

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL
TERHADAP LABA PENJUALAN PADA UMKM
BASRENG SIP NGEMIL DI PRAYA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Oleh

A'AN HERLINA LEONITA
2020B1C025

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PERBANKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL
TERHADAP LABA PENJUALAN PADA UMKM
BASRENG SIP NGEMIL DI PRAYA**

Oleh:

A'AN HERLINA LEONITA

Untuk memenuhi Ujian Akhir

Pada tanggal 7 Februari 2024

Menyetujui
Pembimbing

Pembimbing I

Dr. H. Mustamin H. Indris, M.Si
NIDN.0031126484

Pembimbing II

Handoyo Wirastomo, S.E. MM.
NIDN.0813048802

Mengetahui

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Enlu Hendra Maniza, S.Sos., MM
NIDN: 0828108404

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL
TERHADAP LABA PENJUALAN PADA UMKM
BASRENG SIP NGEMIL DI PRAYA

Oleh :

A'AN HERLINA LEONITA

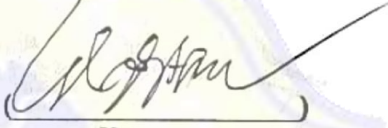
Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 7 Februari 2024
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

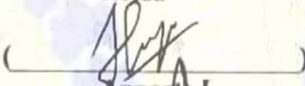
Tim Penguji

Dr. H. Mustamin H. Indris, M.Si
NIDN.0031126484

Handoyo Wirastomo, S.E., MM.
NIDN.0813048802


Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E., MM.
NIDN. 0806039101


Ketua


Anggota I


Anggota II

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di Universitas Muhammadiyah Mataram maupun di perguruan tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Mataram, 5 Februari 2024
Mahasiswa



A'an Herlina Leonita
2020B1C025



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A'AN HERLINA LEONITA
NIM : 2020B1C025
Tempat/Tgl Lahir : SONTAR, 22 AGUSTUS 2001
Program Studi : ILMU ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
No. Hp : 082 237 798 269
Email : aanherlina20@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL TERHADAP LABA
PENJUALAN PADA UMKM BASRENO SIP USEMIL DI PRAYA

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 48 %

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 27 Februari 2024
Penulis



Aan Herlina Leonita
NIM. 2020B1C025

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lh.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AAN HERLINA LEONITA
 NIM : 2020B1C025
 Tempat/Tgl Lahir : GONTAR, 22 AGUSTUS 2001
 Program Studi : ILMU ADMINISTRASI BISNIS
 Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 No. Hp/Email : 082 237 798 369
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL TERHADAP LARA
 PENYALAN PADA UMMAH BASRENG SIP NSEMIL DI PRAYA

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 27 Februari2024
 Penulis



Aan Herlina Leonita
 NIM. 2020B1C025

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



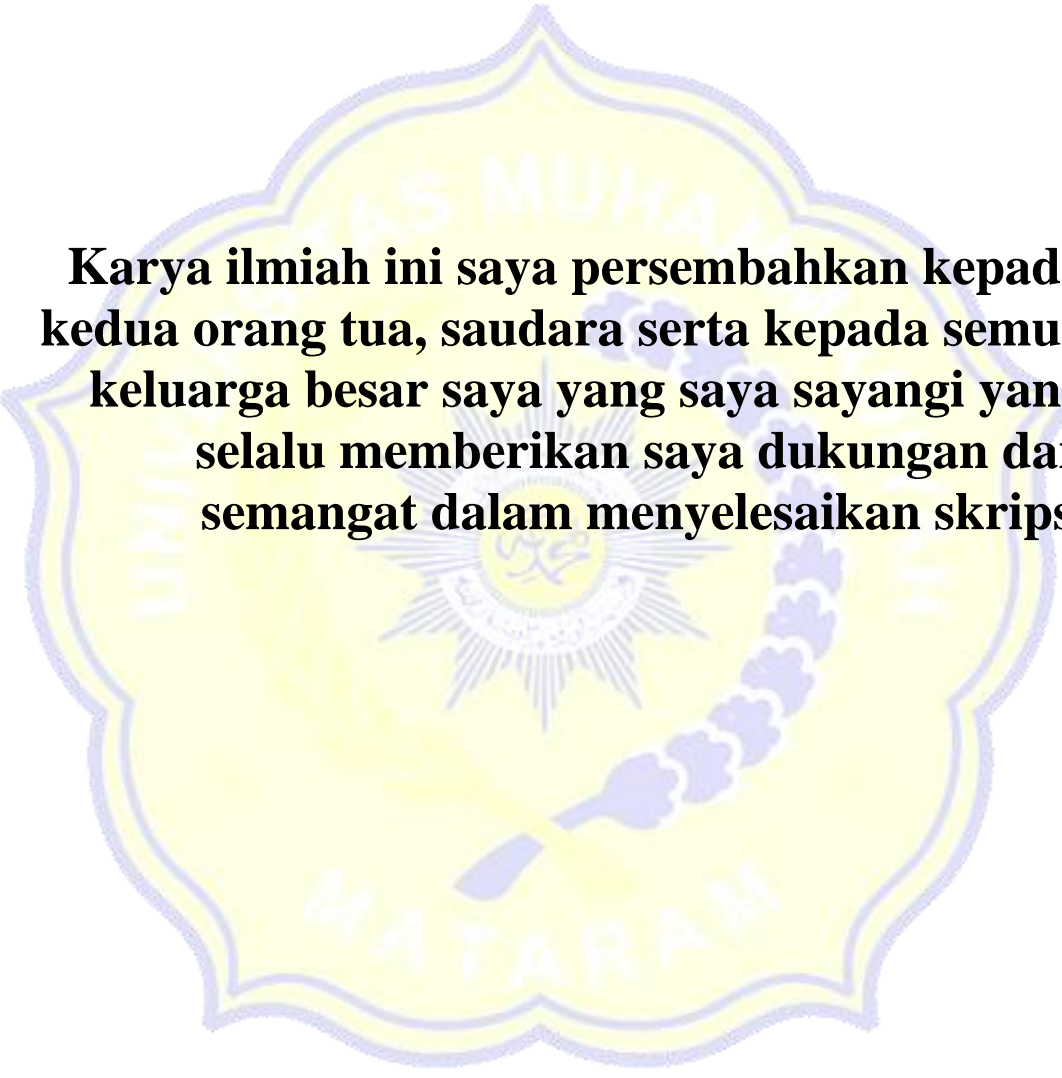
Iskandar, S.Sos.,M.A.
 NIDN. 0802048904

MOTO

“Kesuksesan bukanlah akhir dari perjalanan, melainkan awal dari pencapaian yang lebih besar” - Nelson Mandela

“kesuksesan dimulai dari tekad yang kuat untuk tidak menyerah” – Napoleon Hill



The logo of Universitas Muhammadiyah Mataram is a yellow shield with a purple border. It features a central sunburst with Arabic calligraphy, a purple sash, and the text 'UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM' around the perimeter.

Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada kedua orang tua, saudara serta kepada semua keluarga besar saya yang saya sayangi yang selalu memberikan saya dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi

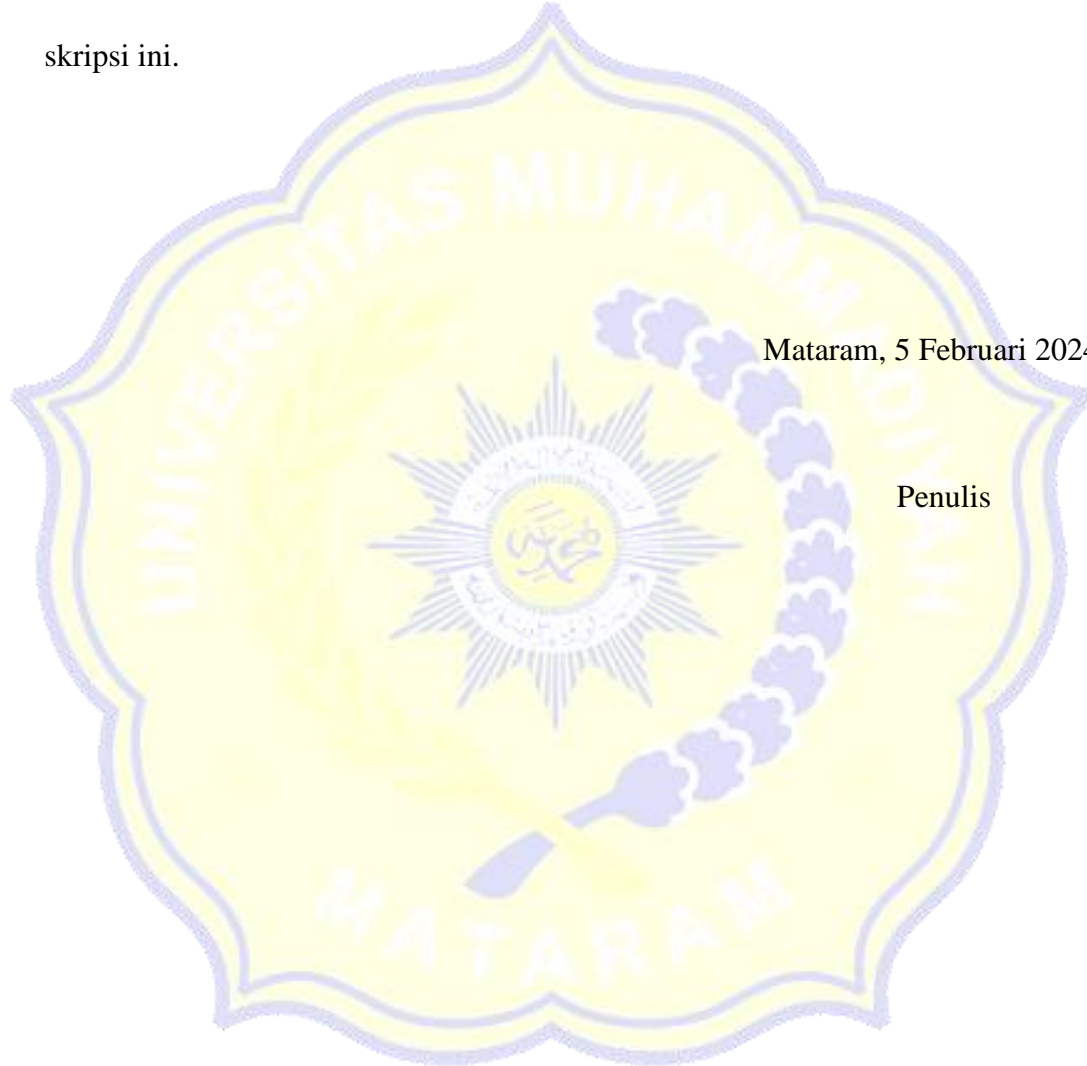
UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak bisa dipungkiri tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, MA. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM. Selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Ibu Selva, SE.,M.Sc. Selaku Sekretaris Prodi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Bapak Drs. H. Mustamin H. Idris, M.Si Selaku Dosen Pembimbing I di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Bapak Handoyo Wirastomo, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing II di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
7. Orang Tua Tercinta yang selalu memberikan doa, dan memberi dukungan, semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan saya yaitu Baiq Leonyta Hayanu, Baiq Putri Ajeng Lestari, Aminina Ristanti, Cut Maulidya Chatari, dan Ersah Wahyuliati yang selalu

support dan memberi semangat serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi.

9. Keluarga, teman-teman prodi Administrasi bisnis Angkatan 2020 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.



Mataram, 5 Februari 2024

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan Judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba Penjualan Pada UMKM Basreng Sip Ngemil di Praya”**.

Sangat disadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis. Meskipun telah diberikan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan ada beberapa ketidaktepatan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik yang konstruktif agar tulisan ini menjadi lebih bermanfaat bagi yang membutuhkannya.

Mataram, 5 Februari 2024

Penulis

PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN HARGA JUAL TERHADAP LABA PENJUALAN PADA UMKM BASRENG SIP NGEMIL DI PRAYA

Oleh :

A'an Herlina Leonita¹, Dr. H. Mustamin H. Indris, M.Si², Handoyo Wirastomo, S.E, MM³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual secara parsial dan secara simultan terhadap Laba Penjualan pada UMKM Basreng Sip Ngemil di Praya. Sebagian besar UMKM masih belum melakukan pencatatan akuntansi terkait laporan keuangan. Dengan memiliki data akuntansi dapat menjadi dasar yang dapat diandalkan untuk mengambil keputusan ekonomi dalam mengelola UKM termasuk perkembangan pasar, penetapan harga, dan profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu perlu melakukan perhitungan dengan efisien untuk menghindari terjadinya kerugian pada suatu usaha. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu tim dan customer dari UMKM Basreng Sip Ngemil dengan sampel sebanyak 50 responden. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan angket. Data dianalisis menggunakan SPSS 24 dengan bentuk analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji kualitas data, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Biaya Produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan dengan hasil thitung $3,237 > ttabel 2,011$ serta nilai signifikannya $0,002 < 0,05$. Harga Jual secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan dengan hasil thitung $2,928 > ttabel 2,011$ serta nilai signifikannya $0,005 < 0,05$. Variabel Biaya Produksi dan Harga Jual berpengaruh secara simultan berpengaruh signifikan dengan Fhitung $17,078 > Ftabel 3,20$ dan nilai signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil R² menunjukkan bahwa variabel biaya produksi dan harga jual memberikan pengaruh sebesar 42,1 % pada laba penjualan. Adapun permasalahan yang menjadi hambatan pada UMKM Basreng Sip Ngemil salah satunya yaitu harga bahan baku yang tidak menentu sehingga jumlah biaya yang dikeluarkan untuk produksi juga tidak sesuai dengan jumlah yang telah ditetapkan. Upaya yang harus dilakukan yaitu mempertahankan kualitas produk dengan cara mengurangi ukuran produk tanpa harus menaikkan harga jual. Selain itu upaya yang bisa dilakukan adalah membatasi jumlah produksi sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.

Kata kunci : Pengaruh, Biaya Produksi, Harga Jual, Laba Penjualan

THE EFFECT OF PRODUCTION COSTS AND SELLING PRICES ON SALES PROFITS OF MSMES “BASRENG SIP NGEMIL” IN PRAYA

By:

A'an Herlina Leonita¹, Dr. H. Mustamin H. Indris, M.Si², Handoyo Wirastomo, S.E, MM³

ABSTRACT

This study aims to determine the partial and simultaneous influence of Production Costs and Selling Prices on Sales Profits in Basreng Sip Ngemil MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Praya. Most MSMEs still do not conduct accounting records related to financial statements. Having accounting data can be a reliable basis for making economic decisions in managing MSMEs, including market development, pricing, and company profitability. Therefore, it is necessary to make calculations efficiently to avoid losses in a business. This research is quantitative. The population in this study is the team and customers of Basreng Sip Ngemil MSMEs with a sample of 50 respondents. The data sources used are primary data and secondary data. Research data were obtained by distributing questionnaires. Data were analyzed using SPSS 24 with multiple linear regression analysis, classic assumption tests, data quality tests, and hypothesis tests. The results of this study indicate that Production Costs partially significantly influence Sales Profits with a t-value of $3.237 > t\text{-table } 2.011$ and a significance value of $0.002 < 0.05$. Selling Price partially significantly influences Sales Profits with a t-value of $2.928 > t\text{-table } 2.011$ and a significance value of $0.005 < 0.05$. Production Cost and Selling Price variables simultaneously significantly influence with F-value of $17.078 > F\text{-table } 3.20$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Based on the R² results, it shows that the production cost and selling price variables give an influence of 42.1% on sales profits. One of the problems that hinder Basreng Sip Ngemil MSMEs is the uncertain raw material prices, so the amount of costs incurred for production is also not in line with the predetermined amount. Efforts that must be made are to maintain product quality by reducing product size without having to increase selling prices. In addition, efforts that can be made are to limit the amount of production according to the costs incurred.

