BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa seperti ini Indonesia mengalami perkembangan perekonomian dikatakan sangat melonjak begitu tinggi. Perkembangan perekonomian yang terjadi berkaitan erat dengan pembangunan sebuah Bangsa dan Negara Indonesia ini. Dari perkembangan perekonomian yang terjadi tidak jauh dari menjamurnya sebuah perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang berkembang di Indonesia bersaing untuk meningkatkan mutu produk dan jasa serta kualitas dan persaingan untuk mendapatkan sebuah laba yang sangat tinggi bagi perusahaan.

Perusahaan yang dapat berkembangan dan juga dapat tumbuh sangat melonjak tinggi yaitu perusahaan yang dapat berjalan secara produktif dan memiliki efisien yang dapat dikatakan sangat tinggi, maka perusahaan tersebut dapat menghasilkan produktifitas yang jumlahnya sesuai dengan target dari perusahaan itu sendiri serta dapat menekan biaya yang dikeluarkan. Pada hal ini biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pada umumnya harus dibedakan secara jelas, maka kemungkinan untuk menentukan suatu harga jual suatu barang atau jasa dapat dihitung secara teliti agar tidak terjadinya kebocoran biaya yang diluar kendali dari perusahaan.

Pada penentuan sebuah harga jual, perusahaan terlebih dahulu wajib untuk mengetahui besarnya biaya atau uang yang dikeluarkan dalam pembuatan

sebuah produk atau jasa dan mengetahui beberapa faktor biaya dalam pembuatan sebuah produk. Selanjutnya untuk perusahaan yang masih terbilang baru harus menetapkan seberapa harga jual yang sesuai dengan suatu produk serta suatu jasa yang akan dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga suatu produk atau suatu jasa yang terlah diproduksi pada suatu perusahaan dapat bersaing dengan produk maupun harga di pasaran.

Dalam hal ini paradigma konsumen adalah bahwasanya harga suatu produk atau barang juga membawa kulitas yang baik, dalam artian jika harga suatu barang atau produk serta jasa diatas rata-rata berarti barang atau produk tersebut memiliki kualitas dan kuantitas diatas rata-rata dan juga sesuai dengan harga yang ditawarkan. Meskipun tidak jarang juga kulitas barang atau jasa sendiri sering diutamakan dibandingkan dengan harga barang atau jasa sebagai pembuatan keputusan dalam pembelian barang atau jasa oleh konsumen sendiri.

Satu-satunya faktor yang memiliki pengaruh sangat besar pada menentuan suatu harga jual ialah biaya produksi, biaya distribusi maupun biaya promosi karena ketiganya memiliki peranan yang sangat berpengaruh untuk penentuan harga jual. Akuntansi biaya digunakan dalam perhitungan penggolahan bahan baku menjadi produk yang sudah jadi. Jika penetapan harga jual dibawah biaya suatu produk yang dikeluarkan maka akan timbul sebuah kerugian. Sebaliknya, jika penetuan harga jual lebih di atas biaya suatu produksi yang dikeluarkan maka akan timbul berkurangnya minat pelanggan dalam pembelian suatu produk yang ditawarkan. Hal itu juga dapat berpengaruh dalam perkembangan dan terganggunya pertumbuhan perusahaan.

Menurut Amin Widya Tunggal, “biaya produksi yaitu biaya yang berpengaruh secara signifikan terhadap barang atau jasa yang mencakup dari beberapa jumlah aspek pada suatu perusahaan yang bersangkutan”.[1] Biaya produksi sendiri yaitu biaya yang memiliki peranan yang sangat penting dalam faktor pembuatan suatu produk, karena biaya produksi ini bisa dikategorikan menjadi biaya yang memiliki pengaruh langsung terhadap satu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Pada biaya produksi tehrdiri dari biaya tenaga kerja yang merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam membiayai seorang tenaga kerja pada perusahaan tersebut dalam menghasilkan suatu produk yang diinginkan oleh perusahaan, dan juga yang termasuk dalam biaya produksi ialah biaya bahan baku yang berguna untuk memperoleh suatu bahan buku untuk pembuatan suatu produk yagng akan dihasilkan oleh sebuah perusahaan tersebut. Selain itu pada biaya produksi juga tercantum atas biaya overhead yaitu biaya yang sewaktu-waktu dikeluarkan untuk kelangsungan sebuah produk dan perusahaan yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menghasilkan sebuah produk atau jasa.

