



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PENJUALAN
TERHADAP HASIL PENJUALAN PENGRAJIN KERAMIK
DI KECAMATAN PURWOREJO KLAMPOK KABUPATEN
BANJARNEGARA**

SKRIPSI

**Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Lestariadi Marwasputra

7350406517

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2010

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada :

Hari :

Tanggal :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dra. Murwatiningsih, M. M

NIP. 1952012319800320001

Dra. Palupiningdyah, M. Si

NIP. 195208041980032001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Sugiharto, M. Si

NIP. 195708121987021001

PERPUSTAKAAN
UNNES

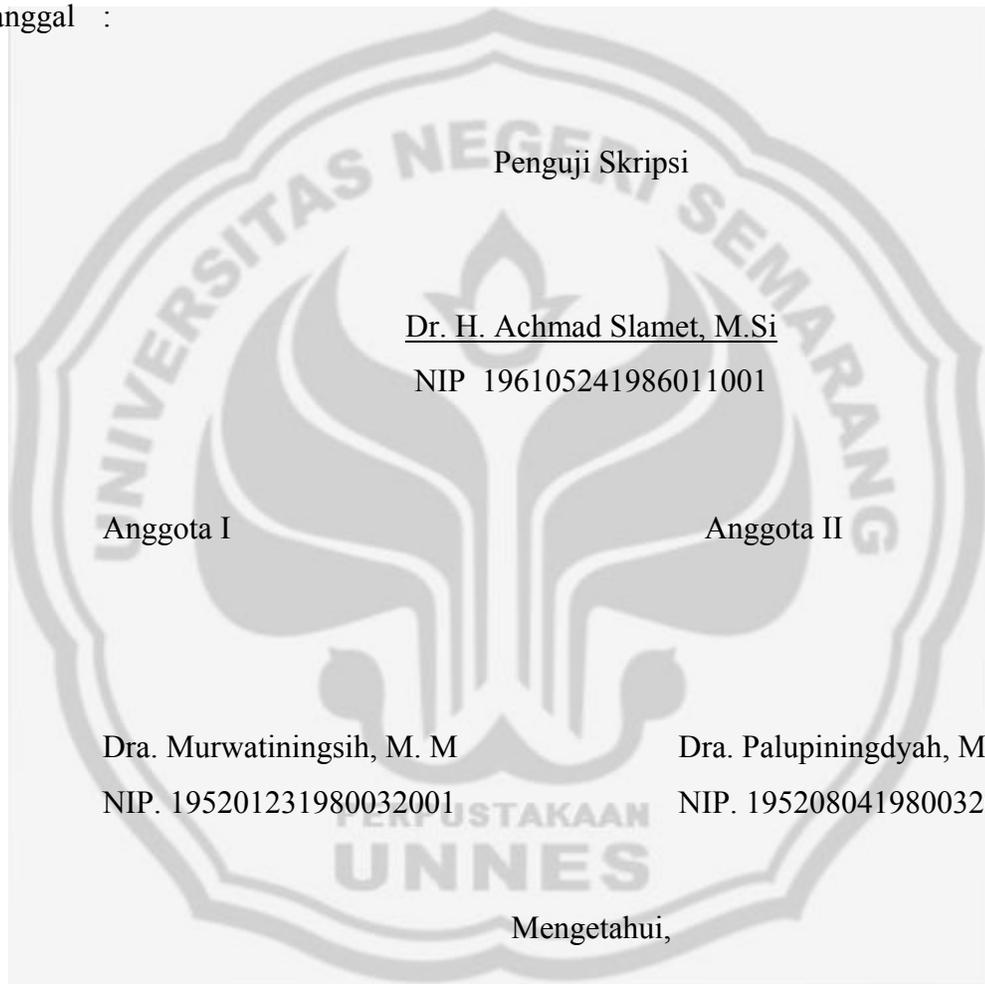
PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Semarang pada:

Hari :

Tanggal :



Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Agus Wahyudin, M.Si.

NIP 195708201983031002

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Semarang, 6 September 2010

Lestariadi Marwasputra

NIM.7350406517



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

1. Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. (Q.S Al-Baqarah : 286).
2. Telah tersedia tempat untukmu di barisan pertama. Yakni dengan syarat engkau selalu menekuni dan lebih menyempurnakan setiap hal yang engkau kerjakan. (Syekh Dr.'Aidha Abdullah Al-Qarni).
3. Bila menginginkan pelangi maka kau harus siap menghadapi hujan (Dolly Parton).
4. Keep on Movin', keep climbin and keep the faith (Milley Cyrus).

PERSEMBAHAN

Teriring doa dan puji syukur kepada Allah SWT, kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Bapak Sumarno S.Pd dan Ibu Dra. Suwasih (Alm) terima kasih atas segala yang telah dicurahkan dan tak ternilai dengan apapun.
2. Kakak-kakak Lestariana Marwassari, Lestariati Marwassani, Yuliantoro dan si Kecil Salsabila terima kasih atas doa dan cinta yang tak terbayangkan besarnya.
3. Almamaterku UNNES.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Penjualan Terhadap Hasil Penjualan Pengrajin Keramik Di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara”.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa bimbingan, motivasi dan bantuan dari pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Sudijono Sastroatmodjo, M.Si., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Agus Wahyudin, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang mewakili lembaga yang bertanggungjawab terhadap adanya salah satu kegiatan akademik.
3. Drs. Sugiharto, M.Si., Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang mewakili lembaga yang bertanggungjawab terhadap adanya salah satu kegiatan akademik.
4. Dra. Murwatiningsih, M. M., Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dra. Palupiningdyah, M. Si., Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Dr. H. Achmad Slamet, M.Si. selaku dosen penguji terimakasih atas saran dan masukannya.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi khususnya jurusan Manajemen atas segala ilmu yang diberikan.
8. Pengrajin Keramik Kabupaten Banjarnegara, yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Keluargaku (Bapak, Ibu(Alm), Kakak-kakak, Keponakan) kalian yang terbaik.
10. Rina Setyowati yang selalu mendukung disaat susah menjadi bahagia, saat tangis manjadi tawa, dan di saat gelap menjadi terang.
11. Sahabat-sahabat seperjuanganku, Frendi, Alvian, Bian, Leo, “Geng Pekok”, Novi, Ayun, dll. yang telah menorehkan tinta emas dalam perjalananku.
12. Sahabat-sahabat “SCUADRA”, Adit, Supra, Didin”Boneng”, Vita, Tangguh, Yani, Dika,, Ayu, Tina, Ratih,, Linda dll. Kalian teman-teman yang paling keren, *Go Solid*.
13. Seluruh penghuni kost “Toen“ yang senantiasa memberi dukungan dan motivasi, terimakasih atas kegilaan-kegilaan yang berakhir indah.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala bantuan.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan, wawasan yang semakin luas bagi pembaca.

Semarang, September 2010

Penulis

SARI

Lestariadi Marwasputra. 2010. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Penghasilan Pengrajin Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara.* Skripsi, Program Studi Manajemen Keuangan, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. Dosen Pembimbing I: Dra. Murwatiningsih, M.M., Dosen Pembimbing II: Dra. Palupiningdyah, M.Si.

Kata Kunci : Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Pendapatan

Tingginya kenaikan semua jenis barang yang terjadi di Indonesia baru-baru ini menimbulkan berbagai macam masalah, tidak terkecuali permasalahan-permasalahan yang muncul pada industri kecil dan menengah. Seperti industri kecil dan menengah lainnya, industri kecil kerajinan keramik di Sentra Kerajinan Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara juga tidak lepas dari berbagai masalah, terutama masalah pendapatan yang diterima dari hasil penjualan, hal ini dikarenakan terjadinya peningkatan harga-harga menyebabkan menurunnya pendapatan para pengrajin, peningkatan harga faktor-faktor produksi seperti bahan baku, tenaga kerja dan bahan penolong yang tidak sebanding dengan meningkatnya harga jual barang menjadi penyebab utama. Tidak hanya itu, biaya penjualanpun ikut naik, seperti pada biaya pendistribusian barang dan biaya promosi, oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan yang diperoleh pengrajin keramik di sentra kerajinan keramik Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara baik secara parsial maupun simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin keramik di Sentra kerajinan Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara yang berjumlah 31 pengrajin. Teknik penarikan sampel adalah sampel populasi, sehingga seluruh populasi dijadikan sebagai sampel. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu biaya produksi (X_1), dan biaya penjualan (X_2), sedangkan variabel terikat yaitu Pendapatan (Y). Metode

pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner (angket) dan dokumentasi. Untuk menganalisis data digunakan analisis regresi linier berganda.

Analisis data dilakukan dengan bantuan *SPSS versi 16.0* dengan taraf signifikansi 0,05. Koefisien ini menunjukkan bahwa besarnya variabel Y (hasil produksi) dipengaruhi oleh X_1 (biaya produksi) dan X_2 (biaya penjualan) sebesar 92,8 % dan sisanya sebesar 7,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti BOP, pajak, modal dll, artinya jika biaya produksi dan biaya penjualan naik sehingga pendapatan akan naik, hal ini berlaku baik secara simultan terhadap pendapatan maupun secara parsial.

Disimpulkan bahwa dalam penelitian ini adalah: pertama, biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengrajin keramik. Kedua, biaya penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengrajin keramik. Ketiga, biaya produksi dan biaya penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengrajin keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara. Sedangkan saran yang dapat penulis sampaikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah kepada para pengrajin hendaknya lebih memperhitungkan besarnya biaya-biaya tersebut dengan cara melakukan pembukuan dengan rutin agar dapat memantau pengeluaran seefisien mungkin, biaya-biaya dapat ditekan sekecil mungkin, sehingga penghasilan yang diterima oleh pengrajin dapat ditingkatkan dan Bagi penelitian selanjutnya, diketahui dari hasil penelitian adanya pengaruh biaya produksi dan biaya penjualan parsial dan simultan berpengaruh terhadap pendapatan pengrajin keramik. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti kasus yang serupa, dapat meneliti lebih lanjut dan menambahkan variabel bebas lainnya seperti biaya overhead, besarnya kredit, besarnya bunga dan lain sebagainya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
SARI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1 Biaya Produksi	12
2.1.1 Pengertian Biaya Produksi	12
2.1.2 Macam-macam Biaya Produksi	13
2.1.2.1 Biaya Bahan Baku	15
2.1.2.2 Biaya Tenaga Kerja	20
2.1.2.3 Biaya Bahan Penolong	24
2.2 Biaya Penjualan	25
2.2.1 Promosi	27
2.2.2 Saluran Distribusi	28

2.3 Penjualan	29
2.3.1 Pengertian Penjualan	29
2.3.2 Tujuan Penjualan	30
2.4 Kerangka Berpikir	31
2.5 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.3 Variabel Penelitian	48
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Pengujian Asumsi Klasik	41
3.5.1 Uji Normalitas	41
3.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	43
3.5.3 Uji Multikolinearitas.....	44
3.6 Metode Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pengaruh Biaya Produksi terhadap Hasil Penjualan Secara Parsial	49
4.2 .Pengaruh Biaya Penjualan terhadap Hasil Penjualan Secara Parsial	53
4.3 Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Hasil Penjualan Secara Simultan.....	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penjualan yang Diterima Pada Tahun 2008 dan 2009 di Sentra Kerajinan Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara	6
Tabel 3.1 Tabel Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.1 Rata-rata Penggunaan Bahan Baku pada Tahun 2009.....	50
Tabel 4.2 Rata-rata Penggunaan Biaya Tenaga Kerja pada tahun 2009.....	51
Tabel 4.3 Jenis Bahan Bakar yang Digunakan pada Tahun 2009	52
Tabel 4.4 Analisis Regresi Berganda.....	52
Tabel 4.5 Koefisien Parsial.....	54
Tabel 4.6 Biaya Promosi pada Tahun 2009.....	56
Tabel 4.7 Biaya Distribusi pada Tahun 2009	57
Tabel 4.8 Penggunaan Biaya Penjualan.....	58
Tabel 4.9 Tabel Koefisien Determinasi.....	60

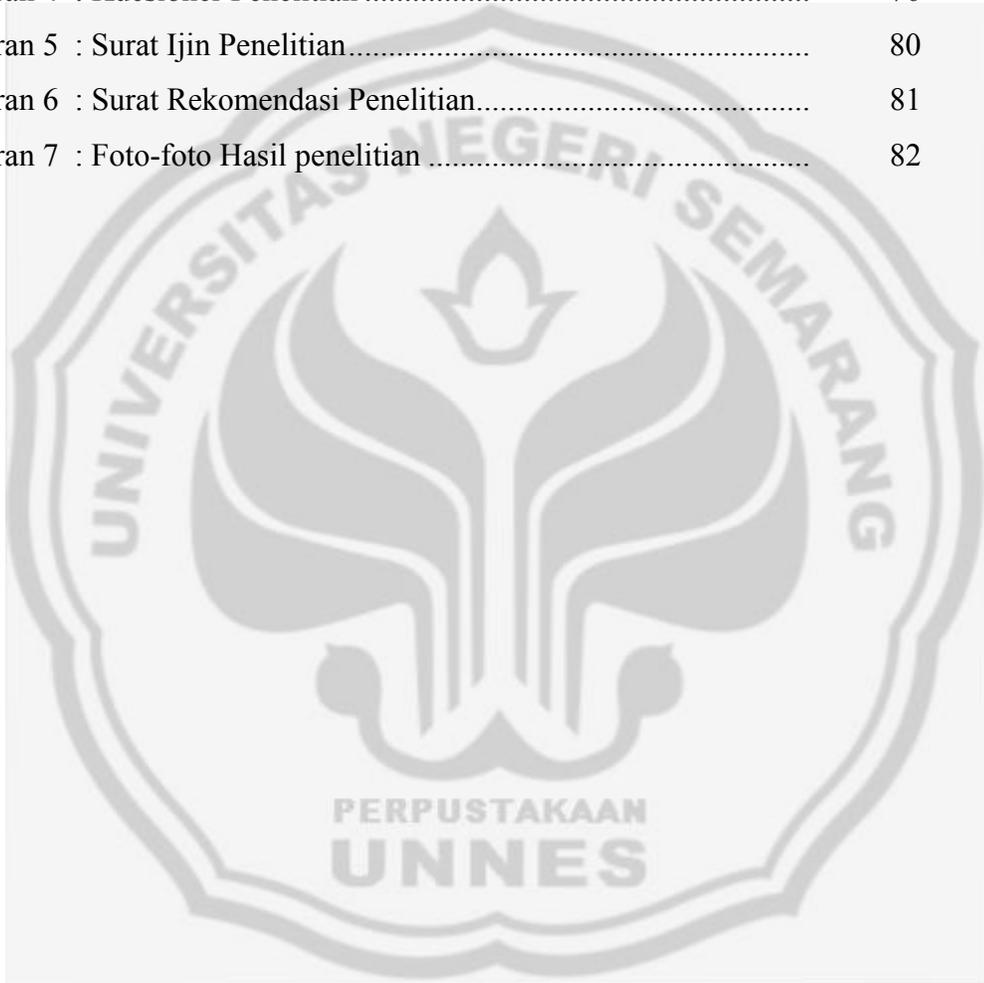
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kerangka Berpikir	35
Gambar 3.1 Histogram Uji Normalitas.....	42
Gambar 3.2 P-P Plot Normalitas Model Regresi.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Input Data Regresi.....	66
Lampiran 2 : Hasil Penelitian	67
Lampiran 3 : Output SPSS.....	71
Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 5 : Surat Ijin Penelitian.....	80
Lampiran 6 : Surat Rekomendasi Penelitian.....	81
Lampiran 7 : Foto-foto Hasil penelitian	82



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era perdagangan dimasa datang dikatakan sebagai milik usaha kecil, hal ini dapat terlihat dari banyaknya sumbangan yang telah diberikan usaha kecil kepada perekonomian negara di setiap tempat di dunia (Sukirno, 2006:367). Sumbangan yang telah diberikan oleh usaha kecil kepada Negara antara lain adalah membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru, penciptaan teknologi atau metode baru dan juga produk baru untuk kepentingan negara, membantu perkembangan usaha-usaha besar sehingga vendor (pemasok dan *outsourcing*) dan sebagainya.

