BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS 18.0, dapat dipergunakan untuk menjelaskan rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini. Penjelasan tersebut diantaranya sebagai berikut :

A. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Parut Listrik Pada Perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa biaya produksi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penetapan harga jual parut listrik di perusahaan Timbul Jaya. Melihat nilai yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa, setiap kenaikan biaya produksi berbanding lurus dengan kenaikan harga jual. Maka hal ini bermaksud jika biaya produksi mengalami kenaikan maka penetapan harga jual parut listrik juga mengalami kenaikan, begitupun sebaliknya jika biaya produksi mengalami penurunan maka penetapan harga jual parut listrik juga mengalami penurunan.

Penelitian ini sejalan dengan teori mengenai biaya produksi yang ada. Bahwa biaya produksi merupakan biaya yang memiliki pengaruh langsung terhadap penetapan harga suatu produk.[1] Pada biaya produksi merupakan keseluruhan dari biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang tujuannya

[1]Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, (Yogyakarta : UPP STIM YPKN, 2010), Hal. 14

dipergunakan untuk suatu proses produksi yang memiliki tujuan untuk menghasilkan suatu barang atau produk yang akan diperjualkan dipasaran.

Hal ini mendukung secara konsisten oleh hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Tismona Avelia dan Renil Septiano, berdasarkan penelitiannya yang menggunakan variabel biaya produksi memiliki terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel biaya roduksi terhadap harga jual pada Usaha Baru Jaya Teknik Periode 2015-2017.[2] Kemudian juga mendukung secara konsisten oleh penelitian yang dilakukan oleh Uni Fiana Silalahi dan Arnah Ritongah yang juga menyatakan bahwa biaya produksi pengaruh yang signifikan antara Biaya Produksi terhadap harga Penjualan Bubuk Teh dari hasil pengujian hipotesis secara parsial dikarenakan perkembangan harga penjualan bubuk selama lima tahun mulai dari tahun 2011-2015 adalah meningkat.[3] Penelitian yang dilakukan oleh Asep Mulyana disini dinyatakan penelitian ini biaya produksi agar lebih berperan siginifikan dalam meningkatkan laba usaha secara positif namun tetap memperhatikan keefisienan penambahan biaya produksi.[4] Selain itu dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi Satria Saputra, menyatakan jika penelitian ini biaya produksi memberikan kontribusi terhadap harga jual akan tetapi setiap kenaikan biaya produksi akan diikuti pula dengan kenaikan harga jual dan

---

[2] Tismona Avelia dan Renil Septiano, "Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi Dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual (Studi Kasus Pada Usaha Baru Jaya Teknik Periode 2015-2017)", (Padang : Jurnal Diterbitkan, 2017), hal. 8-9

[3] Uni Fiana Silalah Dan Arna Ritongah, *"Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Penjualan Bubuk Teh Pada PT. Perkebunan Nusantara Iv Tobasari Sidamanik",* (Me
dan ; Jurnal Diterbitkan, 2017), hal 83-84, VOL. 03 NO. 1 P-ISSNN : 2443-0366, E-ISSSN : 2528-0279

[4] Asep Mulyana, *"Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Lab Ausaha Samsung Co Tahun 2009-2015,"* (Bandung : Jurnal Manajemen, 2017), hal. 185

penurunan biaya produksi akan diikuti pula dengan penurunan harga jual.[5] Selanjutnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Yonnade Arga Putra**,** dengan penelitiannya menyatakan bahwasanya penelitian ini Ada pengaruh biaya produksi terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar.[6]

Sejalan dengan teori dan penelitian terdahulu diatas peneliti menemukan fakta yang terjadi pada perusahaan Timbul Jaya bahwa biaya produksi yang dikeluarkan untuk pembuatan parut listrik memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap penetapan harga jual parut listrik, hal ini dikarenakan jika biaya produksi mengalami kenaikan maka penetapan harga jual parut listrik yang dilakukan oleh perusahaan Timbul Jaya Ngunut Tulungangung juga mengalami kenaikan, begitupun sebaliknya jika biaya produksi mengalami penurunan maka penetapan harga jual parut listrik yang dilakukan oleh perusahaan Timbul Jaya Ngunut Tulungangung juga mengalami penurunan. Maka dari itu besarnya biaya produksi sangat diperhatikan oleh perusahaan Timbul Jaya. Pada perusahaan Timbul Jaya mereka menerapkannya pada biaya bahan bakunya yang terdapat pada dynamo yang digunakan, disini perusahaan Timbul Jaya yang didatangkan langsung dynamo yang berasal dari negeri Cina, sehingga dapat menekan besarnya biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan Timbul Jaya.

