secara positif signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan merupakan industri rumah tangga yang didirikan oleh Bapak Muhdi, S.Ag pada tahun 1999. Pendirian pabrik ini berawal dari keresahan para petani singkong yang harganya tidak sesuai dengan kerjanya yaitu Rp. 100/Kg . Pada awal mula usaha kripik singkong ini hanya diolah sebanyak 50kg perhari dan proses pengolahan dari singkong ini masih menggunakan bantuan tenaga manusia yang dikerjakan oleh anggota keluarga secara keseluruhan atau masih manual.

Permasalahan yang dihadapi oleh industry ini adalah pembayaran supplier tidak tepat waktu, pemasaran kurang permintaan kurang, kurangnya pemasokkan bahan baku, dan minimnya modal dikarenakan usaha ini adalah industry kecil maka perbankan belum percaya untuk meminjamkan dananya kepada usaha kecil. Namun, lama kelamaan peminat kripik singkong pun semakin meningkat menyerap bahan baku ubi kayu sebanyak 1 ton per hari dengan tenaga kerja masyarakat sekitar sebanyak 50 orang dan seiring berjalannya waktu industri

keripik tersebut mencapai ekspor ke korea dan singapore pabrik ini mendapatkan keuntungan yang lebih banyak lagi.

Dari uraian latar belakang diatas,mengingat pentingnya menentukan harga jual produk untuk meningkatkan pendapatan maka penelitian ini tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pada Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut. “ apakah penetapan harga jual berpengaruh terhadap pendapatan pada Usaha Dagang.Kreasi Lutvi Medan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah berdasarkan rumusan masalah tersebut “untuk mengetahui pengaruh penetapan harga jual terhadap pendapatan pada Usaha Dagang. Kreasi Lutvi Medan”

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat berguna untuk beberapa pihak yaitu :

1. **Bagi Peneliti**, untuk menambah wawasan dan meningkatkan pengetahuan yang berkaitan dengan penetapan harga jual yang berpengaruh terhadap pendapatan.
2. **Bagi Perusahaan**, diharapkan penelitian dapat memberikan informasi bagi perusahaan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dalam menentukan penetapan harga jual.

3. **Bagi Akademisi**, diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi untuk referensi apabila mempunyai kasus yang sama dengan judul penelitian ini, agar bermanfaat bagi yang berminat untuk mengembangkannya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pendapatan

2.1.1 Pengertian Pendapatan

Menurut Mulyadi (2008:513) menyatakan bahwa : “ Pendapatan adalah biaya,harga jual,volume penjualan dan biaya yang ditimbulkan dari produk atau jasa yang mempengaruhi harga suatu produk atau jasa”.

Menurut Noor (2007:189) menjelaskan bahwa :

“Pendapatan perusahaan berasal dari penjualan, dan nilai penjualan tergantung dari jumlah atau satuan penjualan (*quantity*) dan harga jual (*price*), atau lebih sederhana dikatakan pendapatan fungsi (*quantity price*) sedangkan pendapatan industri kecil diartikan sebagai hasil yang diperoleh pengusaha dalam mengorganisasikan faktor produksi yang dikelolanya ”.

Dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah seluruh penjualan produk atau jasa yang dipengaruhi oleh harga jual untuk mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan.

2.1.2 Pengakuan Pendapatan

Prinsip pengakuan menurut Erlinadiansyah (2009:29) pendapatan menyatakan bahwa pendapatan harus diakui dalam laporan keuangan ketika:

1. Pengakuan pendapatan pada saat penjualan (penyerahan) Penjualan dijadikan dasar untuk mengakui pendapatan karena proses pembentukan pendapatan telah cukup selesai dan proses realisasi pendapatan telah terjadi. Umumnya, persyaratan pengakuan pendapatan dipenuhi ketika produk atau komoditas dikirim atau layanan diberikan kepada pelanggan..
2. Pengakuan pendapatan sebelum mengirim
 - a. Pengakuan pendapatan selama proses produksi walaupun produk perusahaan masih dalam proses produksi, pendapatan dapat diakui selama proses produksi. Metode akuntansi yang digunakan adalah presentase dari metode selesai. Metode ini digunakan dalam kontrak proyek jangka panjang yang membutuhkan waktu beberapa periode akuntansi. Syarat

diterapkan pengakuan pendapatan dengan metode persentase penyelesaian adalah jika harga kontrak sudah pasti dan taksiran cost untuk menyelesaikan proyek serta kemajuan penyelesaian kontrak adalah wajar.

- b. Pengakuan pendapatan setelah proses produksi Pengakuan pendapatan setelah proses produksi mengakui pendapatan pada saat produksi selesai. Metode akuntansi yang digunakan adalah metode kontrak penuh. Metode ini juga digunakan dalam proyek jangka panjang dimana pelaporan pendapatannya didasarkan pada hasil akhir proyek yang sudah diselesaikan.
3. Pengakuan pendapatan setelah penyerahan / saat kas diterima Pengakuan pendapatan pada saat diterima uang tunai atau kas terjadi, jika terdapat ketidakpastian yang besar mengenai pengumpulan piutang atau perolehan kas yang timbul dari penjualan barang dan jasa, sehingga pengakuan pendapatan dapat ditunda sampai saat diterimanya kas. Ketidakpastian pengumpulan piutang tersebut biasanya terjadi karena belum berpindahnya hak atas barang sampai dilunasinya pembayaran. Kondisi ini biasanya ditemui pada pengakuan pendapatan atas transaksi penjualan cicilan/angsuran.
4. Pengakuan pendapatan dari transaksi penjualan khusus Pengakuan pendapatan memerlukan istilah khusus karena penjualan mempunyai karakteristik tersendiri. Jenis penjualan yang termasuk di dalam karakteristik ini adalah penjualan atas barang konsinyasi dan penjualan waralaba (franchise).

2.1.3 Indikator Pendapatan

1. Volume Penjualan

Menurut Daryono (2011:187) menjelaskan bahwa : “ Volume penjualan adalah suatu ukuran yang menunjukkan kuantitas atau kuantitas barang atau jasa yang dijual oleh suatu perusahaan. “.

2. Harga Jual

Menurut Mulyadi (2012:78): “Harga jual harus menutupi semua biaya ditambah keuntungan yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah markup. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up. Maka apabila biaya produksi rendah dan harga jual stabil maka perusahaan akan mendapatkan pendapatan yang diinginkan “.

Pendapatan usaha ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Pendapatan} = \text{Volume Penjualan} \times \text{Harga Jual}$$

Sumber : Sujarno (2008)

2.2 Harga Jual

2.2.1 Pengertian Harga Jual

Menurut Swastha (2010:147) pengertian harga jual menjelaskan :

“Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh suatu kombinasi barang dan jasa pelayanannya. Menurut Kotler dan Amstrong (2010:314) mengatakan bahwa : harga ialah jumlah uang yang dibebankan untuk produk dan layanan, atau jumlah yang ditukarkan oleh konsumen untuk kepentingan memiliki atau menggunakan produk atau layanan “.