Salah satu keistimewaan dari usaha kecil adalah sebagian besar populasi usaha kecil dan rumah tangga berada di daerah pedesaan, sehingga jika dikaitkan dengan kenyataan bahwa tenaga kerja yang semakin meningkat serta luas tanah garapan pertanian yang relatif berkurang, industri kecil merupakan alternatif jalan keluarnya (Diperindag Kota Semarang. 2008). Oleh karena itu, usaha kecil merupakan salah satu alat guna memajukan perekonomian pedesaan. Dengan banyaknya industri kecil di kawasan pedesaan, selain dapat membangkitkan roda perekonomian di desa, industri kecil juga dapat mecegah arus urbanisasi yang sering dilakukan oleh masyarakat desa yang cenderung ingin mencari pekerjaan di kota.

Usaha atau industri kecil di bidang kerajinan merupakan industri yang cukup strategis, hal ini dikarenakan industri kerajinan memanfaatkan sumber daya yang ada hanya ditempat-tempat tertentu, dan menjadi ciri khas dari suatu daerah atau wilayah (Soekartawi, 198:2002). Salah satu industri kerajinan yang ada adalah industri kerajinan keramik yang memanfaatkan sumber daya alam yang ada di Indonesia yang digunakan sebagai bahan mentah utama yaitu tanah liat, dan memanfaatkan tenaga kerja yang ada di pedesaan. Industri kerajinan keramik juga dipengaruhi oleh karya seni yang merupakan budi daya penduduk setempat dalam menghasilkan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, karena itulah kerajinan keramik mempunyai nilai tersendiri dalam masyarakat. Dalam melaksanakan usahannya, sebuah perusahaan harus memiliki beberapa tujuan, salah satunya adalah tujuan dalam penjualan barang maupun jasa. Menurut Bashu Swastha (1998:404), pada umumnya perusahaan mempunyai tiga tujuan utama dalam penjualannya, Pertama, mencapai volume penjualan tertentu, kedua, mendapatkan laba tertentu, dan ketiga, menunjang pertumbuhan perusahaann. Dari tujuan tersebut, ketiga-tiganya akan digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan baik dalam bentuk hasil produksi maupun dalam asset yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan Winardi (1991:3) mengemukakan arti dari penjualan itu sendiri adalah proses dimana sang penjual memastikan, mengaktifkan, dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak. Dari hasil penjualan ini akan diperoleh pendapatan yang diterima oleh pengusaha. Pendapatan dalam penelitian ini adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk, pendapatan yang diperoleh akan digunakan sebagai modal usaha kembali, guna kelancaran

usaha dan meningkatkan nilai perusahaan. Sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Franco Modigliani pada tahun 1958, menyebutkan bahwa penghasilan akan menentukan nilai perusahaan dimasa yang akan datang.

Sebagian besar para pengusaha akan mempunyai tujuan untuk mendapatkan pendapatan yang akan diterimanya dari hasil penjualan baik barang maupun jasa secara maksimal, dan mempertahankan atau bahkan berusaha untuk dapat meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Tujuan ini dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang sudah direncanakan, akan tetapi hal ini tidak berarti bahwa hasil penjualan dari barang ataupun jasa yang terjual selalu menghasilkan laba. Hal ini dikarenakan hasil penjualan yang diperoleh tidak selalu sesuai dengan harapan, tetapi agar perusahaan dapat terus berjalan dengan baik maka sebaiknya hal tersebut dapat diminimalisir atau bahkan dihindari karena pada dasarnya laba yang diperoleh dari hasil penjualan akan digunakan untuk pengembangan perusahaan baik dalam segi kualitas maupun kuantitas pada perusahaan tersebut.

Menurut teori penjualan yang dikemukakan oleh Yusuf (2002:342) perusahaan akan selalu berusaha mempertahankan kegiatan operasional perusahaannya dengan berbagai cara. Diantaranya dengan menyediakan barang dan jasa sesuai dengan selera dari masyarakat. Bila barang dan jasa yang telah diberikan pada masyarakat dapat dimanfaatkan, sehingga perusahaan akan dapat memperoleh balas jasa dari masyarakat yang menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan dari proses penjualan yang dilakukan. Melalui hasil penjualan tersebut, perusahaan akan memperoleh pendapatan yang akan digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan untuk selanjutnya. Jika tujuan

tersebut tidak tercapai, maka perusahaan akan kehilangan sumber dana dari masyarakat dan modal perusahaan berangsur-angsur lemah, sehingga perusahaan tidak mempunyai kedudukan yang kuat untuk melakukan persaingan dengan perusahaan-perusahaan sejenis lainnya yang ada di pasaran.

Kabupaten Banjarnegara merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki jumlah industri kecil atau UMKM yang cukup banyak. Di Kabupaten Banjarnegara terdapat beberapa sentra industri kecil yang bergerak dibidang industri kerajinan, diantaranya adalah sentra kerajinan batik tulis di Desa Gumelem Kecamatan Susukan, sentra pembuatan anyaman bambu di Kecamatan Sigaluh dan yang terbesar adalah sentra kerajinan keramik yang berada di Kecamatan Purworejo Klampok yang merupakan salah satu potensi yang cukup berkembang dan dapat diandalkan oleh Kabupaten Banjarnegara. Industri keramik yang dihasilkan oleh sentra industri ini merupakan salah satu industri unggulan di Kabupaten Banjarnegara (Dinas Deperindagkop Kabupaten Banjarnegara. 2008).

Sentra Industri Keramik Banjarnegara muncul sepanjang dekade 1970, saat di tempat ini mulai bermunculan perajin keramik. Dan menurut informasi yang didapat industri Kerajinan keramik Klampok sempat setara dengan pusat kerajinan Kasongan di Bantul. Terutama pada 1985 hingga pertengahan 1997 (Dinas Deperindagkop Kabupaten Banjarnegara. 2001). Namun dari penlitian pendahuluan yang dilakukan oleh penulis menunjukkan permintaan kerajinan keramik saat ini mengalami penurunan, hal ini dipicu oleh lonjakan biaya produksi. Terlebih lagi mulai tanggal 1 Januari 2010 sudah

diberlakukan ACFTA (*Asean-China Free Trade Area*) makin menambah kekhawatiran pengrajin akan serbuan produk-produk China di Indonesia.

Kenaikan harga faktor-faktor produksi yang terjadi akhir-akhir ini menjadi penyebab utama terjadinya masalah penurunan pendapatan dari hasil penjualan yang diterima oleh pengrajin. Menurut penelitian pendahuluan yang telah dilakukan penggunaan biaya faktor-faktor produksi yang cenderung konstan dari tahun ke tahun, tetapi terjadi penurunan dalam jumlah kuantitas dari faktor-faktor produksi tersebut, sehingga hasil produksi yang dihasilkan juga mengalami penurunan yang sama. Makin terhimpitnya usaha keramik di Klampok juga terlihat dari sejumlah gerai yang berjejer di kawasan ini. Tidak banyak calon konsumen yang mengunjungi gerai. Jumlah usaha kerajinan keramik yang dulu berjumlah ratusan, kini jumlah usaha keramik yang tersisa di Klampok tinggal beberapa unit saja dengan jumlah pekerja tidak sampai 200 orang, dan itu sudah termasuk penjaga *showroom*. Fakta-fakta diatas yang semakin menguatkan bahwa penurunan pendapatan para pengrajin keramik memang benar-benar terjadi.

Adapun fakta dilapangan mengenai hasil penjualan yang diperoleh para pengrajin keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara pada tahun 2008 dan 2009 adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1 Data Hasil Penjualan di Sentra Kerajinan Keramik Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara pada Tahun 2008 dan 2009.

Nama Pengusaha	Nama Perusahaan	Hasil Penjualan		Selisih Hasil Penjualan (000)	Penurunan Penjualan
		2008 (000)	2009 (000)		
Budi Rianto	Teko Arto	277,200	263,340	13,860	5%
H. Syahri	Anugerah	96,600	86,940	9,660	10%
Sutarno	Duta Serayu	112,500	101,925	10,575	9.40%
Sutrisno	Kharisma	345,600	328,320	17,280	5%
Agus Prianto	Kumpul	126,720	120,384	6,336	5%
Budi P	Ipoenk	62,400	56,722	5,678	9.10%
Sudarno	Kismoaji	136,800	129,960	6,840	5%
Rata-rata		150,993	143,190	70,229	7.05%

Sumber: Observasi lapangan

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilaksanakan di 7 (Sembilan) Usaha Kecil Kerajinan Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara, ternyata keseluruhan usaha tersebut mengalami penurunan pendapatan dari hasil penjualannya. Apabila dirata-rata, penurunan pendapatan yang terjadi yaitu sebesar 7,5% atau terjadi selisih pendapatan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar Rp. 70.229.000,00 dari tahun sebelumnya, dengan penggunaan pada biaya dari faktor-faktor produksi digunakan sebagai biaya-biaya pembentukan produk yang dihasilkan cenderung konstan. Hal ini nyatanya bertentangan dengan teori yang Anwar kemukakan mengenai pendapatan yang diterima dari hasil penjualan.

Anwar (2009:92) mengemukakan bahwa jika biaya-biaya yang digunakan oleh perusahaan bisa dikelola dengan baik dan dengan cara yang ekonomis, maka hasil produksi akan dapat ditingkatkan, biaya produksi dapat menurun dan hal tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan. Pada dasarnya apabila proses produksi lancar, maka hasil yang diperoleh dapat optimal. Hasil yang optimal tersebut dapat mendatangkan pendapatan yang optimal pula. Pendapatan yang diterima oleh pengrajin ini berasal dari hasil penjualan atas barang-barang yang dihasilkan oleh para pengrajin dengan menggunakan biaya produksi dan biaya penjualan tersebut.

Di Sentra Kerajinan Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara, para pengrajin mengeluhkan menurunnya pendapatan yang diterima akhir-akhir ini diterimannya, meskipun menurut pengakuan para responden mereka sudah menggunakan pengeluaran perusahaan dengan sebaik mungkin. Hal ini mendasari peneliti

untuk melakukan penelitian mengenai hasil penjualan pada sentra kerajinan kramik ini, karena selama ini belum ada yang meneliti lebih jauh mengenai penurunan hasil penjualan yang terjadi di sentra ini.

Terkait hal tersebut, dilakukannya penelitian ini adalah agar dapat menghasilkan suatu konsep mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi hasil penjualan, sehingga diharapkan dapat menjadi acuan kebijakan oleh para pengrajin di Sentra Industri Kerajinan Keramik Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara

1.2 Perumusan Masalah

Dalam melakukan kegiatannya produksinya, pada umumnya para pengusaha akan mempunyai tujuan untuk mendapatkan pendapatan yang akan diterimannya dari hasil penjualan baik barang maupun jasa secara maksimal, dan mempertahankan atau bahkan berusaha untuk dapat meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama. Karena pendapatn yang diterima oleh para pengusaha tersebut digunakan sebagai modal usaha kembali, guna kelancaran usaha dan meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam memproduksi suatu produk diperlukan akan adanya biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produksi jadi yang siap untuk dijual, biaya produksi yang dimaksud misalnya biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan dan lain-lain (Mulyadi, 1999:14). Oleh karena itu dalam menjalankan suatu usaha, khususnya usaha produksi, biaya ini sangatlah penting bagi perusahaan. Penggunaan akan biaya produksi itu sendiri harus sesuai dengan

kebutuhan yang ada, dengan tujuan agar perusahaan dapat seefisien mungkin dalam menggunakan sumber daya yang ada.

Penggunaan biaya produksi sangatlah penting guna kelancaran proses produksi. Apabila dalam proses produksi lancar, maka hasil produksi yang dihasilkan akan sesuai dengan harapan. Produk yang telah dihasilkan ini kemudian disalurkan kepada konsumen yang ada dipasar melalui proses penjualan. Dari hasil penjualan inilah, perusahaan dapat memperoleh pendapatan sesuai dengan banyaknya *output* yang dihasilkan. Semakin banyak *output* yang dihasilkan maka semakin banyak pula pendapatan yang diterima.

Produk yang telah selesai dihasilkan akan dipasarkan agar dapat sampai ketangan konsumen dengan segera, oleh karena itu diperlukan adanya biaya penjualan. Biaya penjualan memiliki akibat langsung ke perusahaan yaitu dalam kaitannya dengan volume penjualan sebagai tolok ukur dalam keberhasilan dalam usaha. Apabila biaya penjualan yang terdiri dari biaya distribusi dan promosi ditingkatkan maka omzet penjualan juga akan meningkat dan akibat akhirnya adalah peningkatan pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan. Dan dengan besarnya pendapatan yang diterima perusahaan maka kemungkinan perusahaan untuk memperoleh keuntungan juga akan semakin besar. Untuk dapat tercapainya tujuan tersebut, maka salah satu usaha yang harusnya dilakukan oleh perusahaan adalah mengefektifkan dan meningkatkan saluran distribusi dan periklanan yang dimiliki dan dilaksanakan oleh perusahaan sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan dan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Anwar (2009:92) mengemukakan jika biaya-biaya yang digunakan oleh perusahaan seperti biaya produksi (biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja, biaya

overhead pabrik) dan penggunaan biaya penjualan (biaya promosi, biaya distribusi, biaya gaji karyawan bagian pemasaran) bisa dikelola dengan baik dan dengan cara yang ekonomis, maka hasil produksi akan dapat ditingkatkan, biaya produksi dapat menurun dan hal tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan. Pada dasarnya apabila proses produksi lancar, maka hasil yang diperoleh dapat optimal. Hasil yang optimal tersebut dapat medatangkan pendapatan yang optiomal pula. Pendapatan yang diterima oleh pengrajin ini berasal dari hasil penjualan atas barang-barang yang dihasilkan oleh para pengrajin dengan menggunakan biaya produksi dan biaya penjualan tersebut.

Dari teori yang telah dinyatakan diatas maka dapat diukur pendapatan yang diterima dari hasil produksi oleh para pengrajin dengan menggunakan biaya produksi dan biaya penjualan yang telah mereka keluarkan. Dari penelitian pendahuluan yang telah penulis lakukan, para pengrajin menyatakan bahwa mereka sudah mengguanakan biaya-biaya tersebut sesuai dengan kebutuhan yang ada, namun pada kenyataannya hasil penjualan yang diterima oleh pengrajin masih mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun ketahun. Hal ini perlu diteliti penyebab menurunnya hasil produksi para pengrajin di Sentra Industri Kerajinan Kramik Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara, apakah dari faktor biaya produksi atau dari biaya penjualan yang digunakan pada sentra tersebut.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan adalah seberapa besar pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan yang diperoleh pengrajin keramik di sentra kerajinan keramik

Kecamatan Purworejo Kelampok Kabupaten Banjarnegara baik secara parsial maupun simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini agar dapat berjalan dengan baik dan dapat mengenai sasaran sesuai dengan permasalahan yang dihadapi di sentra industri kramik ini, maka tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh biaya produksi dan penjualan terhadap pejualan pengrajin keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabuipaten Banjarnegara baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yaitu manfaat teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis/ Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi naik turunnya pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan dan dapat memberikan rangsangan dan acuan dalam melakukan penelitian lanjutan dengan topik dan pembahasan yang berkaitan dengan penelitian ini.