Keywords: Influence, Production Costs, Selling Prices, Sales Profits

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM

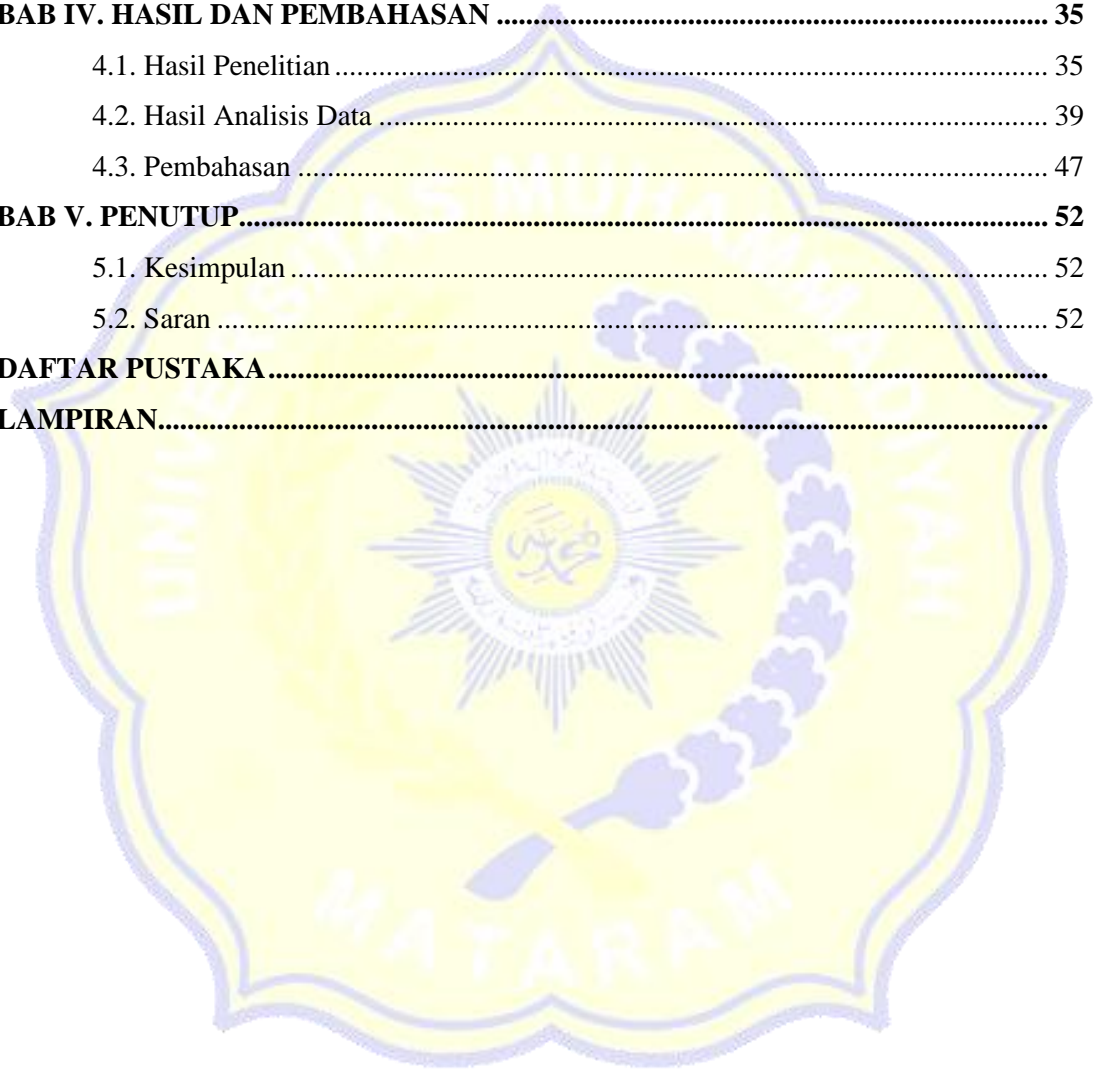
KEPALA
UPT P3B
UMMAADYAH MATARAM



DAFTAR ISI

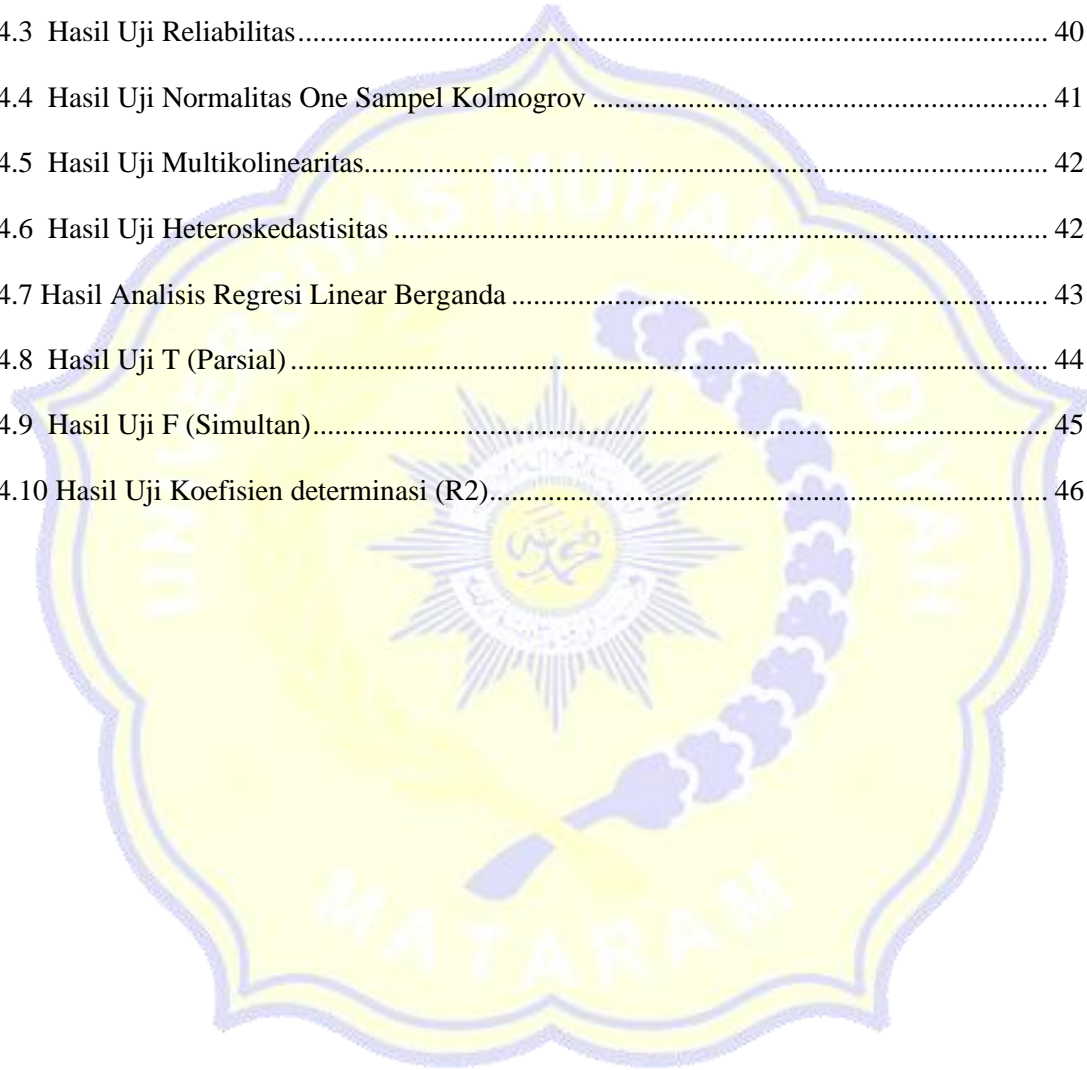
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH....	vi
MOTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	10
2.3. Kerangka Berpikir.....	22
2.4. Hipotesis	23
BAB III. METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	24

3.3. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4. Identifikasi dan Definisi Operasional	25
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6. Populasi dan Sampel	28
3.7. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Hasil Penelitian	35
4.2. Hasil Analisis Data	39
4.3. Pembahasan	47
BAB V. PENUTUP.....	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....
LAMPIRAN.....