Menurut Kotler dan Keller (2009:67) menjelaskan bahwa : “Harga ialah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga ialah elemen yang paling mudah untuk disesuaikan dalam rencana pemasaran. Fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi memerlukan lebih banyak waktu “.

Menurut Fandy (2008:471) menjelaskan bahwa : “Harga adalah harga yang memegang peranan penting dalam ekonomi makro, konsumen dan perusahaan.”.

1. Bagi Perekonomian

Harga merupakan dasar dari sistem perekonomian, harga produksi mempengaruhi tingkat upah, pendapatan dan sewa. Karena harga sangat berpengaruh terhadap biaya produksi.

2. Bagi Konsumen

Konsumen adalah makhluk yang paling sensitive soal harga, tetapi konsumen juga mempertimbangkan (citra merek, layanan dan kualitas produk).

Sebab konsumen biasanya mengira bahwa harga produk yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.

3. Bagi perusahaan

Harga produk dapat mempengaruhi posisi pesaing dalam pangsa pasar perusahaan, karena perusahaan menghasilkan uang dengan membebaskan harga produk atau jasa yang dijual, dan harga mempengaruhi pendapatan dan laba bersih perusahaan.

2.2.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan penetapan harga jual adalah :

1. Memaksimalkan keuntungan.
2. Merebut pangsa pasar.
3. Penghasilan yang cukup untuk memulihkan uang tunai dengan cepat.
4. Tetapkan target harga berdasarkan target penjualan dalam jangka waktu tertentu.
5. Harga promosi.
6. Harga tertinggi.

Menurut Mulyadi (2012:262) metode penentuan harga jual terbagi atas:

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

Cara penentuan harga jual normal biasa disebut dengan cost plus price yaitu dengan tentukan dengan menambahkan keuntungan yang diharapkan ke harga penjualan Total biaya masa depan untuk memproduksi dan menjual produk, karena harga jual ditentukan dengan menambahkan biaya masa depan ke persentase markup (lebih tinggi dari total biaya) yang dihitung dengan rumus..

Dalam keadaan normal, harga jual suatu produk atau jasa ditentukan dengan rumus sebagai berikut::

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

Sumber : Mulyadi (2012)

Oleh karena itu, ada dua faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual tersebut, yaitu perkiraan harga jual. biaya total dan keuntungan yang diharapkan.

2. Perhitungan Harga Jual per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan full costing maupun variable costing, biaya penuh masa Biaya masa depan dibagi menjadi dua bagian, yaitu biaya yang dipengaruhi langsung oleh

jumlah produk dan biaya total tidak dipengaruhi oleh jumlah produk. Saat menentukan harga jual, perkiraan biaya penuh yang terkait langsung dengan kuantitas produk digunakan sebagai dasar untuk menentukan harga jual, dan perkiraan biaya penuh yang tidak terpengaruh oleh kuantitas produk ditambahkan ke produk. Keuntungan yang diharapkan digunakan untuk menghitung persentase markup.

Persentase Markup dihitung dengan rumus :

$$\text{Presentase Markup} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

Sumber : Mulyadi (2012)

Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan metode full costing adalah biaya produksi dan yang tidak berhubungan langsung adalah biaya non produksi. Pendekatan variabel costing, biaya yang dipengaruhi secara langsung adalah dari biaya variabel sedangkan yang tidak dipengaruhi secara langsung adalah biaya tetap.

3. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)

Penentuan harga jual ini ditentukan oleh biaya penuh ditambah dengan harapan. Metode penentuan harga jual ini biasanya digunakan pada perusahaan jasa atau perusahaan yang menjual jasa reparasi suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Besarnya jasa dihitung berdasarkan waktu yang dibutuhkan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dilakukan perhitungan harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen.

4. Penentuan Harga Jual dalam cost-type contract

Cost type-contract adalah kontrak untuk memproduksi produk atau jasa yang setuju untuk membeli produk atau jasa dengan harga yang ditentukan atas dasar total biaya yang dikeluarkan ditambah dengan keuntungan yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya.

5. Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang dihasilkan oleh Perusahaan yang diatur dengan Peraturan Pemerintah

Dalam menentukan harga jual yang diatur oleh peraturan pemerintah, guna ekspektasi masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan full costing, karena pendekatan variabel costing tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

2.2.3 Indikator Harga Jual

1. Biaya Produksi

Simamora (2012 : 40) mengatakan bahwa : “Biaya (*cost*) ialah uang tunai yang dikorbankan (dibayarkan) untuk barang atau jasa yang diharapkan

memberikan manfaat (pendapatan) pada saat ini atau dimasa yang akan datang bagi perusahaan“.

Menurut Mulyadi (2010:8) menjelaskan bahwa : “ Biaya ialah objek yang dicatat, diklasifikasikan,digabungkan dan disajikan oleh akuntansi biaya. Dalam arti luas biaya adalah sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkin akan terjadi untuk tujuan tertentu “.

Ada 4 unsur pokok dalam biaya yaitu :

1. Biaya ialah pengorbanan sumber ekonomi
2. Diukur dalam satuan mata uang
3. Apa yang telah terjadi atau yang akan mungkin terjadi
4. Pengorbanan ini untuk tujuan tertentu

Menurut Mulyadi (2009:14) menjelaskan : “ Biaya produksi ialah biaya-biaya yang mengacu pada pengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Artinya biaya-biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi mulai dari bahan baku sampai menjadi barang siap pakai untuk konsumen “.

Unsur-unsur biaya produksi merupakan semua jenis barang yang dikorbankan untuk memproduksi dari bahan baku sampai barang itu selesai diproduksi dan siap untuk dijual. Faktor-faktor biaya produksi yang terdapat di perusahaan manufaktur terbagi menjadi 3 yaitu:

a. Biaya bahan baku langsung

Biaya Bahan baku langsung adalah semua biaya yang mendanai untuk membiayai semua bahan-bahan yang menjadi produk jadi. Dari pengertian diatas dapat kita simpulkan bahwa bahan baku langsung adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi.

b. Biaya Tenaga kerja Langsung

Tenaga Kerja Langsung adalah biaya atau upah yang dikeluarkan untuk gaji pekerja langsung yang ikut dalam proses produksi.

c. Biaya Tidak Langsung(*overhead pabrik*)

Biaya tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh pabrik yang tidak secara langsung pengeluarannya yang dihubungkan dengan proses pembuatan produk. Biaya produksi dapat disimpulkan sebagai seluruh pengorbanan biaya biaya yang di keluarkan untuk keseluruhan proses produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk hingga sampai ke tangan konsumen.