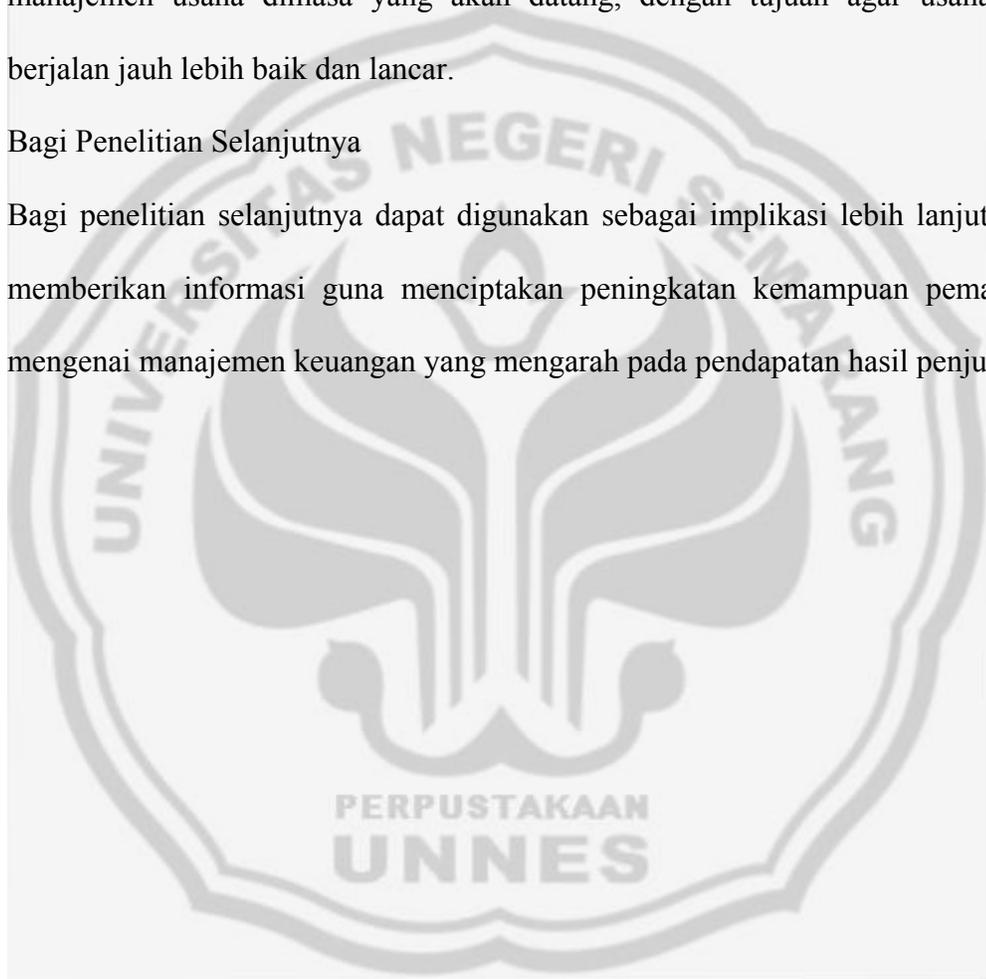
2. Manfaat Praktis

a. Bagi pengrajin Keramik

Penelitian ini dapat dijadikan salah satu informasi bagi para pengrajin keramik sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dalam pengelolaan manajemen usaha dimasa yang akan datang, dengan tujuan agar usaha dapat berjalan jauh lebih baik dan lancar.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya dapat digunakan sebagai implikasi lebih lanjut dalam memberikan informasi guna menciptakan peningkatan kemampuan pemahaman mengenai manajemen keuangan yang mengarah pada pendapatan hasil penjualan



BAB II

KERANGKA TEORI

.2.2.1 Biaya Produksi

2.1. Pengertian Biaya Produksi

Menurut Mulyadi (1999:14) biaya produksi adalah biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan *equipment*, biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang digunakan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan proses produksi.

Pengertian biaya produksi dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, sedangkan dalam arti luas biaya produksi adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang dilakukan untuk tujuan tertentu (Ahyari 1979:12). Biaya produksi juga merupakan biaya yang dipakai untuk menilai persediaan yang dicantumkan dalam laporan keuangan dan jumlahnya relatif lebih besar daripada jenis biaya lain yang selalu terjadi berulang-ulang dalam pola yang sama secara rutin (Mas'ud, 1989:109).

Biaya produksi menurut Daniel (2002:121) adalah biaya sebagai kompensasi yang diterima oleh para pemilik faktor-faktor produksi, atau biaya-biaya yang dikeluarkan oleh para pengusaha dalam proses produksi, baik secara tunai maupun tidak tunai. Sedangkan menurut Sriyadi (1995:221) biaya produksi adalah pengorbanan yang seharusnya dapat

diduga lebih dahulu dan tidak dapat dihindarkan, yang dapat dihitung dengan nilai uang dan yang berhubungan dengan produksi barang dan jasa.

Dari penjelasan-penjelasan yang telah dijabarkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan guna membiayai proses produksi dalam mengolah bahan mentah atau bahan setengah jadi menjadi produk jadi yang siap untuk digunakan oleh konsumen

2.2. Macam-macam Biaya Produksi

Menurut Haryanto (2002:22), biaya produksi secara lebih luas dalam suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi :

1) Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang dalam kurun waktu tertentu jumlahnya tetap dan tidak berubah. Biaya ini tidak tergantung dari banyak sedikitnya barang atau *output* yang dihasilkan. Misalnya biaya gaji pegawai tetap, manajer, sewa tanah, penyusutan mesin, bunga pinjaman bank. Biaya tetap ini dibedakan menjadi dua macam yaitu :

- a) Biaya tetap total (*total fixed cost*), merupakan jumlah keseluruhan biaya yang dikeluarkan dalam jumlah tetap dalam jangka waktu tertentu.
- b) Biaya tetap rata-rata (*average fixed cost*), merupakan biaya tetap yang dibebankan pada setiap satuan *output* yang dihasilkan.

2) Biaya Variabel (Variabel Cost)

Biaya variabel merupakan pengeluaran yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah sesuai dengan jumlah *output* yang dihasilkan. Dalam hal ini, semakin banyak jumlah

produk yang dihasilkan, semakin besar pula biaya variabelnya. Misalnya biaya bahan baku, bahan pembantu, bahan bakar, dan upah tenaga kerja langsung. Biaya variabel ini dibedakan menjadi dua macam yaitu :

a) Biaya variabel total (total variabel cost), merupakan seluruh biaya yang harus dikeluarkan selama masa produksi output dalam jumlah tertentu.

b) Biaya variabel rata-rata (average variabel cost), merupakan biaya variabel yang dikeluarkan untuk setiap unit output.

3) Biaya Total (Total Cost)

Biaya total merupakan jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi semua output, baik barang maupun jasa. Biaya ini dapat dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap total dengan biaya variabel total.

4) Biaya Rata-rata (Average Cost)

Biaya rata-rata merupakan biaya total yang dikeluarkan untuk setiap unit output.

5) Biaya Marginal (Marginal Cost)

Biaya marginal merupakan kenaikan dari biaya total yang diakibatkan oleh diproduksinya tambahan satu unit output.

Dalam penelitian ini penggolongan biaya yang digunakan berdasar fungsi pokoknya dalam perusahaan yaitu biaya produksi. Karena dari keseluruhan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan manufaktur, biaya produksi cenderung menjadi pos biaya yang paling besar jumlahnya. Biaya produksi dalam industri keramik yang digunakan dalam membiayai proses produksinya dapat digolongkan menjadi tiga unsur biaya, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya bahan penolong.

.2.2.1. Biaya Bahan Baku.

Menurut Ahyari (1979:1) mengatakan bahwa bahan baku atau bahan mentah merupakan bahan yang digunakan untuk keperluan produksi. Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, biaya transportasi dan biaya perolehan lainnya.

Semua produk pabrikan (manufacturing products) terbuat dari bahan baku langsung dasar. Bahan baku langsung (direct material) adalah bahan baku yang menjadi bagian integral dari produk jadi perusahaan dan dapat ditelusuri dengan mudah. Bahan baku langsung ini menjadi bagian fisik produk, dan terdapat hubungan langsung antara masukan bahan baku dan keluaran dalam bentuk produk jadi. Jadi biaya bahan baku langsung adalah biaya dari komponen-komponen fisik produk dan biaya bahan baku dapat dibebankan secara langsung, kepada produk karena observasi fisik dapat dilakukan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk (Simamora, 1999:36).

Bahan baku adalah bahan yang akan diolah menjadi produk selesai dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya atau merupakan bagian integral pada produk tertentu. Biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai di dalam pengolahan produk (Syahunan, 2004:2).

Pengertian menurut Nafarin (2004:82), bahan baku merupakan bahan langsung, yaitu bahan yang membentuk suatu kesatuan yang tidak terpisahkan dari produk jadi. Bahan

baku adalah bahan utama atau bahan pokok dan merupakan komponen utama dari suatu produk. Bahan baku biasanya mudah ditelusuri dalam suatu produk dan harganya relatif lebih tinggi dibandingkan dengan biaya bahan penolong atau pembantu. Sedangkan bahan pembantu itu sendiri merupakan bahan pelengkap yang melekat pada suatu produk, yang tidak dapat dipisahkan dalam proses produksi. Bahan pembantu biasanya tidak mudah ditelusuri dalam suatu produk dan harganya relatif lebih rendah bila dibandingkan dengan bahan baku.

Definisi-definisi mengenai pengertian biaya bahan baku diatas dapat disimpulkan bahwa biaya bahan baku adalah bahan dasar yang digunakan dalam proses produksi yang berupa bahan mentah untuk dijadikan bahan jadi atau setengah jadi dan kemudian membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi.

1) Sistem Pembelian Lokal Bahan Baku

Menurut Ahyari (1979:10) bahan baku sebagai bahan antara dalam kegiatan produksi perlu mempertimbangkan hal-hal yang menyangkut :

- a. Jumlah kebutuhan bahan baku selama satu periode
- b. Kelayakan harga barang
- c. Kontinuitas persediaan barang
- d. Kualitas bahan baku
- e. Biaya pengangkutan

Menurut Mulyadi (1981:119) transaksi pembelian lokal bahan baku melibatkan bagian-bagian produksi, gudang, pembelian, penerimaan barang dan akuntansi. Sistem pembelian lokal bahan baku adalah sebagai berikut:

a. Prosedur Permintaan Pembelian Bahan Baku

Bagian produksi yang membutuhkan bahan baku meminta bahan baku yang dibutuhkan di bagian gudang. Jika persediaan bahan baku yang ada di gudang sudah mencapai tingkat minimum pemesanan kembali harus segera dilaksanakan.

b. Prosedur Order Pembelian

Bagian pembelian melaksanakan pembelian atas dasar surat permintaan pembelian dari bagian gudang. Kemudian bagian pembelian mengirimkan surat permintaan penawaran harga yang berisi permintaan informasi harga dan syarat-syarat pembelian dari masing-masing distributor.

c. Prosedur Penerimaan Bahan Baku

Distributor mengirimkan bahan baku sesuai dengan surat order pembelian yang diterimanya. Bagian penerimaan yang bertugas menerima barang-barang mencocokkan apakah barang yang dipesan telah sesuai dengan pemesanan. Apabila barang telah sesuai dengan apa yang di pesan maka bagian penerimaan akan membuat laporan penerimaan barang.

d. Prosedur Pencatatan Penerimaan Bahan Baku di Bagian Gudang

Bagian penerimaan menyerahkan bahan baku yang di terima dari distributor kepada bagian gudang. Bagian gudang menyimpan bahan baku yang di terima dalam kartu gudang. Kartu gudang itu berisi mengenai informasi setiap jenis barang yang disimpan di gudang tapi tidak berisi mengenai informasi harganya.

e. Prosedur Pencatatan Hutang yang Timbul dari Pembelian Bahan Baku

Bagian pembelian menerima faktur pembelian dari distributor. Bagian pembelian memberikan tanda terima di faktur pembelian tersebut, sebagai tanda persetujuan bahwa faktur dapat dibayar karena distributor telah memenuhi syarat-syarat pembelian yang telah ditentukan oleh perusahaan.

2) Penentuan Harga Pokok Bahan Baku

Untuk menentukan harga pokok bahan baku yang dipakai menurut Mulyadi (1981:135) adalah :

a. Metode Identifikasi Khusus

Dalam metode ini perlu dipisahkan tiap jenis barang berdasarkan harga pokoknya dan untuk masing-masing kelompok dibuatkan kartu persediaan tersendiri dengan diberi tanda khusus pada harga bahan yang dibeli.

b. Metode Masuk Pertama Keluar Pertama

Dalam metode ini harga pokok bahan baku yang dibebankan sesuai dengan urutan terjadinya. Apabila ada pemakaian bahan baku harga pokoknya adalah harga pokok terdahulu disusul yang berikutnya. Selanjutnya persediaan akhir dibebankan pada harga pokok akhir.

c. Metode Masuk Terakhir Keluar Pertama

Dalam metode ini bahan baku yang terakhir disusul dengan yang masuk sebelumnya. Persediaan akhir akan dibebankan pada pembelian yang pertama dan berikutnya.

d. Metode Rata-Rata Bergerak

Dalam metode persediaan bahan baku yang ada di gudang dihitung harga pokok rata-ratanya dengan cara membagi total harga pokok rata-rata persatuan yang baru.

e. Metode Biaya Standar

Dalam metode ini bahan baku yang dibeli dicatat sebesar harga standar, yaitu harga taksiran yang mencerminkan harga yang diharapkan terjadi pada masa yang akan datang.

f. Metode Rata-Rata Harga Pokok Bahan pada Akhir Bulan

Dalam metode ini pada akhir bulan dihitung harga pokok rata-rata persatuan, kemudian digunakan untuk menghitung bahan baku yang diserahkan oleh bagian gudang ke bagian produksi.

3) Faktor yang Menentukan Rencana Persediaan Bahan Baku

Besar kecilnya bahan baku yang dimiliki oleh perusahaan menurut Nafarin (2004:83) ditentukan oleh beberapa faktor, antara lain:

a. Anggaran Produksi

Semakin besar produksi yang dianggarkan, semakin besar pula bahan baku yang disediakan, begitu pula sebaliknya.

b. Harga Beli Bahan Baku

Semakin tinggi harga beli bahan baku, semakin tinggi persediaan bahan baku yang akan direncanakan

c. Biaya Penyimpanan Bahan Baku di Gudang dalam Hubungannya dengan Biaya Ekstra yang Dikeluarkan sebagai Akibat Kehabisan Persediaan.

Apabila biaya penyimpanan bahan baku digudang lebih kecil dibanding biaya ekstra yang dikeluarkan sebagai akibat kehabisan persediaan, maka perlu persediaan bahan baku yang lebih besar.

d. Ketepatan Pembuatan Standar Pemakaian Bahan Baku

Semakin tepat standar bahan baku yang dibuat, semakin kecil bahan baku yang direncanakan.

e. Ketepatan Pemasok dalam Menyerahkan Bahan Baku

Apabila pemasok biasanya tidak tepat dalam menyerahkan bahan baku yang dipesan, maka persediaan bahan baku yang direncanakan jumlahnya besar.

f. Jumlah Bahan Baku sekali Pemesanan

Bila bahan baku tiap kali pesan jumlahnya besar, maka persediaan yang direncanakan juga besar.

.2.2.2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk pekerja atau karyawan yang dapat ditelusuri secara fisik kedalam pembuatan produk dan bisa pula ditelusuri dengan mudah atau tanpa memakan banyak biaya (Simamora,1999:37). Biaya tenaga kerja adalah pengeluaran perusahaan yang digunakan untuk pembayaran (upah atau gaji) tenaga manusia yang bekerja mengolah produk (Nafarin, 2004:100).

Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan (Supriyono, 1999: 20). Sedangkan pengertian biaya tenaga

kerja yang dikemukakan oleh Mulyadi (1999:343) adalah harga yang dikeluarkan untuk penggunaan tenaga kerja manusia yang telah digunakan dalam mengolah produk.

Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Sesuai dengan fungsi dimana karyawan bekerja, biaya tenaga kerja dapat digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja pabrik, biaya tenaga kerja pemasaran, biaya tenaga kerja administrasi dan umum, serta fungsi keuangan. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan oleh perusahaan (Syahyunan, 2004:2).

Upah atau biaya tenaga kerja menurut UUD No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan adalah suatu penerimaan sebagai imbalan dari pengusaha kepada buruh atau karyawan pekerja untuk suatu pekerjaan atau jasa yang telah dilakukan, dinyatakan dalam bentuk uang yang diharapkan menurut suatu persetujuan, atau peraturan perundang-undangan. Upah dibayarkan atas dasar perjanjian antara pengusaha dengan buruh atau pekerja (Disnakertrans kota Semarang)

Pengertian-pengertian biaya tenaga kerja diatas dapat disimpulkan bahwa biaya tenaga kerja adalah pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai akibat dari penggunaan tenaga kerja dalam proses produksi/ kegiatan mengolah produk. Dalam penelitian ini tenaga kerja dinilai dengan uang (Rp), yaitu melalui upah tenaga kerja dan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan.

Menurut Soekartawi (2003) faktor produksi tenaga kerja merupakan faktor produksi yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi dalam jumlah

yang cukup, bukan saja dilihat dari tersedianya tenaga kerja tetapi kualitas dan macam tenaga kerja perlu diperhatikan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada faktor produksi tenaga kerja adalah:

1) Tersedianya Tenaga Kerja

Setiap proses produksi diperlukan tenaga kerja yang cukup memadai. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan perlu disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga jumlahnya dapat optimal. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan ini memang masih banyak dipengaruhi dan dikaitkan dengan kualitas tenaga kerja itu sendiri, jenis kelamin, musim dan upah tenaga kerja.

2) Upah Tenaga Kerja

Dalam menggunakan tenaga kerja optimal, perlu dipertimbangkan kembali berapa upah yang akan dikeluarkan oleh perusahaan untuk tenaga kerjanya. Upah harus sesuai dengan kinerja yang diberikan oleh tenaga kerja. Sehingga biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat optimal juga.

3) Kualitas Tenaga Kerja dalam Proses Produksi

Dalam proses produksi kualitas tenaga kerja selalu diperlukan guna menentukan spesialisasi tenaga kerja. Persediaan tenaga kerja spesialisasi diperlukan karena mereka mempunyai keahlian tertentu dalam bidang yang tertentu pula, dan tenaga kerja spesialisasi ini tersedia dalam jumlah yang terbatas. Bila kualitas tenaga kerja ini tidak diperhitungkan maka akan terjadi kemacetan dalam proses produksi. Sering dijumpai alat-alat produksi berteknologi canggih tidak dioperasikan karena belum

tersedianya tenaga kerja yang mempunyai klasifikasi untuk mengoperasikan alat tersebut.

4) Jenis Kalamain

Kualitas tenaga kerja juga dipengaruhi oleh jenis kelamin, apabila dalam proses produksi suatu barang tertentu, tenaga kerja pria mempunyai spesialisasi dalam bidang pekerjaan tertentu seperti mengoperasikan mesin-mesin berat, maka tenaga kerja wanita mengerjakan proses *finishing* atau pengepakan.

5) Tenaga Kerja Musiman

Tenaga kerja musiman dalam industri ditentukan oleh permintaan konsumen. Maka terjadilah penyediaan tenaga kerja musiman dan pengangguran tenaga kerja musiman. Bila terjadi pengangguran semacam ini, maka konsekuensinya juga terjadi migrasi dan urbanisasi musiman

Sesuai dengan fungsi di mana karyawan bekerja, biaya tenaga kerja menurut Supriyono (1999: 20) dapat digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja pabrik/ produksi, biaya tenaga kerja pemasaran, biaya tenaga kerja administrasi dan umum. Biaya tenaga kerja untuk fungsi produksi dibagi menjadi dua bagian yaitu:

- 1) Biaya tenaga kerja langsung, yaitu semua balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.
- 2) Biaya tenaga kerja tidak langsung, yaitu semua balas jasa yang di berikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang di hasilkan perusahaan.

Menurut Basu Swastha (2000:263) tenaga kerja dapat dibedakan sesuai dengan fungsinya yaitu:

1) Tenaga Kerja Eksekutif

Tenaga kerja eksekutif adalah tenaga kerja yang mempunyai tugas dalam pengambilan keputusan dan melaksanakan fungsi organik manajemen, merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir dan mengawasi.

2) Tenaga Kerja Operatif

Tenaga kerja operatif adalah tenaga kerja pelaksana yang melaksanakan tugas-tugas tertentu yang dibebankan kepadanya. Tenaga kerja operatif dibagi menjadi tiga yaitu tenaga kerja terampil (*skilled labour*), tenaga kerja setengah terampil (*semi skilled labour*) dan tenaga kerja tidak terampil (*unskilled labour*)

.2.2.3. Biaya Bahan Penolong

Biaya bahan penolong adalah bahan pelengkap yang melekat pada suatu produk. Bahan penolong tersebut biasanya digunakan sebagai bahan pembantu dalam proses produksi produk, yang biasa disebut dengan *supplies* pabrik, yaitu bahan yang diperlukan dalam pembuatan suatu produk yang bersangkutan (Achmad Slamet, 2007:87). Biaya bahan penolong bahan yang bersifat sebagai bahan pembantu untuk proses pembuatan barang jadi, nilainya relatif kecil dibanding biaya produksi.

Daljono (2004:15) berpendapat bahwa biaya bahan penolong (*indirect material*) adalah bahan-bahan yang digunakan untuk menyelesaikan suatu produk, tetapi

pemakaiannya relatif kecil atau pemakaiannya sangat rumit untuk dikenali di produk jadi.

Bahan penolong adalah bahan yang diolah menjadi bagian produk selesai tetapi pemakaiannya tidak dapat diikuti jejak atau manfaatnya pada produk selesai tertentu. Biaya bahan penolong adalah harga perolehan bahan penolong yang dipakai di dalam pengolahan produk, seperti penggunaan bahan bakar, penggunaan pewarna dll. (Syahyunan, 2004:2).

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa biaya bahan penolong adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang digunakan sebagai bahan pembantu dalam proses produksi, yang nilainya relatif kecil dibandingkan biaya produksinya.

2.2.4. Biaya Penjualan

Penjualan adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang bermaksud untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2009:9)

Mulyadi (1999:14) mengemukakan bahwa biaya penjualan merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya adalah biaya promosi (iklan), biaya pengangkutan, dan biaya gaji bagian pemasaran.

Carter dan Usry (2006:223) mengemukakan bahwa biaya penjualan memiliki dua pengertian, yaitu ditinjau dari kegiatan pemasarannya dan dari segi terjadinya

biaya pemasaran. Pengertian biaya pemasaran ditinjau dari kegiatan pemasaran adalah meliputi semua biaya dalam rangka menyelenggarakan kegiatan pemasaran yaitu:

- 1) *Order Getting Cost* yang merupakan biaya untuk memperoleh pesanan.
- 2) *Order Filling Cost* yang merupakan biaya untuk memenuhi pesanan.

Apabila ditinjau dari segi terjadinya biaya penjualan, pengertian biaya pemasaran adalah semua biaya yang terjadi dalam rangka memasarkan produk yang timbul dari saat produk siap dijual sampai dengan diterimanya hasil tunai penjualan.

Biaya penjualan, yaitu biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas. Biaya ini meliputi biaya untuk melaksanakan: (1) fungsi penjualan; (2) fungsi penggudangan produk selesai; (3) fungsi pengepakan dan pengiriman; (4) fungsi advertensi; (5) fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang; (6) fungsi pembuatan faktur dan administrasi penjualan (Syahyunan, 2004:2)

Biaya penjualan, yaitu pengorbanan sumber ekonomi yang dilakukan untuk mempromosikan dan memasarkan barang atau produk yang telah dihasilkan. Yang termasuk dalam biaya pemasaran adalah semua biaya yang berkaitan dengan pemasaran barang atau produk. Contoh biaya pemasaran yaitu biaya iklan, biaya gaji karyawan bagian pemasaran, penyusutan kendaraan bagian pemasaran, biaya promosi, biaya pengangkutan produk yang akan dipasarkan Daljono (2004:15).

Dari pengertian-pengertian diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa biaya penjualan adalah biaya yang digunakan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran seperti biaya promosi dan biaya distribusi produk.

2.2.5 Promosi

Promosi merupakan aktivitas pemasaran untuk mengkomunikasikan informasi tentang perusahaan dan produknya kepada konsumen sehingga menciptakan permintaan. Untuk dapat mengkomunikasikan produknya dengan efektif, perusahaan harus menentukan terlebih dahulu pasar sasarannya (target market) dan mengkombinasikan dengan alat promosi seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan tenaga penjual sedemikian rupa sehingga konsumen dapat mengenali produk perusahaan dan tertarik untuk membeli produk tersebut (Makodim, 2007:37).

Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran, dan sering disebut sebagai “proses berlanjut”. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan (Swastha, 2000:237). Promosi juga dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya

kepada pasar, dengan tujuan agar konsumen dapat mengenali dan tertarik untuk membeli produk tersebut.

2.2.6.Saluran Distribusi

Biaya distribusi dapat dikemukakan dalam arti sempit dan dalam arti luas. Dalam arti sempit, biaya distribusi dibatasi artinya sebagai biaya penjualan dan biaya yang dikeluarkan untuk menjual dan membawa produk ke pasar. Dalam arti luas biaya distribusi meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan di gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 1999).

Setiap perusahaan barang dan jasa tidak akan lepas dari masalah penyaluran barang yang dihasilkan atau barang yang akan dijual ke konsumen. Para produsen berhak menentukan kebijakan distribusi yang akan dipilih dan disesuaikan dengan jenis barang serta luasnya armada penjualan yang akan digunakan. Jika perusahaan berada dalam persaingan yang semakin tajam, perusahaan harus segera mengadakan penelitian terhadap pasarnya. Penelitian tersebut untuk mengetahui kebutuhan serta selera konsumen dan jika mungkin menstimulir permintaan serta menciptakan langganan (Makodim, 2007:37).

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menyalurkan barangnya kepada masyarakat, sampai produk yang disalurkan tersebut dapat dirubah kembali dalam bentuk uang tunai.

2.3. Penjualan

2.3.1 Pengertian Penjualan

Bagi sebuah perusahaan penjualan merupakan sumber utama pendapatan perusahaan. Pendapatan yang diperoleh dari penjualan dipergunakan perusahaan untuk membiayai segala kegiatannya maupun untuk mengembangkan usahanya.

Penjualan merupakan kegiatan ekonomis yang umum, dimana dengan penjualan sebuah perusahaan akan memperoleh hasil/laba sesuai dengan yang direncanakan atau memperoleh pengembalian atas biayabiaya yang dikeluarkan. Berikut ini definisi penjualan menurut beberapa ahli:

Penjualan meliputi perencanaan, pengarahan, dan pengawasan personal seling, termasuk penarikan, pemilihan, perlengkapan, penentuan rute, supervisi, pembayaran, dan motivasi sebagai tugas yang diberikan pada para tenaga penjualan untuk mencapai tujuan penjualan (Bashu Swastha,1998:403). Sedangkan menurut Sutamto (dalam Limif Rokhah, 2004: 8) mengemukakan penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang yang telah dihasilkannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan, atas persetujuan bersama.

Affif (1981:7) berpendapat bahwa penjualan atau menjual berarti dapat meyakinkan gagasan kita kepada orang lain untuk melakukannya. Menurut Winardi (1991:3) penjualan merupakan proses dimana sang penjual memastikan, mengaktifkan, dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.

Dari definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan hasil penjualan adalah hasil usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang yang telah dihasilkannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan, atas persetujuan bersama dengan tujuan agar memperoleh pendapatan bagi perusahaan yang kemudian akan digunakan untuk membiayai kebutuhan perusahaan untuk selanjutnya. Dengan ini terlihat betapa pentingnya fungsi penjualan bagi sebuah perusahaan. Hasil penjualan yang merupakan sumber pendapatan yang paling utama akan digunakan kembali oleh para pengusaha untuk membiayai segala kegiatan dan kebutuhan usahannya, dengan tujuan agar usaha dapat terus berjalan, dan perusahaan dapat mendapatkan keuntungan dalam proses usahannya.

2.3.2 Tujuan Penjualan

Sukses bisa dicapai bilamana seseorang atau perusahaan jika mereka memiliki suatu tujuan atau cita-cita, demikian pula halnya dengan pengusaha atau penjual. Tujuan tersebut akan menjadi kenyataan apabila dilaksanakan dengan kemauan dan kemampuan yang memadai. Selain itu, harus diperhatikan pula faktor-faktor lain seperti:

- 1 Modal yang diperlukan
- 2 Kemampuan merencanakan dan membuat produk
- 3 Kemampuan menentukan tingkat harga yang tepat
- 4 Kemampuan memilih penyalur yang tepat
- 5 Kemampuan menggunakan cara-cara promosi yang tepat, dan

6 Unsur penunjang lainnya.

Pada umumnya, para pengusaha mempunyai tujuan mendapatkan pendapatan tertentu (mungkin maksimal), dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya untuk jangka waktu lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang atau jasa yang terjual selalu menghasilkan laba.

Menurut Bashu Swastha (1998:404), pada umumnya perusahaan mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualannya, yaitu:

- 1 Mencapai volume penjualan tertentu
- 2 Mendapatkan laba tertentu
- 3 Menunjang pertumbuhan perusahaan

Dalam realitasnya penjualan dewasa ini tampak bahwa tujuan penjualan yang utama adalah mendapatkan laba. Laba tersebut jatuh pada produsen, grosir dan lembaga-lembaga penjualan lainnya.

2.3.4 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dari penelitian ini berfungsi sebagai pedoman yang memperjelas jalan, arah tujuan penelitian dan juga akan membantu pemilihan konsep-konsep yang diperlukan guna pembentukan hipotesis. Kerangka berpikir biasanya berupa skema sederhana yang menggambarkan secara singkat. Proses pemecahan masalah dengan penjelasan mengenai mekanisme faktor-faktor yang timbul, sehingga gambaran penelitian diketahui secara jelas (Arikunto, 2002:62).

Setiap aktivitas usaha tidak terkecuali dalam industri kecil, selalu dihadapkan pada harapan akan mendapatkan keuntungan sesuai apa yang telah direncanakan. Diharapkan dengan biaya yang tinggi maka dapat diperoleh hasil yang tinggi pula. Untuk dapat memperoleh hasil yang optimal, salah satu langkah yang dapat ditempuh dalam industri kerajinan keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara adalah dengan menyediakan faktor-faktor produksi yang sesuai dengan kebutuhan. Apabila dalam melaksanakan proses produksinya tidak dapat diperhitungkan dengan baik mengenai kebutuhan akan biaya bahan baku maka proses produksi tidak dapat berjalan dengan optimal. Peran tenaga kerja juga sangat penting, apabila kita memperoleh tenaga kerja yang tidak memiliki keahlian sesuai dengan apa yang kita butuhkan maka akan terjadi ketidakefektifan dalam produksi.