Selain itu juga terdapat biaya distribusi menurut Ardiyos, pada Kamus Besar Akuntansi biaya distribusi, “biaya yang terjadi dan berguna untuk memasarkan atau mengirimkan suatu produk kepada pihak pembeli atau konsumen.”[2] Biaya distribusi ini ialah biaya yang di keluarkan oleh perusahaan

---

[1] Amin Widya Tunggal, *Akuntansi Biaya*, (Jakarta : Rienka Cipta, 1993), hal. 1
[2] Ardiyos, *Kamus Besar Akuntansi*, (Jakarta : Citra Harta Firma, 2000), hal. 333

untuk pengiriman suatu barang atau produknya. Biaya distribusi merupakan biaya yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang yang terlah diproduksi kepada pihak konsumen, baik berupa pemindahan hak sampai ke pemindahan kepemilikan suatu barang. Biaya distribusi disini digunakan untuk pengiriman atau pendistribusian suaru barang baik kepada konsumen perorangan maupun kepada agen-agen besar.

Selanjutnya dari biaya promosi yang merupakan biaya untuk memasarkan suatu barang atau produk dalam pasaran agar dapat dikenal oleh para konsumen di pasaran. Berdasarkan pendapat Basu Swastha menjelaskan bahwa biaya promosi adalah Biaya yang digunakan dalam proses arus informasi yang dibuat untuk mengarahkan seseorang.[3] Biaya promosi merupakan suatu biaya yang akan mempengaruhi volume penjualan pada perusahaan. Biaya promosi bisa dikatakan pengorbanan perusahaan dalam rangka untuk memperoleh informasi dari penjual kepada pembeli yang memiliki tujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku konsumen, yang tadinya tidak mengenal produk yang dihasilkan menjadi pembeli dan tetap mengingat produk perusahaan.

[3] Basu Swasta, *Manajeman Penjualan*, (Yogyakarta: BFSE, 2005), hal. 86

Tabel 1.1 :
Data penjulan parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya
Dalam Kurun Waktu Selama 5 Tahun Terakhir

Tahun	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Januari	2000	2437	2546	2849	3039
Februari	2239	2578	2651	2780	2997
Maret	2282	2672	2443	3034	3048
April	2347	2595	2692	2686	2999
Mei	2328	2438	2587	2887	3009
Juni	2423	2227	2504	2999	3001
Juli	2232	2378	2625	3030	2997
Agustutus	2347	2623	2617	2732	3011
September	2382	2422	2715	3091	3020
Oktober	2315	2523	2605	2885	3012
November	2327	2426	2524	2995	3016
Desember	2323	2687	3012	3004	3070
Total	**27545**	**30006**	**31521**	**34972**	**36219**

Sumber : Laporan Penjualan Parut Listrik Perusahaan Timbul Jaya 2019

Berdasarkan pada tabel 1.1 diata dapat diketahui besarnya penjualan suatu parut listrik yang telah dilakukan oleh perusahaan Timbul Jaya pada kurun waktu lima tahun terakhir yang telah di dihitung selama setiap bulannya. Berdasarkan hasil penjualan yang telah dilakukan pada tahun 2015 sampai 2019. Dengan adanya data tabel penjualan dapat diketahui bahwasanya penjualan yang terjadi setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat baik tidak dipungkiri peningkatan tersebut terjadi juga karena dari faktor jumlah biaya produksi, biaya

distribusi dan biaya promosi yang telah dikeluarkan oleh perusahaan Timbul Jaya.

Pada hal ini penentuan sebuah harga jual diperuntukan untuk penjualan suatu barang atau jasa. Selain itu penetapan harga jual menurut herman adalah penentuan harga jual memiliki beberapa metode penetapan harga sendiri.[4] Pada hal ini penentuan sebuah harga jual diperuntukkan untuk penjualan suatu barang atau jasa. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan dari Anas RA yang berkata :

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَفَّانُ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ أَخْبَرَنَا ثَابِتٌ عَنْ - أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ وَقَتَادَةُ وَحُمَيْدٌ عَنْ أَنَسٍ قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السِّعْرُ فَسَعِّرْ لَنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Diriwayatkan dari Anas RA, sahabat berkata "*Ya Rasulullah harga-harga barang. Maka Rasululah bersabda: Sesungguhnya Allah SWT Dzat Yang Maha Menetapkan harga, yang Yang Maha Memegang, Yang Maha Melepas, dan Yang Memberikan rezeki. Aku sangat berharap bisa bertemu Allah SWT tanpa seorang pun dari kalian yang menuntutku dengan tuduhan kedzaliman dalam darah dan harta.*[5]