Rumus perhitungan biaya produksi :

$$\text{Biaya Produksi} = (\text{Biaya Bahan Baku Langsung} + \text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Biaya Overhead Pabrik}) : \text{Jumlah Unit Produksi}$$

Sumber : Mulyadi (2012)

2. Klasifikasi Biaya

Penggolongan biaya merupakan suatu proses pengelompokkan biaya yang ditentukan sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep : “*different costs for different purposes*”

Zulkifli (2010 : 15) biaya atau *cost* dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Penggolongan biaya berdasarkan fungsi utama perusahaan
2. Penggolongan biaya berdasarkan periode mempertemukannya dengan pendapatan.
3. Penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok perusahaan
4. Penggolongan biaya berdasarkan hubungan antar biaya volume dan aktivitas.
5. Penggolongan biaya berdasarkan waktu.

6. Penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan perencanaan, pengendalian dan pembuatan keputusan

Biaya produksi harus dipisahkan menjadi biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Biaya langsung dapat dibedakan menjadi 3 kategori yaitu: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi langsung mencakup semua biaya yang berkaitan dengan fungsi produksi, mulai dalam pengolahan bahan baku sampai produk selesai.

Sedangkan biaya produksi tidak langsung atau disebut juga dengan biaya non produksi adalah semua biaya yang terjadi dalam perusahaan tetapi tidak berhubungan langsung dengan departemen produksi. Biaya non produksi digolongkan sesuai fungsi dan kegiatan non produksi dan dapat digolongkan menjadi 2 kelompok yaitu : biaya pemasaran dan administrasi umum.

3. Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Metode pengumpulan biaya produksi bermanfaat bagi manajemen untuk menentukan besarnya harga pokok produk atau juga yang dihasilkan perusahaan. Secara ekstrim pola pengumpulan harga pokok dapat dikelompokkan menjadi dua metode yaitu :

a. Metode Harga Pokok Pesanan (Job Order Cost Method)

dalam metode pengumpulan harga pokok pesanan dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan tertentu dan harga pokok produksinya per unit dihitung dengan cara membagi total biaya produksi pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dipesan.

Menurut Mulyadi (2009:38) menyatakan bahwa :

“ Karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan metode tersebut berpengaruh terhadap pengumpulan biaya produksinya. Metode pengumpulan produksi dengan metode harga pokok pesanan yang

digunakan dalam perusahaan produksi berdasarkan pesanan memiliki ciri-ciri sebagai berikut “:

1. Perusahaan memproduksi berbagai produk sesuai dengan spesifikasi pemesanan dan setiap jenis produk yang dihitung harga pokok produksinya secara terpisah.
2. Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua bagian berikut ini : biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
3. Biaya produksi langsung meliputi dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik.
4. Biaya produksi langsung dihitung dengan harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya *overhead* pabrik dihitung sebagai harga pokok pesanan berdasarkan rasio yang ditentukan.

Menurut Mulyadi (2009:39) menjelaskan bahwa :“Manfaat informasi harga pokok produksi setiap pesanan, dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan, informasi harga pokok pesanan bermanfaat bagi manajer untuk “:

1. Menentukan harga jual yang akan dibebankan kepada pelanggan
2. Mempertimbangkan untuk penerimaan atau penolakan pesanan
3. Memantau realisasi biaya produk
4. Menghitung laba atau rugi tiap pesanan
5. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang dicantumkan dalam neraca.

Metode harga pokok pesanan dapat diterapkan oleh perusahaan manufaktur, industri percetakan, pekerja konstruksi, jasa arsitek dll.

Berikut adalah format perhitungan harga pokok pesanan :

Harga pokok pesanan

Taksiran biaya produk untuk pesanan	Rp xx
Taksiran biaya non produk yang dibebankan kepada pemesan	<u>xx</u>
Taksiran total biaya pesanan	Rp. xx
Laba yang diinginkan	<u>xx</u>
Taksiran harga jual yang dibebankan kepada pemesan	<u><u>Rp xx</u></u>

b. Metode Harga Pokok Proses

Biaya produksi dikumpulkan untuk setiap proses selama jangka waktu tertentu, dan biaya produksi persatuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dalam proses tertentu, selama periode tertentu, dengan jumlah satuan produk, yang dihasilkan dari proses tersebut selama jangka waktu yang bersangkutan.

Menurut Mulyadi (2009:63) mengatakan bahwa :“ Metode pengumpulan biaya produksi ditentukan oleh karakteristik perusahaan“.

Pada perusahaan yang diproduksi massa, ciri-ciri produksi adalah sebagai berikut:

1. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar.
2. Produk yang dihasilkan setiap bulannya sama.
3. Kegiatan produksi diawali dengan diterbitkannya perintah produksi yang memuat rencana produksi produk standar untuk jangka waktu tertentu.

Menurut Mulyadi (2009:65) menjelaskan bahwa :“ Kelebihan informasi harga pokok produksi dalam perusahaan yang memproduksi massa, informasi harga

pokok produksi yang dihitung dengan jangka waktu tertentu yang berguna bagi manajer untuk “:

1. Menentukan harga jual produk.
2. Memantau realisasi biaya produksi.
3. Menghitung laba atau rugi secara berkala.
4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang tercantum dalam neraca.

Perbedaan metode harga pokok proses dengan metode harga pokok pesanan, Mulyadi (2009:64) menjelaskan bahwa : “ untuk lebih memahami ciri-ciri metode harga pokok proses dengan metode harga pokok pesanan. Perbedaan antara dua metode tersebut terletak pada “:

1. Pengumpulan biaya produksi.
2. Perhitungan harga pokok produksi per satuan.
3. Penggolongan biaya produksi.
4. Untuk biaya yang dikelompokkan dalam biaya *overhead* pabrik.

Berikut adalah format harga pokok produksi :

Harga pokok produksi

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik	<u>xx</u>
Jumlah biaya produksi	<u><u>Rp xx</u></u>

Dapat kita simpulkan bahwa harga pokok pesanan berdasarkan pesanan produksi yang dikumpulkan berdasarkan pos-pos produksi dengan menggunakan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*). Sedangkan harga pokok proses di kumpulkan berdasarkan produknya secara massa untuk setiap proses selama jangka waktu tertentu dengan menggunakan metode harga pokok proses (*proses cost method*)

Table 2.1
Perbedaan harga pokok pesanan dan harga pokok proses

Segi Perbedaan	Metode Harga Pokok Pesanan	Metode Harga Pokok Proses
Dasar kegiatan produksi	Pesanan langganan	Budget produksi
Tujuan produksi	Untuk melayani pesanan	Untuk persediaan yang akan dijual
Bentuk produk	Tergantung spesifikasi pesanan dan dapat di pisahkan identitasnya	Homogin dan standar
Biaya produksi dikumpulkan	Setiap pesanan	Setiap satuan waktu
Kapan biaya produksi dikumpulkan	Pada saat suatu pesanan selesai	Pada akhir periode/satuan waktu

Sumber : L.M.Samryn,S.E, Ak, M.M

4. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Menurut L.M. Samryn (2013:34) menyatakan bahwa :

“ Harga pokok produksi adalah semua biaya yang terjadi dalam rangkaian pembelian atau pembuatan produk. Dalam pendekatan *full costing* harga pokok produk akan sama jumlah dan komponennya dengan biaya produk, dalam pendekatan *variabel costing* harga pokok produk hanya terdiri dari biaya-biaya produksi variabel “.