Demikian pula yang terjadi di Sentra Kerajinan Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara, para pengrajin Keramik memerlukan biaya produksi yang berupa biaya bahan baku untuk pembelian tanah liat dan cat dengan kualitas yang baik. Tanah liat yang digunakan dalam industri kerajinan keramik ini banyak diperoleh dari setempat, selain itu guna menambah pasokan tanah liat, dapat juga diperoleh dari daerah lain seperti Kabupaten Kebumen, Wonosobo dan Ajibarang (Banyumas). Dalam penggunaan bahan baku juga diperlukan biaya bahan pembantu seperti pembelian bahan bakar, bahan bakar digunakan untuk mendukung proses produksi, yaitu membakar tanah liat yang telah kering dan sudah dibentuk atau selesai didisain, agar menjadi keramik. Biaya tenaga kerja juga sangat penting, biaya yang dimaksud meliputi upah tenaga pembuat keramik, jumlah

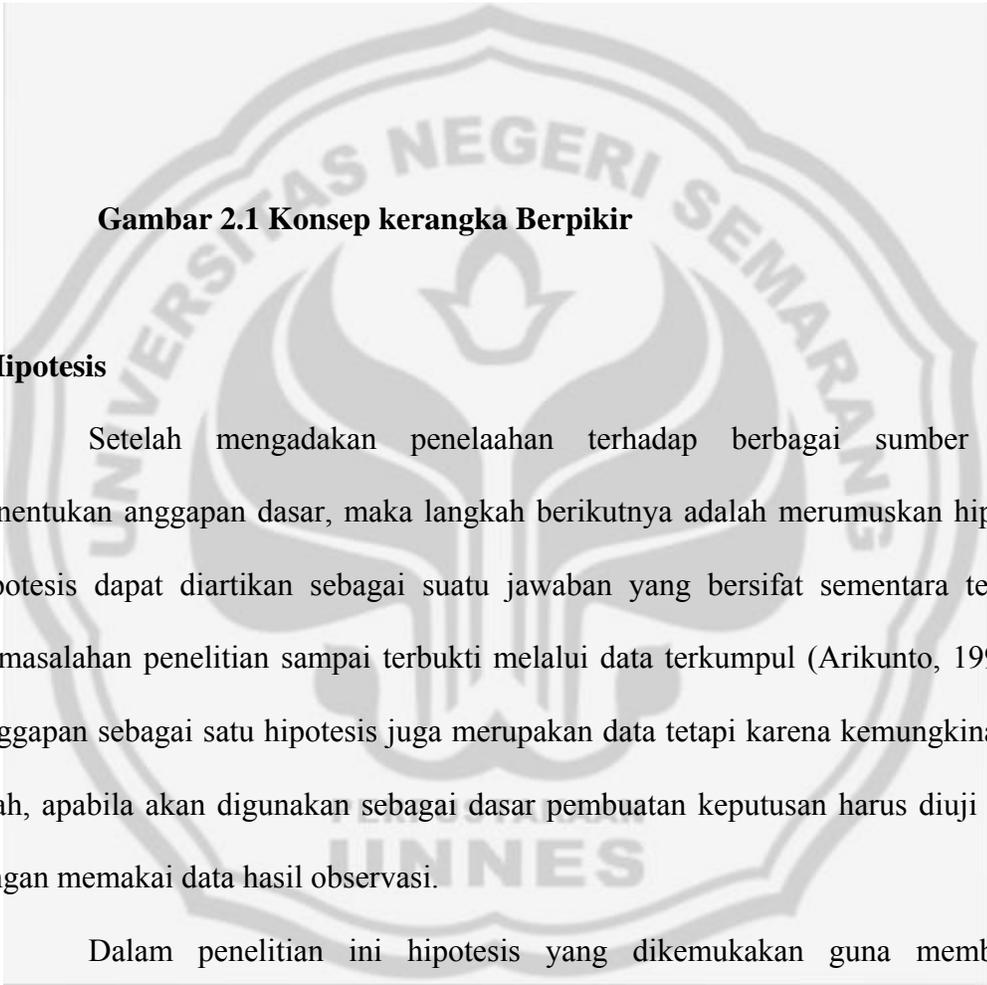
penggunaan tenaga kerja dan kualitas sumber daya tenaga kerja itu sendiri juga harus diperhitungkan. Para tenaga kerja pembuat keramik ini mengerjakan kegiatan antara lain *mixing* tanah liat, pembuatan produk, penjemuran, pembakaran dan dalam proses *finishing* yang berupa pengecatan dan pengemasan produk yang telah jadi. Sebagian besar industri keramik hias ini membutuhkan banyak tenaga kerja, hal ini dikarenakan produk yang mereka buat adalah hasil kerajinan tangan (*handicraft*) selain itu dikarenakan industri ini masih menggunakan alat-alat sederhana dalam proses produksinya. Selain itu terdapat juga biaya pemasaran, biaya pemasaran digunakan untuk memasarkan produk yang telah diproduksi agar dapat sampai ketangan konsumen. Biaya pemasaran itu sendiri terdiri dari biaya promosi yang digunakan untuk menginformasikan produk kepada konsumen, dan agar konsumen dapat mengetahui karakteristik produk yang dihasilkan oleh perusahaan, dengan tujuan agar konsumen dapat tertarik dan kemudian membeli produk yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan baik itu melalui media cetak maupun pamflet-pamflet dan juga melalui internet. Sedangkan biaya distribusi digunakan untuk memasarkan produk yang ditawarkan dari produsen/ pabrik ke pasar agar mudah dijangkau oleh konsumen.

Untuk dapat menjalankan usahanya (berproduksi) hingga akhirnya mereka dapat menikmati keuntungan dari memproduksi kerajinan keramik tersebut, maka diharapkan tersedianya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya bahan penolong yang cukup agar hasil produksi dapat optimal. Penggunaan input (faktor-faktor produksi) harus proporsional dengan output yang dihasilkannya (hasil

produksi) sehingga keuntungan yang mereka peroleh dapat maksimal. Tidak hanya itu faktor dalam pemasaran juga sangat perlu diperhatikan, karena pemasaran juga memegang peranan yang sangat penting dalam menginformasikan produk baik dari segi bentuk, keunggulan maupun kualitas kepada masyarakat, agar konsumen dapat tertarik dan kemudian dapat membeli produk yang telah dihasilkan. Akan tetapi dalam menghadapi berbagai persoalan yang muncul seperti persaingan yang tidak sehat, kenaikan biaya produksi, penurunan permintaan masyarakat, dan sumber daya manusia yang terbatas, maka para pengrajin harus pandai-pandai mengelola dalam menggunakan biaya-biaya yang dijelaskan diatas.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Anawar (2009:92) bahwa jika variabel-variabel biaya produksi dan biaya penjualan bisa dikelola dengan baik dan dengan cara yang ekonomis, maka hasil produksi akan dapat ditingkatkan, biaya produksi dapat ditekan dan hal tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk. Pada dasarnya apabila proses produksi lancar, maka hasil yang diperoleh dapat optimal. Hasil yang optimal mempengaruhi penjualan produk yang maksimal, sehingga dapat medatangkan pendapatan yang maksimal pula.

Untuk memudahkan alur pembahasan dari penelitian ini keterkaitan antara biaya produksi dan biaya pemasaran dengan hasil penjualan yang diperoleh oleh pengrajin keramik seperti uraian di atas dapat ditunjukkan dalam bagan seperti tampak dalam gambar di bawah ini.



Gambar 2.1 Konsep kerangka Berpikir

2.3.5 Hipotesis

Setelah mengadakan penelaahan terhadap berbagai sumber untuk menentukan anggapan dasar, maka langkah berikutnya adalah merumuskan hipotesis. Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data terkumpul (Arikunto, 1997:67). Anggapan sebagai satu hipotesis juga merupakan data tetapi karena kemungkinan bisa salah, apabila akan digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan harus diuji dahulu dengan memakai data hasil observasi.

Dalam penelitian ini hipotesis yang dikemukakan guna memberikan pedoman dalam melakukan penelitian adalah:

i. Hipotesis 1 (H_1)

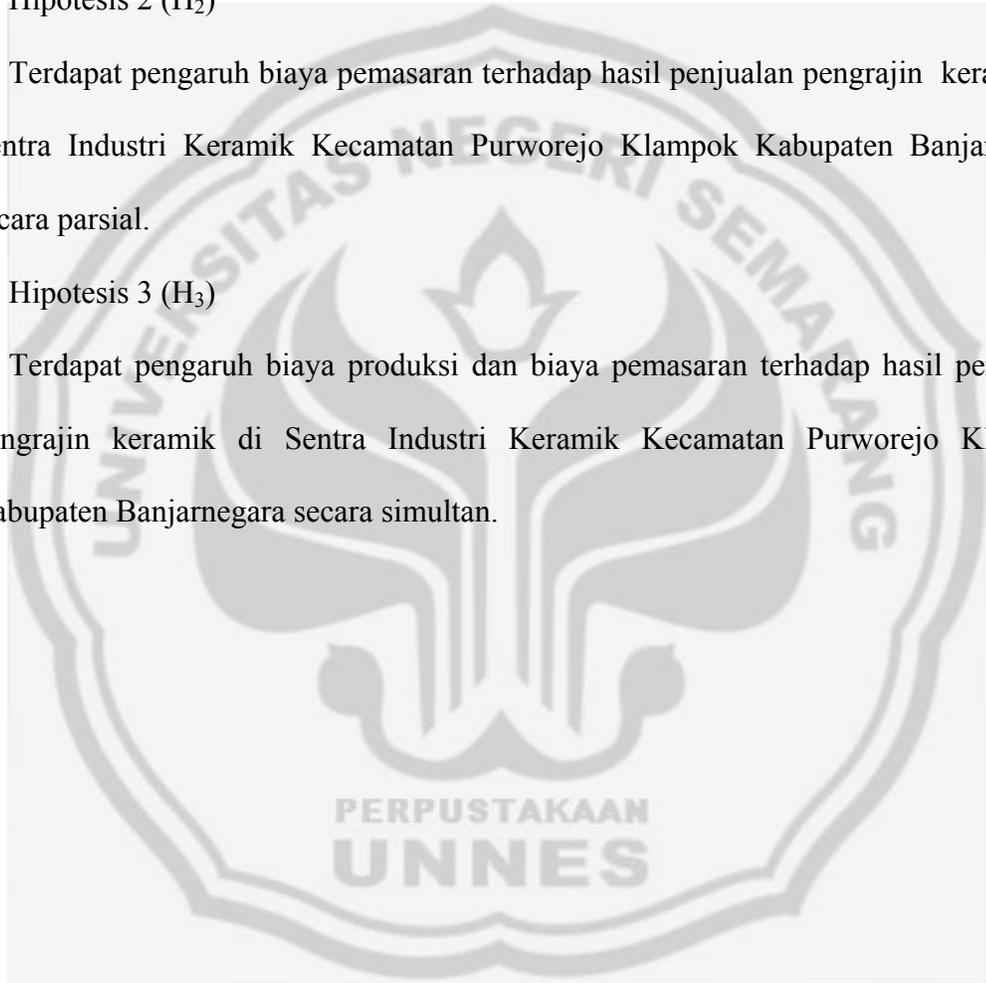
Terdapat pengaruh biaya produksi terhadap hasil penjualan pengrajin keramik di Sentra Industri Keramik Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara secara parsial.

ii. Hipotesis 2 (H_2)

Terdapat pengaruh biaya pemasaran terhadap hasil penjualan pengrajin keramik di Sentra Industri Keramik Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara secara parsial.

iii. Hipotesis 3 (H_3)

Terdapat pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan pengrajin keramik di Sentra Industri Keramik Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara secara simultan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3 Metode Penelitian

Dalam memilih metodologi yang digunakan di dalam semua penelitian juga diperlukan ketelitian sehingga nantinya akan diperoleh hasil yang sesuai dengan hasil tujuan yang diharapkan. Agar diperoleh tujuan penelitian yang sesuai dengan yang diharapkan maka penggunaan metodologi penelitian juga harus tepat, dan mengarah pada tujuan penelitian dan juga harus dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sesuai dengan aturan yang berlaku.

3.1 Populasi dan Sampel

Buchari Alma (2007:54) menyatakan bahwa populasi adalah objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini populasi dari obyek yang diteliti adalah semua industri kecil kerajinan keramik hias yang terdapat di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara.

Data observasi lapangan yang diperoleh terdapat 31 pengrajin keramik. Data yang diperoleh peneliti adalah melalui perkumpulan pengrajin keramik yang berada di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara. Sehingga yang menjadi populasi dalam penelitian ini berjumlah 31 Industri Kecil Kerajinan Keramik sekaligus sebagai sampel penelitian karena jumlahnya kurang dari 100. Hal ini sesuai dengan

pendapat Arikunto (2008:177) bahwa jika populasi penelitian kurang dari 100 maka populasi diambil semua menjadi sampel atau yang sering disebut dengan teknik Sampel Populasi. Dalam hal ini peneliti mengambil keseluruhan populasi sebagai sampel sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang dimaksud disini adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2002:96). Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah :

.3.2.1 Variabel dependen atau variabel terikat (Y), yaitu:

1) Hasil Penjualan (Y)

Hasil Penjualan adalah hasil usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang yang telah dihasilkannya dengan imbalan uang menurut harga yang ditentukan, atas persetujuan bersama dengan tujuan agar memperoleh pendapatan bagi perusahaan yang kemudian akan digunakan untuk membiayai kebutuhan perusahaan untuk selanjutnya.

3.2.2 Variabel independen atau variabel bebas (X) , yaitu terdiri dari:

1) Biaya Produksi (X1)

Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produksi jadi yang siap untuk dijual, biaya produksi misalnya biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan dan lain-lain.

a. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan dalam pembelian bahan dasar guna proses produksi, berupa bahan mentah untuk dijadikan bahan jadi atau setengah jadi dan kemudian membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi.

Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya perolehan lainnya.

b. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja adalah besarnya pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai akibat dari penggunaan tenaga kerja dalam proses produksi/ kegiatan mengolah produk. Dengan kata lain biaya tenaga kerja digunakan untuk membiayai besarnya upah tenaga kerja yang telah digunakan dalam proses produksi

c. Biaya bahan penolong

Biaya bahan penolong adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang digunakan sebagai bahan pembantu dalam proses produksi, yang nilainya relatif kecil dibandingkan biaya produksinya.

2) Biaya Pemasaran (X2)

Biaya pemasaran adalah adalah biaya yang digunakan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran seperti biaya promosi dan biaya distribusi produk. Dalam penelitian ini indikator-indikator dari biaya pemasaran itu sendiri adalah sebagai berikut:

a. Promosi

Biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya kepada pasar, dengan tujuan agar konsumen dapat mengenali dan tertarik untuk membeli produk tersebut.

b. Biaya Distribusi

Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menyalurkan barangnya kepada masyarakat, sampai produk yang disalurkan tersebut dapat di ubah kembali dalam bentuk uang tunai.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

3.3.1 Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter dan data-data yang relevan dalam penelitian (Buchari Alma, 2007:74). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tambahan tentang biaya produksi dan biaya penjualan dari para pengrajin keramik dan penghasilan yang mereka peroleh di Sentra Industri Kerajinan Keramik Kecamatan Banjarnegara Kabupaten Banjarnegara.

3.3.2 Metode Angket

Angket atau kuesioner akan diberikan kepada para pengusaha keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara. Dalam penelitian ini bentuk angket yang digunakan adalah angket terbuka. Angket terbuka yaitu angket yang disajikan dalam bentuk sederhana sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya. (Buchari Alma, 2007:71).

