

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tujuan perusahaan beroperasi adalah untuk memperoleh keuntungan dari penjualan barang ataupun jasa. Perusahaan juga memiliki tujuan lain yaitu mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan. Tujuan perusahaan dapat dicapai dengan adanya manajemen yang baik dalam mengatur perusahaan guna menghadapi berbagai macam persaingan pasar dalam dunia bisnis.² Setiap perusahaan terpacu untuk terus mengembangkan usaha yang dimiliki. Dalam menghadapi persaingan ini, maka perusahaan dituntut untuk terus memperbaiki manajemen perusahaan agar tidak mengalami kemungkinan terburuk.³

Dunia bisnis yang bertambah pesat dengan sumberdaya manusia yang semakin kompeten, mengakitbatkan persaingan usaha semakin ketat.⁴ Dalam upaya bertahan dari persaingan pasar, maka manajemen harus tepat dalam pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan dan menilai aspek yang ada, agar keputusan dapat memberi hasil maksimal terhadap pencapaian tujuan

² Dhiyaah Karina, et al. "Pengaruh Perusahaan Startup Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Selama Pandemi Covid-19." *Berajah Journal* 2.1 (2022): 156-166.

³ Atika Pelawiten, *Analisis Cost Volume Profit untuk Perencanaan Laba Pada UD Gladys Bakery*, Vol 2 no 2, Juni (Jurnal EMBA, 2014), hal. 1

⁴ Latif Syaipudin, "Efektifitas Media Komunikasi di Tengah Pandemi: Respon Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung." *Kalijaga Journal of Communication* 1.2 (2019): 165-178.

perusahaan. Manajer di setiap perusahaan memerlukan langkah-langkah atau pedoman yang akan ditempuh perusahaan dalam mencapai tujuannya.⁵

Tujuan dari sebuah perusahaan adalah memaksimalkan laba. Untuk bisa mencapai laba yang telah ditargetkan, maka perlu adanya perencanaan laba. Dengan diadakannya perencanaan laba perusahaan diharapkan bisa dapat mengendalikan biaya seefisien mungkin bahkan dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi didalam perusahaan tersebut.⁶ Membuat perencanaan laba merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan sebelum menjalankan suatu kegiatan. Dalam membuat rencana laba pada perusahaan perlu terlebih dahulu menentukan atau menganggarkan target laba yang ingin dicapai. Kemudian baru disusun harga jual yang harus dipasang, selain target laba dan harga jual hal lain yang perlu ditentukan adalah volume penjualan.⁷

Manajemen terutama dalam hal perlu ini bagian pemasaran, harus mampu untuk meningkatkan volume penjualan melalui strategi pemasaran yang tepat. Tanpa strategi pemasaran, sangat sulit untuk mencapai target yang dicapai, apalagi dengan kondisi persaingan yang demikian ketat.⁸ Perencanaan laba dipengaruhi oleh perencanaan penjualan dan perencanaan biaya, karena

⁵ Rina L. Assa, *Analisis Cost-Volume-Profit (CVP) dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Laba Pada PT. Tropica Cocoprime*, Vol no 13, September, (Jurnal EMBA, 2013), hal. 2

⁶ Erawati Kartika, Puji Setya Sunarka, *Analisis Cost-Volume- Profit untuk Perencanaan Laba pada UD. Budi Luhur Demak*, Vol. 21 No. 1, Maret (Jurnal Aset, 2019), hal 9-17

⁷ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 322

⁸ Ramadhayanti, Ana. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan." *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen* 8.1 (2021): 94-103.

laba merupakan selisih antara pendapatan yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan.⁹

Perusahaan-perusahaan melakukan penetapan harganya dengan berbagai cara. Di perusahaan-perusahaan kecil, harga sering ditetapkan pimpinan tertinggi. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga ditangani manajer divisi dan lini produk.¹⁰ Bahkan disini manajemen puncak menetapkan tujuan dan kebijakan umum penetapan harga serta sering memberikan persetujuan atas harga yang diusulkan atas harga yang diusulkan lapis manajemen yang lebih rendah. Pihak pihak lain yang berpengaruh terhadap penetapan harga meliputi manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan, dan akuntan.¹¹

Akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi manajemen yang merupakan salah satu dari bidang khusus akuntansi yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya. Bidang ini terutama berhubungan dengan biaya-biaya untuk memproduksi suatu barang, hingga saat ini masih banyak orang yang beranggapan bahwa akuntansi biaya hanya dapat diterapkan pada bidang manufaktur saja. Walaupun kenyataannya, hampir setiap jenis bidang usaha dapat memperoleh manfaat dari akuntansi biaya.¹² Dari definisi di atas

⁹ Latif Syaipudin dan Idah Awwalin. "Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan." *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1.01 (2022): 31-42.

¹⁰ Vivi Afifah, and Dwipo Setyantoro. "Rancangan Sistem Pemilihan dan Penetapan Harga dalam Proses Pengadaan Barang dan Jasa Logistik Berbasis Web." *ikraith-informatika* 5.2 (2021): 99-107.

¹¹ Teguh Setiawan Wibowo, et al. "Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang pada Daya Beli Konsumen: Studi Literature." *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)* 3.5 (2022): 2987-2996.

¹² Firdaus A. Dunia, Wasilah Abdullah, Catur Sasongko, *Akuntansi Biaya*, ed. 5. (Jakarta: Salemba Empat, 2019), hlm. 4.

dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan variabel sangat penting bagi perusahaan dalam menetapkan harga jual.

Karena itu, pengaruh biaya produksi sangatlah penting sebab permodalan di keluarkan oleh perusahaan berpengaruh pada harga pokok yang di hasilkan sehingga mengakibatkan harga jual produk harga jual perusahaan lebih rendah dari pada harga jual perusahaan pesaing. Hal ini sangat berpengaruh dalam jumlah pengeluaran perusahaan.¹³ Biaya produksi berkaitan dengan bahan baku produksi, jika bahan baku yang digunakan meningkat maka harga juga harus naik. Jika perusahaan tidak mampu memainkan harga, perusahaan dapat merugi. Maka arti penting dari biaya produksi ini sangat mempengaruhi volume penjualan. Perusahaan harus mampu meminimalisir adanya kenaikan harga yang menyebabkan pelanggan memilih untuk tidak melakukan pembelian.¹⁴

Suatu perusahaan menetapkan harga untuk pertama kalinya ketika mengembangkan produk baru, ketika memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau daerah geografis yang baru, dan ketika mengikuti lelang untuk kerja kontrak yang baru.¹⁵ Perusahaan tersebut harus memutuskan di mana memposisikan produknya dari segi mutu dan harga. Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya jika terjadi kelebihan

¹³ Gilbert Thenu, Hendrik Manossoh, and Treesje Runtu. "Analisis Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Jual Pada Usaha Kerupuk Rambak Ayu." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9.2 (2021).

¹⁴ Haryanti, *Strategi Experiential Marketing Dalam Meningkatkan Mutu dan Daya Saing Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) di IAIN Tulungagung dan UIN Malang*, (IAIN Tulungagung: Pascasarjana IAIN Tulungagung, 2020), hal. 27-28

¹⁵ Supriadi Muslimin, Zainab Zainab, and Wardah Jafar. "Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam." *Al-Azhar Journal of Islamic Economics* 2.1 (2020): 1-11.

kapasitas, persaingan yang sengit, atau keinginan konsumen yang berubah-ubah.¹⁶

Penetapan harga produk untuk menutup biaya akan membuat kita mampu menghasilkan laba. Pemasaran sering tidak merealisasikan nilai yang mereka sajikan secara aktual, namun dipikir dari segi fitur produk. mereka sering memperlakukan unsur-unsur layanan dalam sebuah tawaran produk sebagai insentif penjualan dan tambahan peningkatan nilai yang dapat mereka tagih.¹⁷