Menurut Dwi Harti (2012:102) menjelaskan bahwa : “ Untuk menentukan harga pokok produksi berdasarkan pesanan, pada siklus akuntansi dapat dikelompokkan ke dalam biaya bahan baku dan bahan penolong, biaya tenaga

kerja, biaya *overhead* pabrik, barang dalam proses, barang jadi, dan penjualan barang “.

Menurut Mulyadi dalam bukunya berjudul “Akuntansi Biaya” (2009:17) menjelaskan bahwa : “ Metode menentukan harga pokok produksi adalah dengan cara menghitung unsur biaya dalam biaya produksi “. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi terdapat dua metode yaitu : *full costing* dan *variabel costing*.

a. Full Costing

Metode penentuan biaya produksi, metode ini mempertimbangkan semua unsur biaya produksi dalam produksi, yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, termasuk biaya variabel maupun biaya tetap. Oleh karena itu biaya produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xx
Kos produksi	xx
Total harga pokok produksi	xxx

Metode full costing menunda overhead pabrik tetap dikarenakan dasar tarif yang telah ditentukan kapasitas normal atas *overhead* pabrik sampai biaya produk yang bersangkutan terjual.

b. Variabel costing

Menurut Mulyadi (2012:18) menyatakan bahwa : “ Metode penentuan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel “.

Oleh karena itu biaya produksi menurut *variabel costing* terdiri dari unsure biaya produksi berikut ini :

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xx
Kos produksi	xx
Total Harga pokok produksi	xxx

Metode variabel costing, *overhead* pabrik tetap digunakan tetapi tidak sebagai unsur harga pokok produksi karena *overhead* pabrik melekat pada persediaan produk sampai produk itu terjual. Tapi, *overhead* pabrik tetap di dalam metode variabel apabila produk itu tidak terjual maka *overhead* pabrik masih dianggap sebagai biaya.

5. Mark Up

Menurut Kotler dan Kaller (2016:497) menyatakan bahwa : “*Mark up* adalah laba yang diinginkan perusahaan atas peningkatan harga yang telah ditambahkan dari biaya produksi untuk menentukan harga jual suatu produk. *Mark Up* merupakan metode yang paling sering digunakan dalam menentukan harga karena dianggap lebih mudah”.

Penentuan harga jual ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual per unit} = \text{Biaya yang berubungan langsung dengan volume (per unit)} + \text{Presentase Mark Up}$$

Sumber : Mulyadi (2012)

2.2.4 Analisis Biaya, Volume, Laba

Menurut Hansen dan Mowen (2009:4) menjelaskan bahwa : “ Analisis biaya, volume, laba (CVP) ialah menekankan hubungan antara biaya, kuantitas yang terjual dan harga semua informasi keuangan perusahaan terkandung didalamnya “.

Dengan menggunakan teknik ini, seorang akuntan dapat dengan mudah menghitung berapa volume penjualan untuk mendapatkan laba yang diharapkan. Akuntan juga bisa menentukan perubahan harga, penjualan, biaya variabel atau biaya tetap yang dapat mempengaruhi laba operasi.

Analisis biaya-volume-laba (*cost-volume-profit analysis*) menggunakan berbagai macam anggapan dasar (*asumsi*). Apabila anggapan dasar asumsi tidak terpenuhi faktor-faktor, maka Analisis biaya-volume-laba harus mengikuti perubahan faktor tersebut. Menurut Kamaruddin (2017:35) menjelaskan bahwa : adapun asumsi-asumsi dasar itu adalah :

1. Konsep tentang *variabilitas cost* dapat diterima, karena itu biaya harus realistis diklasifikasikan sebagai variabel dan tetap
2. *Range* yang *relevan* pada semua tahap analisis harus ditentukan
3. Harga jual per unit tidak berubah jika terjadi perubahan volume
4. Hanya dijual satu jenis produk
5. Jika analisis digunakan untuk berbagai produk atau kombinasi produk, *sales mix*nya harus tetap atau konstan
6. Kebijaksanaan manajemen terhadap operasi perusahaan tidak berubah secara material dalam jangka pendek
7. Tingkat harga umum *stabil* dalam jangka pendek
8. *Sinkronisasi* antara penjualan dan produksi, yang berarti tingkat inventori harus *konstan* atau nol

9. *Efisiensi* dan *produktifitas* tidak mengalami perubahan-perubahan, khususnya dalam jangka pendek.

1. Margin Kontribusi

Menurut Heisinger (2010:224) menjelaskan bahwa : “ Margin kontribusi menunjukkan pendapatan penjualan yang tersisa setelah total penjualan dikurangi dengan biaya variabel “. Jumlah yang tersisa tersebut akan memberikan kontribusi untuk menutup biaya tetap dan laba operasi perusahaan.

Menurut Garrison (2013: 210-211) menyatakan bahwa :

“ Untuk memperkirakan keuntungan pada volume penjualan diatas titik impas, maka cukup dengan mengalikan jumlah unit yang terjual di atas titik impas dengan margin kontribusi per unit. Hasilnya akan mempresentasikan laba perusahaan yang diharapkan untuk periode tersebut “.

Menurut Garrison dan Noreen (2006:328) rumus yang digunakan untuk menghitung rasio marjin kontribusi sebagai berikut:

$$\text{Rasio Margin Kontribusi} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Penjualan}}$$

Sumber : Garisson dan Noreen (2006)

2. Analisis Titik Impas (Break Event Point)

Titik Impas adalah bagaimana perusahaan ingin menentukan titik impas, dimana total biaya sama dengan labanya nol. Untuk dapat menentukan titik impas perusahaan bisa menggunakan analisis CVP.

a. Perhitungan Persamaan Titik Impas Dalam Satuan Unit

Metode persamaan menggunakan perhitungan model CVP secara langsung. Contohnya dengan menggunakan persamaan untuk analisis penjualan Kripik Singkong adalah

a) Break even point dalam unit (Khasmir, 2012)

$$\text{BEP (dalam unit)} = \frac{\text{FC}}{p - \text{VC/unit}}$$

b) Break even point dalam rupiah (Khasmir, 2012)

$$\text{BEP (dalam rupiah)} = \frac{\text{FC}}{\frac{1 - \text{VC}}{S}}$$

Contoh: Break Even Point untuk keripik singkong dinyatakan dalam kg

$$\text{BEP (kg)} = \frac{1.120.000}{12.000 - 10.000}$$

$$\text{BEP (kg)} = \frac{1.120.000}{2.000}$$

$$\text{BEP (kg)} = 560 \text{ kg}$$

Break Even Point untuk keripik singkong dinyatakan dalam rupiah

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{1.120.000}{\frac{1 - 10.000.000}{12.000.000}}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{1.120.000}{1 - 0,833}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \frac{1.120.000}{0,17}$$

$$\text{BEP (Rp)} = \text{Rp. } 6.588.235,-$$

3. Perencanaan Laba

Menurut Carter (2009:4) menuliskan bahwa : “Perencanaan laba (profit planning) sebagai perkembangan dari suatu rencana operasi dalam hal mencapai cita-cita dan tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan “.