3.4 Pengujian Asumsi Klasik

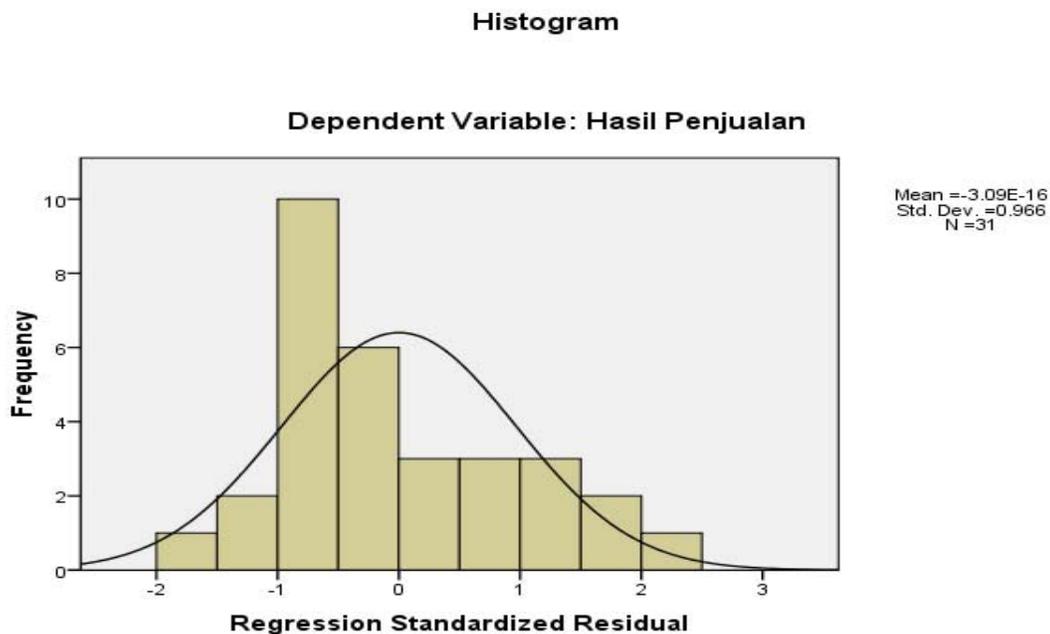
Suatu model dikatakan baik untuk alat prediksi apabila mempunyai sifat-sifat tidak bias sebagai suatu penafsir. Disamping itu suatu model dikatakan cukup baik dan dikatakan dapat dipakai untuk memprediksi apabila sudah lolos dari serangkaian uji asumsi klasik yang melandasinya. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah:

3.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan data distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah

normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2001:74).



Gambar 3.1 Histogram Uji Normalitas

Terlihat dari grafik tersebut, histogram membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal yang berarti bahwa model regresi berdistribusi normal.

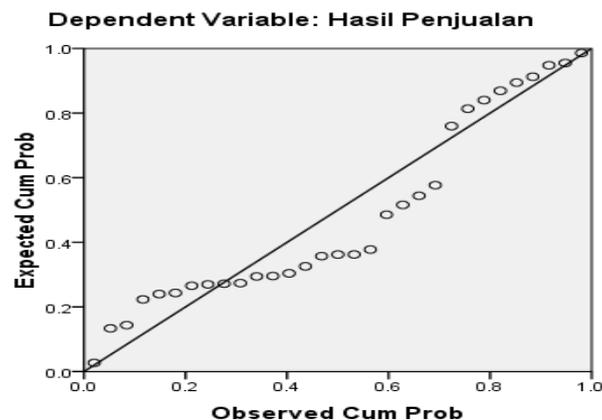
Selain itu, untuk melakukan pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan mengamati grafik normal P Plot of Regression Statistic.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis lurus diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- 2) Jika data menyebar jauh dari garis lurus diagonal dan tidak mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Gozali, 1995:432).

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 3.2 P-P Plot Pengujian Normalitas Model Regersi

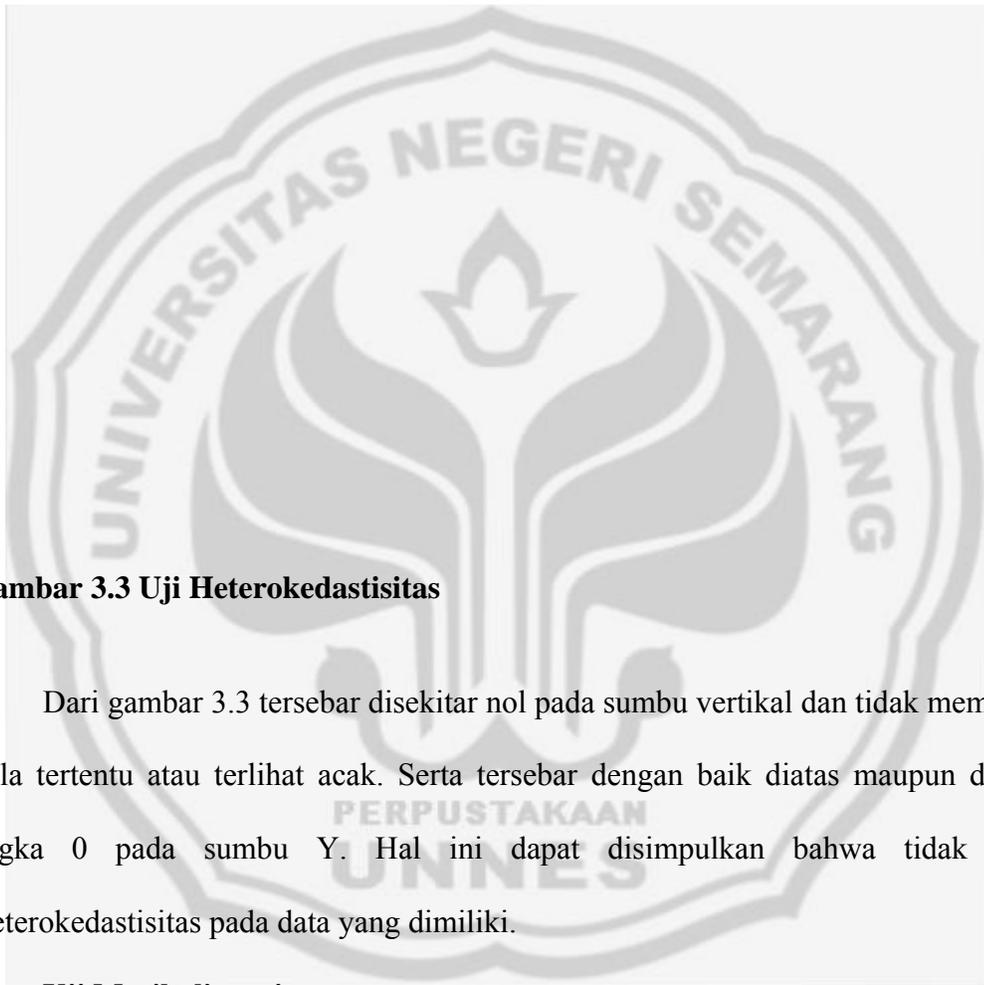
Terlihat dari grafik normal probability plot tersebut, titik-titik mendekati garis diagonal yang berarti bahwa model regresi berdistribusi normal.

3.4.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (Z_{PRED}) dengan residualnya

(SRESID). Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).



Gambar 3.3 Uji Heterokedastisitas

Dari gambar 3.3 tersebar disekitar nol pada sumbu vertikal dan tidak membentuk pola tertentu atau terlihat acak. Serta tersebar dengan baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heterokedastisitas pada data yang dimiliki.

3.4.3 Uji Mutikolinearitas

Uji mutikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam model hubungan yang sempurna. Salah satu cara untuk mendeteksi kolinearitas adalah dengan mengkorelasikan antar variabel dan

apabila korelasinya signifikan maka antar variabel bebas tersebut terjadi multikolinearitas. Syarat model regresi berganda dapat digunakan, apabila tidak ada hubungan yang sempurna antara variabel bebasnya. Ada tidaknya multikolinearitas dalam modal regresi dilihat dengan melihat besarnya varians inflation factors (VIF) dan tolerance value. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10 maka disimpulkan tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam regresi (Gozali, 2005:57).

Pengujian multikolinearitas ini dapat dilihat dari nilai VIF. Antara variabel bebas dikatakan multikolinearitas apabila tolerance $>$ dari 0,1 dan VIF $<$ dari 10. Hasil pengujian multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.3 Tabel Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
Biaya Produksi	.962	.941	.747	.647	1.546
Biaya Penjualan	.608	.167	.045	.647	1.546

Dependent Variable: Hasil Penjualan

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, nilai tolerance masing-masing variabel bebas > 0,1 dan VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Regresi Berganda

Mengacu pada tujuan dan hipotesis, maka model analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja yang merupakan variabel independen berpengaruh terhadap hasil produksi.

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Penghasilan pengrajin keramik

X₁ = Biaya produksi

X₂ = Biaya Penjualan

a = Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien regresi X₂

e = *Disturbance error* (Buchari Alma, 2007:156).

Hasil regresi dari variabel biaya produksi dan biaya penjualan terhadap variabel hasil penjualan dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut ini :

Tabel 3.4 Uji Regresi Berganda**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1225809.731	6614009.432		1.697	.001
Biaya Produksi	2.170	.147	.929	14.764	.000
Biaya Penjualan	.666	.744	.056	.895	.001

Dependent Variable: Hasil Penjualan

Berdasarkan tabel 3.9, maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 1225809,731 + 2,170 X_1 + 0,666 X_2$$

- a. Koefisien konstanta (a) sebesar 1225809,731

Nilai konstanta positif menunjukkan bahwa tanpa ditambahkan dengan variabel biaya produksi da biaya penjualan nilai hasil produksi akan tetap mengalami kenaikan naik.

- b. Koefisien regresi biaya produksi (X_1) sebesar 2,170

Koefisien regresi biaya produksi bertanda positif. Hal ini berarti jika variabel biaya produksi meningkat, sedangkan biaya penjualan dianggap konstan maka hasil produksi juga akan meningkat.

- c. Koefisien regresi biaya penjualan (X_2) sebesar 0,666

Koefisien regresi biaya penjualan adalah bertanda positif. Hal ini berarti jika variabel biaya penjualan meningkat, sedangkan variabel biaya produksi dianggap konstan maka hasil penjualan akan mengalami peningkatan.

3.5.2 Uji Hipotesis

1) Pengujian hipotesis secara bersama (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Kuncoro,2007:82) Pengujian dilakukan dengan menggunakan program olah data (SPSS). Dengan langkah-langkah sebagai berikut

a. Perumusan Hipotesis

H_0 : $H_3 = 0$, artinya X_1 (biaya produksi) dan X_2 (biaya penjualan) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Y (penjualan).

H_a : $H_3 \neq 0$, artinya X_1 (biaya bahan baku) dan X_2 (biaya tenaga kerja langsung) secara simultan berpengaruh terhadap Y (penjualan).

b. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 0,05 atau 5 %.

c. Dasar pengambilan keputusan:

1) Jika probabilitas (signifikansi t) $> 0,05$ (α) maka H_0 diterima dan H_a ditolak

2) Jika probabilitas (signifikansi t) $< 0,05$ (α) maka H_0 ditolak dan H_a

diterima.

2) Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Kuncoro (2007:81) mengemukakan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual

dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian parsial regresi dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain konstan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program olah data SPSS. Dalam pengujian ini dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Perumusan Hopotesis

Ho : $H1 = 0$, artinya X_1 (biaya produksi) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Y (pendapatan).

$H2 = 0$, artinya X_2 (biaya penjualan) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Y (penjualan).

Ha : $H2 = 0$, artinya $X1$ (biaya bahan baku) secara parsial berpengaruh terhadap Y (hasil produksi).

$H3 = 0$, artinya $X2$ (biaya tenaga kerja langsung) secara parsial berpengaruh terhadap Y (hasil produksi).

b. Menentukan tingkat signifikan yaitu sebesar 0,05 atau 5 %.

c. Dasar pengambilan keputusan:

1) Jika probabilitas (signifikansi t) $> 0,05$ (α) maka Ho diterima dan Ha ditolak

2) Jika probabilitas (signifikansi t) $< 0,05$ (α) maka Ho ditolak dan Ha

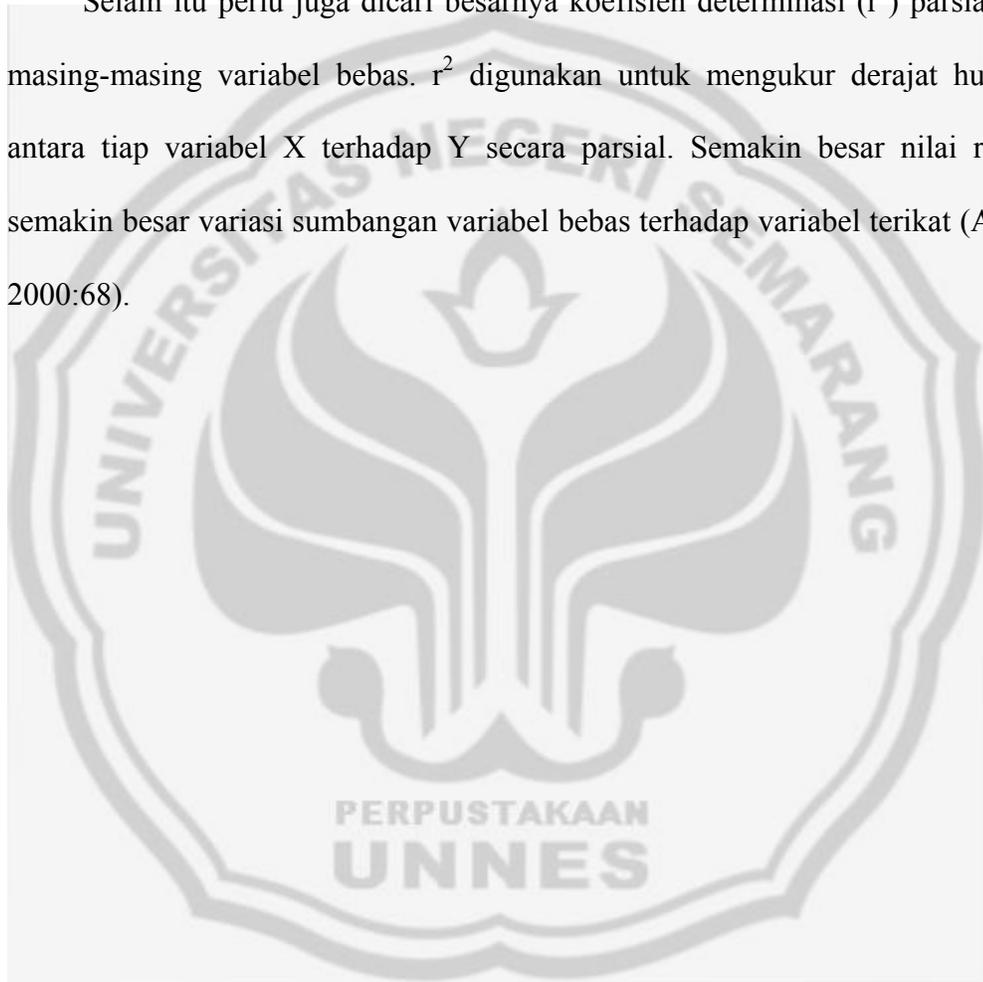
diterima.

3) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Kuncoro, 2007:84). Jika R^2

semakin mendekati nol maka semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Sebaliknya jika R^2 semakin mendekati satu maka semakin besar pula pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Selain itu perlu juga dicari besarnya koefisien determinasi (r^2) parsial untuk masing-masing variabel bebas. r^2 digunakan untuk mengukur derajat hubungan antara tiap variabel X terhadap Y secara parsial. Semakin besar nilai r^2 maka semakin besar variasi sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat (Algifari, 2000:68).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengaruh Biaya Produksi terhadap Hasil Penjualan Secara Parsial

Bagi setiap perusahaan yang bergerak di bidang industri, biaya produksi merupakan hal yang sangat penting, karena biaya produksi digunakan untuk melakukan proses pembuatan barang yang kemudian akan dijual kepada konsumen. Biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan guna membiayai proses produksi dalam mengolah bahan mentah atau bahan setengah jadi menjadi produk jadi yang siap untuk digunakan oleh konsumen. Tidak terkecuali biaya yang digunakan oleh para pengrajin keramik di Sentra Industri Keramik Kecamatan Purworejo Klmpok Kabupaten Banjarnegara ini. Para pengrajin menggunakan biaya produksi sesuai dengan kebutuhan yang ada. Biaya produksi yang digunakan meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya bahan penolong.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk memproduksi kerajinan keramik diperlukan bahan baku yang meliputi tanah liat dan cat sebagai pewarna agar keramik yang telah jadi terlihat lebih indah dan menarik. Berikut memperlihatkan rata-rata penggunaan bahan baku tersebut.

