

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap perusahaan menjalankan usahanya dengan tujuan yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang dapat digunakan demi perkembangan suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat mampu bersaing dengan pesaingnya baik dari sisi produk, pelayanan, fitur dan lain sebagainya, sehingga bisa mempertahankan pasarnya bahkan diharapkan dapat meningkatkan cakupan pasarnya. Di era perdagangan bebas seperti sekarang ini, perusahaan bukan hanya mengalami persaingan dari perusahaan lokal saja tetapi juga dari perusahaan asing yang beroperasi baik dari perusahaan lokal maupun dari luar negeri. Untuk menghadapi persaingan ini, maka suatu perusahaan bersaing dalam meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Salah satu aspek yang ditingkatkan oleh perusahaan-perusahaan yang adalah dengan menekan biaya produksi serendah mungkin dengan tetap mempertahankan tingkat harga jual serta volume penjualannya.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia sering dianggap secara tidak langsung sebagaistrategiuntuk menciptakan kesempatan kerja, kebijakan anti kemiskinan, dan strategi sebagai redistribusi pendapatan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dari waktu ke waktu menghadapi perkembangan yang begitupesat. Para pelaku bisnisnya menghasilkan jenis produk yang beragam. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan salah satu inovasi yangpenting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat dalam mencapai kesejahteraan hidup yang layak. Usaha mikro kecil

menengah menjadi salah satu penunjang perekonomian Indonesia yang menopang pertumbuhan perekonomian masyarakat dengan mempunyai banyak peran dalam mengurangi pengangguran, serta meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga dapat mandiri dalam menopang ekonominya. Pelaku UMKM harus mampu berkembang dan bertahan seiring dengan ketatnya persaingan usaha. Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diinginkan dapat mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap dan terus bertambah.

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM), dijelaskan tentang pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM dan kriterianya yaitu Usaha Mikro merupakan usaha produktif hak orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana yang pernah diatur dalam Undang-Undang. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang telah berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan, ataupun badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan ataupun bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah ataupun usaha besar yang dapat memenuhi usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini. Sedangkan Usaha Menengah merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan ataupun badan usaha yang tidak merupakan anak perusahaan ataupun cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau yang menjadi bagian baik langsung maupun tidak

langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagai mana diatur dalam Undang-Undang ini.

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah secara proporsional dengan perubahan volume produksinya, semakin besar volume produksi maka semakin besar pula jumlah total biaya variabelnya. Jika produksi dihentikan maka biayanya juga tidak akan ada lagi. Sedangkan biaya variabel per satuan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan, jadi biaya satuan konstan. Contohnya daribiaya variabel yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (Supriyono, 2000)

Biaya tetap merupakan biaya yang relatif tidak berubah meskipun terjadi perubahan volume produksi dalam batas tertentu. Jika volume produksi meningkat, maka biaya tidak akan berubah. Jika volume produksi berkurang, biaya jenis ini juga tidak akan berubah jumlahnya. Semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan. Yang termasuk biaya tetap adalah biaya sewa bangunan, gaji pegawai, asuransi, pajak, sebagian biaya overheadpabrik, separuh biaya pemasaran, serta biaya administrasi dan umum (Mulyadi, 2005)

Permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku bisnis yaitu tentang penentuan harga jual produk. Penentuan harga jual produk merupakan suatu keputusan terpenting bagi manajemen bukan hanya berkenaan dengan kebijakan dibidang pemasaran dan keuangan saja, melainkan juga mengenai seluruh aspek kegiatan perusahaan, karena berkaitan dengan pendapatan dan laba perusahaan.

Harga jual produk harus dapat menutup segala biaya yang dikeluarkan dan mendapat laba yang diinginkan.

(Hilton, 2008) seorang pelaku bisnis harus dapat mengamati harga jual, keinginan konsumen, keadaan pasar, competitor, biaya produksi, waktu, peraturan perundangan, aspek politik dan imej perusahaan. Di satu sisi penentuan harga juga akan mampu mempengaruhi jumlah permintaan akan produk, jika harga jual produk terlalu mahal maka akan dapat menyebabkan penurunan permintaan, sedangkan bila perusahaan mengikuti perang harga maka akan membuat mereka menurunkan harga dan margin keuntungan yang didapatkan dapat menjadi terlalu rendah sehingga bisa berdampak pada kemampuan suatu perusahaan untuk bertahan dan tetap selamat pada persaingan yang ketat.

Semakin ketatnya persaingan pada produk yang dihasilkan oleh usaha *home industry*, maka seharusnya dalam menetapkan harga jual produknya, maka pengusaha harus dapat menghitung biaya variabel dan biaya tetap, sehingga dengan begitu dalam memastikan harga jual produk dapat lebih akurat. Dalam hal ini yang sudah dialami oleh para pengusaha khususnya pada penjualan produk seperti usaha pembuatan roti. Persoalan seperti kenaikan harga bahan pokok produk dipasaran yang dapat mengakibatkan ikutnya kenaikan harga jual roti itu sendiri.

Roti adalah salah satu bentuk makanan pokok yang sangat disukai dan diminati oleh masyarakat Indonesia. Roti kini sudah dikenal sebagai makanan sehari-hari terutama bagi masyarakat umum. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyak industri roti baik dalam skala rumah tangga maupun industri menengah (Kusmiati, 2005).

Industri makanan dan minuman adalah cara untuk meningkatkan pertumbuhan bagi ekonomi karena dapat mampu memberikan kontribusi yang besar atas penyerapan tenaga kerja, PDB nasional, dan nilai ekspor. Menurut Achmad Sigit Dwiwahjono, Plt yang menjabat sebagai dirjen Industri Agro kementerian perindustrian (Bisnis.com, 2018), industri makanan dan minuman mempunyai potensi pertumbuhan yang begitu besar karena didukung oleh permintaan domestic yang begitu besar dan sumber daya alamnya yang berlimpah. Industri makanan dan minuman di Indonesia bukan hanya dikonsumsi oleh suatu perusahaan besar saja, namun juga terdapat banyak UMKM yang turut dalam berkecimpung dalam industri ini.

Salah satu industri makanan yang berkembang sangat pesat yaitu industri *bakery*. Menurut (Subagjo, 2007) dalam bukunya yang berjudul “*PastryCrash Crouns*” yang dimaksud dengan *bakery* adalah bagian yang bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai macam jenis roti dan produk-produk lainnya yang disajikan setelah di *oven* atau *baking*. Dengan demikian, yang dimaksud industri *bakery* merupakan suatu perusahaan yang menjual produk *bakery* atau bisa disebut dengan roti, tetapi tidak hanya satu macam roti saja.

Produk roti kini semakin digemari oleh semua kalangan masyarakat. Jika dulu masyarakat Indonesia lebih memilih untuk sarapan pagi dengan nasi atau bubur, kini rotipun menjadi pilihan mereka untuk dikonsumsi di pagi hari. Salah satu kota yang memiliki potensi dalam bisnis roti adalah Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara. Tingginya jumlah penduduk di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara serta tingginya tingkat konsumtif masyarakat merupakan

peluang yang baik dalam menjalankan bisnis roti di Kecamatan Bone-Bone. Roti jenis *bakery* merupakan roti yang populer di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara kini roti sudah menjadi makanan yang sangat digemari di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara usaha roti saat ini terus menjamur. Perkembangan bisnis roti *bakery* saat ini sangatlah pesat, hal ini tentunya sangatlah menarik minat dan pangsa pasar yang menggiurkan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Variabel dan Biaya Tetap Terhadap Penentuan Harga Jual Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Roti Di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1. Apakah biaya variabel berpengaruh terhadap penentuan harga jual pada UMKM Roti Di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara?
- 1.2.2. Apakah biaya tetap berpengaruh terhadap penentuan harga jual pada UMKM Roti Di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu:

- 1.3.1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya variabel terhadap penentuan harga jual pada UMKM Roti Di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.
- 1.3.2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya tetap terhadap penentuan harga jual pada UMKM Roti Di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis.

- a. Hasil penelitian digunakan untuk memperdalam pengetahuan dibidang manajemen keuangan khususnya menganalisis perhitungan biaya variabel dan biaya tetap dalam menentukan harga jual.
- b. Penelitian ini dapat menjadi sumber pelatihan dan pembelajaran dalam menerapkan teori yang diperoleh sehingga menambah pengetahuan, pengalaman dan dokumentasi ilmiah.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak perusahaan, hasil penelitian ini dapat menjadi alternatif pengukuran kinerja perusahaan dan dapat menjadi masukan bagi UMKM untuk mengevaluasi dan meningkatkan kinerja keuangannya.
- b. Bagi penulis, dengan adanya penelitian ini maka dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan, serta mengimplementasikan konsep dan teori dalam praktek yang sebenarnya, khususnya mengenai konsep perhitungan biaya variabel dan biaya tetap dalam menentukan harga jual.

1.5 Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian

Penelitian ruang lingkup adalah suatu batasan yang bisa memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih efektif dan efisien untuk memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. Sedangkan pembatasan masalah adalah usaha

untuk menetapkan batasan dari masalah penelitian yang akan diteliti. Batasan masalah bertujuan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang termasuk kedalam ruang lingkup masalah penelitian dan faktor mana saja yang tidak termasuk kedalam ruang lingkup masalah penelitian, karena setelah masalah teridentifikasi tidak semua akan diteliti, jadi pembatasan masalah atau variabel penelitian secara jelas sehingga dapat ditentukan variabel yang akan diteliti.