---

[5] Devi Satria Saputra, *"Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Produk Marmer Pada Politeknik Aceh Selatan",* (Aceh : Jurnal Inotera, 2016), Hal 26, Vol. 1, No. 1

[6] Yonnade Arga Putra*, "Analisis Pengaruh Biaya Produksi Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan"*, (Karanganyar : Artikel Publikasi Ilmiah, 2014), Hal. 4

B. Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Penetapan Harga Jual Parut Listrik Pada Perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa biaya distribusi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penetapan harga jual parut listrik di perusahaan Timbul Jaya. Dapat terlihat dari hasil yang diperoleh maka dapat ditarik kesimpulan bahwa, setiap kenaikan biaya distribusi maka penetapan harga jual parut listrik juga mengalami kenaikan, begitupun sebaliknya jika biaya distribusi mengalami penurunan maka penetapan harga jual juga mengalami penurunan. Jadi kedua variabel antara biaya distribusi dan penetapan harga jual saling mempengaruhi satu sama lain.

Hal ini mendung teori yang ada bahwa biaya distribusi merupakan bagian dari keseluruhan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan.[7] Biaya distribusi yang dikeluarkan oleh perusahaan digunakan oleh perusahaan Timbul Jaya untuk menyalurkan parut listrik yang sudah siap dipasarkan kepada pihak konsumen, baik berupa pemindahan hak sampai ke pemindahan kepemilikan suatu barang.

Penelitian ini mendukung secara konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiani Berlian Sinaga yang menyatakan bahwa Biaya Distribusi berpengaruh positif signifikan terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek

[7] Mulyadi, *Akuntansi Biaya* : *Edisi Ke Lima*……, Hal. 488

Indonesia periode 2009-2014, dimana setiap kenaikan pada Biaya Distribusi maka akan menaikan Penjualan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2009-2014.[8] Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Dick Denmas, yang menyatakan bahwa variabel biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan.[9] Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni Lupitasari yang menyatakan bahwa biaya distribusi selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya mulai dari tahun 2011-2013 serta terdapat pengaruh positif biaya distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Salama Nusantara.[10]

Pada hal ini peneliti menemukan fakta di perusahaan Timbul Jaya bahwa biaya distribusi memiliki pengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik yang dilakukan oleh perusahaan Timbul Jaya Ngunut Tulungangung. Hal ini sejalan dengan teori dan penelitian terdahulu yang ada. Dengan pengamatan dilapangan biaya distribusi dimaksukkan ke dalam perhitungan terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya, dikarenakan oleh banyaknya parut listrik yang diminati konsumen serta dalam mendistribusikan parut listrik tersebut menggunakan biaya dari perusahaan Timbul Jaya, maka dapat terlihat bahwa biaya distribusi merupakan bagian dari keseluruhan biaya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

---

[8] Setiani Berlin Sinaga, *"Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2009-2014)",* (Jakarta : Jurnal Diterbitkan, 2014), hal 14

[9] Dick Denmas, *"Pengaruh Biaya Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pt. Yhs Indonesia,"* (Bogor : Jurnal Ilmiah, 2014), Hal, 4-6

[10] Anggraeni Lupitasari, *"Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Salama Nusantara, Kulon Progo,"* (Yogyakarta : Jurnal Ilmiah, 2014), hal. 7

C. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penetapan Harga Jual Parut Listrik Pada Perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

Dari hasil pengujian biaya promosi ditemukan bahwa biaya promosi berpengaruh positif tetapi signifikan terhadap penetapan harga jual, akan tetapi biaya promosi memiliki perngaruh terhadap volume penjualan pada perusahaan Timbul Jaya Ngunut Tulungagung. Artinya meskipun biaya promosi mengalami kenaikan akan tetapi tidak memiliki pengaruh yang besar dalam penetapan harga jual, hal ini dikarena dalam biaya promosi pada perusahaan Timbul Jaya memiliki dampak atau pengaruh terhadap volume penjualan parut listriknya.

Penelitian ini mendukung teori yang mengemukakan bahwa kegiatan dalam bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang berisikan tentang suatu pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi dan mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara menarik minat konsumen.[11] Dalam hal ini biaya promosi sendiri adalah pengorbanan ekonomis yang menjadi beban perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosinya.