Adapun faktor-faktor yang yang perlu dipertimbangkan dalam perencanaan laba ialah sebagai berikut.

1. Laba atau rugi yang dihasilkan dari volume penjualan tertentu.

2. Volume penjualan yang diperlukan untuk menutup semua biaya plus menghasilkan laba yang mencukupi untuk membayar dividen serta menyediakan dana bagi kebutuhan bisnis masa depan.
3. Break Event Point (BEP) atau titik impas.
4. Volume penjualan yang dapat dicapai dengan kapasitas operasi sekarang.
5. Kapasitas operasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan laba.
6. Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan.

4. Batas Keamanan (Margin Of Safety)

Menurut Sugiono (2016:95) menjelaskan bahwa :

“ Margin of safety sebagai selisih unit yang terjual atau yang diharapkan terjual untuk melebihi tingkat penjualan pada titik impas (kondisi BEP), atau dengan kata lain seberapa besar penjualan riil boleh turun dari penjualan yang dianggarkan sampai titik BEP sebelum perusahaan menderita kerugian “.

Garrison et all (2013:225) merumuskan dalam bukunya :“Margin keamanan menjelaskan jumlah di mana penjualan dapat menurun sebelum kerugian terjadi. Semakin tinggi keuntungan keamanan, semakin sedikit pula resiko untuk tidak balik modal “.

Dengan rumus perhitungan sebagai berikut :

- a. Dalam Rupiah

$$\text{Batas keamanan} = \text{Total Penjualan} - \text{Penjualan titik impas}$$

- b. Dalam bentuk presentase

$$\text{Presentase Margin Keamanan} = \text{Margin Keamanan} : \text{Total Penjualan}$$

Sumber :Garrison dan Noren (2006)

Apabila kita telah menggunakan Margin Of Safety maka kita akan dapat mengetahui berapa jumlah volume penjualan telah direncanakan, agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

5. Tingkat Leverage Operasi (Degree of Operating Leverage-DOL)

Menurut Garrison et all (2013:228) menjelaskan bahwa :

“ suatu ukuran, pada tingkat penjualan tertentu, tentang pengaruh persentase perubahan volume penjualan terhadap laba “.Menurut Hansen dan Mowen (2005:297) Menjelaskan bahwa : “operating leverage adalah penggunaan biaya tetap untuk menciptakan perubahan persentase laba yang lebih tinggi ketika aktivitas penjualan berubah”.

Dari pengertian diatas dapat kita simpulkan bahwa operating leverage adalah ukuran besarnya biaya tetap yang digunakan yang berpengaruh pada laba bersih terhadap perubahan penjualan.

Tingkat leverage operasi pada berbagai tingkat penjualan dihitung dengan rumus berikut:

$$\text{Tingkat Leverage Operasi} = \text{Margin} : \text{Laba Neto}$$

Sumber :Garrison dan Noren (2006)

2.3 Penelitian Terdahulu

Table 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil penelitian
1.	Haslia Genda	Analisis Pengaruh Penetapan Harga Jual dalam Meningkatkan Volume Penjualan Air Mineral Pada PT. Asera Tirta Posidonia di Kota Palopo	Harga jual merupakan factor yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan air mineral pada PT.Asera Tirta Posidonia palopo

2.	Fina Alfiani	Pengaruh Kuantitas Produk dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Usaha Tani Jamur Merang	kuantitas produk (X1) dan harga jual (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usahatani (Y) pada Paguyuban Kaola Mandiri Desa Rambipuji Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember.
3.	Ni Wayan Ari Santi	Pengaruh Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan UD.BROILER di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung Pada tahun 2015-2017	pengaruh positif dan signifikan secara parsial harga jual terhadap pendapatan UD. Broiler Putra. Yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar $24,035 > 6,104$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$
4.	Putu Crisdandi	Pengaruh Biaya Pemeliharaan dan Harga Jual terhadap Pendapatan Petani Cengkeh di Desa Sari Tirta Pada tahun 2014	Biaya pemeliharaan dan harga jual berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan. Sedangkan biaya pemeliharaan dan harga jual berpengaruh secara simultan terhadap petani cengkeh di Desa Sari Tirta .
5.	Tangring Rasyid dan Sofyan Nurdin Kasim	Pengaruh Harga Jual terhadap Pendapatan Pedagang Ayam Potong	Harga jual berpengaruh secara parsial terhadap pendapatan Pedagang Ayam Potong

Sumber : Data Penelitian 2016-2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat yang membedakan antar penelitian terdahulu dengan penelitian ini yakni terletak pada variabel independen (variabel bebas) dan terletak pada lokasi atau nama perusahaan sebagai tempat penelitian,

dimana penelitian terdahulu menggunakan dua variabel independen sedangkan penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran adalah suatu model yang mempermudah untuk menerangkan jalan pemikiran terhadap permasalahan yang dibahas terkait dengan hubungan antara variabel independen (X1) dan dependen (Y), berikut adalah model dari kerangka konseptual penelitian:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



2.5 Hipotesis Penelitian

Menurut Kontur (2009:89) mengungkapkan bahwa :

“ Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara atas permasalahan penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenarannya. Dikatakan sementara karena, jawaban yang diberikan masih didasari oleh teori-teori yang relevan, belum didasarkan oleh fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data”.

Berdasarkan pada gambar II.1 kerangka konseptual diatas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H1: Penetapan Harga Jual berpengaruh secara positif signifikan terhadap Pendapatan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif ialah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antar dua variabel atau lebih.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan Jln. Tunas Mekar No.258 Tuntungan II, Pancur Batu, Salam Tani, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia. Kode Pos : 20353, Telp : 0822-7584-7280

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian mulai dilaksanakan dari oktober 2019 sampai dengan Desember 2020.

Tabel 3. 1
Rencana Waktu Penelitian

No	Keterangan	2019			2020		2021	
		Okt	Nov	Des	Jan	Agust	Okt	Jan
1	Pengajuan Judul							
2	Pembuatan Data Seminar Proposal							
3	Pengumpulan Data							
4	Analisis Data							
5	Penyusunan Skripsi							
6	Seminar Hasil							
7	Pengajuan Sidang Meja Hijau							
8	Sidang Meja Hijau							

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115) menjelaskan bahwa :“ Populasi yaitu generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya “.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh data harga jual dan pendapatan yang ada pada Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012:116) menyatakan bahwa : “ Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut . Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*”. Menurut Erlina (2008) menyatakan bahwa : “*purposive sampling* (sampling bertujuan) merupakan pengambilan sampel berdasarkan suatu kriteria tertentu, kriteria yang digunakan berdasarkan pertimbangan (*judgment*) atau berdasarkan kuota tertentu”.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data harga jual dan pendapatan bulanan tahun 2017 sampai dengan 2019 pada Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan.

3.3 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel.