Oleh karena itu dalam hadist di ini dapat dijelaska jika pasar merupakan hukum alam (sunatullah) yang harus dijunjung tinggi. Tidak ada satu orang yang secara individual dapat memiliki pengaruh terhadap pasar, karena pasar adalah kekuatan gabungan yang telah menjadi ketentuan Allah. Penetapan harga jual dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat, merupakan suatu ketidak adilan yang akan memiliki pertanggung jawaban di hadapan Allah. Sebaliknya, jika

[4] Herman, *Manajemen Asuransi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hal 175

[5] Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Depok : PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 199

dinyatakan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga pasar adalah orang yang berjuang di jalan Allah, begitu sebalikknya.

Menurut pandangan islam tentang penjualan mekanisme pasar berdasarkan pada ketentuan Allah maka penjualan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka. Dalam Al Qur'an surat An-Nisaa' ayat 29, Allah SWT berfirman:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*[6]

Dalam kandungan surat An-Nisaa' ayat 29 diatas, Allah SWT menganjurkan dalam mencari harta dengan melakukan jalur perdagangan. Akan tetapi dalam perdagangan disini berguna untuk menentukan harga jual tidaklah dengan jalan mengambil keuntungan sendiri tanpa melalui kesepakatan antara dua belah pihak antara penjual dan pembeli, serta harga yang disepakati tidaklah merugikan bagi penjual maupun pembeli itu sendiri dan kedua belah pihak saling merugi baik secara lahir maupun batin. Serta dalam kesepakatan penentuan harga jual tidak melanggar aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh Allah SWT yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist.

---

[6] Mardani, *Ayat-Ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Depok : PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 12

Maka dari itu, masalah yang dapat terjadi pada penelitian ini yaitu apakah suatu biaya produksi, biaya distribusi dan biaya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan memiliki pengaruh terhadap menentukan sebuah harga jual ? Maka, peneliti melakukan penelitian tentang *"Pengaruh Biaya Biaya Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penetapan Harga Jual Parut Listri Pada Perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung"* dikarenakan setiap bulannya biaya baik itu berupa biaya produksi, biaya distribusi, maupun biaya peromosi mengalami kenaikan atau penurunan yang terjadi secara tidak menentu.

B. Identifkasi Masalah

Identifikasi masalah ialah suatu pengidentifikasian yang mencakup suatu masalah yang dapat muncul dalam penelitian ini. Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis diatas dapat diidentifikasikan beberapa masalah yang terkait atas pengaruh biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya promosi terhadap harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya. Hal tersebut berakibat karena adanya suatu fluktuasi atau tinggi rendahnya suatu biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya promosi dalam mempengaruhi harga jual parut listrik yang ditetapkan oleh perusahaan Timbul Jaya.

Beberapa masalah yang sering ditemui diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Di dalam biaya produksi terdapat biaya bahan baku yang secara tiba-tiba bisa mengalami fluktuasi harga yang sulit untuk di prediksi serta biaya overhed

dalam biaya produksi yang juga sulit untuk diprediksi seberapa besar pengeluaran yang diperuntukkan.

2. Biaya distribusi yang tiba-tiba meningkat yang berkaitan dengan pendistribusian suatu barang
3. Biaya promosi yang terus mengalami peningkatan akan tetapi output penjualan tidak sesuai target perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, perumusan masalah yang diajukan dengan pertanyaan-pertanyaan antara lain:

1. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung ?
2. Apakah biaya distribusi berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung ?
3. Apakah biaya promosi berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung ?
4. Apakah biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu pencapaian dari hasil serta tujuan peneliti terhadap suatu objek yang diteliti oleh peneliti dan sesuai yang diharapkan oleh peneliti. Maka berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian yang akan dijadikan bahan untuk penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji apakah biaya produksi berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menguji apakah biaya distribusi berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk menguji apakah biaya promosi berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk menguji apakah biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi berpengaruh terhadap penetapan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat berguna baik secara teoritis susuai teori yang ada maupun secara praktis yang beruguna bagi perusahaan dan memiliki manfaat yang baik untuk kedepannya

baik bagi perusahaan, akademik maupun peneliti selanjutnya. Sehingga dengan penelitian ini sesuai dengan harapan peneliti bahwasanya penelitiannya memiliki manfaat dan kegunaan bagi yang lainnya.