1.5.1 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah hubungan antara biaya variabel dan biaya tetap terhadap penentuan harga jual. Pilihan biaya variabel dan biaya tetap sebagai salah satu variabel penelitian mengingat pentingnya biaya variabel dan biaya tetap tersebut dalam suatu perusahaan sehingga bisa membantu manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Penelitian dilakukan pada Perusahaan Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara. Waktu penelitian tersebut dilaksanakan selama 3 bulan mulai bulan Mei hingga Juli tahun 2021.

1.5.2 Batasan Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pengaruh biaya variabel dan biaya tetap terhadap penentuan harga jual. Pengaruh tersebut penting untuk diketahui secara lebih jelas, sehingga perusahaan memiliki bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual.

- a) Dalam penelitian ini meneliti tentang biaya tenaga kerja langsung pada UMKM Roti Di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara. Biaya Tenaga kerja

yang dimaksud penulis adalah biaya tenaga kerja yang langsung berhubungan dengan proses produksi.

- b) Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data-data tentang penggunaan bahan baku dan biaya bahan baku yang dikeluarkan pada UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara. Bahan baku yang penulis maksud adalah bahan yang digunakan dalam proses produksi, jumlah bahan baku dan biaya bahan baku yang dikeluarkan oleh perusahaan UMKM Roti.
- c) Harga Jual yang penulis maksud adalah jumlah yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang dan jasa yang dijual. Harga Jual yang penulis maksud adalah penjualan dikurangi biaya produksi.
- d) Dalam penelitian ini mengambil sampel pada UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.
- e) Penulis hanya meneliti dari bulan Mei 2021 sampai bulan Juli 2021.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Biaya Variabel

2.1.1 Pengertian Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah secara proporsional atau sebanding sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan. Biaya variabel akan naik saat produksi meningkat dan akan turun saat produksi juga menurun. Semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan semakin besar pula jumlah variabelnya (Widjajanta, 2007).

Biaya variabel atau variabel *cost* adalah salah satu bagian yang sangat penting dalam perhitungan biaya dan mencari titik impas produksi atau breakeven point. Biaya variabel dapat dihitung sebagai jumlah biaya marjinal (*Marginal Cost*) dari semua unit yang telah diproduksi atau biaya yang berkaitan langsung dengan produksi suatu barang. Selain itu, seluruh biaya variabel merupakan biaya langsung yang dapat dengan mudah dikaitkan dengan objek biaya tertentu. Biaya variabel disebut juga sebagai biaya unit level atau biaya tingkat level karena biaya-biaya variabel tersebut sangat bervariasi dengan jumlah unit yang diproduksi (Kho, 2019).

2.1.2 Fungsi Biaya Variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume aktivitas yang dilaksanakan. Beberapa contoh umum pada penerapan biaya variabel dalam sebuah unit perusahaan adalah biaya untuk bahan baku, biaya untuk bahan pembungkus, biaya untuk label, upah lembur

karyawan, bonus pencapaian target atau komisi karyawan dan lain sebagainya. Komposisi biaya memiliki fungsi yang cukup penting sebab adanya keterkaitan secara langsung terhadap akuntansi manajemen, proses produksi dan neraca lajur untuk laporan keuangan. Berikut ini beberapa fungsi dari biaya variabel dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) **Membantu Mengendalikan Biaya Perusahaan**

Fungsi pertama dari biaya variabel yaitu dapat membantu mengendalikan biaya perusahaan. Hal ini dapat terjadi dikarenakan perusahaan dapat memisahkan secara jelas mana saja aktivitas usahanya yang berasal dari biaya tetap dan biaya variabel melalui laporan laba rugi ataupun laporan keuangan lainnya.

2) **Membantu Merencanakan dan Menganalisis Keputusan Jangka Pendek.**

Fungsi kedua biaya variabel adalah kondisi tertentu, seperti adanya pesanan khusus, sehingga perusahaan bisa menentukan lebih awal harga yang akan ditawarkan. Penentuan laba akan didasarkan pada perhitungan perubahan volume yang dilakukan.

3) **Membantu Menetapkan Penilaian.**

Tim manajemen perusahaan dapat meninjau efektivitas produksi yang dihasilkan oleh suatu perusahaan termasuk dengan kinerja SDM. Keberadaan variabel dapat lebih terbantu jika memenuhi jawaban terhadap berbagai departemen lain yang ada dalam tubuh perusahaan (Ramadhani, 2020).

2.1.3 Contoh Biaya Variabel

Beberapa contoh yang terdapat dalam biaya variabel yaitu:

1) Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku merupakan harga pokok bahan yang dipakai dalam produksi untuk membuat barang di dalam suatu perusahaan. Di dalam suatu perusahaan dibutuhkan biaya bahan baku, biaya bahan baku timbul karena pemakaian bahan. Biaya bahan baku merupakan bagian dari harga pokok barang jadi yang akan dibuat (Pratama, 2016).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi biaya bahan baku yaitu:

- 1) Potongan pembelian, diperlakukan sebagai pengurangan terhadap harga pokok bahan baku yang dibeli.
- 2) Biaya angkut pembelian, biaya ini diperlakukan sebagai pengurangan dari adanya kegiatan transportasi atau pengiriman suatu barang.
- 3) Biaya penyimpanan dan pengolahan bahan baku, terjadi bila bahan yang dibeli oleh perusahaan tak terhitung sehingga bahan tersebut tidak habis dalam sekali proses produksi. Penyimpanan dan pengolahan bahan baku melingkup banyak kegiatan dan bagian yang terkait sehingga dapat terjadi kesulitan dalam melakukan penyediaan biaya-biaya yang terjadi sehingga diperhitungkan sebagai biaya overhead yang dibebankan berdasarkan tarif (Aswaja, 2020).

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan biaya yang timbul sebab pemakaian tenaga kerja yang dipergunakan untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja langsung adalah gaji dan upah yang

diberikan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses pengolahan barang (Pratama, 2016)

3) Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik biaya-biaya yang secara tidak langsung berkaitan dengan pembuatan produk yang terdiri dari biaya bahan penolong, tenaga kerja tidak langsung, penyusutan, biaya listrik, serta pemeliharaan fasilitas pabrik (Lestari & Permana, 2017)

Biaya overhead pabrik dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yaitu:

- 1) Pengelompokan biaya overhead pabrik menurut sifatnya yaitu: biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya reparasi dan pemeliharaan, serta biaya penyusutan aktiva tetap.
- 2) Pengelompokan biaya overhead pabrik menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan antara lain yaitu: biaya overhead pabrik tetap, biaya overhead pabrik variabel dan biaya overhead semi variabel.
- 3) Pengelompokan biaya overhead pabrik berdasarkan hubungannya dengan departemen, diantaranya adalah biaya overhead pabrik langsung departemen dan biaya overhead pabrik tidak langsung departemen.

2.1.4 Pengertian Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap merupakan biaya atau pengeluaran yang tidak bergantung pada perubahan jumlah barang atau jasa yang dihasilkan. Dengan kata lain, biaya tetap tidak akan berubah walaupun terjadi perubahan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan dalam kisaran waktu tertentu. Pengeluaran-pengeluaran yang dimaksud

yaitu berkaitan dengan waktu, contohnya seperti uang sewa gedung, pajak bangunan, biaya depresiasi mesin dan asuransi yang dibayar setiap bulan atau tahunan. Biaya-biaya tersebut tetap ada atau tetap harus dibayar meskipun perusahaan sama sekali tidak menghasilkan output barang atau jasa. Apabila semakin besar jumlah volume produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan maka semakin besar pula biaya yang perlu dikeluarkan untuk memproduksi produk tersebut. Begitu pula sebaliknya, jika jumlah volume produk yang diproduksi kecil maka biaya yang dikeluarkan juga semakin kecil (Kho, 2019).

2.1.5 Contoh Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Berikut ini beberapa contoh biaya yang digolongkan sebagai biaya tetap yaitu sebagai berikut:

1) Penyusutan (*Depreciation*)

Penyusutan atau depresiasi dalam akuntansi merupakan pembebanan bertahap dan sistematis terhadap biaya aset berwujud seperti peralatan produksi selama umur manfaatnya.

2) Asuransi (*Insurance*)

Asuransi merupakan biaya berkala berdasarkan kontrak asuransi.

3) Beban Bunga (*Interest Expenses*)

Beban bunga merupakan biaya dana yang telah dipinjamkan ke suatu perusahaan oleh pemberi pinjaman. Beban bunga dapat digolongkan sebagai biaya tetap andaikan suku bunga tetap dimasukkan kedalam perjanjian pinjaman.

4) Pajak Properti (*Property Tax*)

Pajak property merupakan pajak yang dibebankan ke suatu perusahaan oleh pemerintah setempat yang berlandaskan pada biaya asetnya.

5) Biaya Sewa (*Rent*)

Biaya sewa merupakan biaya berkala untuk penggunaan real estat (kantor, pabrik dan gudang) milik orang lain yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya.

6) Gaji (*Salary*)

Gaji merupakan jumlah kompensasi tetap yang telah dibayarkan kepada karyawan.

7) Utilitas (*Utility*)

Contoh dari biaya utilitas yaitu seperti biaya listrik, gas, telepon dan sebagainya. Biaya ini memiliki elemen variabel tetapi sebagian besarnya tetap.