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Rumus	Skala
Penetapan Harga Jual (X1)	meliputi seluruh biaya produk kripik kreasi ditambah dengan target laba yang diinginkan.	Indikator : 1. Biaya Produksi 2. Mark Up $\text{Harga Jual Perunit} = \text{Biaya produksi (per Unit)} + \text{presentase Markup}$ (Mulyadi 2012)	Rasio

Pendapatan (Y)	meliputi seluruh penerimaan penjualan dari produk kripik kreasi yang diperoleh dari perkalian antara produksi dengan harga jual.	Indikator : 1. Volume Penjualan 2. Harga Jual Pendapatan Usaha = Volume Penjualan x Harga Jual (Sujarno 2008)	Rasio
----------------	--	---	-------

Sumber : Surjarno dan Mulyadi

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:15) menjelaskan bahwa :” data kuantitatif adalah sejumlah data berbentuk angka-angka yang dapat diukur atau dihitung secara langsung”. Data laporan keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan laba rugi tahun 2017 sampai dengan 2019.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ialah data sekunder. Menurut Sugiyono (2014:225) menyatakan bahwa :”data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data melainkan melalui media perantara berupa buku dan atau dokumen”. Data yang diperoleh penelitian ini adalah data harga jual dan pendapatan Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dilakukan peneliti adalah teknik dokumentasi yaitu dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan data harga jual dan pendapatan Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014 : 207) menyatakan bahwa :“ Metode Statistik Deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi “.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013 :110) menjelaskan bahwa :“Uji Normalitas adalah uji yang berfungsi untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak “.

Dalam melakukan uji normalitas hasilnya dapat dilihat dari grafik histogram, P-P Plot, dan tabel kolmogorof smirnov.

1. Grafik Histrogram, adalah apabila grafik tersebut berbentuk lonceng yang sempurna maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal.
2. P-P Plot, adalah apabila titik-titik tersebut menyebar mendekat dan mengikuti arah garis diagonal maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal.
3. Tabel Kolmogorof Smirnov, adalah apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu kepengamatan – kepengamatan yang lain. Untuk mengetahui adanya masalah heterokedastisitas dapat dilihat melalui uji scatter plot dengan cara melihat grafik scatterplot antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID). Ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Agar lebih meyakinkan apakah ada masalah heterokedastisitas atau tidak dapat diuji dengan uji gledjser. Hasil dari uji gledjser adalah tabel coefficients, dengan melihat nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, dan sebaliknya apabila nilai signiifikansi antara variable independen dengan absolut residual lebih kecil dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik penelitian ini berdasarkan data asosiatif dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana . Regresi linier sederhana adalah untuk menguji sejauh mana faktor penyebab atau variabel independen (X) terhadap variabel akibat atau variabel dependen (Y)

Menurut Zulkarnain dkk (2017:120) menjelaskan bahwa : “persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut “:

Dimana :

$$Y = b_0 + b_1 X + e$$

Keterangan :

Y= Variabel Dependen

X= Variabel Independen

b_0 = Konstanta

b_1 = Koefesien Regresi (kemiringan), besar Dependen yang ditimbulkan oleh Independen.

X= Subek dari variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu

e= Faktor lain yang menentukan keragaman Y selain X yang dalam penelitian tidak teridentifikasi, sehingga disebut sisa atau residu (residual)

3.6.4 Uji Hipotesis

Untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut. Uji Hipotesis juga dapat memberikan kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan yang bersifat Objektif.

a. Uji t (uji secara parsial)

Uji t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat keyakinan 5% ($\alpha = 0,05$) Apabila tingkat signifikan profitabilitasnya $< 0,05$ dikatakan variabel independen

berpengaruh terhadap variabel dependen, dan apabila tingkat signifikan profitabilitasnya $> 0,05$ dikatakan variable independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk membandingkan antara t_{table} dengan t_{hitung} yaitu apabila nilai $t_{hitung} < t_{table}$ maka, t hitung tersebut signifikan artinya hipotesis alternatif diterima.

b. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji determinan digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen pada model regresi linier sederhana dalam menjelaskan variabel dependen. Jika koefisien determinasi = 0, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Maka apabila dengan menggunakan metode ini kesalahan pengganggu diusahakan minimum sehingga R^2 mendekati 1, dan perkiraan regresi akan lebih mendekati keadaan yang sebenarnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji maka diketahui bahwa penetapan harga jual berpengaruh positif terhadap pendapatan UD. Kreasi Lutvi Medan dimana $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} 7,269 > t_{\text{tabel}} 2,032$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penetapan harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UD. Kreasi Lutvi Medan.

5.2 Saran

Saran yang ingin saya sampaikan adalah :

1. Bagi Perusahaan

Usaha Dagang. Kreasi Lutvi Medan lebih meningkatkan lagi kreasi terhadap produk dan lebih memperhatikan lagi harga jual suatu produk. Karena harga jual Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan mempengaruhi tingkat pendapatan Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau pedoman bagi yang ingin meneliti tentang pengaruh penetapan harga jual terhadap pendapatan. Penetapan harga jual memiliki pengaruh sebesar 60,8% terhadap pendapatan usaha dagang kreasi lutvi medan. Maka, dapat diketahui bahwa terdapat 39,2% pengaruh dari faktor lain terhadap pendapatan yang tidak diungkapkan dalam penelitian ini. Dan penelitian selanjutnya dapat meneliti faktor lain yang mempengaruhi pendapatan seperti volume penjualan.