Tabel 4.1 Rata-rata penggunaan Bahan Baku pada Tahun 2009

No	Bahan Baku	Total Biaya Bahan Baku	Rata-Rata Penggunaan (Kg)	Rata-rata Penggunaan (Rp)
1	Tanah Liat	139,300,000.00	44,730	4,599,333.33
2	Cat	26,948,000.00	23.55	869,290.32
	Jumlah	166,248,000.00	44,753.55	5,468,623.66

Sumber: Data penelitian yang diolah.

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa penggunaan biaya bahan baku baik tanah liat maupun cat total sebesar Rp.166.248.000.00. Dengan rincian biaya untuk pembelian tanah liat total sebesar Rp.139.300000.00 dan rata-rata pemakaian tanah liat tiap pengrajin dalam satu tahun sebesar 44.730 kg atau Rp. 4.599.333,33. Besarnya pemakaian bahan baku tanah liat ini disesuaikan oleh besarnya masing-masing usaha yang dimiliki oleh para pengrajin. Tanah liat digunakan untuk membentuk produk menjadi keramik yang kemudian akan dibakar. Tanah liat ini merupakan bahan baku yang paling utama dalam industri kerajinan keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara. Sedangkan biaya untuk pembelian cat total sebesar Rp 26.948.000.00 dengan rata-rata pemakaian cat tiap pengrajin dalam satu tahun sebesar 23,55 kg atau Rp. 869.623.00. Cat yang digunakan dalam industri ini diperoleh dari sekitar Kabupaten Banjarnegara, karena jenis cat yang digunakan cenderung mudah untuk diperoleh di Kabupaten Banjarnegara. Cat ini digunakan untuk menghias atau menambah nilai estetika dari kerajinan keramik yang telah dibuat. Dengan harapan dengan penggunaan cat yang tepat maka akan menambah nilai dari kerajinan keramik tersebut.

Selain penggunaan biaya bahan baku, penggunaan biaya tenaga kerja juga sangat diperlukan dalam melaksanakan proses produksi, dari hasil penelitian yang telah

dilakukan, dapat diketahui untuk memproduksi barang-barang kerajinan keramik ini diperlukan beberapa tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi dan dalam penggunaannya diperlukan biaya. Biaya tenaga kerja adalah pengeluaran yang dikeluarkan oleh perusahaan sebagai akibat dari penggunaan tenaga kerja dalam proses produksi/ kegiatan mengolah produk. Dalam penelitian ini tenaga kerja dinilai dengan Uang (Rp), yaitu melalui upah tenaga kerja dan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan.

Dibawah ini menunjukkan rata-rata pengeluaran yang digunakan untuk upah tenaga kerja, dengan rincian sebagai berikut.

Tabel 4.2 Rata-rata Penggunaan Biaya Tenaga Kerja pada Tahun 2009

Keterangan	Total Biaya Tenaga Kerja	Rata-rata Biaya tenaga Kerja	Rata-rata Upah Tenaga Kerja
Penggunaan Tenaga Kerja	939,780,000.00	30,315,483.87	535,000.00

Sumber: Data penelitian yang diolah.

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa penggunaan biaya tenaga kerja total adalah sebesar Rp.939.780.000,00. dengan rincian upah rata-rata setiap bulan masing-masing tenaga kerja adalah Rp. 535.000,00, dengan kata lain setiap pengrajin rata-rata harus mengeluarkan biaya penggunaan tenaga kerja yaitu sekitar Rp. 30,315,483.87 setiap tahunnya. Tenaga kerja yang digunakan dalam sentra Industri keramik ini tidak sama antara pengrajin satu dengan yang lain, dengan penggunaan tenaga kerja yang paling banyak adalah berjumlah 16 orang. Tenaga kerja yang digunakan berasal dari sekitar Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara.

Penggunaan bahan penolong dalam penelitian ini adalah harga perolehan bahan penolong yang dipakai di dalam pengolahan produk, seperti penggunaan bahan bakar. Bahan bakar ini digunakan dalam proses pembakaran dari keramik “mentah” menjadi keramik yang “matang”. Proses pembakaran berlangsung sekitar 2-5 jam, tergantung dengan produk keramik yang akan dihasilkan.

Penggunaan bahan penolong pada sentra kerajinan keramik di Kecamatan Purworejo Klampok secara menyeluruh dapat digambarkan sesuai dengan tabel 4.3 dibawah ini:

Tabel 4.3 Penggunaan Biaya Bahan Penolong

Keterangan	Total Biaya Bahan Penolong	Rata-rata Biaya Bahan penolong
Penggunaan Bahan Penolong	170,520,000.00	5,500,645.16

Sumber: Data penelitian yang diolah.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dalam proses produksi kerajinan keramik ini, peran serta bahan bakar sangatlah penting, bahan bakar ini digunakan untuk membakar produk setengah jadi menjadi barang jadi. Bahan bakar yang digunakan disini meliputi penggunaan LPG dan Kayu bakar. Dari tabel diatas diketahui bahwa total penggunaan bahan bakar di Sentra Industri Kerajinan Keramik ini yaitu sebesar Rp. 170.520.000,00, dengan rata-rata biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan bakar setiap pengrajin adalah Rp. 5.500.645,16 per tahunnya. Penggunaan bahan bakara yang berbeda ini disebabkan oleh mahalnya oven atau alat pembakar yang digunakan. Secara umum, para pengrajin masih banyak yang menggunakan oven kayu bakar dikarenakan harganya cenderung lebih murah dan dapat dirakit sendiri dengan menggunakan batu bata.

Penggunaan tungku berbahan bakar gas LPG masih sangat sedikit dikarenakan alat pembakar ini sangat mahal harganya dipasar, sehingga hanya pengusaha yang cukup memiliki modal saja yang dapat membeli alat ini. Perbedaan yang mencolok dari penggunaan bahan bakar kayu dan LPG ini adalah, LPG cenderung lebih hemat dalam pemakaiannya, dan hasil pembakaran yang lebih sempurna dikarenakan suhu dapat di control sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 4.4 Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1225809.731	6614009.432		1.697	.001
Biaya Produksi	2.170	.147	.929	14.764	.000
Biaya Penjualan	.666	.744	.056	.895	.001

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Dari hasil uji parsial atau uji t pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi penggunaan biaya produksi sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05. Selain itu besarnya koefisien regresi biaya produksi (X1) sebesar 2.170 mengindikasikan jika X1 (biaya produksi) naik sebesar 1% sementara X2 (biaya pemasaran) diasumsikan tetap, maka besarnya Y (pendapatan) akan naik sebesar 21,70 %. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap hasil penjualan.

Tabel 4.5 Koefisien Parsial

Coefficients^a

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Biaya Produksi	.962	.941	.747	.647	1.546
Biaya Penjualan	.608	.167	.045	.647	1.546

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Dari perhitungan koefisien parsial yang telah dilakukan pada tabel 4.5, maka diperoleh nilai r^2 untuk biaya produksi sebesar 0,8854 artinya bahwa biaya produksi yang digunakan oleh para pengrajin di sentra industri keramik ini mempengaruhi pendapatan sebesar 0,8854 atau 88,54 %. Hal ini semakin menguatkan bahwa biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan yang diterima oleh pengrajin keramik dari hasil penjualan yang dilakukan. Besarnya pengaruh biaya produksi terhadap pendapatan ini dikarenakan biaya produksi terdiri dari komponen-komponen utama dalam proses produksi, sehingga biaya terbesar yang dikeluarkan di sentra ini adalah biaya produksi yang terdiri dari pembelian bahan baku dan bahan penolong, serta penggunaan tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anawar (2009:92) mengemukakan bahwa jika variabel biaya produksi bisa dikelola dengan baik dan dengan cara yang ekonomis, maka hasil produksi akan dapat ditingkatkan, biaya

produksi dapat menurun dan hal tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan.

4.2 Pengaruh Biaya Penjualan terhadap Hasil Penjualan Secara Parsial

Biaya penjualan muncul sebagai akibat dari aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Aktivitas penjualan atau pemasaran berperan sangat penting untuk menunjang kegiatan perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya, untuk itu sampai tingkat tertentu hal itu diimbangi pula dengan besarnya biaya pemasaran yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Hasil produksi harus dipasarkan dengan baik agar konsumen dapat tertarik untuk mengetahui informasi mengenai produk tersebut, dengan harapan agar kemudian konsumen dapat membeli produk yang dihasilkan. Dalam penelitian ini biaya pemasaran terdiri dari dua jenis yaitu biaya promosi (iklan) dan biaya pengangkutan.

Biaya penjualan adalah biaya yang digunakan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran seperti biaya promosi dan biaya distribusi produk. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa untuk memasarkan produk yang telah jadi dibutuhkan adanya biaya penjualan. Biaya penjualan ini dikeluarkan dengan tujuan agar dapat meningkatkan volume penjualan. Dalam penelitian ini biaya penjualan yang dimaksud diukur dengan indikator penggunaan biaya promosi dan biaya distribusi. Biaya penjualan digunakan dalam proses pemasaran produk kepada konsumen, dengan harapan agar konsumen yang dituju dapat membeli produk yang dihasilkan oleh produsen.

Dalam memasarkan produknya sangat diperlukan adanya biaya promosi, pengeluaran biaya promosi di Sentra Kerajinan Keramik Kecamatan Purworejo Klampok ini dapat dijelaskan dengan tabel 4.6.

Tabel 4.6 Biaya Promosi pada Tahun 2009

No	Biaya Promosi	Frekuensi	Presentase
1	< 1,000,000	12	37.5
2	1,000,001 - 2,000,000	10	31.25
3	2,000,001 - 3,000,000	5	15.625
4	> 3,000,000	4	12.5
Jumlah		31	100

Sumber : Data penelitian yang diolah

Tabel 4.6 menggambarkan banyaknya biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing pengrajin yang digunakan dalam mempromosikan produknya. Responden paling banyak yaitu sebesar 12 pengrajin (37.5%) mengeluarkan biaya promosi sebesar kurang dari Rp 100.000.000,00 dan 10 responden (31.25%) menggunakan biaya promosi antara Rp. 1.000.001,000 – Rp. 2.000.000,00. sebagian responden yang lainnya menggunakan biaya promosi sebesar Rp. 2.000.001,00 – Rp. 3.000.000,00 dan sisanya adalah menggunakan lebih dari Rp. 3.000.000,00 sebagai biaya promosinya. Perbedaan dalam penggunaan biaya promosi ini disebabkan karena banyak sedikitnya media yang digunakan dalam proses promosi yang dilakukan. Promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Pameran yang rutin dilakukan seperti pada JATENG Fair 2010 yang baru-baru ini dilakukan, dan penggunaan media-media seperti baliho, patung-patung dan sampai dengan internet.

Dalam biaya penjualan terdapat pula biaya distribusi. Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menyalurkan barangnya kepada masyarakat, sampai produk yang disalurkan tersebut dapat di ubah kembali dalam bentuk uang tunai. Biaya distribusi digunakan untuk pembiayaan transportasi yang digunakan dalam pengiriman barang kepasar. Biaya distribusi yang digunakan untuk memasarkan produk dari tempat produksi ke pasar agar produk dapat diperoleh dengan mudah oleh konsumen. Biaya distribusi yang digunakan oleh para pengrajin dapat digambarkan secara singkat pada tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 4.7 Biaya Distribusi pada Tahun 2009

No	Biaya Distribusi	Frekuensi	Presentase
1	1,000,000 - 5,000,000	21	65.625
2	5,000,001 - 10,000,000	5	15.625
3	10,000,001 - 15,000,000	3	9.375
4	> 15,000,001	2	6.25
Jumlah		31	100

Sumber : Data Penelitian yang diolah

Tabel 4.7 menunjukkan biaya yang dikeluarkan oleh pengrajin di sentra ini sebagian besar adalah menggunakan biaya antara Rp. 1,000,000,00 – Rp. 5,000,000,00 sebanyak 21 pengrajin (65.6%), dan yang paling sedikit adalah 2 pengrajin (6.25%) yang menggunakan biaya diatas Rp. 15.000.001,00. Sisanya adalah 5 (15.6%) dan 3 (9.4%) mengeluarkan biaya distribusi sebesar Rp. 5,000,001,00 – Rp. 10,000,000,00 dan Rp. 10,000,001,00 – Rp. 15,000,000,00 untuk pendistribusian barangnya. Biaya distribusi sebagian besar digunakan untuk pembiayaan kendaraan yang digunakan dalam proses distribusi dan upah bagi tenaga kerja yang, melakukan pengiriman barang ke tempat tujuan.

Secara garis besar biaya penjualan yang digunakan di Sentra Kerajinan Keramik ini dapat ditunjukkan pada tabel 4.8 dibawah ini.

Tabel 4.8 Penggunaan Biaya Penjualan.

No	Biaya Penjualan	Jumlah	Rata-rata
1	Promosi	55,090,000.00	1,777,096.77
2	Distribusi	58,380,000.00	1,883,225.81
	Jumlah	113,470,000.00	3,660,322.58

Sumber: Data penelitian yang diolah.

Pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa penggunaan biaya penjualan secara keseluruhan yaitu sebesar Rp. 113.470.000,00, dengan rincian untuk penggunaan dalam biaya promosi sebesar Rp. 55.090.000,00 tiap tahunnya atau dengan rata-rata setiap pengrajin mengeluarkan biaya untuk promosi sebesar Rp. 1.777.096,77. Selain biaya promosi juga ada biaya distribusi, total biaya distribusi yang dikeluarkan di sentra ini setiap tahunnya adalah sebesar Rp. 58.380.000,00 dengan perhitungan rata-rata biaya yang dikeluarkan setiap pengrajin dalam satu tahunnya adalah sebesar Rp. 1.883.225,00.

Dari hasil uji parsial atau uji t pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi penggunaan biaya penjualan sebesar 0,001 yaitu lebih kecil dari 0,05. Selain itu besarnya koefisien regresi biaya penjualan (X_2) sebesar 0,666 mengindikasikan jika X_2 (biaya penjualan) naik sebesar 1% sementara X_1 (biaya produksi) diasumsikan tetap, maka besarnya Y (pendapatan) akan naik sebesar 6,66%. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan biaya penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap hasil penjualan.

Dari perhitungan koefisien parsial yang telah dilakukan pada tabel 4.5, maka diperoleh nilai r^2 untuk biaya penjualan sebesar 0,334. Artinya bahwa biaya penjualan

dapat mempengaruhi pendapatan sebesar 0,334 atau 33,4 %. Hal ini semakin menguatkan bahwa biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan yang diterima oleh pengrajin keramik dari hasil penjualan yang dilakukan. Hal ini terjadi dikarenakan biaya penjualan merupakan salah satu aspek yang sangat menentukan dalam pemasaran produk. Semakin besar biaya yang dikeluarkan maka akan semakin banyak produk yang dapat terjual dipasar. Dengan asumsi semakin banyak biaya promosi, akan dapat mengenalkan produk kepada masyarakat, sehingga masyarakat tertarik dengan produk yang ditawarkan, dan pada akhirnya biaya distribusi akan dikeluarkan untuk menyalurkan barang-barang hasil produksi ke konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anawar (2009:92) mengemukakan bahwa jika variabel biaya penjualan bisa dikelola dengan baik dan dengan cara yang ekonomis, maka hasil produksi akan dapat ditingkatkan, biaya produksi dapat menurun dan hal tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan.