DAFTAR TABEL

1.1 Data Penjualan Basreng Sip Ngemil.....	4
4.1 Karakteristik Responden UMKM Basreng Sip Ngemil.....	37
4.2 Hasil Uji Validitas.....	39
4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
4.4 Hasil Uji Normalitas One Sampel Kolmogrov	41
4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.8 Hasil Uji T (Parsial).....	44
4.9 Hasil Uji F (Simultan).....	45
4.10 Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2).....	46



DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Berpikir.....	22
2. Struktur Organisasi Objek Penelitian.....	38



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia, sebagai salah satu negara berkembang yang memprioritaskan kemajuan ekonomi ke arah yang lebih baik. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang biasa dikenal dengan UMKM mempunyai peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, Salmiani *et al* dalam Wahyuni (2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah kegiatan usaha skala kecil yang biasanya dikelola oleh sekelompok orang atau perseorangan dengan tujuan mendirikan suatu usaha. Laporan keuangan sangat penting bagi perusahaan untuk menganalisis kinerja keuangannya dan memberikan informasi berharga untuk pengambilan keputusan. Mereka juga menunjukkan akuntabilitas perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dipercayakan. Praktik akuntansi keuangan di UMKM saat ini masih kurang dan masih perlu perbaikan, Pulungan dan Suwita yang dikutip dalam Wahyuni (2023).

Terkait keterbatasan tanggung jawab, sebagian besar UMKM belum melakukan pencatatan akuntansi, apalagi menyusun laporan keuangan. Faktanya, dengan memiliki data akuntansi dapat menjadi dasar yang dapat diandalkan untuk mengambil keputusan ekonomi dalam mengelola UKM, termasuk keputusan mengenai perkembangan pasar, penetapan harga, dan profitabilitas perusahaan. Akuntansi merupakan aspek penting dalam operasional perusahaan karena memberikan wawasan penting mengenai

kemajuan perusahaan. Proses akuntansi yang terstruktur dengan baik dan akurat, mengikuti standar akuntansi dan didukung oleh bukti, mampu menghasilkan informasi yang sangat berguna baik bagi pemangku kepentingan internal maupun eksternal, Febriyanti *and* Wardhani (2018).

Sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 Republik Indonesia, Pasal 49 menekankan pentingnya berpegang pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro dan menengah. Disebutkan bahwa pemegang izin usaha wajib melakukan kegiatannya sesuai dengan izin, menaati ketentuan yang ditentukan, dan mencatat kegiatan usaha dan komersialnya dalam jangka waktu tertentu setelah izin usaha diterbitkan sesuai peraturan. Konsep “pembukuan kegiatan usaha” meliputi penyusunan laporan keuangan yang membedakan antara aset usaha dan aset non-usaha. Meskipun terdapat pedoman yang jelas dalam menjalankan kegiatan usaha, banyak UMKM yang tidak mematuhi praktik pembukuan yang benar.

Pemerintah, khususnya pemerintah daerah, sangat menaruh perhatian terhadap sektor UMKM. Selain sektor pariwisata, sektor perdagangan juga menjadi perhatian yang cukup besar bagi pemerintah daerah seperti di Kabupaten Lombok Tengah. Kabupaten Lombok Tengah merupakan rumah bagi beragam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satunya adalah usaha cemilan kekinian yaitu Bakso goreng atau dikenal dengan sebutan Basreng. Di kecamatan Praya terdapat usaha basreng yang sudah populer adalah **Basreng Sip Ngemil**. UMKM ini terdapat berbagai macam produk yaitu seblak, kue sus coklat lumer dan baso aci. Dari beraneka jenis produk

yang dijual UMKM ini memiliki satu produk unggulan yang menghasilkan omset paling banyak adalah basreng.

Usaha Basreng Sip Ngemil diproduksi sejak bulan Januari tahun 2021. Sejak tahun 2021 Basreng Sip Ngemil terus mengalami perkembangan hingga saat ini. Basreng Sip Ngemil telah mendistribusikan produknya tidak hanya di Kecamatan Praya saja tetapi sudah sampai diseluruh wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB), dan sampai di luar provinsi seperti Bali, Nusa Tenggara Timur (NTT), dan Jawa, hingga luar negeri yaitu Negara Singapura, Malaysia, Jepang, hingga ke Mekkah. Sehingga pada tahun 2023, Basreng Sip Ngemil telah mempekerjakan 25 karyawan dari tetangganya yg didominasi perempuan di desa BTN Tiwu Galih, Kecamatan Praya. Usaha yang di bangun ini dijual dengan harga Rp10.000 untuk kemasan ukuran 100 gram dan kemasan 250 gram dijual seharga Rp25.000, untuk ukuran 500 gram dijual seharga Rp20.000 – Rp30.000, dan untuk ukuran 1 kg dijual seharga Rp30.000 – Rp40.000. Tujuan penghitungan harga jual yang ditetapkan oleh pemilik usaha adalah untuk menghasilkan keuntungan. Harga penjualan suatu produk atau jasa berdampak pada volume penjualan dan pendapatan perusahaan secara keseluruhan.

Tabel 1.1
Data Penjualan Basreng Sip Ngemil

Bulan	Jumlah Penjualan		Pemasukan Kotor	Laba Bersih (Pendapatan – Seluruh Pengeluaran)
Maret	Basreng 100 g	11.020 pcs	Rp	Rp
	Basreng Toples	65 pcs	86.928.000	6.612.500
April	Basreng 100 g	19.471 pcs	Rp	Rp
	Basreng Toples	606 pcs	118.411.000	25.345.000
Mei	Basreng 100 g	20.360 pcs	Rp	Rp
			147.000.000	25.845.000
Juni	Basreng 100 g	20.957 pcs	Rp	Rp
			150.230.000	26.727.000
Juli	Basreng 100 g	27.909 pcs	Rp	Rp
			200.214.000	67.340.000
Agustus	Basreng 100 g	34.549 pcs	Rp	Rp
			249.000.000	85.497.000
September (8 hari produksi)	Basreng 100 g	9.339 pcs	Rp	Rp
			60.598.000	6.013.000
Oktober	Basreng 100 g	20.541 pcs	Rp	
	Basreng 500 g	26 pcs	157.813.000	Rp 25.330.000
	Basreng Toples	82 pcs		

November	Basreng 100 g	26.728 pcs		
	Basreng 500 g	79 pcs	Rp	Rp 49.255.000
	Basreng Toples	194 pcs	178.599.000	
Desember	Basreng 100 g	38.473 pcs	Rp	
	Basreng 500 g	99 pcs	234.386.000	Rp 73.927.000
	Basreng Toples	196 pcs		

Sumber: Usaha Sip Ngemil tahun 2023

Tiga faktor yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan diantaranya biaya, harga jual, dan volume penjualan atau produksi. Biaya merupakan faktor penting yang mempengaruhi tingkat keuntungan yang dicapai. Pertimbangan biaya merupakan hal yang krusial dalam menentukan harga jual suatu produk. Salah satu permasalahan umum yang sering muncul adalah ketidaksesuaian antara biaya yang direncanakan dengan biaya sebenarnya. Untuk mencapai produksi yang efisien, penting untuk mengelola biaya yang terkait dengan produksi secara efektif. Berdasarkan analisis Dewi, biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menunjang kegiatan operasionalnya. Biaya-biaya tersebut berperan penting dalam menentukan harga jual suatu produk sehingga berdampak pada proses produksi secara keseluruhan. (Nasiyra, 2022).

Salah satu hal yang sulit untuk dihadapi oleh pedagang adalah mengambil keputusan dalam penetapan harga jual. Menurut Mulyadi, harga jual merupakan sejumlah nilai uang yang menjadi kebutuhan untuk menghasilkan beberapa macam barang atau produk. Sebelum menetapkan harga jual perlu

untuk mempertimbangkan hal-hal seperti biaya, permintaan pasar, situasi persaingan, dan strategi. karena pendapatan harus bisa menutupi biaya guna untuk memperoleh laba. laba merupakan perbandingan antara pendapatan dengan biaya-biaya dalam jangka waktu tertentu, selain itu laba juga dapat dijadikan sebagai dasar pengenaan pajak, kebijakan deviden, pedoman investasi, dan pengambilan keputusan (Amshari dalam Istiqomah, 2019). Berdasarkan uraian tersebut maka penulis mengangkat judul **“Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba Penjualan pada UMKM Basreng Sip Ngemil di Praya”**.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap laba penjualan pada UMKM Basreng Sip Ngemil ?
2. Apakah harga jual berpengaruh terhadap laba penjualan pada UMKM Basreng Sip Ngemil ?
3. Apakah biaya produksi dan harga jual berpengaruh secara simultan terhadap laba penjualan pada UMKM Basreng Sip Ngemil ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a) Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka dapat diketahui tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap laba penjual pada UMKM Basreng Sip Ngemil.