Titik tolak keberhasilan dalam beternak adalah kemampuan menyediakan pakan yang sempurna, dalam arti pakan dengan nilai gizinya tinggi dan tersedia secara kontinyu, selain harus berkualitas pakan juga harus ekonomis supaya memberikan keuntungan bagi peternak.¹⁸ Pakan yang berkualitas dan ekonomis tentu mempermudah peternak dalam mengelola usahanya, pencapaian akan lebih maksimal jika pemberian pakan tidak berubah-ubah, karena faktor yang paling penting dalam usaha ternak khususnya penggemukan adalah ketersediaan yang selalu kontinyu. Efisiensi dalam pemberian pakan akan mempercepat pertumbuhan ternak, sehingga bobot badan yang diharapkan dapat tercapai dalam waktu yang singkat.¹⁹

¹⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Klaten: PT Macana Jaya Cemerlang, 2008), hal. 84-85

¹⁷ *Ibid.*, hal 90

¹⁸ Yuliandri, Lili Adam, and Ulfa Indah Laila Rahmah. "Efektivitas Penyuluhan Dalam Penerapan Teknologi Deteksi Birahi Sebagai Upaya Meningkatkan Keberhasilan IB Pada Sapi Potong." *Agrivet: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian dan Peternakan (Journal of Agricultural Sciences and Veteriner)* 9.2 (2021): 176-184.

¹⁹ Sukirno dan Sadono, *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar Edisi 3*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 16-17

Hal yang perlu diketahui bahwa ini banya sekali pengusaha yang mulai menjalankan bisnis hewan ternak, akan tetapi pemberian pakan yang berkualitas belum optimal, ini dikarenakan harga pakan jadi dipasarkan masih relatif mahal. Solusinya yang tepat dari kendala ini yaitu membuat pakan sendiri, selain untuk menekan biaya produksi peternakan juga bisa menekankan bahan baku yang bisa digunakan dalam pembuatan pakan tanpa menghilangkan nilai gizinya, hal ini akan mempermudah peternakan dalam penyediaan pakan.²⁰ Memperoleh bahan baku pakan saat ini sangatlah mudah, karena sebagian besar berasal dari limbah agro industri yang tidak terpakai sehingga harga bahan baku mrah tanpa mengurangi mutu dari bahan baku ini.²¹

Bahan-bahan yang digunakan untuk mengolah Kosentrat pakan Kambing dan Sapi sebagai berikut: BKK (Bungkil Kacang Kedelai 18 kg, Kopra 16 kg, DDGS (Distillers Dried Grains with Solubles) 19 kg maksud dari DDGS ini adalah hasil sampingan dari proses produksi jagung menjadi ethanol, Pollar 36 kg, Kacang Ijo 2 kg, Katul 8 kg, Mineral 1 kg. Berikut akan disajikan data mengenai tingkat laba yang diperoleh BGS Feed Produksi Kosentrat Kambing dan Sapi Produk UMKM Kec. Panggul:

²⁰ Salan, Benedikta, Agustinus A. Dethan, and Theresia I. Purwantiningsih. "Analisis Faktor Keberhasilan Inseminasi Buatan Pada Ternak Sapi Bali di Kecamatan Atambua Selatan Kabupaten Belu." *JAS* 6.4 (2021): 72-75.

²¹ *Ibid.*, hal. 18-19

Tabel 1.1
Tingkat Laba BGS Feed Produksi Kosentrat Kambing dan Sapi
Produk UMKM Kec. Panggul Tahun 2020-2022

Tahun	Bulan	Jumlah Laba Bersih
2020	Januari	10.540.500
	Februari	6.760.400
	Maret	15.430.390
	April	8.230.120
	Mei	9.980.210
	Juni	18.980.873
	Juli	25.215.100
	Agustus	26.954.680
	September	20.678.907
	Oktober	18.765.769
	November	21.210.439
	Desember	14.368.987
2021	Januari	16.986.653
	Februari	18.289.065
	Maret	10.643.543
	April	12.753.907
	Mei	5.765.964
	Juni	7.564.964
	Juli	565.895
	Agustus	800.962
	September	1.378.953
	Oktober	4.096.643
	November	6.054.364
	Desember	12.865.098
2022	Januari	34.875.974
	Februari	37.645.124
	Maret	40.345.973
	April	25.890.643
	Mei	19.975.012
	Juni	21.965.987
	Juli	15.642.987
	Agustus	17.856.342
	September	6.873.532
	Oktober	8.986.953
	November	17.865.932
	Desember	5.452.678

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari tabel 1. 1 diatas menunjukkan bahwa tingkat laba yang diperoleh BGS Feed.Produksi Kosentrat Kambing dan Sapi Produk UMKM

Kec. Panggul Setiap tahunnya mengalami kenaikan dan penurunan. BGS Feed Produksi Kosentrat Kambing dan Sapi adalah Unit Usaha Kosentrat yang merupakan bagian dari UMKM (Usaha Mikro Kecil, dan Menengah). Dimana semua bagian Usaha Mikro Kecil, dan Menengah harus memiliki NPWP. Setiap harinya mengolah bahan-bahan yang digunakan untuk membuat kosentrat kambing dan sapi.

Harga dan biaya produksi memiliki pengaruh besar terhadap volume penjualan pada BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi. Dengan adanya harga dan biaya produksi sebagai bentuk promosi maka kinerja perusahaan semakin mudah, karena ketika volume penjualan perusahaan sudah tercapai maka nilai perusahaan selanjutnya merupakan laba yang diperoleh perusahaan.

Analisis harga dan biaya produksi pada BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi tidak hanya dijadikan sebagai alat bantu penjualan suatu perusahaan, namun juga menjadi alat pengawasan atau pengendalian perusahaan. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi Kec. Panggul dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah BGS Feed Produsen Kosentrat Kambing Dan Sapi Di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek”.

B. Identifikasi Masalah

Penerapan latar belakang diatas, peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang ditemukan yaitu sebagai berikut:

1. Data yang dikumpulkan peneliti, dapat diketahui bahwa BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi setiap tahunnya mengalami kenaikan dan penurunan tingkat keuntungan.
2. Data yang dikumpulkan peneliti pada perusahaan membuat kosentrat mengalami naik turun laba yang diperoleh dari bulan Januari sampai Desember setiap tahunnya.
3. Data yang dikumpulkan peneliti menyatakan volume penjualan memiliki pengaruh dari harga dan biaya produksi yang diperoleh perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap volume penjualan BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi Kec. Panggul?
2. Apakah biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi Kec. Panggul?
3. Apakah Harga dan biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi Kec. Panggul?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian sesuai dengan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap volume penjualan BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi Kec. Panggul.
2. Untuk menganalisis pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi Kec. Panggul.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi Kec. Panggul.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Untuk menambah referensi mengenai analisis harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan.
 - b. Sebagai bahan acuan dan referensi pada penelitian sejenis dimasa yang akan datang.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu membantu perusahaan dalam hal perencanaan harga dan biaya produksi sebagai bentuk promosi terhadap volume penjualan.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini ditunjukkan untuk menambah referensi yang ada di kampus, dan untuk pengembangan ilmu akuntansi dan manajemen.

c. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu membantu mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan terkait harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup merupakan suatu batasan yang memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih efektif dan efisien untuk memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. Sedangkan, pembatasan masalah merupakan usaha untuk menetapkan batasan masalah penelitian yang akan diteliti. Ruang lingkup penelitian ini meliputi data tentang laporan keuangan yang ada pada BGS Feed Produk Kosentrat Kambing dan Sapi Kec. Panggul.

2. Keterbatasan Penelitian

Batasan masalah ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor mana saja yang termasuk dalam ruang lingkup masalah penelitian. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penulis membatasi masalah yang akan diteliti agar lebih fokus dan spesifik. Dalam penelitian ini, peneliti memberi batasan pada laporan keuangan selama tiga tahun terakhir, yaitu laporan

keuangan periode tahun 2020-2022. Dalam penelitian ini, peneliti menghadap beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan. Adapun keterbatasan tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini membatasi hanya pada pengaruh harga dan biaya produksi terhadap volume penjualan.
- b. Penelitian ini hanya meneliti harga dan biaya produksi untuk biaya semi variabel dikecualikan karena keterbatasan pemahaman peneliti mengenai metode pemisahan biaya semi variabel (seperti metode tinggi rendah, metode diagram pencar, dan metode kuadrat terendah).
- a. Dalam penelitian ini hanya mengambil periode 3 tahun saja yaitu tahun 2020-2022.

G. Penegasan Istilah

Penegasan Istilah digunakan untuk menghindari kesalahan persepsi, serta memudahkan untuk memahami pokok-pokok permasalahan dalam uraian selanjutnya, maka penulis terlebih dahulu mengemukakan beberapa pengertian yang terdapat dalam judul proposal skripsi diatas. Berikut ini istilah-istilah yang akan penulis kemukakan dalam judul tersebut:

1. Definisi Konseptual

a. Harga

Harga merupakan suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan

sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.²²

b. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut. Biaya dalam pengertian ekonomi adalah semua beban yang harus ditanggung untuk menyediakan suatu barang agar siap dipakai oleh konsumen. Biaya dalam pengertian produksi adalah semua beban yang harus ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan suatu produksi.

Biaya produksi adalah beban yang harus ditanggung oleh produsen dalam bentuk uang untuk menghasilkan suatu barang atau jasa. Menetapkan biaya produksi berdasarkan pengertian tersebut memerlukan kecermatan karena ada yang mudah diidentifikasi, tetapi ada juga yang sulit diidentifikasi.²³

c. Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah unit yang terjual dan ditanyakan dalam satuan dari berbagai macam produk yang diproduksi. Pencapaian volume penjualan adalah salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam suatu perusahaan. Volume penjualan merupakan

²² Cristy Jacklin Gerung, Janjite Sepasang dan Sjendry Loindong (2017), Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado Jurnal EMBA Vol 5 No. 2

²³ Sukirno dan Sadono, *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar Edisi 3*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 16-17

total keseluruhan dari hasil penjualan yang dicapai oleh perusahaan atau badan usaha dari suatu kegiatan pemasaran dalam periode tertentu. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai.²⁴

2. Definisi Operasional

a. Harga

Harga adalah nilai uang suatu perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.

b. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang akan diproduksi perusahaan tersebut.

c. Volume Penjualan

Volume penjualan adalah banyaknya produk yang berhasil terjual pada tingkat harga tertentu, guna menghasilkan laba. Semakin tinggi volume penjualan, maka semakin besar pula peluang perusahaan dalam memperoleh laba.

²⁴ Vivin Ulfathu Choiriyah, dkk., *Analisis Break Even Point Sebagai Alat Perencanaan Penjualan Pada Tingkat Laba yang Diharapkan*, Vol 35 no 1, Juni, (Jurnal Administrasi Bisnis, 2016). hal. 6

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dapat mempermudah pembaca untuk mengetahui urutan-urutan yang sistematis dari sebuah karya ilmiah. Penulisan skripsi disusun menjadi tiga bagian, diantaranya: bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Berikut penjelasannya:

1. Bagian Awal

Bagian ini terdiri dari Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahaan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian ini terdiri dari enam bab, diantaranya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab diantaranya Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian, Penegasan Istilah, dan Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari pembahasan dan penjelasan semua variabel yang didasarkan pada teori dan kajian penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab diantaranya Jenis Penelitian, Populasi, Sampling, Sampel Penelitian, Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini terdiri dari uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dan hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh melalui laporan keuangan dan kuesioner.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari pembahasan terkait pengaruh Harga dan Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah BGS FEED Produsen Konsentrat Kambing dan Sapi di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek dengan yang telah dilakukan penelitian dengan mencocokkan teori-teori serta hasil dari uji statistik.

BAB VI PENUTUPAN

Bab ini terdiri dari hasil dalam penelitian, terdapat kesimpulan dan saran dalam skripsi

3. Bagian Utama

Pada bagian akhir ini terdiri dari Daftar Pustaka, Lampiran-lampiran, Surat Pernyataan, Keaslian Skripsi, dan Daftar Riwayat Hidup.