4.3 Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan terhadap Hasil Penjualan Secara Simultan

Dalam penelitian ini ada beberapa hal yang mempengaruhi pendapatan, pertama adalah biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya bahan penolong dan kedua adalah biaya penjualan yang terdiri dari biaya promosi dan biaya distribusi. Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan maka pengrajin seharusnya dapat meningkatkan kinerja pengelolaan usahanya

sebaik mungkin, hal ini dimaksudkan agar penggunaan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat ditekan sekecil mungkin.

Berdasarkan tabel 4.4 dengan perhitungan SPSS 16.0 for windows diperoleh nilai taraf signifikansi F sebesar 0,001. Oleh karena $0,001 < 0,05$ maka dapat diambil kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa X_1 (biaya produksi) dan X_2 (biaya penjualan) secara simultan berpengaruh terhadap Y (hasil penjualan). Berdasarkan hasil uji F diperoleh bahwa variabel biaya produksi dan biaya penjualan berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan pengrajin keramik di sentra Industri Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ke tiga (H_3) diterima.

Tabel 4.9 Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.963 ^a	.928	.923	2.445E7	1.792

a. Predictors: (Constant), Biaya Penjualan, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh nilai R^2 sebesar 0,928 Koefisien ini menunjukkan bahwa besarnya variabel Y (hasil produksi) dipengaruhi oleh X_1 (biaya produksi) dan X_2 (biaya penjualan) sebesar 92,8 % dan sisanya sebesar 7,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya BOP, pajak, keahlian pengusaha, kondisi

ekonomi, dll. Pendapatan yang diterima dari hasil penjualan oleh pengrajin nyatanya dipengaruhi secara simultan oleh biaya produksi dan biaya penjualan.

Penggunaan biaya produksi dan biaya distribusi mempunyai pengaruh yang sangat signifikan dalam hasil penjualan. Hal ini dapat terjadi karena dalam penjualan biaya produksi digunakan untuk membuat produk yang nantinya akan dipasarkan kepada konsumen, biaya-biaya yang terdapat dalam proses produksi tersebut secara bersama-sama digunakan untuk kelancaran produksi, sehingga barang-barang dapat dihasilkan tepat pada waktunya. Dan setelah produk jadi, maka produk akan dijual kepada konsumen, yaitu dengan mengenalkan produk kepada konsumen dengan promosi yang dilakukan, dan kemudian mendistribusikan produk kepada konsumen. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, aspek-aspek inilah yang sangat menentukan dalam perolehan hasil penjualan produk, dan hasil penjualan produk ini yang nantinya akan menentukan pendapatan yang diterima oleh para pengrajin keramik di Sentra Kerajinan Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara.

Hal ini sesuai dengan teori yang Anwar (2009:92) kemukakan yaitu jika variable biaya produksi dan biaya distribusi diatas bisa dikelola dengan baik dan dengan cara yang ekonomis, maka hasil produksi akan dapat ditingkatkan, biaya produksi dapat menurun dan hal tersebut dapat mempengaruhi meningkatnya pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan para pengrajin.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan terhadap Pendapatan Pengrajin Keramik di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengrajin keramik. Disimpulkan jika biaya produksi tinggi maka mengakibatkan pendapatan yang diperoleh akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya jika biaya produksi semakin rendah maka mengakibatkan pendapatan yang akan diterima oleh pengrajin juga rendah.
2. Biaya penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan pengrajin keramik. Disimpulkan jika biaya penjualan tinggi maka mengakibatkan pendapatan juga akan semakin tinggi, begitu juga sebaliknya jika biaya penjualan rendah maka mengakibatkan pendapatan yang diterima oleh pengrajin juga rendah.
3. Biaya produksi dan biaya distribusi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan di sentra industri keramik di kecamatan purworejo klampok kabupaten banjarnegara. Adapun besarnya pengaruh secara simultan yaitu sebesar 92,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variable lain.

5.2. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Melihat bahwa besarnya biaya produksi dan biaya penjualan berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan maka para pengrajin hendaknya lebih memperhitungkan besarnya biaya-biaya tersebut dengan cara melakukan pembukuan dengan rutin agar dapat memantau pengeluaran seefisien mungkin, sehingga hasil produksi dapat ditingkatkan, penggunaan biaya-biaya dapat ditekan sehingga dapat meningkatkan pendapatan pengrajin yang diperoleh dari hasil penjualan oleh pengrajin.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diketahui dari hasil penelitian adanya pengaruh biaya produksi dan biaya penjualan parsial dan simultan berpengaruh terhadap pendapatan pengrajin keramik. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti kasus yang serupa, dapat meneliti lebih lanjut dan menambahkan variabel bebas lainnya seperti biaya overhead, besarnya kredit, besarnya bunga dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahman, Eeng. 2004. *Ekonomi*. Bandung : Grafindo Media Pratama
- Ahyari, Agus. 1979. *Industri Kecil Menengah*. Yogyakarta: Pengembangan Swadaya
- Algifari. 2000. *Analisis Regresi*. Yogyakarta : BPFE
- Alma, Buchari. 2007. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru- Karyawan dan peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, Muntaz. 2009. *Factors Affecting Income on Cotton Production in Pakistan: Empirical Evidence from Multan District*. Dalam *Journal of Quality and Technology Management*, Volume V Issue 11 Hal. 91-100. Pakistan: Bahauddin Zakariya University Multan.
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Asdjudiradja, Lili dan Kusuma Permana. 1990. *Manajemen Produksi*. Bandung: CV. Armico.
- (BPS) Biro Pusat Statistik. 2008. *Banjarnegara dalam Angka*. Banjarnegara: BPS.
- Carter dan Usry. 2006. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Daljono. 2004. *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*. Semarang : BP Universitas Diponegoro

Daniel, Moehar. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: Bumi Aksara.

Firdaus, Mohamad. 2004. Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif. Jakarta : Bumi Aksara.

Gozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multifariat dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro Press

Kuncoro, Mudrajad.2007. Metode Kuantitatif, Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Hansen dan Mowen. 2000. Manajemen Biaya Akuntansi dan Pengendalian. Jakarta : Salemba Empat.

Machfoedz, Mas'ud. 1989. Akuntansi Manajemen "Proses Pengendalian Manajemen". Yogyakarta: STIE YKPN.

Marhasan, A. 2005. Analisis Efisiensi Ekonomi Usaha Tani Murbei dan Kokon di Kabupaten Enrekang Vol 2 No. 2 : 109-119 ISSN 0852-8144. [Http://www.jurnalekonomirakyat.com](http://www.jurnalekonomirakyat.com)(13 Juni 2010).

Messier dkk. 2005. Jasa Audit dan Assurance Pendekatan Sistematis Buku Dua. Jakarta: Salemba Empat.

Moehar, Daniel J.P. 1990. Pengantar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi. Jakarta : Bumi Aksara.

Mulyadi. 1999. Akuntansi Biaya. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada

_____. 1981. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Universitas Gajah Mada

Mukodim, Didin. 2007. *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya distribusi Terhadap Penjualan pada PT. Sinar Sosro Tbk. Volume 2. Halaman 37-44. Jakarta:Universitas Gunadarma.*

Murwatiningsih dan Margono. 2005. *Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja, dan Biaya Lahan Terhadap Pendapatan Petani Lele. Dalam Jurnal Ekonomi dan Manajemen 14.1. Semarang UNNES Press. Hal 29-38.*

Nafarin, Muhammad. 2004. *Penganggaran Perusahaan. Jakarta:Salemba Empat.*

Pemerintah Kabupaten Banjarnegara Disperindagkop. 2008. *Profil UKM Komoditi Unggulan Kabupaten Banjarnegara.*

Pemerintah Kabupaten Banjarnegara Disperindagkop. 2001. *Sejarah Keramik Klampok.*

Pemerintah Kota Semarang Disperindag. 2008

Prianto, Imam. 2009. *Pengaruh Biaya perlengkapan dan Tenaga kerja Terhadap hasil Produksi Pada Industri keramik Hias Di Kecamatan Purworejo Klampok Kabupaten Banjarnegara. Semarang: Fakultas Ekonomi UNNES.*

Putti, Joseph M. 1987. *Memahami Produktivitas. Federal Publication : Binarupa Aksara.*

Riahi, Ahmed dan Belkaoui. 2006. *Teori Akuntansi Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.*

Samuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus. 2001. Ilmu Mikroekonomi. Jakarta: P.T. Media Global Edukasi.

Siam, Trima Nur. 2007. Pengaruh Biaya Produksi Langsung Terhadap Hasil Produksi pengrajin Tenun di Sentra Industri Tenun ATBM Medono Kecamatan Pekalongan Barat Kota Pekalongan. Semarang: Fakultas Ekonomi UNNES.

Simamora, Henry. 1999. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.

_____. 2000. *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis. Jakarta: Salemba empat.*

Slamet, Achmad. 2007. Penganggaran: Perencanaan dan Pengendalian Usaha. Semarang UPT UNNES Press.

Soekartawi. 2003. Analisis Usaha. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Soemarso. 1999. Akuntansi Suatu Pengantar Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Sriyadai. 1991. Bisnis. Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern. Semarang: IKIP Semarang Press.

_____. 1995. *Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern. Semarang: IKIP Semarang Press.*

Sugiri, Slamet dkk. Akuntansi Pengantar Satu. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Sukirno, Sadono. 2002. Pengantar Teori Mikro Ekonomi. Jakarta : PT Grafindo Persada.

_____. *dkk. 2006. Pengantar Bisnis. Jakarta: PT. Kencana.*

Syahyunan. 2002. Manfaat Perencanaan dan Pengawasan Biaya Operasional dalam Meningkatkan Efisiensi. Fakultas Ekonomi USU. www.google.com (5 Juli 2010).

_____. *2006. Makro Ekonomi. Jakarta : PT Grafindo Persada.*

Tambunan, Tulus. 1999. Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.

Taylor, Virginia Anne. 2006. Teaching Across Disciplines: The Christmest Bell. Dalam International Business and Economic Research Journal, Volume 5 Number 12. New York: William Peterson University.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang industri kecil dan menengah. www.google.com (20 Januari 2010).



Hasil Analisis Regresi Berganda

```

REGRESSION
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT VAR00003
/METHOD=ENTER VAR00001 VAR00002
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID)
/SAVE PRED ZPRED.
  
```

Regression

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Hasil Penjualan	103012258.06	88213986.295	31
Biaya Produksi	41178967.74	37766760.694	31
Biaya Penjualan	3660322.58	7461848.959	31

Correlations

		Hasil Penjualan	Biaya Produksi	Biaya Penjualan
Pearson Correlation	Hasil Penjualan	1.000	.962	.608
	Biaya Produksi	.962	1.000	.594
	Biaya Penjualan	.608	.594	1.000
Sig. (1-tailed)	Hasil Penjualan	.	.000	.000
	Biaya Produksi	.000	.	.000
	Biaya Penjualan	.000	.000	.
N	Hasil Penjualan	31	31	31
	Biaya Produksi	31	31	31
	Biaya Penjualan	31	31	31

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Biaya Penjualan, Biaya Produksi ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Hasil Penjualan

PERPUSTAKAAN
UNNES

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.963 ^a	.928	.923	2.445E7	1.792

a. Predictors: (Constant), Biaya Penjualan, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Model Summary^b

Model	Change Statistics			Durbin-Watson
	df1	df2	Sig. F Change	
	2	28	.000	1.792

a. Predictors: (Constant), Biaya Penjualan, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Hasil Penjualan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.167E17	2	1.084E17	181.220	.000 ^a
	Residual	1.674E16	28	5.979E14		
		2.335E17	30			

a. Predictors: (Constant), Biaya Penjualan, Biaya Produksi

b. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Coefficients^a

Model		Unstandardized	Standardized Coefficients		t	Sig.
		Coefficients	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1225809.731	6614009.432		1.697	.001
	Biaya Produksi	2.170	.147	.929	14.764	.000
	Biaya Penjualan	.666	.744	.056	.895	.001

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Coefficients^a

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
Biaya Produksi	.962	.941	.747	.647	1.546
Biaya Penjualan	.608	.167	.045	.647	1.546

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Coefficient Correlations^a

Model		Biaya Penjualan	Biaya Produksi
1	Correlations		
		Biaya Penjualan	Biaya Produksi
		1.000	-.594
		-.594	1.000
1	Covariances		
		Biaya Penjualan	Biaya Produksi
		.553	-.065
		-.065	.022

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Biaya Produksi	Biaya Penjualan
1	1	2.259	1.000	.06	.05	.07
	2	.556	2.016	.35	.00	.52
	3	.185	3.493	.59	.95	.41

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Residuals Statistics^a

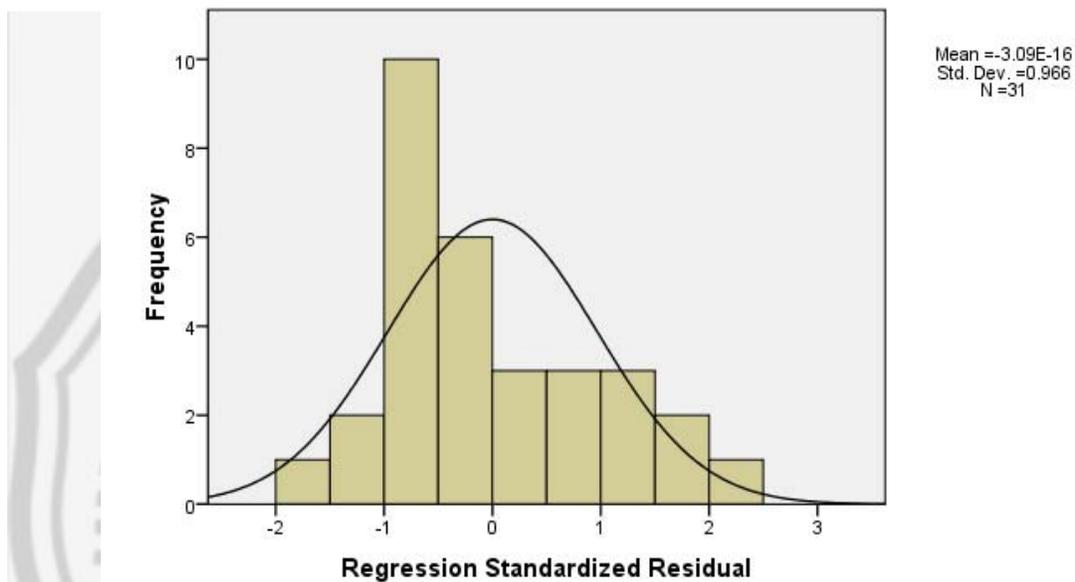
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.02E7	3.28E8	1.03E8	8.499E7	31
Std. Predicted Value	-.857	2.651	.000	1.000	31
Standard Error of Predicted Value	4.670E6	2.366E7	6.658E6	3739320.665	31
Adjusted Predicted Value	2.81E7	5.57E8	1.12E8	1.133E8	31
Residual	-4.715E7	5.368E7	.000	2.362E7	31
Std. Residual	-1.928	2.195	.000	.966	31
Stud. Residual	-3.017	2.256	-.067	1.129	31
Deleted Residual	-2.925E8	5.670E7	-8.540E6	5.833E7	31
Stud. Deleted Residual	-3.607	2.449	-.076	1.212	31
Mahal. Distance	.126	27.124	1.935	4.981	31
Cook's Distance	.000	44.666	1.463	8.018	31
Centered Leverage Value	.004	.904	.065	.166	31

a. Dependent Variable: Hasil Penjualan

Charts

Histogram

Dependent Variable: Hasil Penjualan



PERPUSTAKAAN
UNNES

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual