

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Biaya Produksi terhadap Harga Jual Kerupuk Gadung Desa Pelem

Berdasarkan pengujian data, hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual. Signifikan disini berarti biaya produksi sangat berhubungan dengan harga jual, dengan hasil perhitungan statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,689 > 1,689$ dan hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil koefisiensi regresi variabel biaya produksi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara biaya produksi dengan harga jual, semakin naik biaya produksi maka semakin naik harga jual. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sebesar 1,089 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan biaya produksi mengalami kenaikan 1% maka harga jual akan mengalami kenaikan sebesar 1,809.

Hasil Penelitian ini didukung oleh Heniy yang menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh terhadap harga jual. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan dalam biaya produksi selalu diikuti dengan kenaikan harga jual, begitupun sebaliknya dalam setiap penurunan biaya produksi selalu diikuti pula penurunan harga jual.¹ Hasil

¹ Heniy Undaryani Dewi, *Pengaruh Biaya*, hlm. 179.

penelitian ini juga didukung oleh teori Bastian Bustami dan Nurlela dalam Heniy Jurnal Equilibrium yaitu terdapat hubungan secara langsung antara biaya dan harga jual, dimana harga jual dari suatu produk lebih banyak ditentukan oleh biaya produksi.²

B. Pengaruh Biaya Distribusi terhadap Harga Jual Kerupuk Gadung Desa Pelem

Berdasarkan pengujian data, hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya distribusi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap harga jual. Tidak adanya pengaruh Signifikan antara biaya produksi terhadap harga jual disini berdasarkan hasil perhitungan statistik yaitu $t_{hitung} < t_{tabel} = 0,093 < 1,689$ dan hasil signifikansi sebesar $0,927 > 0,05$. Hasil koefisiensi regresi variabel biaya distribusi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara biaya distribusi dengan harga jual, semakin naik biaya distribusi maka semakin naik harga jual. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sebesar 4,287 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan biaya produksi mengalami kenaikan 1% maka harga jual akan mengalami kenaikan sebesar 4,287.

Sama halnya dengan teori dari Bastian Bustami dan Nurlela dalam Heniy Jurnal Equilibrium yaitu terdapat hubungan secara langsung antara biaya dan harga jual, dimana harga jual dari suatu produk lebih banyak

² Ibid., hlm. 180.

ditentukan oleh biaya produksi.³ hal ini membuktikan bahwa biaya distribusi memiliki pengaruh yang cukup kecil dalam penentuan harga jual.

C. Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Distribusi terhadap Harga Jual Kerupuk Gadung Desa Pelem

Berdasarkan pengujian data, hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi dan biaya distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual. Positif dan signifikan disini berarti biaya produksi dan biaya distribusi sangat berhubungan dengan harga jual, yaitu berdasarkan hasil perhitungan statistik $F_{hitung} > F_{tabel} = 169,960 > 3,26$ dan hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan statistik diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,907. Hal ini berarti bahwa variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat sebesar 90,7% sedangkan sisanya 9,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hal ini sama dengan teori yang dikemukakan dalam penelitian Heniy, yaitu dalam menentukan harga jual produk, faktor biaya dijadikan sebagai titik tolak dalam penentuan harga jual sebuah produk.⁴

D. Pengaruh Harga Jual terhadap Laba Para Pengolah Kerupuk Gadung Desa Pelem

Berdasarkan pengujian data, hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba. Signifikan

³ Ibid., hlm. 180.

⁴ Ibid., hlm. 180.

disini berarti harga jual sangat berhubungan dengan laba, dengan hasil perhitungan statistik $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $47,347 > 1,688$ dan hasil signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sedangkan positif disini berdasarkan hasil perhitungan statistik $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $2241,700 > 4,11$ dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil koefisiensi regresi variabel biaya produksi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara harga jual dengan laba, semakin naik harga jual maka semakin naik pula laba yang diperoleh. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sebesar 0,512 yang artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan biaya produksi mengalami kenaikan 1% maka harga jual akan mengalami kenaikan sebesar 0,512. Berdasarkan hasil perhitungan statistik diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,984. Hal ini berarti bahwa variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat sebesar 98,4% sedangkan sisanya 1,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil Penelitian ini didukung oleh Ramdhani yang menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh terhadap laba bersih pada perusahaan subsektor batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 dengan nilai positif signifikan⁵. Didukung juga oleh Pratiwi yang menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba industri anyaman bambu

⁵ Budi Ramdhani., *Pengaruh Harga. . . .*, hlm. 13.

desa Mirigambar dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,508 > 1,67$ dan tingkat signifikan 0,000.⁶

Teori yang mendukung hasil penelitian ini dikemukakan oleh Mulyadi faktor – faktor yang mempengaruhi laba yaitu biaya, harga jual , volume penjualan dan produksi.⁷ Fandy Tjiptono juga mengemukakan bahwa beberapa tujuan penetapan harga salah satunya adalah berorientasi pada laba dimana menurut Asumsi teori klasik bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalisasi laba. Penetapan harga ini biasanya mempertimbangkan tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Semakin besar marginal keuntungan yang didapat, maka menjadi tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen.⁸

⁶ Diyah Ika Pratiwi, *Pengaruh Modal*, hlm. i.

⁷ Mulyadi, *Sistem Akuntansi*, hlm.513.

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, hlm. 152.