- 2) Untuk mengetahui bahwa harga jual berpengaruh terhadap laba penjualan pada UMKM Basreng Sip Ngemil.
- 3) Untuk mengetahui bahwa biaya produksi dan harga jual berpengaruh secara simultan terhadap laba penjualan pada UMKM Basreng Sip Ngemil.

b) Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

- a) Dengan adanya penelitian ini dapat menjadi sarana pembelajaran serta menambah pengetahuan dalam pengembangan usaha
- b) Peneliti berharap bahwa dari hasil penelitian ini dapat membantu pemilik usaha agar dapat mengembangkan usahanya dengan selalu memperhitungkan hal-hal seperti biaya produksi dan harga produk untuk mengantisipasi terjadinya kerugian.

2. Manfaat Teoritis

Dapat meenjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan menggunakan konsep yang sama seperti penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Laba Penjualan pada UMKM Basreng Sip Ngemil di Praya”

3. Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Maesaroh (2020) dengan judul Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Laba Penjualan pada UMKM Pembuatan Dandang Barokah Jaya di Dusun Kesambi Porong Sidoarjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi kuantitatif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa analisis menunjukkan pengaruh biaya produksi (X1) terhadap keuntungan tidak signifikan, sedangkan pengaruh harga jual (X2) terhadap keuntungan ditemukan signifikan. Pengujian secara simultan kedua variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba. Penelitian ini memiliki persamaan variabel yaitu biaya produksi, harga jual, dan keuntungan. Selain itu teknik analisis data sama-sama menggunakan analisis regresi linear berganda. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu menggunakan metode korelasi dan penelitian terdahulu memiliki objek penelitian yaitu UMKM peralatan sedangkan penelitian ini meneliti objek UMKM produk makanan.
2. Dewi, dkk (2021) dengan judul Biaya Produksi, Harga Jual Terhadap Laba Bersih (Studi Kasus: Industri Rumahan Jamu Serbuk Tradisional Desa Cikuya). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian ini bersifat menanyakan

hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi dan harga jual berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap laba bersih. Persamaan dengan penelitian ini adalah Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel biaya produksi, harga jual, dan laba penjualan. Selain itu teknik analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan analisis regresi linear berganda. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian terdahulu tidak menggunakan data primer sedangkan pada penelitian ini menggunakan data primer.

3. Wandani, dkk (2021) dengan judul Pengaruh Biaya Produksi terhadap Laba Usaha Puding Lamota. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan secara sistematis objek yang diteliti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata labausaha pada tiga periode produksi sebesar Rp1.080.666 dan rata-rata biaya produksisebesar Rp 2.383.333. Selain itu penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada biaya produksi terhadap laba usaha Puding Lamota. Persamaan dengan penelitian ini yaitu dalam penelitian ini sama-sama menggunakan jenis data kuantitatif dan memiliki variabel yang sama yaitu biaya produksi dan laba penjualan. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini tidak menggunakan variabel harga jual dan teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana.

4. Sari (2019) dengan judul Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Tingkat Keuntungan Home Industri Kripik Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Home Industry Kripik Pisang Di Kecamatan Way Sulan Kabupaten Lampung Selatan). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara biaya produksi dan harga jual terhadap tingkat keuntungan. Seorang pengusaha harus mengevaluasi biaya produksi secara menyeluruh dan menentukan harga jual secara strategis untuk menjamin pendapatan yang berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya menguntungkan industri rumah tangga dan tenaga kerja, namun juga konsumen. Persamaan dengan penelitian ini adalah metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Sedangkan perbedaannya adalah lokasi penelitian pada penelitian terdahulu adalah di Kecamatan Way Sulan, Kabupaten Lampung Selatan dengan Studi kasus pada Home Industry Kripik Pisang. Sedangkan penelitian ini meneliti di Praya, Kabupaten Lombok Tengah pada UMKM Basreng Sip Ngemil.

2.2. Landasan Teori

A. Pengertian dan Ruang Lingkup Biaya Produksi

1) Definisi Biaya Produksi

Menurut Bustami dalam Fabiana Meijon Fadul (2019), Biaya produksi adalah alokasi anggaran yang digunakan dalam kegiatan produksi, yang

melibatkan bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Pengeluaran ini memegang peranan penting dalam perhitungan yang efisien, karena dapat mempengaruhi penentuan harga jual produk yang akan dipasarkan.

Menurut Harnanto dalam Aripin and Aziz (2019) mendefinisikan biaya produksi adalah pengeluaran yang berhubungan dengan pembuatan barang, termasuk biaya langsung dan biaya tidak langsung dimana dapat diidentifikasi dengan kegiatan transformasi bahan mentah menjadi produk jadi. Menurut Riwayandi dalam Agustiani (2019), Biaya produksi, juga dikenal sebagai biaya produksi, yang berarti adalah pengeluaran yang terkait dengan proses produksi. Biaya produksi mencakup biaya yang terkait dengan bahan baku, tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Berdasarkan definisi yang diberikan, jelas bahwa biaya produksi mencakup biaya-biaya yang berkaitan dengan transformasi bahan mentah menjadi produk akhir yang siap untuk dijual.

Menurut Mulyadi dalam Sari, dan Arifin (2021) disebutkan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengubah bahan mentah menjadi produk jadi yang siap dipasarkan. Biasanya, biaya yang terkait dengan produksi dapat dipecah menjadi bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead. Menurut Sukirno, biaya produksi adalah pengeluaran yang dikeluarkan suatu perusahaan untuk memperoleh bahan baku dan sumber daya yang diperlukan untuk produksi suatu barang.

Menurut Kuswadi dalam Suharya *et al* (2021) dibahas tentang konsep biaya produksi. Biaya ini dikaitkan dengan perhitungan harga pokok produksi atau harga pokok penjualan. Biaya yang terkait dengan produksi atau penjualan meliputi bahan baku, bahan penolong, tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi mencakup seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan mulai dari perolehan bahan baku hingga penyelesaian produk siap dipasarkan atau sudah diproduksi.

2. Indikator Biaya Produksi

Menurut Mulyadi dalam Setiawati (2009) mengatakan bahwa usaha produksi yang dilakukan dalam suatu perusahaan mempunyai 3 unsur pokok yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

a) Biaya Bahan Baku

Bahan baku sangat penting untuk proses produksi karena berfungsi sebagai elemen utama yang dibutuhkan. Biaya produksi yaitu sejumlah anggaran yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi untuk mendapatkan bahan yang akan diolah menjadi produk yang siap untuk dijual. Perusahaan dapat memperoleh bahan baku melalui pemasok lokal, impor, atau dengan melakukan pembelian sendiri.

b) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan anggaran yang menjadi tanggungan perusahaan untuk membayar gaji karyawan pada bagian produksi. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang sangat erat hubungannya dalam proses produksi secara langsung.

c) Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik (*factory overhead cost*) adalah salah satu komponen yang terdapat dalam melakukan proses produksi, tetapi diluar dari bahan baku, tenaga kerja langsung. Biaya overhead ini sering sekali muncul karena adanya biaya bahan tambahan, pajak, dan biaya lainnya.

3. Jenis-jenis Biaya Produksi

Menurut Sugianto dalam Sahla (2020), membahas tentang kategorisasi biaya produksi menjadi biaya jangka pendek dan jangka panjang.

a) Biaya produksi jangka pendek,

Perhitungan biaya yang menunjukkan sebagian dari faktor produksi tidak dapat ditambah jumlahnya dikarenakan faktor produksi bersifat tetap sehingga tidak dapat berubah.

b) Biaya produksi jangka Panjang

Perhitungan biaya yang menunjukkan seluruh faktor produksi dapat dapat mengalami perubahan dikarenakan faktor produksi bersifat berubah.

B. Pengertian dan Ruang Lingkup Harga Jual

1) Definisi Harga Jual

Dalam teori Ekonomi yang dikutip pada Fabiana Meijon Fadul (2019), harga mencerminkan nilai dan manfaat suatu barang, yang merujuk pada hubungan saling keterkaitan. Manfaat di sini mengacu pada atribut dari suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ekspresi kuantitatif mengenai kegunaan produk untuk menetapkan nilai dalam pertukaran ekonomi.

Menurut Kotler & Armstrong dalam Anisya (2020), harga (*price*) adalah jumlah seluruh nilai yang diberikan kepada konsumen guna agar konsumen bisa mendapatkan suatu keuntungan dalam memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Putri (2021), harga adalah suatu barang atau jasa mengacu pada nilai moneter yang dibayarkan konsumen sebagai imbalan atas manfaat dan penggunaan produk atau jasa. Sebagaimana diungkapkan Lilik dalam Maesaroh (2020), harga jual mengacu pada nilai moneter yang dibebankan suatu bisnis kepada pelanggannya atas produk atau layanan yang mereka beli. Sebagaimana diungkapkan Mulyadi dalam Ansori (2015), harga jual ditentukan dengan menambahkan biaya produksi terhadap keuntungan yang diharapkan perusahaan. Harga jual (*selling price*) adalah harga jual dimana biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan distribusi, sebesar keuntungan yang diinginkan (Aliminsyah dan Padji dalam Puspitaningrum, 2006).

2) Indikator Harga

Harga suatu produk mengacu pada nilai moneter yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh atau memilikinya, dengan mempertimbangkan manfaat dan kegunaannya. Indikator yang menjadi ciri harga menurut Kotler dan Keller dalam Amelisa, Yonaldi, and Mayasari (2016) adalah :

1. Keterjangkauan harga
2. Daya saing harga
3. Harga mempengaruhi daya beli konsumen

Menurut Kotler dalam Suri Amilia (2017), Indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga yaitu upaya yang dilakukan oleh produsen dengan menyesuaikan kemampuan konsumen dalam membeli suatu produk. Konsumen mempunyai ekspektasi tertentu mengenai harga yang mereka anggap terjangkau ketika melakukan pembelian.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kesesuaian harga dengan kualitas produk merupakan faktor penetapan harga yang dilakukan oleh produsen berdasarkan dengan tingkatan kualitas produk yang dapat diterima konsumen. Dalam hal ini konsumen memiliki pandangan dimana harga yang lebih tinggi karena kualitasnya yang unggul. Meski demikian, konsumen lebih memilih produk dengan harga terjangkau dan juga memenuhi standar kualitas tinggi.

3. Daya saing harga

Daya saing harga merupakan perbedaan penawaran harga yang diberikan oleh produsen kepada konsumen terhadap suatu produk yang sama. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen ketika ingin membeli produk tersebut. Perusahaan menentukan harga jual produknya dengan memperhitungkan harga produk pesaingnya, sehingga menjamin posisi kompetitif di pasar.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Kesesuaian harga dengan manfaat yaitu faktor penetapan harga yang dilakukan oleh produsen yang sesuai dengan keinginan konsumen dalam memperoleh manfaat dari produk. Konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk apabila manfaat yang dirasakan lebih besar atau sebanding dengan yang dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan mempertimbangkan saat melakukan pembelian ulang. Maka dari itu, konsumen seringkali lebih mengutamakan manfaat suatu produk dibandingkan harganya.

3) Tujuan Penetapan Harga Jual

Adapun tujuan dalam penetapan harga menurut Tjiptono dalam Alma (2018) ada empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu :

a. Tujuan Berorientasi pada laba

Menurut teori ekonomi klasik, individu secara konsisten memilih harga

yang menghasilkan keuntungan terbesar. Tujuannya biasanya disebut sebagai maksimalisasi keuntungan.

b. Tujuan yang berorientasi pada volume

Beberapa perusahaan, selain mengejar tujuan yang berorientasi pada keuntungan, juga menetapkan harga berdasarkan tujuan berorientasi volume tertentu, yang biasa disebut dengan tujuan penetapan harga volume. Strategi penetapan harga dirancang untuk memenuhi target penjualan, nilai penjualan, atau tujuan pangsa pasar.

c. Tujuan Berorientasi Pada Citra (*Image*)

Beberapa perusahaan mungkin menetapkan harga yang lebih tinggi untuk membangun dan mempertahankan citra yang memiliki reputasi baik. Pada saat yang sama, harga yang terjangkau dapat digunakan untuk membangun persepsi tertentu mengenai nilai, misalnya dengan memastikan bahwa harga tersebut paling kompetitif di wilayah tertentu. Intinya, tujuan penetapan harga tinggi dan rendah adalah untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan rangkaian produk perusahaan.

d. Tujuan Stabilisasi Harga

Di pasar dimana sensitivitas harga tinggi, ketika satu perusahaan menurunkan harga, pesaingnya juga akan mengikuti dan menurunkan harga mereka. Pembentukan target harga pada industri tertentu dengan produk yang terstandarisasi dipengaruhi oleh kondisi tersebut. Tujuan mencapai stabilisasi melibatkan penetapan harga yang terkait dengan

harga perusahaan-perusahaan terkemuka di industri.

e. Tujuan-Tujuan Lainnya

Harga dapat ditentukan karena berbagai alasan, seperti berpartisipasi dalam kompetisi, meningkatkan loyalitas pelanggan, mendorong penjualan berulang, atau menghindari intervensi pemerintah. Organisasi nirlaba dapat menetapkan target penetapan harga untuk menutupi biaya atau menilai biaya sosial. Tujuan penetapan harga yang disebutkan di atas mempunyai implikasi yang signifikan terhadap strategi bersaing perusahaan. Sasarannya harus selaras dengan posisi strategis perusahaan dalam lanskap persaingan.

4) Faktor -Faktor Penentuan Harga Jual

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Brusly (2018), keputusan penetapan harga dipengaruhi oleh dua faktor utama: faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal.

a. Faktor Internal Perusahaan

1. Tujuan pemasaran

Penetapan harga terutama dipengaruhi oleh tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan perusahaan dapat mencakup memaksimalkan keuntungan, memastikan kelangsungan hidup, mencapai pangsa pasar yang signifikan, membangun kepemimpinan yang berkualitas, mengungguli pesaing, dan memenuhi tanggung jawab sosial.

2. Strategi Bauran Pemasaran

Harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran. Oleh

karena itu, penting untuk memastikan bahwa harga selaras dan selaras dengan elemen bauran pemasaran lainnya, seperti produk, distribusi, dan promosi.

3. Biaya

Biaya menjadi pertimbangan penting dalam menentukan harga terendah untuk mencegah potensi kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memperhatikannya dalam hal struktur biaya (tetap dan variabel) dan jenis biaya lainnya misalnya biaya yang dikeluarkan sendiri seperti biaya tambahan, biaya peluang, dan biaya penggantian.

4. Struktur organisasi

Keputusan mengenai individu yang bertanggung jawab untuk menetapkan harga dalam organisasi berada di tangan manajemen. Setiap organisasi memiliki pendekatan uniknya sendiri dalam menangani masalah penetapan harga. Di perusahaan kecil, harga biasanya ditentukan oleh manajemen tingkat atas, dan di perusahaan besar, masalah penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer departemen atau lini produk.

b. Faktor Lingkungan Eksternal

1. Sifat pasar dan permintaan

Sangat penting bagi setiap perusahaan untuk memiliki pemahaman komprehensif tentang pasar dan permintaan yang dihadapinya, termasuk adanya persaingan sempurna, persaingan monopolistik,

oligopoli, atau monopoli antar pesaing. Faktor penting lainnya yang perlu dipertimbangkan adalah tingkat ketahanan yang dibutuhkan.

2. Persaingan

Ada lima kekuatan utama persaingan industri, yaitu persaingan dalam industri terkait, produk pengganti, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru.

C. Pengertian dan Ruang Lingkup Laba

1) Definisi Laba

Menurut Simamora dalam J. Wild (2003) Laba adalah hasil pendapatan melebihi biaya. Ini berfungsi sebagai pembeda yang jelas antara keduanya. Keuntungan dihitung dengan mengurangi biaya dan kerugian dari pendapatan. Laba ditentukan oleh tingkat aktivitas operasional dan dihitung dengan menggunakan metode akuntansi akrual.

2) Jenis – jenis laba

Menurut Supriyono dalam Suharya *et al* (2021) Ada berbagai jenis keuntungan yang diperhitungkan saat menghitung laba:

a. Laba kotor

Laba kotor dihitung dengan mengurangi harga pokok penjualan dari pendapatan penjualan.

b. Laba dari operasi

Laba operasional dihitung dengan mengurangi total biaya operasional dari laba keseluruhan.

c. Laba bersih

Laba bersih adalah jumlah akhir dalam perhitungan laba, yang diperoleh dengan menjumlahkan pendapatan operasional dan pendapatan lain-lain, kemudian dikurangi dengan biaya-biaya lain.

3) Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Laba

Menurut Mulyadi dalam Suharya *et al* (2021) faktor yang mempengaruhi laba diantaranya yaitu :

a. Biaya

Biaya yang terkait dengan perolehan dan penanganan suatu produk atau layanan akan berdampak pada harga eceran produk tersebut.

b. Volume penjualan dan produksi

Volume penjualan berdampak langsung pada volume produksi, yang selanjutnya mempengaruhi biaya produksi.

c. Harga jual

Harga jual suatu produk atau jasa ditentukan oleh volume penjualan produk atau jasa tersebut.

4) Unsur-Unsur Laba

Menurut Supriyono dalam Suharya *et al* (2021) unsur-unsur laba dikelompokkan menjadi beberapa golongan, yaitu :

a. Pendapatan

Pendapatan adalah bentuk peningkatan kegiatan perusahaan atau penurunan kewajiban dalam periode tertentu. Hal ini bisa didapatkan dari hasil kegiatan operasional seperti penjualan barang produksi.

b. Beban

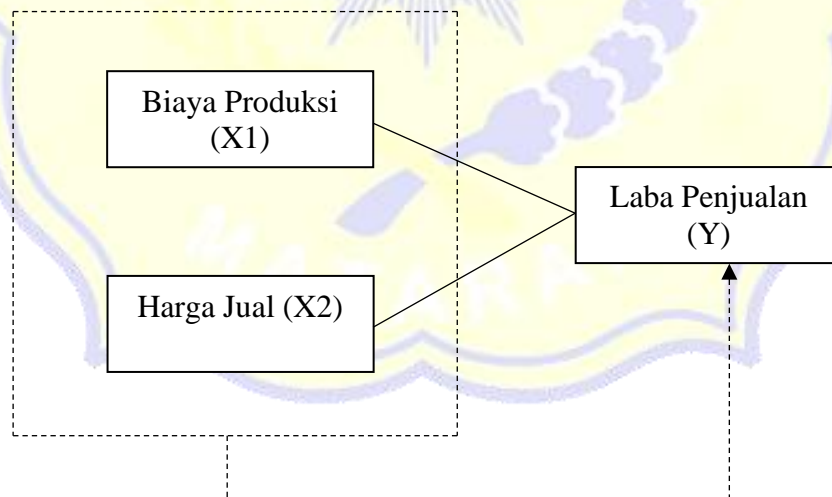
Beban merupakan penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi, baik melalui penggunaan atau pengurangan aset, atau pengambilan liabilitas. Hal ini pada akhirnya menyebabkan penurunan ekuitas, tanpa adanya distribusi kepada investor.

c. Penghasilan

Pendapatan yaitu unsur yang meliputi keuntungan dan pendapatan. Unsur ini merupakan arus masuk bruto yang dihasilkan dari kegunaan ekonomi. Hal ini disebabkan karena adanya aktivitas normal suatu perusahaan yang terjadi selama periode tertentu.

2.3. Kerangka Berpikir

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dilihat bahwa kerangka berpikir yang dapat digambarkan yaitu sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Ketetangan :

—————▶ Garis Parsial

-----▶ Garis Simultan

2.4. Hipotesis

Hipotesis adalah tanggapan sementara atau penyelidikan terhadap rumusan masalah penelitian, yang didasarkan pada bukti empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. (Sugiyono dalam Santika, 2022).

Berdasarkan perumusan masalah diatas penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 1 :

Ho : Biaya Produksi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan

Ha : Biaya Produksi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan

Hipotesis 2 :

Ho : Harga Jual secara parsil tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan

Ha : Harga Jual secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan

Hipotesis 3 :

Ho : Biaya Produksi dan Harga Jual secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan

Ha : Biaya Produksi dan Harga Jual secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Laba Penjualan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam Oktaviana, Yuli, dan Noch (2018), Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang mengadopsi filosofi positivis dan digunakan untuk mengkaji suatu populasi atau sampel tertentu. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan penggunaan instrumen penelitian. Selanjutnya, analisis data dalam penelitian kuantitatif umumnya bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ditempat produksi UMKM Basreng Sipngemil yaitu di Kelurahan Tiwu Galih, Kecamatan Praya, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB). Penelitian ini dilaksanakan setelah adanya izin penelitian, dimana penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang lebih dua bulan dimulai dari bulan November 2023 – Februari 2024.

3.3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yang merujuk pada informasi atau data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Data kuantitatif dapat diolah dengan melakukan analisis menggunakan metode statistik atau dapat juga dihitung menggunakan rumus matematika.

Menurut Sugiyono dalam Alifa, I., & Normansyah (2020), Data kuantitatif adalah metode penelitian yang memanfaatkan angka-angka dan berlandaskan pada paradigma positivistik yang menekankan pada data konkret. Dalam penelitian ini, data berupa angka akan diukur menggunakan alat statistik sebagai sarana untuk menguji perhitungan yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti, dengan tujuan untuk mengambil kesimpulan.

b. Sumber Data

Menurut Sugiyono dalam Alifa, I., & Normansyah (2020), dalam proses pengumpulan data, penelitian mengambil data dari dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber informasi berharga yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Informasi ini dikumpulkan langsung dari sumber utama atau lokasi penelitian asli. Di sisi lain, data sekunder merujuk pada sumber informasi yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, melainkan melalui individu atau perantara. (Sugiyono dalam Alifa, I., & Normansyah (2020).

3.4. Identifikasi dan Definisi Operasional

a) Variabel Penelitian

Sebagaimana diungkapkan Sugiyono dalam Hermawan (2018), variabel penelitian mencakup seluruh aspek yang peneliti pilih untuk dipelajari guna mengumpulkan informasi dan menarik kesimpulan.

Mengingat permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini, maka kita dapat mengidentifikasi variabel-variabel sebagai berikut:

1) Variabel Independen/Variabel Bebas

Variabel independen dalam bahasa Indonesia biasa disebut dengan variabel independen. Variabel independen adalah faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen. (Sugiyono, 2019). Penelitian ini berfokus pada dua variabel independen yaitu biaya produksi (X1) dan harga jual (X2).

2) Variabel Dependen/Variabel Terikat (Y)

Variabel yang dipengaruhi oleh faktor lain dalam bahasa Indonesia biasa disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, karena merupakan akibat dari hadirnya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah laba penjualan (Y).

b) Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian mengacu pada karakteristik atau nilai tertentu yang diberikan pada suatu objek atau kegiatan, yang dipilih dengan cermat oleh peneliti untuk tujuan studi dan penarikan kesimpulan.

1. Biaya Produksi (X₁)

Menurut Kuswadi dkk (2021), disebutkan bahwa biaya produksi meliputi biaya-biaya yang berkaitan dengan penghitungan biaya produksi atau biaya pokok penjualan. Biaya yang terkait dengan produksi atau penjualan meliputi bahan baku, bahan penolong, tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

Menurut Mulyadi dalam Setiawati (2009), indikator biaya produksidikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu :

- a. Biaya bahan baku
- b. Biaya tenaga kerja
- c. Biaya overhead pabrik

2. Harga Jual (X_2)

Menurut Kotler & Armstrong dalam Anisya, Riska (2020), harga (*price*) adalah jumlah seluruh nilai yang diberikan kepada konsumen, guna agar konsumem bisa mendapatkan suatu keuntungan dalam memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dalam Suri Amilia (2017), Indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut :

- a. Keterjangkuan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat

3. Laba Penjualan (Y)

Menurut Simamora dalam J. Wild (2003), Laba merupakan suatu yang membedakan antara pendapatan dengan beban, apabila pendapatan melebihi beban maka dari itu hasilnya yaitu laba bersih. Menurut Supriyono dalam Suharya *et al* (2021) unsur-unsur laba dikelompokkan menjadi beberapa golongan, yaitu :

- a. Pendapatan
- b. Beban
- c. Penghasilan

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan angket kemudian mengajukan pertanyaan yang dapat mendapatkan informasi peneliti dengan melakukan wawancara. Wawancara dalam penelitian ini mengarah pada pertanyaan yang berhubungan dengan biaya produksi seperti biaya bahan baku dan biaya lainnya, setelah itu peneliti melakukan dokumentasi sebagai bukti penelitian.

3.6. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono dalam Fabiana Meijon Fadul (2019), Populasi merujuk pada sekelompok objek atau subjek tertentu yang memiliki karakteristik kualitas tertentu, yang diidentifikasi oleh peneliti untuk keperluan studi dan analisis. Definisi populasi tidak hanya mencakup manusia, melainkan juga mencakup benda mati dan elemen alam lainnya. Populasi tidak hanya merujuk pada jumlah objek atau subjek yang sedang diteliti, tetapi juga mencakup semua sifat yang melekat pada objek tersebut. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Praya, Kabupaten Lombok Tengah, dengan responden terdiri dari tim dan pelanggan UMKM Basreng Sip Ngemil, yang berjumlah 50 responden.

b. Sampel

Menurut Sugiyono dalam Fabiana Meijon Fadul (2019), Menjelaskan bahwa dalam kaitannya dengan populasi, ukuran dan ciri-ciri sampel menjadi hal penting. Ketika menangani populasi yang besar, peneliti dihadapkan pada kesulitan dalam memahami seluruh aspek populasi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan sampel dari populasi yang dianggap mewakili secara luas. Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel yang mengandalkan kriteria spesifik untuk menentukan sampelnya. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini diuraikan di bawah ini:

1. Tim dari UMKM Basreng Sip Ngemil
2. Pelanggan Basreng Sip Ngemil.

Dari kriteria di atas maka sampel pada penelitian ini berjumlah 50 responden. UMKM Basreng Sip Ngemil yang berada di Kecamatan Praya ini sudah berlangsung sekurang-kurangnya selama 3 tahun dan memiliki 25 orang tim UMKM Basreng Sip Ngemil.

3.7. Teknik Analisis Data

a. Uji Kualitas Data

Penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner sebagai metode untuk mengevaluasi kualitas data. Partisipasi dan akurasi responden dalam mengisi kuesioner sangat berpengaruh dalam menjamin kehandalan hasilnya. Tingkat keakuratan suatu tanggapan terutama bergantung pada alat ukur yang digunakan. Dalam menilai kualitas data, digunakan dua

konsep utama, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas merujuk pada evaluasi terhadap kemampuan kuesioner dalam mengukur variabel yang dimaksud secara tepat dan kemampuan untuk membuat kesimpulan berdasarkan data yang dapat dipercaya. Uji ini dimaksudkan untuk menilai apakah suatu kuesioner dianggap valid sebagai instrumen pengukuran. Validitas kuesioner tercapai jika alat tersebut dengan akurat mengukur inti permasalahan yang diinginkan dengan jelas dan tepat. (Ghozali, 2018)

2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan instrumen berharga yang digunakan untuk mengevaluasi ketepatan, konsistensi, dan ketergantungan suatu kuesioner. Tujuan dari uji reliabilitas ini adalah untuk menilai efektivitas dan konsistensi kuesioner yang telah dirancang. Suatu instrumen pengukur dianggap reliabel jika stabil dan dapat diandalkan untuk tujuan peramalan. Konsistensi yang diperoleh dari data yang diukur secara reliabel mencakup hasil yang tetap konsisten, tidak peduli seberapa sering instrumen tersebut digunakan atau seberapa sering peneliti terlibat. Pengujian reliabilitas melibatkan penerapan teknik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Jika nilai Cronbach Alpha menurun di bawah 0,6, hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel yang diamati mungkin kurang dapat

diandalkan. (Ghozali, 2018)

b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis Regresi Linier Berganda, perlu dilakukan penilaian asumsi klasik antara lain melakukan uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas. (Ghozali, 2018).

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi penyebaran variabel pengganggu atau residu dalam suatu model regresi, yang sangat penting agar data yang digunakan dalam model regresi memiliki distribusi yang bersifat normal (Ghozali, 2018). Uji statistik nonparametrik Kolmogorov-Smirnov dapat diterapkan untuk menilai normalitas suatu distribusi. Jika nilai probabilitas dalam tabel melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal. Sebaliknya, jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05, dapat diinterpretasikan bahwa data tidak mengikuti distribusi normal. (Ghozali, 2018).

2) Uji Multikolonieritas

Tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menilai apakah terdapat keterkaitan antara variabel independen. Salah satu metode untuk mengidentifikasi multikolinearitas adalah melalui pemeriksaan nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai toleransi melebihi 0,10 atau nilai VIF berada di bawah 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel independen. (Ghozali dalam Romer, 2020)

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi potensi variasi varians di antara sisa-sisa pengamatan yang berbeda dalam model regresi. Homoskedastisitas merujuk pada kondisi di mana varians residu tetap konstan di seluruh observasi, sedangkan heteroskedastisitas terjadi ketika varians berbeda di antara observasi. Model regresi yang optimal memastikan ketiadaan homoskedastisitas maupun heteroskedastisitas. Uji signifikansi pada variabel independen dapat digunakan untuk menilai keberadaan heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05, menandakan adanya heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, menunjukkan ketiadaan heteroskedastisitas. (Ghozali dalam Romer, 2020)

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana beberapa variabel independen secara bersamaan memengaruhi suatu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda mencerminkan keterkaitan linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Dalam menggunakan analisis regresi linier berganda, kita menentukan dampaknya dengan menghitung nilai Y sebagai variabel terkait dan melakukan estimasi terhadap nilai-nilai yang terkait dengan X yang mewakili variabel bebas. (Ghozali dalam Romer, 2020). Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Laba Penjualan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Biaya Produksi

β_2 = Koefisien Regresi Harga Jual

X_1 = Variabel Biaya Produksi

X_2 = Variabel Harga Jual

e = Standar Error

d. Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (Uji Parsial) digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas X_1 dan X_2 terhadap variabel terikat Y . Untuk menghitung nilai t tabel, rumus yang digunakan adalah $t = df$, dimana df mengindikasikan derajat kebebasan yang setara dengan $n-1$. Perhitungan ini dilakukan untuk uji satu sisi dengan tingkat signifikansi 0,05. Kriteria hipotesisnya adalah :

- a) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau t hitung melebihi nilai t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial atau individual dari variabel X terhadap Y .
- b) Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau t hitung lebih rendah dari nilai t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial atau individual antara variabel X dan Y .

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F (uji simultan) digunakan untuk menilai apakah variabel bebas X_1 memiliki pengaruh secara bersamaan. Untuk menentukan nilai F tabel, dapat menggunakan rumus $F = V_1 = k$, $V_2 = n - k - 1$. Kriteria hipotesisnya adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau nilai F hitung melebihi nilai F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh bersamaan antara variabel X dan variabel Y.
- b) Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau nilai F hitung lebih rendah dari nilai F tabel, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh bersamaan antara variabel X dan variabel Y.

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa besar variasi variabel terikat dapat dijelaskan. Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memproyeksikan fluktuasi variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis determinasi untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen. (Ghozali, 2018).