1. Secara teoritis

Pembahasan dari sebuah penelitian termasuk ke dalam mata kuliah Akuntansi Biaya yang memiliki kegunaan sebagai referensi serta pengujian teori. Pada akuntansi biaya sendiri membahas tentang perhitungan biaya apa saja yang dikeluarkan secara mendetail. Hal ini sama dengan penelitian ini membahas tentang biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi pada akuntansi dengan keadaan dalam sebuah perusahaan untuk menentukan harga jual suatu produk yang harus ditetapkan oleh sebuah perusahaan.

2. Scara Praktis

Secara praktis hasil penelitian dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian dapat digunakan sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan tentang penentuan biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi yang dipergunakan untuk penentukan harga jual suatu produk dalam sebuah perusahaan.

b. Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian dapat digunakan sebagai bahan rujukan, wawasan dan informasi yang berguna untuk menjadi referensi bagi mahasiswa dalam bidang ilmu ekonomi, bisnis dan perhitungan tentang akuntansi tersendiri.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian dapat digunakan sebagai pemberi informasi untuk kedepannya serta referensi untuk penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan tema tentang pengaruh besarnya biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi untuk menentukan harga jual sebuah produk dalam pada suatu perusahaan.

F. Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Dalam penulisan penelitian ini, penulis memiliki ruang lingkup penelitian yang meneliti tentang biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi memiliki pengaruh terhadap penentuan harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya, dengan indikator ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

a. Biaya produksi indikator yang dipergunakan ialah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pada laporan keuangan tahunan perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung periode tahun 2015-2019.
b. Biaya distribusi indikator yang dikunakan adalah data biaya yang dipergunakan dalam mendistribusi parut listrik pada laporan keuangan tahunan perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung periode tahun 2015-2019.

c. Biaya promosi indikator yang dikunakan adalah data biaya promosi yang dipergunakan untuk mempromosi parut listrik pada laporan keuangan tahunan perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung periode tahun 2015-2019.

d. Harga jual parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung periode tahun 2015-2019.

2. Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu meluasnya masalah yang dibahas, maka penulis memberikan pebatasan masalah, batasan masalah dilakukan agar penelitian yang dilakukan agar tetap dalam ruang lingkup dan tidak menyimpang dari pokok pembahasan. Batasan masalah dalam penelitian ini terbatas pada saat perusahaan yaitu perusahaan Timbul Jaya. Penelitian ini juga dilakukan dalam pembukuan atau pencatatan dalam perusahaan selama lima tahun tahun mulai tahun 2015 sampai dengan 2019 baik itu berupa biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi serta besarnya penjualan yang mempengaruhi harga jual dalam penjualan parut listrik pada perusahaan Timbul Jaya.

G. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Dalam penelitian yang berjudul "*Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penetapan Harga Jual Parut Listrik*

Pada Perusahaan Timbul Jaya Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung", peneliti perlu dalam memberikan suatu penegasan istilah agar dapat menghindari dari penafsiran yang tidak diharapakan oleh penulis terhadap pembaca, maka perlu disampaikan terlebih dahulu tentang istilah yang terdapat dalam judul penelitian diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh

Pengaruh ialah sebuah data yang telah tersaji dan dapat menghasilkan suatu yang terlihat dan dapat untuk membentuk suatu sifat, kepercayaan, dan perubahan terhadap sesuatu baik itu berupa orang maupun benda.

b. Biaya Produksi

Biaya produksi berarti biaya yang dikeluarkan yang bersentuhan langsung atau memiliki pengaruh laangsung dalam suatu produk berupa barang atau jasa. Selain itu biaya produksi ialah sesuatu yang memiliki faktor penting dan faktor yang utama dalam sebuah produksi suatu barang atau jasa dalam sebuah perusahaan. Biaya produksi juga sering dikatakan sebagai biaya yang memiliki faktor yang begitu besar terlihat dan lebih mudah untuk diperhitungkan dan juga lebih mudah untuk perhitungan sebuah perencanaan.

c. Biaya Distribusi

Biaya distribusi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam mendistribusikan barang atau jasa yang telah di produksi. Biaya distribusi merupak faktor utama dalam mensitribusikan barang kepada

pihak konsumen. Distribusi sendiri merupakan suatu hal yang paling utama dan paling penting dalam kegiatan perusahaan dalam proses pendistribusian karena apabila produk yang di hasilkan mempunyai kualitas yang baik, harga yang cukup bersaing di pangsa pasar dan banyak diminati oleh konsumen.

d. Biaya Promosi

Biaya Promosi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatannya yang berjalan pada bidang pemasaran suatu barang atau jasa, dimana kegiatan tersebut memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan dengan menarik minat konsumen terhadap barang atau jasa yang dipromosikan atau diperkenalkan oleh perusahaan di pasaran.

e. Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual berarti biaya yang harus ditanggung atau dibebankan oleh konsumen atas suatu produk terhadap barang atau jasa yang diperjualkan. Penetapan harga jual disini merupakan akibat dari faktor jumlah biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi yang dikenakkana oleh sebuah perusahaan dalam sebuah produk berupa barang atau jasa.

2. Penegasan Operasional

Penegasan oprasional ialah penegasan dari suatu variabel yang berdasarkan atas kegiatan yang dilakukan secara oprasional sesuai kenyataan yang terdapat pada objek penelitian serta terdapat pada di lingkup penelitian yang akan diteliti oleh peneliti. Secara operasional disini peneliti akan

meneliti tentang pengujian suatu pengaruh biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi terhadap penetapan harga jual parut listik pada perusahaan Timbul Jaya.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan bagian dari dalam skripsi yang dapat untuk membantu para pembaca dalam memahami dan mengetahui urutan dari penulisan penelitian yang ada pada penelitian ini. Adapun beberapa sistematika penyusunan laporan model penelitian kuantitatif dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu:

Bagian awal, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama (inti), ialah inti dari suatu hasil penelitian yang diteliti yang terdiri dari enam bab dan didalamnya diklasifikasikan berdasarkan sub-sub bab yang dibahas.

BAB I : Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan atau manfaat penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka

Pada bab kajian pustaka ini membahas tentang kajian teori yang digunakan pada penelitian. Berisikan tentang landasan teori yang dipergunakan untuk mendukung penelitian yang akan diteliti, pada landasan teori penelitian yang akan diteliti termasuk dalam mata kuliah apa yang bersangkutan serta *grand theory* yang digunakan sebagai pedoman suatu materi yang terdapat dalam penelitian, selain itu juga membahas tentang variabel atau sub variabel pertama dalam penelitian, teori yang membahas variabel atau sub variabel kedua, ketiga, dan keempat, kajian penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan variabel dengan penelitian yang dilakukan, kerangka konseptual yang merupakan dasar pemikiran dalam penelitian, dan hipotesis penelitian sementara yang berguna untuk dijadikan sebagai patokan sementara dalam penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bab metode penelitian ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian

Pada bab hasil penelitian ini berisikan tentang paparan hasil dari suatu penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis yang disajikan dalam bentuk sebuah pertanyaan maupun pernyataan dari penelitan dan hasil dari suatu analisis data. Paparan ini berasal dari suatu observasi atau

penelitian, wawancara, dokumentasi, dan deskripsi tentang informasi yang telah diperoleh.

Bab V Pembahasan

Pada bab pembahasan ini berisi tetang pembahasan data penelitian dan hasil analisis data yang terkait dengan biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi terhadap penetapan harga penjualan yang dilakukan oleh penelitian dengan jalan mencocokkan dengan teori-teori yang tersaji dengan analisis data yang menggukanakan uji statistik apakah memiliki pengaruh atau tidak terhadap penjualan suatu barang.

Bab VI Penutup

Pada bab penutup ini merupakan hasil akhir dari penelitian yang berisi tentang kesimpulan dan saran atau rekomendasi dalam skripsi. Untuk bagian kesimpulan, uraian dijelaskan dalam model penelitian kuantitatif adalah pemaparan dari temuan inti dari penelitian atau kesimpulan inti dari penelitian yang dilakukan sesuai rumusan masalah yang telah dipaparkan.

Bagian akhir, yang merupakan bagian dari akhir skripsi yang terdiri dari, daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.