---

[11] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : , (CV Alvabeta, 2009), hal. 179

Hal ini mendukung secara konsisten oleh penelitian yang dilakukan oleh N.Dane, IPG. Sukatmaja dan IW. Budiasa dengan penelitian yang berjudul analisis pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan produk pada UD. Kopi Bali Banyuatis, Singaraja. Dalam penelitian ini biaya promosi secara parsial menyatakan biaya promosi penjualan secara parsial tidak signifikan terhadap nilai penjualan produk pada UD. Kopi Bali Banyuatis, Singaraja.[12]

Namun penelitian ini tidak mendukung secara konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Lie Lengkung Kusumawati. Hal ini menunjukkan bahwa variabel biaya promosi (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan (Y).[13] Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Menurut Yulitasari, menyatakan hasil dari penelitian ini yaitu strategi promosi yang dilakukan dengan periklanan, promosi penjualan, personal selling, dan publisitas, biaya promosi dan volume penjualan mengalami kenaikan dari tahun 2011-2013, dan hasil pengujian menghasilkan pengaruh signifikan biaya promosi terhadap volume penjualan.[14] Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiani Berlian Sinaga yang menyatakan bahwa biaya promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Penjualan pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman

---

[12] N.Dane, IPG. Sukatmaja dan IW. Budiasa, *Analisis Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Produk Pada UD. Kopi Bali Banyuatis, Singaraja.,* (Bali : Junal Manajemen Agribisnis, 2013), hal. 14,Vol. 01, No.01 ISSN 2355-0759

[13] Lie Lengkung Kusumawati, *"Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Roti Merk Pie Ganysha,"* (Kadiri : Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 2016), Hal. 1. VOL. 1, NO. 3, September 2016: 288-294

[14] Deavy Yulitasari, *"Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung,"* (Yogyakarta : Jurnal Tugas Akhir, 2014), Hal 7

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2014.[15] Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Dick Denmas, yang menyatakan bahwa variabel biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan.[16]

Dari hasil penelitian lapangan didapatkan beberapa faktor yang menjadi penyebab tidak berpengaruh sosialisasi terhadap kepatuhan yaitu, biaya traksportasi yang digunakan oleh perusahaan Timbul Jaya dalam mempromosikan parut listriknya dari satu agen ke agen lain atau bahkan dari satu toko ke took lain yang memakan biaya yang cukup besar. Bahkan dalam promosi parut listriknya tidak hanya di dalam wilayah Tulungagung saja tetapi sampai ke luar kota. Selain itu perusahaan Timbul Jaya dalam mepromosika parut listriknya juga dengan mengikuti bazar di pameran-pameran yang ada di wilayah Tulungagung dan di kota-kota terdekat dari Tulungagung. Dalam pameran ini juga memakan biaya yang cukup besar yang harus dikeluarkan oleh perusahaan Timbul Jaya. Dengan hal ini promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan Timbul Jaya berdampak pada volume penjual parut listrik yang setiap tahunya terus mengalami peningkatan, karena produk parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya lebih dikenal di pasaran.

---

[15] Setiani Berlin Sinaga, *"Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2009-2014"……*, hal 14

[16] Dick Denmas, *"Pengaruh Biaya Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pt. Yhs Indonesia,"*....., Hal, 4-6

D. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penetapan Harga Jual Parut Listrik Pada Perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan hasil pengolahan data didapat hasil tabel statistik nilai uji F yang lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi secara simultan berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Ngunut Tulungagung.

Dalam hal ini variabel biaya produksi secara parsial berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pasa perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Variabel biaya distribusi secara parsial berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pasa perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Sedangkan biaya promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pasa perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Akan tetapi, variabel biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi akan berpengaruh terhadap penetapan harga jual jika dilakukan secara bersamaan dan dalam waktu yang sama. Karena biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi akan saling melengkapi jika dilakukan dalam waktu yang sama.

Jadi dapat disimpulkan bahwa jika penetapan harga meningkat diiringi dengan biaya produksi, biaya diatribusi dan biaya promosi yang juga mengalami peningkatan secara bersama-sama. Sesuai dengan teori yang ada bahwa penetapan harga jual adalah nilai keseluruhan pengeluaran yang atau biaya yang harus dibebankan oleh suatu unit usaha atau perusahaan kepada pembeli atau pelanggan

atas barang dan jasa ysang dijual atau disehrahkan kepada pembeli atau pelanggan.[17] Dengan hal ini penetapan harga jual merupakan fungsi manajemen yang penting adalah menentukan harga produk atau jasa. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri dalam jangka panjang tergantung kepada keputusan dalam menetapkan harga jual sehingga terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam menetapkan harga, biaya, permintaan pasar, situasi persaingan, merupakan hal-hal yang harus dipertimbangkan, dan semuanya penting.

[17] R. A. Supriyono, *Akuntansi Manajemen*, (Yogyakarta : STIE YKPN, 1991), Hal. 332