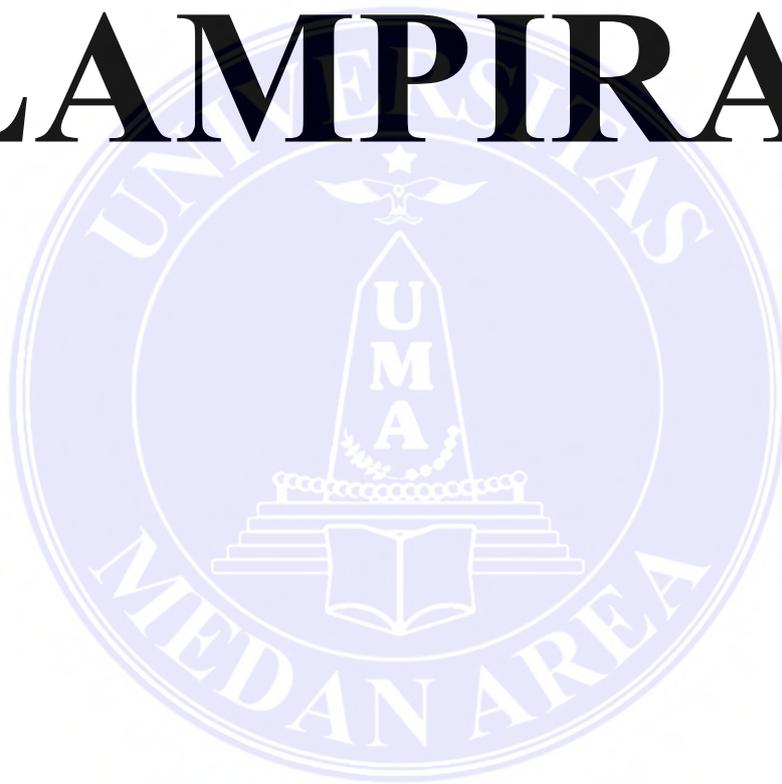
DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Kamaruddin. (2017). *Akuntansi Manajemen Dasar-Dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*. Edisi Revisi. Jakarta : Raja Gasfindo Persada
- Brian Tanjung Muh. (2010). *Analisis Biaya Volume Laba Sebagai Alat Bantu Perencanaan Laba Pada Departemen Printing Di PT.Dan Laris Tahun 2010*. Jurnal. Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Carter, William K. (2009). *Cost Accounting*. Fourteenth Edition. Diterjemahkan oleh Krista. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryono. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV Yarsama Wisya
- Dwi Harti. (2012) *.Akuntansi*. jilid 3 . Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Garrison, Ray H., Noreen, Eric W., and Brewer, Peter C. (2013). *Managerial Accounting*. Fourteenth Edition. Diterjemahkan oleh Kartika Dewi. Jakarta : Salemba Empat.
- Hansen dan Mowen. (2009). *Managerial Accounting*. Buku Kedua. Edisi Kedelapan. Cengage Earning. Salemba Empat
- Harnanto dan Zulkifli. (2010). *Manajemen Biaya*. Edisi Pertama. Cetak Pertama. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Heisinger, Kurt. (2010). *Essentials of managerial accounting*. International Edition. South-western : Cengage Learning.
- Kasmir. (2012). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta : Prenada Media.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. (2010). *Principle Of Marketing*.Thirteen Edition. New Jersey : Prentice-Hall,Inc.
- Mulyadi. (2008). *System Akuntansi*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Mulyadi. (2009). *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima. Cetakan Sembilan. Yogyakarta : Penerbit UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Edisi Kelima. Cetakan Sebelas. Yogyakarta : Penerbit UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Ni Wayan, Dwi sanri, Iyus Ahmad dan Aris.(2018). *Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Pendapatan UD.Broiler Putra di Dusun Batumulapan Kabupaten Kelungkung 2015-2017*.Jurnal. Universitas Pendidikan Ganesha Singraja Indonesia
- Simamora, Henry. (2012). *Akuntansi Manajemen*. Edisi III. Duri : Star Gate Publisher.

- Simaora. (2012). *Akuntansi Manajemen* . Edisi Ketiga. Cetak Pertama. Yogyakarta : Star Gate Publisher.
- Siswandi dan Dady.(2016). *Analisis Harga Pokok Penjualan di Apotik Kimia Farma No.66 Luwuk*. Jurnal. Luwuk : Universitas Muhammadiyah
- Sugiyono.(2014).*Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit CV.Alfabeta.



LAMPIRAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/9/21

Access From (repository.uma.ac.id)17/9/21

Lampiran 1 : laporan keuangan Usaha Dagang Kreasi Lutvi Medan

**Laporan Keuangan Bulanan Usaha Dagang. Kreasi Lutvi Medan
Tahun 2017 s.d 2019**

PERIODE		HARGA JUAL	PENDAPATAN
TAHUN	BULANAN		
2017	JANUARI	15.000	351.558.000
	FEBRUARI	15.000	358.790.000
	MARET	15.000	360.120.000
	APRIL	15.000	362.810.000
	MEI	17.000	367.110.000
	JUNI	17.000	369.810.000
	JULI	17.000	300.000.000
	AGUSTUS	17.000	290.500.000
	SEPTEMBER	18.000	320.900.000
	OKTOBER	18.000	310.110.000
	NOVEMBER	18.000	345.790.000
	DESEMBER	18.000	353.989.000
2018	JANUARI	18.000	385.638.000
	FEBRUARI	18.000	425.585.000
	MARET	19.500	468.725.000
	APRIL	19.500	458.695.500
	MEI	19.500	475.789.800
	JUNI	19.500	498.225.000
	JULI	21.000	458.964.000
	AGUSTUS	21.000	437.285.700
	SEPTEMBER	21.000	398.739.200
	OKTOBER	21.000	449.877.000
	NOVEMBER	21.000	467.986.000
	DESEMBER	22.000	419.525.000
2019	JANUARI	22.000	439.376.000
	FEBRUARI	22.000	411.915.000
	MARET	22.000	443.129.800
	APRIL	22.000	458.721.000
	MEI	23.000	585.897.900
	JUNI	23.000	539.731.200
	JULI	23.000	552.431.000
	AGUSTUS	25.000	517.202.000
	SEPTEMBER	25.000	484.734.000
	OKTOBER	25.000	524.543.000
	NOVEMBER	25.000	508.149.000
	DESEMBER	25.000	452.134.000

Sumber: UD. Kreasi Lutvi Medan

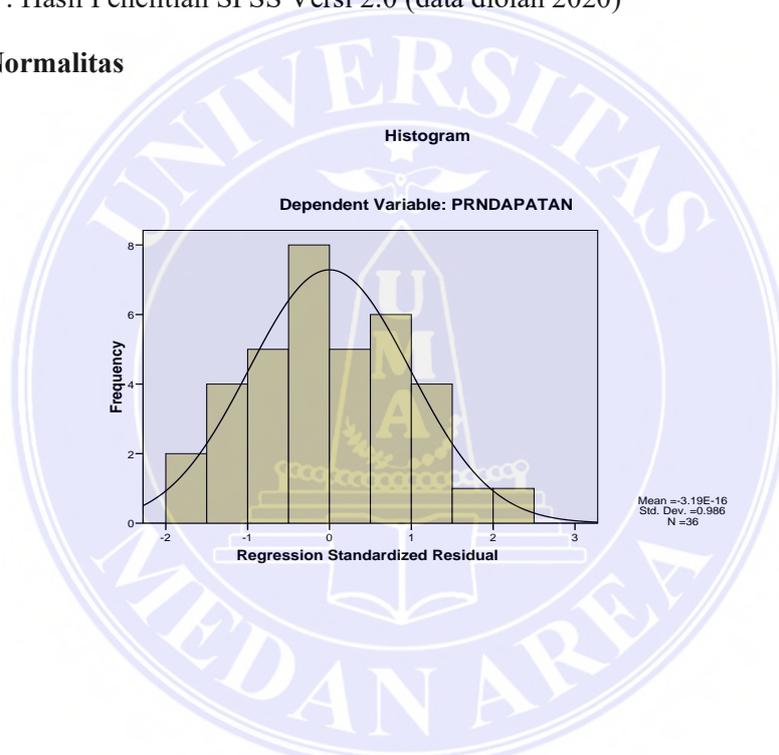
Lampiran 2 : Hasil Uji Statistik

1. Uji Descriptive statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
HARGA JUAL	36	15000,00	25000,00	20083,3333	3106,44491
PENDAPATAN	36	290500000,00	585897900,00	426513502,7778	75029312,52453
Valid N (listwise)	36				

Sumber : Hasil Penelitian SPSS Versi 2.0 (data diolah 2020)

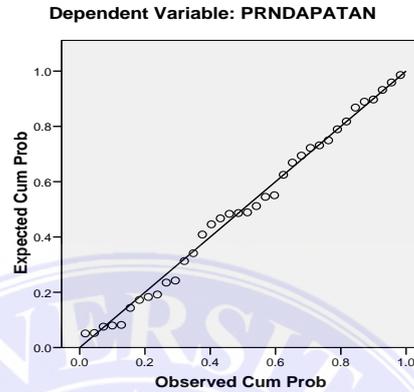
2. Uji Normalitas



Sumber: Hasil Penelitian SPSS versi 2.0 (data diolah 2020)

3. Uji Normal P-P Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Hasil Penelitian SPSS versi 2.0 (data diolah 2020)

4. Uji Normalitas One Sample Kolmogorov

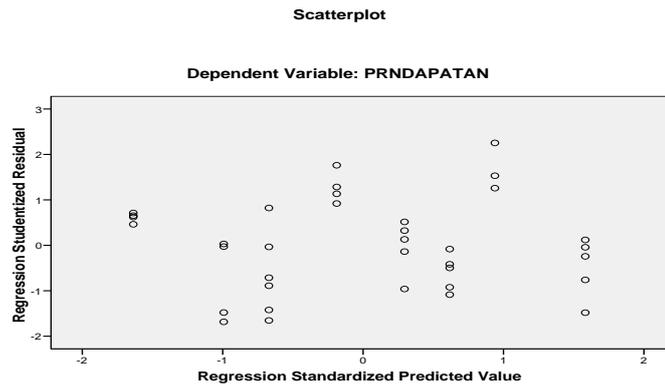
			Unstandardize d Residual
N			36
Normal Parameters(a,b)	Mean		,0000000
	Std. Deviation		46948231,917
Most Differences	Extreme	Absolute	18990
		Positive	,066
		Negative	,066
Kolmogorov-Smirnov Z			-,056
Asymp. Sig. (2-tailed)			,398
			,997

a Test distribution is Normal.

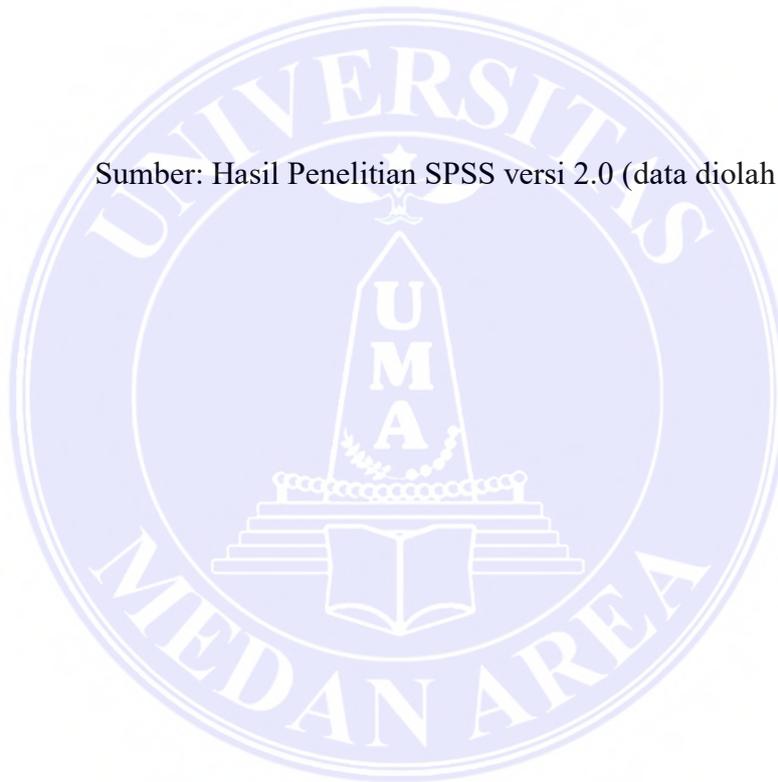
b Calculated from data.

Sumber: Hasil Penelitian SPSS versi 2.0 (data diolah 2020)

5. Uji Scatterplot



Sumber: Hasil Penelitian SPSS versi 2.0 (data diolah 2020)



Lampiran 3 : Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Sederhana

Mo del	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	Sig .	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VI F
1 (Co nstant) HA RG A JUA L	48141502,373	52655659,029		,914	,367		
	18840,100	2591,887	,780	7,269	,000	1,000	1,000

a Dependent Variable: PENDAPATAN

2. Uji t (Parsial)

Mo del	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	Sig .	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VI F
1 (Co nstant) HA RG A JUA L	48141502,373	52655659,029		,914	,367		
	18840,100	2591,887	,780	7,269	,000	1,000	1,000

a Dependent Variable: PENDAPATAN

Sumber: Hasil Penelitian SPSS versi 2.0 (data diolah 2020)

3. Uji Koefisien Determinasi

Mode l	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780(a)	,608	,597	47633643,821

Lampiran 4 : Surat Izin Riset

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas.ekonomi@uma.ac.id

No. : 1051/FEB.2/01.10/11/2020
Tempat : Medan, 27 Februari 2020
Membal : Izin Research / Survey

Kepada
Yth. Pimpinan
UD. Kreasi Lutvi Medan
Di Tempat

Dengan hormat,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

N a m a : Mutiara Fahriza
N P M : 168330045
Program Studi : Akuntansi
Judul : Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pada UD. Kreasi Lutvi Medan

Untuk diberi izin Research / survey di Instansi / Perusahaan yang Saudara pimpin. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami tambahkan bahwa Research / survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Dekan,

Dl. Ihsan Effendi, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

Lampiran 5 : Surat Izin Riset Dari Perusahaan

UD. KREASI LUTVI
MENYEDIAKAN BERBAGAI ANEKA RASA KERIPIK SINGKONG
Jl. Tunas Mekar No.258 Dusun IV Tuntungan II Pancur Batu Deli Telp. 0819632889 (pos 20353)

Hal :Balasan

Kepada,
Yth. Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Bapak Dr. Ihsan Effendi, M.Si
Di Tempat

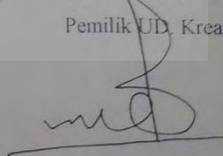
Dengan hormat,
Yang bertanda tangan di bawah ini,
Nama : Muhdi, S.Ag
Jabatan : Pemilik UD. KreasiLutvi

Menerangkan bahwa,
Nama : MutiaraFahriza
NPM : 168330045
Jurusan : Akuntansi
Universitas : Universitas Medan Area

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian di UD. Kreasi Lutvi Medan dan benar telah melaksanakan pengambilan data guna penyusunan skripsi dengan judul :
"Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Pendapatan Pada UD. Kreasi Lutvi Medan"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 23 Juli 2020
Pemilik UD. Kreasi Lutvi


Muhdi, S.Ag