2.1.6 Jenis-Jenis Biaya Tetap

Umumnya biaya tetap dibagi menjadi dua jenis yaitu:

1) Biaya yang tidak dipengaruhi oleh kebijakan manajemen (*committed fixed cost*)

Biaya yang tidak dipengaruhi oleh kebijakan manajemen adalah biaya tetap yang disebabkan oleh pemeliharaan pabrik, peralatan dan organisasi perusahaan. Biaya yang tidak dipengaruhi oleh suatu kebijakan manajemen tidak dapat dikurangi untuk mempertahankan kemampuan organisasi dalam rangka mencapai tujuan jangka panjang, melingkupi semua biaya yang terjadi

dalam kegiatan produksi, pemasaran, administrasi dan umum (misalnya biaya gaji karyawan, beban penyusutan dan aktiva tetap) (Kholmi, 2019).

2) Biaya yang dipengaruhi oleh kebijakan manajemen (*Descretionary Fixed Cost*)

Biaya yang dipengaruhi oleh kebijakan manajemen (*Descretionary Fixed Cost*) adalah biaya yang timbul dari keputusan penyediaan anggaran secara berkala (biasanya tahunan), yang secara langsung dapat mencerminkan kebijakan manajemen puncak mengenai jumlah maksimum biaya yang diizinkan untuk dikeluarkan. Biaya ini tidak dapat menggambarkan hubungan yang optimal antara masukan dan keluaran (yang diukur dengan volume penjualan jasa atau produk). Contohnya yaitu biaya riset dan pengembangan, biaya iklan atau biaya promosi penjualan, biaya program latihan karyawan, dan biaya konsultan. Pengeluaran biaya ini bisa dihentikan dengan kebijakan manajemen (Bastian, 2007).

2.2 Harga Jual

2.2.1 Pengertian Harga Jual

Lestari, dkk(2017)mengatakan bahwa harga adalah cerminan pemahaman yang mendalam dari pihak perusahaan mengenai konsumen, kompetitor dan biaya perusahaan itu sendiri. Kemampuan dalam menentukan harga jual yang tepat akan sangat menentukan nasib suatu penjualan produk dipasaran. Upaya dalam menetapkan harga jual dipasaran sebagai salah satu bagian dari manajemen harga hendaklah dilakukan dengan memperhatikan banyak faktor. Hal ini tentunya untuk mencegah tidak lakunya barang dipasaran (Amir, 2019).

(Mowen & Hansen, 2001) mendefinisikan harga jual merupakan jumlah moneter yang telah dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang dan jasa yang dijual atau diserahkan. (Mulyadi, 2001) "harga jual pada prinsipnya harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up".

Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan sejumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentase laba yang diharapkan perusahaan. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

(Amstrong & Kotler, 2008) penetapan harga dapat mengarah pada laba dan penjualan dengan keinginan adalah untuk:

- 1) Mencapai target laba investasi atau laba penjualan bersih

Perusahaan menentukan harga produknya atau jasa yang diberikan atas dasar sasaran pencapaian presentase tertentu untuk pengembalian investasi atau laba penjualan bersih. Target seperti ini menjadi kacau baik bagi suatu perusahaan maupun pialangnya.

- 2) Memaksimalkan laba

Target penetapan harga atau dasar menghasilkan uang sebanyak-banyaknya adalah sasaran yang paling banyak dianut oleh suatu perusahaan. Dalam konsep ekonomi atau praktik bisnis, tidak ada yang salah dengan

incaran seperti ini. Secara teoritis jika laba menjadi terlalu besar karena penawaran lebih kecil dibandingkan dengan permintaan, modal baru akan tercatat dalam bidang usaha ini. Dengan hal ini maka akan mempengaruhi laba sampai tingkat yang normal.

3) Meningkatkan volume penjualan

Target penetapan harga biasanya dinyatakan dalam presentase kenaikan volume penjualan selama periode tertentu. Jika satu tahun ataupun tiga tahun, para pengecer mencantumkan sasaran semacam ini. Sewaktu berusaha meningkatkan penjualan tahun yang lalu dengan presentase tertentu, namun jika untuk menaikkan volume penjualan maka mungkin dapat atau tidak dapat taat dengan konsep pemasaran yang dianut volume penjualan yang menguntungkan. Di satu pihak, target perusahaan dapat menaikkan volume penjualan tetapi dengan tetap mempertahankan tingkat labanya. Dari sisi lain, manajemen dapat memutuskan dan meningkatkan volume penjualannya melalui strategi penetapan harga yang agresif dengan kerugian. Dalam hal ini manajemen dapat memutuskan dengan perhitungan bahwa melalui peningkatan volume penjualan dapat menegakkan kakinya dalam pasar.

4) Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar

Perusahaan yang memiliki target penetapan harga semacam ini dapat memutuskan pandangan dengan cara untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar. Salah satu sektor yang melaksanakan sasaran ini merupakan perusahaan yang biasanya dapat menentukan pangsa pasar yang

diinginkannya. Pada beberapa hal, pangsa pasar adalah indikator pada kondisi suatu perusahaan yang lebih baik bila dibandingkan dengan sasaran laba investasi artinya sasaran penetapan harganya yang lebih baik. Hal ini dapat terjadi terutama pada waktu pasar total sedang berkembang dan perusahaan bisa mencapai laba yang diharapkan. Akan tetapi bila manajemen tidak mengetahui bahwa pasar sedang berkembang, akibatnya pangsa pasar perusahaan dapat mengalami kemunduran.

2.2.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Ada empat jenis tujuan penetapan harga yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan Berorientasi Pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menerangkan bahwa setiap perusahaan tetap mempunyai harga yang dapat menghasilkan laba yang paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah meningkatkan laba.

2. Tujuan Berorientasi Pada Volume

Selain dengan tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang dapat menetapkan harganya berdasarkan tujuan berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah volume *pricing objectives*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan (dalam ton, kg, unit, m³ dsb), nilai penjualan (Rp) atau pangsa pasar (absolut maupun relatif). Tujuan ini banyak diterapkan oleh suatu perusahaan penerbangan, lembaga pendidikan, perusahaan *tour and travel*, pengusaha bioskop dan pemilik bisnis serta penyelenggara seminar. Pada sebuah perusahaan penerbangan, biaya penerbangan untuk satu pesawat yang terisi

penuh maupun yang hanya terisi sebagian tidak banyak berbeda. Oleh karena itu banyak perusahaan penerbangan yang berusaha memberikan insentif berupa harga special agar dapat mampu meminimalisasi jumlah kursi yang tidak terisi.

3. Tujuan Berorientasi Pada Citra

Citra (*image*) suatu perusahaan yaitu dapat dibentuk melalui penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membangun atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga yang rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya adalah harga yang terendah disuatu wilayah tertentu. Pada kenyataannya baik dengan penetapan harga yang tinggi maupun yang rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan campuran produk yang ditawarkan perusahaan.

4. Tujuan Stabilisasi Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitive terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya juga harus menurunkan harga mereka. Kondisi seperti ini yang melandasi terbentuknya tujuan stabilisasi harga dalam industri-industri tertentu yang produknya sangat terstandarisasi (misalnya minyak bumi). Tujuan stabilisasi dilakukan dengan cara untuk menetapkan harga dan mempertahankan hubungan antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (*Industry Leader*).

5. Tujuan-Tujuan Lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang atau menghindari campur tangan pemerintah. Organisasi nonprofit juga dapat menetapkan tujuan penetapan harga yang berbeda, misalnya untuk mencapai *partial cost recovery* full cost recovery atau untuk menetapkan *social price*.

Tujuan-tujuan penetapan harga diatas memiliki implikasi yang penting atas strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam menetapkan posisi relatifnya dalam persaingan (Puspaningrum, 2006).

2.2.3 Faktor-Faktor Penentuan Harga Jual

Secara umum ada dua faktor yang dapat ditinjau dalam menentukan suatu harga menurut (Amstrong & Kotler, 2002) diantaranya faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan

1. Faktor Internal Perusahaan

a. Tujuan Pemasaran

Faktor utama yang dapat menetapkan suatu penetapan harga adalah dengan tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan ini dapat berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup dalam meraih pangsa pasar yang besar, melahirkan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan dan melakukan tanggung jawab sosial.

b. Strategi Bauran Pemasaran

Harga adalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh sebab itu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya yaitu produk, distribusi dan promosi.

c. Biaya

Biaya adalah faktor yang menetapkan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidaklah mengalami kerugian. Oleh karena itu setiap perusahaan pasti memberikan perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel) serta jenis – jenis biaya lainnya, seperti *out – of – pocket cost*, *incremental cost*, *opportunity cost*, dan *replacement cost*.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

1) Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan mesti memahami sifat pasar dan permintaan yang telah dihadapinya, apakah itu termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistic, oligopoly atau pun monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya yaitu elastisitas permintaan.

2) Persaingan

Ada lima kekuatan pokok dalam persaingan suatu industri yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru (Ilyas, 2019).

2.2.4 Metode Penetapan Harga Jual

Penentuan harga jual yang digunakan oleh suatu perusahaan mempunyai banyak cara. Dalam perusahaan yang kecil harga sering kali ditetapkan oleh manajemen bukan oleh bagian penjualan dan pemasaran, meskipun pada perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh seorang manajer lini produk. Metode apapun yang diimplementasikan oleh suatu perusahaan dalam

menentukan harga jual hendaklah mengetahui bahwa harga jual yang telah ditetapkan tidak langsung dapat diterapkan oleh permintaan dan penawaran pasar. Penentuan harga jual yang digunakan oleh suatu perusahaan mempunyai banyak cara dalam perusahaan kecil, harga sering kali ditetapkan oleh manajemen bukan dari bagian penjualan atau pemasaran, sedangkan pada perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer lini produk. Metode apapun yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam menetapkan harga jual mesti mengetahui bahwa harga jual yang telah ditetapkan tidak langsung dapat diterapkan. Hal ini dikarenakan oleh karena harga jual juga dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran pasar.

(Hongren, 2008)mengatakan bahwa ada empat metode penentuan harga jual yaitu sebagai berikut:

a. Penentuan Harga Jual Normal (*normalpricing*)

Metode penentuan harga jual normal adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diinginkan diatas biaya penuh massa yang akan datnag dalam memproduksi dan memasarkan suatu produk.

b. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-TypeContract* (*Cost-Type Contract Pricing*).

Cost-Type Contract Pricing merupakan kontrak pembuatan produk dan jasa yang pihak pembeli setuju membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar presentase tertentu dari total biaya yang sesungguhnya.

c. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*).

Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima dan diatur oleh suatu perusahaan diluar pesanan regular perusahaan.

d. Penentuan Harga Jual Produk yang Dihasilkan Perusahaan yang Diatur Dengan Peraturan Pemerintah.

Penentuan harga jual berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Penentuan harga jual dimasa yang akan datang perlu adanya pertimbangan yakni tentang biaya produk disamping keuangan yang diharapkan. Dengan ini sangatlah jelas bahwa pertimbangan faktor dalam menentukan harga jual suatu produk sebagai proses akhir setelah menghitung biaya produksi serta profit margin yang diharapkan (Risdiyani, 2016)

Basu Swasta, 1995 pendekatan matematis dari penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Biaya Produksi}}{1 - \text{Profit Margin}}$$

Bambang Riyanto, 2001 metode profit margin yang digunakan dalam menetapkan harga jual yaitu:

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$$

2.3 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

2.3.1 Pengertian UMKM

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang sering disebut dengan UMKM merupakan suatu bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang biasanya bergerak dalam ruang lingkup kegiatan perdagangan yang memiliki ciri ataupun karakteristik yang berbeda-beda (Lestari & Amri, 2020).

Banyaknya definisi mengenai usaha mikro kecil dan menengah yang telah dikemukakan oleh beberapa lembaga atau instansi UU terbaru yang dikeluarkan pemerintah tentang usaha mikro kecil dan menengah merupakan UU No. 20 Tahun 2008. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 pasal satu disebutkan bahwa sebagai berikut:

- 1) Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang melingkupi kriteria usaha mikro sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha kecil merupakan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang telah dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dan cabang perusahaan yang dimiliki atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang melingkupi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini.
- 3) Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang telah berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai dan menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti yang telah diatur dalam undang-undang.

2.3.2 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut UU No.20 Tahun 2008 pasal 6 dijelaskan sebagai berikut:

1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a) Mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dan tidak termasuk tanah ataupun bangunan tempat usaha.
- b) Mempunyai hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2) Kriteria Usaha Kecil yaitu:

- a) Mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Mempunyai hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp2.500.000.000,00 (duamilyar lima ratus juta rupiah).

3) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a) Mempunyai kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan yang paling Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b) Mempunyai hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah) (Nurrohmah, 2015).

2.3.3 Klasifikasi UMKM

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diklasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu:

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan UMKM dengan kegiatan usaha dalam rangka mendapatkan kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Di Indonesia jumlah UMKM kategori ini adalah yang terbesar.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) ini yang sering mempunyai jiwa entrepreneurship. Banyak pengusaha skala menengah besar yang tadinya hanya berasal dari kategori ini. Jika dibina dengan baik maka sebagian dari UMKM kategori ini akan masuk ke dalam kategori empat. Jumlah kelompok UMKM jauh lebih kecil dari jumlah UMKM yang termasuk dalam kategori satu dan dua. Kelompok UMKM ini sudah dapat menerima pekerjaan sub-kontrak dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (Dr. Dindin Abdurohim BS, S.Sos, MM, 2020).

2.3.4 Karakteristik UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang gampang didapat serta sumber daya manusia (SDM) adalah variabel pendukung

perkembangan dari usaha mikro kecil tersebut, akan tetapi mestidicermati beberapa hal seiring dengan perkembangan usaha kecil rumahan seperti perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan menimbulkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan dapat menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola system produksi yang efisien dan efektif dan melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembela dari pesaing adalah langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

Dalam buku Pandji Anoraga menjelaskan bahwa secara umum sektor usaha memiliki karakteristik yaitu sebagai berikut:

- 1) System pembukuan yang relatif yaitu administrasi pembukuan yang sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan yang standar. Seringkali pembukuan tidak di *up to date* sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya.
- 2) Margin usaha yang sangat cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
- 3) Modal yang terbatas
- 4) Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih yang sangat terbatas.
- 5) Skala ekonomi yang masih terlalu kecil sehingga sulit untuk mengharapkan mampu menekan biaya yang mencapai titik efisiensi jangka panjang.
- 6) Kemampuan pemasaran dan negoisasi serta diversifikasi pasar masih sangat terbatas.

- 7) Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal yang terendah, dan mengingat keterbatasan system administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal sebuah perusahaan harus mengikuti system admintrasi standard an harus transparan.

Karakteristik yang telah dimiliki oleh suatu usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini dapat menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas (Sugianti, 2019).

2.3.5 Kekuatan dan Kelemahan UMKM

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki beberapa kekuatan potensial yang merupakan harapan yang menjadi basis pengembangan pada masa yang akan datang yaitu:

- a. Penyediaan lapangan pekerjaan bertindak diindustri kecil dalam penyerapan tenaga kerja yang patut diperhitungkan dan diperkirakan maupun menyerap sampai 50% tenaga kerja yang tersedia.
- b. Sumber wirausaha baru keberadaan usaha yang kecil dan menengah selama ini sudah terbukti dapat membantu tumbuh kembangnya kewirausahaan yang baru.
- c. Memiliki segmen usaha pasar yang sangat unik, melaksanakan manajemen yang sederhana dan fleksibel akan perubahan pasar.

- d. Memanfaat sumber daya alam sekitar, dan industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dengan industri besar ataupun industri lainnya.
- e. Memiliki potensi untuk berkembang, dalam berbagai upaya pembinaan yang dilakukan menunjukkan hasil yang menggabarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait. Kelemahan yang juga sering menjadi faktor penghambat permasalahan dari usaha mikro terdiri dari dua faktor yaitu sebagai berikut:
 - 1) Faktor internal, faktor internal adalah masalah klasik dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu sebagai berikut:
 - a) Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia (SDM)
 - b) Kendala pemasaran produk yang sebagian besar pengusaha industri kecil lebih mengutamakan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengaksesnya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, jadihanya sebagian besar berfungsi untuk tukang saja.
 - c) Kecenderungan konsumen yang belum dapat mempercayai mutu produk industri kecil.
 - d) Kendala permodalan usaha yang sebagian besar industri kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relative kecil.
 - 2) Faktor eksternal, faktor eksternal adalah masalah yang muncul dari pihak pengembang dan Pembina usaha mikro kecil dan menengah

(UMKM), apabila solusi yang diberikan tidak tepat sasaran dan tidak adanya monitoring serta program yang tumpang tindih.

2.4 Roti

Roti adalah sebuah produk pangan yang berbahan dasar tepung terigu yang difermentasi dengan ragi atau pengembang yang diolah dengan cara dipanggang (Mudjajanto & Yulianti, 2004), roti juga termasuk dalam salah satu produk bioteknologi konvensional karena adanya proses fermentasi yang dimanfaatkan oleh mikroorganisme. Roti dibuat dengan melalui dua proses yaitu dengan pembuatan dan pemanggangan, dimana keduanya sangat penting dalam menentukan mutu produk akhir dari roti. Jenis roti ada beberapa macam yaitu roti kukus, roti goreng, dan roti panggang. Roti manis dan roti tawar adalah jenis roti yang dipanggang. Zat gisi yang terdapat didalam roti yaitu β -karoten, tiamin (vitamin B1), riboflavin (vitamin B2), niasin, dan sejumlah mineral berupa zat besi, kalsium dan iodium. Roti juga diperkaya akan adanya asam amino yang bertujuan untuk meningkatkan mutu protein bagi tubuh. Kandungan protein yang terdapat didalam roti yaitu mencapai 9,7% lebih tinggi dibandingkan dengan nasi yang hanya 7,8%.

Hampir semua jenis roti dibuat dengan proses yang sama yaitu dengan pencampuran (*mixing*), fermentasi, pembentukan (*proofing*), pengempesan (*sheeting*), pencetakan (*molding*), pemanggangan (*baking*), penurunan suhu (*coling*) dan pengirisan (*slicing*).

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, tahun dan judul penelitian	Variabel	Metode penelitian	Hasil penelitian
1.	(Putri, 2017) Analisis Penerapan Biaya Standar Sebagai Pengendalian Biaya Produksi Pada UMKM Roti Devy Makamhaji Kartasura Sukoharjo	Pengendalian, biaya produksi, biaya standar.	Metode analisis deskriptif kualitatif yaitu menggunakan secara menyeluruh terhadap pengendalian biaya produksi di UMKM Roti Devy dan dianalisis dengan membandingkan harga pada tahun 2014 dan 2015, sehingga dapat hasil yang diinginkan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM ini harus mengendalikan biaya produksi agar biaya produksi lebih efektif dan efisien sehingga laba yang didapat lebih optimal. Berdasarkan perhitungan analisis yang membandingkan antara biaya standar dengan biaya aktual maka dapat disimpulkan bahwa dalam produksi roti, terdapat selisih yang menguntungkan dan tidak menguntungkan pada biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik karena perhitungan biaya produksi dalam UMKM Roti devy belum dilaksanakan sebagaimana mestinya
2.	(Muhammad Iqbal, S.E. & Desti Puji	Biaya Bahan Baku, Biaya	Penelitian ini menggunakan data sekunder	Hasil penelitian ini membuktikan kebenaran akan

Amerliyanti, (2017) Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Overhead Terhadap Penentuan Harga Jual Roti (studi Empiris pada Pt. Nippon Indosari Corporindo, Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014)

Overhead, Biaya Tenaga Kerja Langsung, Harga Jual.

berupa laporan keuangan yang terdaftar di BEI(Bursa Efek Indonesia)selama tiga periode yakni 2012, 2013 dan 2014 dan diteliti dengan metode analisis jalur (Path Analysis).

adanya pengaruh yang signifikan antara biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead secara bersama-sama terhadap harga jual roti di PT. Nippon Indosari Corporindo, Tbk, ini terbukti dari hasil uji Path Analisis diketahui total pengaruh biaya bahan baku terhadap harga jual sebesar 66,6%, total pengaruh biaya tenaga kerja langsung terhadap harga jual sebesar 45,2% dan total pengaruh biaya overhead terhadap harga jual sebesar 16,4% sehingga total pengaruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead terhadap harga jual sebesar 95,4% maka diputuskan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead berpengaruh secara simultan terhadap harga jual.

3. (Sari & Wiraswati, 2020) Pengaruh Biaya Produksi Dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada UMKM Dua Putri Beton.
- Biaya Produksi, laba yang Diinginkan, harga Jual
- Metode analisis deskriptif pendekatan kuantitatif berdasarkan data primer diambil Biaya produksi, laba, dan harga jual tahun 2019 sebagai variabel dari penelitian.
- Hasil penelitian yaitu adanya pengaruh signifikan pada biaya produksi serta laba yang diinginkan terhadap harga jual produk buis beton di UMKM Dua Putri Beton Wringinanom Gresik, terbukti dari hasil uji SPSS 21 for windows diketahui bahwa biaya produksi mempunyai pengaruh kepada harga jual yang positif karena biaya produksi menentukan tingkat tinggi atau rendahnya harga jual yang ditentukan disuatu produk. Laba diinginkan berpengaruh terhadap harga jual yang positif karena jika menginginkan laba yang besar maka harga jual untuk setiap produk yang ditetapkan harus tinggi. Koefisien determinasi (r^2) sebesar 98,6%. Perhitungan biaya produksi serta laba yang diinginkan berpengaruh simultan terhadap

				harga jual produk buis beton di UMKM Dua Putri Beton Wringinanom Gresik.
4.	(Putri, 2015)Penerapan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Pada Usaha Kecil Menengah Di Lampung Selatan (Studi kasus Usaha Kecil Menengah Tahu Di Daerah Natar Lampung Selatan)	Metode <i>full costing</i> , Harga jual	Metode <i>Costing</i>	<i>Full</i> Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada hasil analisa data, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Berdasarkan perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual dengan pendekatan Full Costing adalah jumlah total harga pokok produksi (2863,76) dibagi dengan harga jual (3000) dikali 100 % adalah sebesar Rp. 95,4% sedangkan bila menggunakan Perhitungan UKM harga pokok produksi (227,28) dibagi harga jual (3000) dikali 100% adalah sebesar Rp. 7.5% Hal ini telah menjawab bahwa perhitungan harga pokok produksi untuk menentukan harga jual dengan menggunakan perhitungan Full costing lebih besar di

- bandingkan dengan perhitungan UKM karena sudah ditambahkan dengan biaya penyusutan
5. (Amir, 2019) Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Untuk Menentukan Harga Jual (Studi Pada UD Riskika Desa Penyaring Kabupaten Sumbawa).
 Harga Pokok Produksi, Harga Jual, *Full Costing*, *Cost Plus Pricing*.
 Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.
 Hasil penelitian menyatakan bahwa harga jual serta menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* lebih rendah dari perusahaan untuk kemasan 80 gram dengan harga Rp10.606, tetapi untuk kemasan 250 gram dan 500 gram lebih tinggi dari perusahaan dengan harga masing-masing Rp34.211 dan Rp66.402. Kata
 6. (Anita, 2014) Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk Furniture (Studi kasus pada PT. Hanin Designs Indonesia - Indonesian Legal Wood)
 Harga Pokok Produksi, Harga Jual, Metode *Full costing*.
 Metode *full costing* adalah metode penentuan harga pokok produk yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang bersifat
 Setelah melakukan perhitungan harga pokok produksi sebagai dasar penetapan harga jual dengan metode *full costing* diperoleh hasil yang berbeda dengan metode yang dilakukan oleh perusahaan. Penetapan harga jual dengan menggunakan metode *full costing* lebih tinggi dibanding dengan metode perusahaan.

- variabel maupun tetap. Harga Hasil perhitungan harga jual dengan metode *full costing* sebesar Rp 3.400.012,69/set sedangkan dengan metode perusahaan sebesar Rp 3.146.400/set. Selisih perhitungan harga jual tersebut untuk satu set sebesar Rp 253.612,69. Hal ini dikarenakan metode *full costing* memasukkan semua biaya produksi baik yang bersifat tetap maupun variabel. Diharapkan PT. Hanin Designs Indonesia menerapkan metode *full costing* dalam perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual, karena metode *full costing* lebih akurat dibanding dengan metode perusahaan.
7. (Pramujo, 2019) *Full costing, variabel costing, harga jual* Metode analisis yang digunakan yaitu metode deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis Hasil penelitian dan perhitungan, adanya kelemahan dalam perhitungan harga pokok perusahaan. Menurut perbandingan metode *full costing* dan *variabel costing*

Sebagai Dasar
Penentuan
Harga Jual.

suatu hasil dalam perhitungan penelitian tetapi harga pokok tidak digunakan produksi pada untuk membuat perusahaan. Metode kesimpulan yang *full costing* lebih luas. mempunyai angka

jauh lebih tinggi dari pada metode *variabel costing*, karena disebabkan oleh perhitungan harga pokok produksi pada metode *full costing* memasukkan semua akun biaya baik yang berjenis variabel maupun tetap. Perusahaan seharusnya memasukkan akun – akun seperti biaya penyusutan gedung pabrik, biaya penyusutan mesin dan peralatan serta biaya asuransi dalam harga pokok produksi dan penentuan harga pokok produk menjadi lebih tepat.

8. (Rositania, 2016)Evaluasi penentuan harga pokok roti dengan metode full costing pada perusahaan roti netral Bondowoso
- Harga Pokok Produksi.
- Metode analisis data yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan cara mengidentifikasi laporan-
- Menurut hasil penelitian dan analisa data serta pembahasan yang sudah diteliti maka dapat disimpulkan bahwa 1) berdasarkan proses produksi yang dikerjakan secara terus menerus, maka

laporan yang perusahaan diberikan menggunakan perusahaan. metode *full costing* Langkah- untuk menghitung harga pokok produksi untuk menentukan harga jual; 2) Perusahaan telah melaksanakan pengumpulan dan penghitungan unsur-unsur biaya produksi yang digunakan dalam menghitung harga pokok produksi dalam tiap periodenya. Dalam menghitung biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung sudah dilakukan secara tepat. Tetapi, dalam menghitung biaya overhead pabrik masih kurang tepat karena belum memasukkan beberapa unsur biaya overhead pabrik dalam perhitungan. Disamping itu, perusahaan tidak memperhitungkan tingkat penyelesaian barang dalam proses akhir produksi.

9. (Permatasari, 2014) Penerapan Full Costing Method Melalui Penghitungan *Full Costing*, Harga Pokok Metode *Full Costing* Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penghitungan harga pokok

HPP Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada UKM Tahu Pak Dariyo. Produksi, Biaya produksi pada UKM Tahu Pak Dariyo dengan penghitungan harga pokok produksi menggunakan metode *Full Costing* menunjukkan perbedaan hasil. Perbedaan terletak pada biaya *overhead* pabrik yaitu metode *Full Costing* yang memasukkan biaya penyusutan mesin dan kendaraan serta biaya pemeliharaan mesin dan kendaraan. Hal ini menyebabkan harga pokok produksi menggunakan metode *Full Costing* menjadi lebih tinggi.

10. (Risidiani, 2016) Analisis Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus Pada Jannah Bakery Jember). Metode *Full Costing*, Harga Pokok Produksi, Harga Jual. Metode analisis data yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan cara mengidentifikasi laporan-laporan yang diberikan perusahaan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa perhitungan harga pokok produksi dengan metode *Full Costing*, jika dibandingkan dengan harga pokok produksi yang digunakan dengan metode pada Pabrik memberikan hasil yang berbeda yaitu lebih besar meamaki metode *Full Costing*. Hal ini diakibatkan karena perhitungan

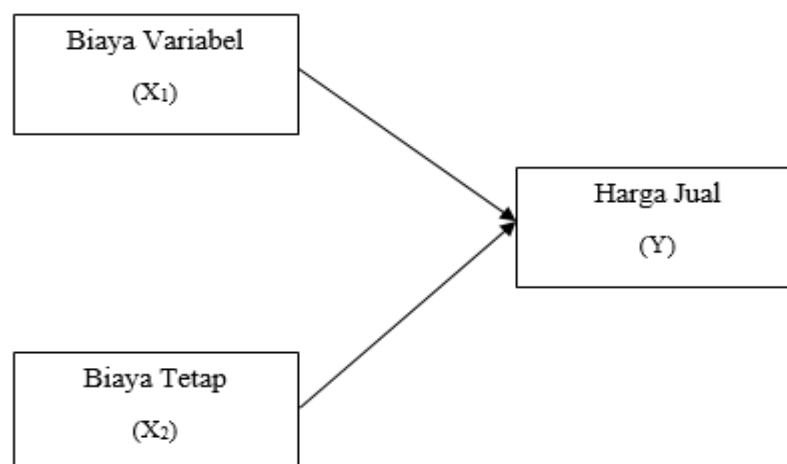
yang dilakukan pabrik belum tepat dalam menempatkan biaya overhead pabrik ke setiap produknya.

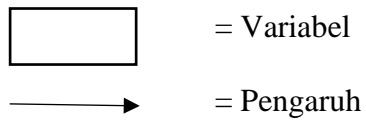
2.6 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah sintesa mengenai hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang sudah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang sudah dideskripsikan tersebut, kemudian selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga dapat menghasilkan sintesa mengenai hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut selanjutnya digunakan untuk merumuskan suatu hipotesis.

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dengan demikian kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual



Keterangan:

Variabel dependen atau variabel terikat (Y) yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen ini adalah harga jual. Variabel independen atau variabel bebas (X) yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel X_1 (biaya variabel) dan X_2 (biaya tetap).

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap harga jual.

2.7 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka, diatas maka Peneliti mengajukan hipotesis Sebagai berikut:

H1: Diduga bahwa biaya variabel berpengaruh terhadap penentuan harga jual pada UMKM Roti Di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.

H2: Diduga bahwa biaya tetap berpengaruh terhadap penentuan harga jual pada UMKM Roti Di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.

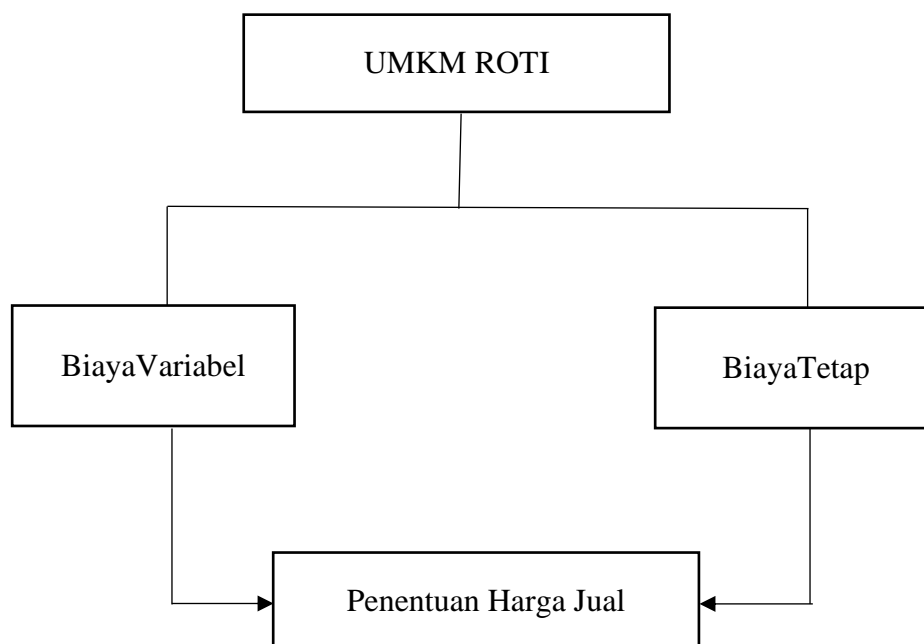
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan statistik deskriptif. (Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dan digunakan untuk meneliti sebuah populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun jenis penelitian kuantitatif terdiri dari metode survey dan metode eksperimen, akan tetapi dalam penelitian ini metode kuantitatif yang dipilih yaitu metode kuantitatif jenis survey. Metode survei merupakan metode kuantitatif yang dapat digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel serta untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Desain penelitian adalah suatu proses atau langkah-langkah yang digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan suatu penelitian. Sehingga penelitian dapat dilaksanakan secara sistematis untuk mencapai hasil yang diinginkan. Berikut merupakan desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 3.1. Desain Penelitian

3.2 Lokasi Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Rotidi Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, mulai bulan Mei sampai Juli 2021.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data berupa angka-angka, yaitu berupa laporan keuangan/ arus kas UMKM Rotidi Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.

Sedangkan sumber data penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder adalah data berupa dokumen tertulis tentang UMKM Roti atau data dari pihak-pihak lain yang ada kaitannya dengan obyek penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

(Usman, 2006) menyatakan bahwa populasi dalam setiap penelitian harus disebutkan secara tersurat yaitu yang berkenaan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang disebutkan secara tersurat yaitu berkenaan dengan besarnya anggota populasi serta wilayah penelitian yang telah dicakup.

Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh UMKM Roti yang berada di wilayah Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara sebanyak 6 unit antara lain: Usaha Tija Di Desa Patoloan Kecamatan Bone-Bone, Usaha Monalisa Di Desa Patoloan Kecamatan Bone-Bone, Restu Ibu Di Desa Patoloan Kecamatan Bone-Bone, Panda Di Desa Batong Tongka Kecamatan Bone-Bone, Windi *Bakery* Di Desa Bone-Bone Kecamatan Bone-Bone dan Sakinah *Bakery* Di Desa Bone-Bone Kecamatan Bone-Bone.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel dalam penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat menggantikan seluruh populasi. Adapun mengenai penentuan jumlah yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode sensus berdasarkan ketentuan yang telah dikemukakan oleh (Sugiyono, 2002), yang telah menyatakan bahwa “sampling jenuh adalah tehnik penentuan sampel bila semua anggota

populasi digunakan sebagai sampel, adapun istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus.

Metode penentuan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu metode sampel jenuh. Metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

3.5.1 Pengamatan (*observasion*)

Pengamatan (*observasi*), yaitu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pada UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara dengan hanya mengamati, melihat tanpa melakukan wawancara atau mengajukan pertanyaan.

3.5.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data yang relevan dengan objek yang diteliti seperti hasil penelitian laporan keuangan/ arus kas UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara yang diteliti dan buku-buku pedoman atau literatur.

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel penelitian merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, maupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk memperkirakan konstruk

atau variabel tersebut (Nazir, 2003) variabel – variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu:

1. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang besarnya sangat dipengaruhi oleh jumlah produksi roti, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

- a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang dapat diidentifikasi secara langsung dalam suatu produk. Biaya bahan baku berupa seluruh bahan baku utama yang terkandung pada suatu produk tertentu. Dapat diartikan juga dengan biaya yang ditimbulkan dari aktivitas pembelian bahan baku utama yang secara langsung berhubungan dengan objek biaya.

- b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung merupakan sumber daya yang melaksanakan proses produksi secara langsung.

- c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead yaitu dapat berupa biaya manufaktur yang diperlukan perusahaan dalam proses produksi dan hanya terdiri dari biaya bahan penolong, dan biaya tidak langsung lainnya.

- d. Biaya overhead pabrik variabel adalah biaya penunjang yang mengikuti jumlah produksi, seperti: gas elpiji.

- e. Biaya overhead pabrik tetap adalah biaya penopang yang tidak dipengaruhi dengan jumlah produksi, yaitu seperti penyusutan asset tetap.
- f. Harga Pokok Produksi adalah mencakup keseluruhan bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan overhead UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara yang dikeluarkan untuk memproduksi Roti.

2. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak tergantung dengan jumlah produksi roti, seperti biaya penyusutan peralatan, penyusutan toko, biaya listrik, air dan telephone, serta biaya pemasaran seperti tenaga kerja penjaga toko.

3. Harga jual

Harga jual adalah nilai atau nominal yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan untuk barang jadi sebelum akhirnya dijual kepasar. Harga jual produk berasal dari total biaya produksi ditambah dengan laba yang diinginkan.

a. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam proses produksi per periode yang terdiri dari bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik

b. Laba yang diinginkan

Laba yang diinginkan adalah pengembalian atas biaya usaha yang telah dikeluarkan untuk proses produksi yang diharapkan oleh suatu perusahaan dan merupakan tujuan utama seseorang dalam mendirikan sebuah usaha.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis merupakan alat analisis yang digunakan didalam suatu penelitian. Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh biaya variabel dan biaya tetap terhadap penentuan harga jual pada UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Penentuan Nilai Variabel Penelitian

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Full Costing* yang terdiri atas biaya langsung dan biaya tidak langsung. Perhitungan *full costing* (biaya keseluruhan) yang terdiri atas Harga Jual (Mulyadi, 1991) dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

1. Biaya Variabel (X_1)

Biaya variabel =	Biaya Bahan Baku	= xxx
	Biaya Tenaga Kerja Langsung	= xxx
	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik variabel	= xxx
	-----+	
	Total Biaya Variabel	= xxx

2. Biaya Tetap (X_2)

$$\begin{array}{r}
 \text{Biaya Tetap} = \qquad \qquad \text{Biaya Pemasaran} \\
 \qquad \qquad \qquad \qquad \text{Biaya Overhead Pabrik Tetap} \\
 \qquad \qquad \qquad \qquad \text{Biaya Administrasidan Umum} \\
 \qquad \qquad \qquad \qquad \text{-----} + \\
 \qquad \qquad \qquad \qquad \textbf{Total biaya tetap} \\
 \qquad \qquad \qquad \qquad \text{-----} + \\
 \qquad \qquad \qquad \qquad \textbf{Biaya Produksi}
 \end{array}$$

3. Harga Jual (Y)

Menentukan Harga Jual Perhitungan Harga Jual Roti Manis Menurut Metode *Full Costing*:

Laba yang diharapkan ($25\% \times \text{XXX}$) = XXX

$$\begin{aligned}
 \text{Mark Up} &= \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}} \\
 &= \times 100\%
 \end{aligned}$$

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya produksi} + (\% \text{ Mark Up} \times \text{Biaya Produksi})$$

$$\text{Harga Jual Per Unit} = \frac{\text{Biaya Produksi} + (\% \text{ Mark Up} \times \text{Biaya Produksi})}{\text{Volume Produksi}}$$

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas dan autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya, uji normalitas adalah untuk membandingkan antara data yang kita punya dan data ditribusi normal

yang mempunyai mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita (Sarjono & Julianita, 2011).

b. Uji multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji model regresi apakah terdapat korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari hasil pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya. Jika nilai signifikan hitung lebih besar dari $\alpha = 5\%$, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Tetapi jika nilai signifikan hitung kurang dari $\alpha = 5\%$, maka ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual tidak bebas dari satu observasi lainnya (Ghozali, 2013).

3.8.3 Uji Regresi Linear Berganda

Uji statistik yang digunakan adalah regresi linear berganda. (Siregar, 2017) menyatakan bahwa regresi linear berganda adalah pengembangan dari linear

seederhana yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan dimasa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Penerapan metode regresi linear berganda jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang memengaruhi satu variabel terikat.

Rumus regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Harga Jual

a = Konstanta

b₁, b₂, = Koefisien Regresi variabel independent

X₁ = Biaya Variabel

X₂ = Biaya Tetap

e = Error (variabel Pengganggu)

3.8.4 Uji Hipotesis

3.8.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, dengan batas toleransi kesalahan (standart error) 5% ($\alpha = 0.05$) Kriteria pengujian: $t_{Hitung} > t_{Tabel} = H_0$ ditolak $t_{Hitung} < t_{Tabel} = H_0$ diterima.

3.8.4.2 Analisis Korelasi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Apabila jika nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variabel terikat.

3.8.4.3 Uji F

Uji F pada dasarnya dapat digunakan dalam menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$).

Hipotesis yang hendak diuji adalah:

1. $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$, artinya semua variabel independen (Biaya variabel dan Biaya tetap) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. $H_a: \beta_1, \beta_2 > 0$, artinya semua variabel independen (Biaya variabel dan Biaya tetap) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

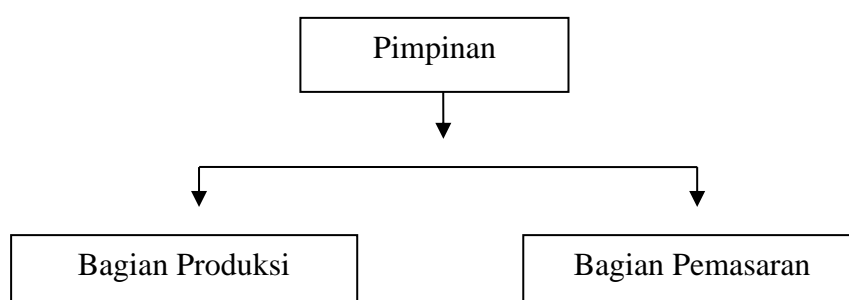
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Salah satu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang potensial dikembangkan dan dapat menciptakan lapangan kerja masyarakat pedesaan di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara adalah UMKM roti. Hal tersebut dikarenakan roti merupakan makanan kecil/camilan yang sangat disukai oleh masyarakat luas, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa tanpa memandang tingkat pendidikan dan strata ekonomi. Dengan adanya potensi sumber daya manusia yang besar dan wilayah pemasaran yang luas maka sangat memungkinkan UMKM roti di Kabupaten Luwu Utara, khususnya di Kecamatan Bone-Bone dikembangkan sebagai salah satu UMKM yang dapat mengurangi pengangguran serta meningkatkan taraf hidup masyarakat di pedesaan. Dengan melihat masyarakat di wilayah Kecamatan Bone-Bone, khususnya para wanita dan remaja putri mayoritas sebagai TKW (Tenaga Kerja Wanita) ke luar negeri dan Pembantu Rumah Tangga ke luar negeri.

Akhir-akhir ini setelah adanya peraturan dari Pemerintah tentang pengurangan tenaga TKW ke luar negeri, kondisi ini memicu masyarakat kehilangan mata pencahariannya. Banyaknya unit usaha dan masyarakat, khususnya kaum wanita yang terlibat dalam kegiatan UMKM pengolahan roti, merupakan faktor kekuatan juga kelemahan dari UMKM itu sendiri. Akibatnya UMKM roti Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara kurang bisa

berkembang dan berperan seperti yang diharapkan, kesejahteraan para UMKM roti tidak banyak berubah dan kontribusinya terhadap pendapatan daerah juga rendah.

Struktur organisasi industri UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara masih sangat sederhana karena proses produksinya masih skala sedikit dan sangat mudah dikontrol. Kemudian tenaga kerja berasal dari para tetangga.



Tugas pimpinan yang merangkap kasir yaitu menyusun rencana proses produksi sebagai dasar untuk menyediakan seluruh kebutuhan bahan baku dan bahan pelengkap. Kemudian hasil rencana kerja tersebut di bagi habis kepada karyawan sesuai bagian atau tugas yang bertanggungjawab. Bagian produksi diberikan pekerjaan untuk mengolah bahan baku. Sedangkan bagian pemasaran bertugas untuk membawa sampel kue untuk dipasarkan kepada calon pelanggan atau pemilik warung atau kios.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Pabrik Roti Tija Bolu Susu, Roti Restu Ibu, Roti Windy Bakery, dan Roti Sakinah Bakery diketahui bahwa jumlah hari operasional kerja dalam sebulan adalah 25 hari kerja sehingga total hari kerja selama satu periode tahun 2016, 2017, 2018, 2019 dan 2020 terhitung 300 hari kerja. Berdasarkan jumlah hari kerja tersebut maka jumlah biaya produksi roti

manis selama periode 2016, 2017, 2018, 2019 dan 2020 dapat dihitung sebagai berikut:

Tabel 4.1 Biaya Variabel, Biaya Tetap, dan Harga Jual UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Tahun 2016-2020

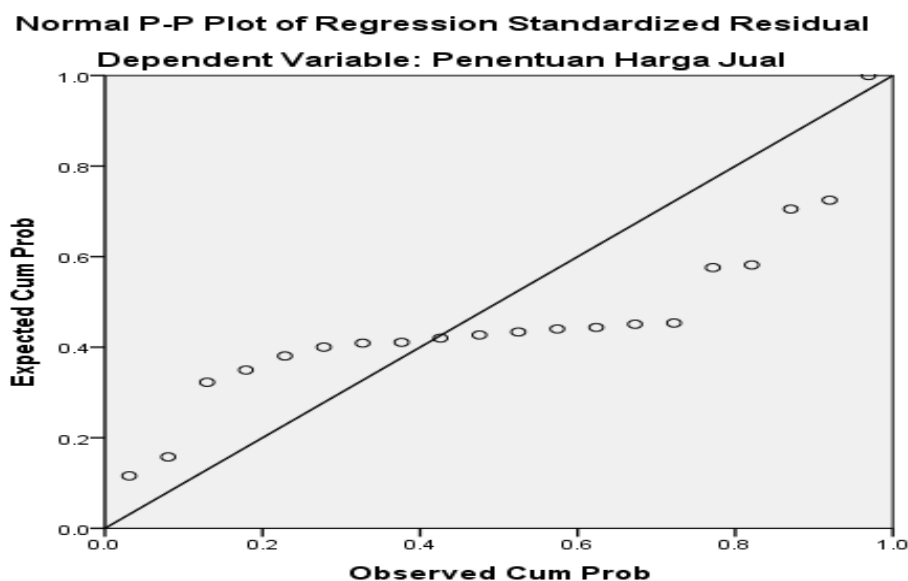
No	Nama Perusahaan	Tahun	Biaya Variabel	Biaya Tetap	Penjualan
			(X ₁)	(X ₂)	(Y)
1	UMKM Roti Tija Bolu Susu	2016	Rp 190.260.000	Rp 15.000.000	Rp 256.575.000
		2017	Rp 195.510.000	Rp 15.000.000	Rp 263.137.500
		2018	Rp 202.860.000	Rp 15.000.000	Rp 272.325.000
		2019	Rp 212.910.000	Rp 15.000.000	Rp 284.887.500
		2020	Rp 221.160.000	Rp 15.000.000	Rp 295.200.000
2	UMKM Roti RestuIbu	2016	Rp 662.100.000	Rp 37.000.000	Rp 873.875.000
		2017	Rp 686.100.000	Rp 37.000.000	Rp 903.875.000
		2018	Rp 707.700.000	Rp 37.000.000	Rp 930.875.000
		2019	Rp 400.500.000	Rp 37.000.000	Rp 546.875.000
		2020	Rp 417.300.000	Rp 37.000.000	Rp 567.875.000
3	UMKM Roti Windi Bakery	2016	Rp 230.300.000	Rp 15.550.000	Rp 307.312.500
		2017	Rp 238.250.000	Rp 15.550.000	Rp 317.250.000
		2018	Rp 456.300.000	Rp 15.550.000	Rp 589.812.500
		2019	Rp 483.300.000	Rp 15.550.000	Rp 632.562.500
		2020	Rp 512.100.000	Rp 15.550.000	Rp 659.562.500
4	UMKM Roti Sakinah Bakery	2016	Rp 256.000.000	Rp 18.550.000	Rp 343.187.500
		2017	Rp 265.600.000	Rp 18.550.000	Rp 355.187.500
		2018	Rp 275.500.000	Rp 18.550.000	Rp 367.562.500
		2019	Rp 162.200.000	Rp 18.550.000	Rp 225.937.500
		2020	Rp 166.550.000	Rp 18.550.000	Rp 231.375.000

Sumber: Data UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara 2021

4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji Normalitas dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini:



Gambar 4.1
Uji Normalitas

Berdasarkan uji *normal probability plot* pada gambar diatas, menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, sehingga untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi maka dapat digunakan pendekatan Durbin Waston. Pengujian ini menggunakan Durbin Waston (DW-test). Ketentuan uji DW dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2 Kriteria Nilai Uji Durbin Watson

No	Nilai DW	Kesimpulan
1.	< 1,10	Ada autokorelasi
2.	1,10 – 1,54	Tidak dapat disimpulkan
3.	2,64 – 2,90	
4.	> 2,91	Ada autokorelasi
5.	1,55 – 2,46	Tidak ada autokorelasi

(Sumber: Tony Wijaya, 2009:123)

Hasil uji autokolerasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1.000 ^a	1.000	1.000	1911697.84000	2.825

a. Predictors: (Constant), Biaya Tetap, Biaya Variabel

b. Dependent Variable: Penentuan Harga Jual

Hasil uji Durbin-Watson dalam tabel di atas menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 2,825. Apabila dibandingkan dengan tabel *range* nilai DW untuk ketentuan autokolerasi, hasil perhitungan yaitu sebesar 2,825 berada pada *range* 2,64-2,90 yang artinya tidak dapat disimpulkan.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas merupakan suatu kuadran dimana satu atau lebih variabel dependennya dapat menyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel independen lainnya. Dan bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Cara yang dipakai untuk mengetahui gejala multikolinieritas adalah dengan cara melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak

terjadi multikolinieritas. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut:

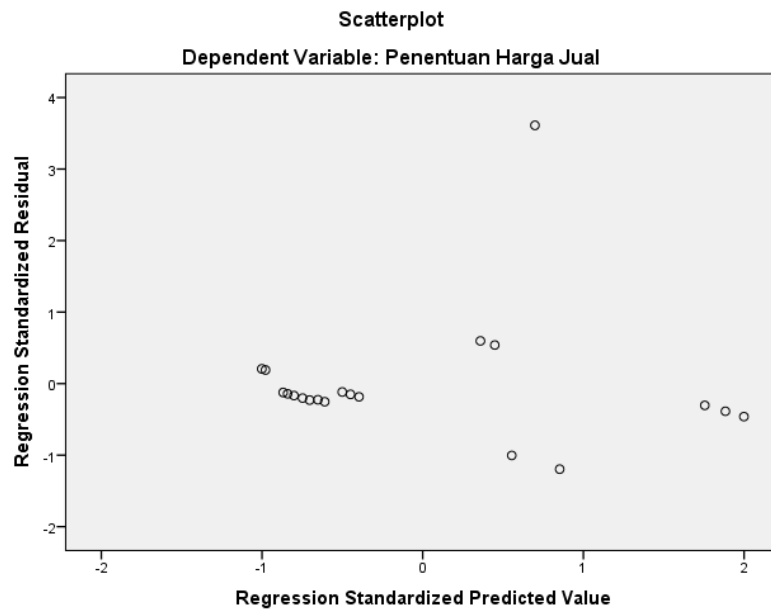
Tabel 4.4
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	867162.002	1115098.602		
	Biaya Variabel	1.257	.003	.482	2.074
	Biaya Tetap	1.124	.068	.482	2.074

Hasil perhitungan nilai *tolerance* juga pada tabel di atas menunjukkan nilai *tolerance* biaya variabel dan biaya tetap adalah 0,482. Tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Artinya, tidak ada kolerasi antara variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai VIF menunjukkan nilai biaya variabel dan biaya tetap adalah 2,074. Tidak ada variabel independen yang memiliki nilai lebih dari 10 yang artinya tidak ada multikolenitas antar variabel independen dalam model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variancedari* residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain itu berbeda. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linear berganda adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat yaitu *SRESID* dengan residual error yaitu *ZPRED*. Gambar grafik *scatterplot* ditunjukkan pada gambar 4.2 berikut:



Gambar 4.2
Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* tersebut menunjukkan bahwa tidak dapat pola yang jelas serta titik menyebar secara acak yang tersebar diatas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterkedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk menganalisis pengaruh biaya variabel dan biaya tetap terhadap penentuan harga jual pada UMKM roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.

4.1.3 Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi mengukur seberapa besar kekuatan hubungannya antara variabel independen (biaya varaibel dan biaya tetap) dan dependen (penentuan harga jual).

Tabel 4.5
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	867162.002	1115098.602		.778	.447
	Biaya Variabel	1.257	.003	.968	360.644	.000
	Biaya Tetap	1.124	.068	.044	16.506	.000

Tabel di atas menunjukkan perhitungan regresi, nilai konstantayang diperoleh adalah 867162,002, koefisien regresi biaya variabel sebesar 1,257 dan koefisien biaya tetap sebesar 1,124. Sehingga persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 867162,002 + 1,257 X_1 + 1,124 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Penentuan Harga Jual

X₁ = Biaya Variabel

X₂ = Biaya Tetap

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 867162,002 menyatakan bahwa jika nilai biaya variabel dan biaya tetap bernilai 0, maka penentuan harga jual sebesar 867162,002 rupiah.
2. Koefisien regresi biaya variabel sebesar 1,257 menyatakan bahwa setiap peningkatan biaya variabel sebesar 1 rupiah setiap tahunnya akan meningkatkan harga jual sebesar 1,257 rupiah. Tanda (+) positif menunjukkan adanya hubungan yang sebanding/searah antara biaya variabel dengan harga jual yang berarti dalam rangka meningkatkan harga jual ditentukan oleh tingginya biaya variabel.

3. Koefisien regresi biaya tetap sebesar 1,124 menyatakan bahwa setiap peningkatan biaya tetap sebesar 1 rupiah setiap tahunnya akan meningkatkan harga jual sebesar 1,124 rupiah. Tanda (+) positif menunjukkan adanya hubungan yang sebanding/searah antara biaya tetap dengan harga jual yang berarti dalam rangka meningkatkan harga jual ditentukan oleh tingginya biaya tetap.

4.1.4 Hasil Analisis Uji t

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji signifikansi parameter individual (uji t) dimana akan diketahui pengaruh variabel independen (biaya variabel dan biaya tetap) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (penentuan harga jual). Berdasarkan tabel berikut hasil uji signifikansi parameter individu (uji statistik t), hasil uji hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	867162.002	1115098.602		.778	.447
	Biaya Variabel	1.257	.003	.968	360.644	.000
	Biaya Tetap	1.124	.068	.044	16.506	.000

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien uji t dan probabilitas dapat disimpulkan sebagai berikut;

Untuk mencari t-tabel maka digunakan rumus:

$$t\text{-tabel} = t(a/2 ; n - k - 1)$$

$$= t(0,025; 20 - 2 - 1)$$

$$= t(0,025; 17)$$

$$t = 2,110$$

1. Berdasarkan hasil analisis regresi biaya variabel diperoleh nilai t-hitung sebesar $360,644 > 2,110$ t-tabel maka H1 diterima pada tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga kesimpulannya berdasarkan uji t variabel biaya variabel mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penentuan harga jual pada UMKM roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara
2. Berdasarkan hasil analisis regresi biaya tetap diperoleh nilai t-hitung sebesar $16,506 > 2,110$ t-tabel maka H2 diterima pada tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga kesimpulannya berdasarkan uji t variabel biaya tetap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penentuan harga jual pada UMKM roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.

4.1.5 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Pengujian dilakukan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menjelaskan variabel independen. Nilai determinasi R^2 mengandung kelemahan dimana adanya kemungkinan terjadinya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan koefisien determinasi yang disesuaikan (R^2) sebagai berikut:

Tabel 4.7
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1.000 ^a	1.000	1.000	1911697.84000	2.825

a. Predictors: (Constant), Biaya Tetap, Biaya Variabel

b. Dependent Variable: Penentuan Harga Jual

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai koefisien determinasi *Adjusted R Square*(R^2) sebesar 1,000 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu biaya variabel dan biaya tetap menjelaskan variabel dependen yaitu penentuan harga jual adalah sebesar 100%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penentuan harga jual dipengaruhi oleh biaya variabel dan biaya tetap sebesar 100%.

4.1.6 Hasil Analisis Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah keseluruhan variabel terikat berpengaruh terhadap variabel bebas dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Uji F disebut juga dengan uji kelayakan model yang digunakan untuk mengidentifikasi regresi yang diestimasi layak atau tidak. Apabila nilai probabilitas F hitung kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan sebagai model regresi yang diestimasi layak.

Berikut tabel hasil analisis uji F variabel independen (biaya variabel dan biaya tetap) dan variabel dependen (penentuan harga jual), ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105268846400 0000000.000	2	526344232100 000000.000	144022.840	.000 ^b
	Residual	621280067100 00.000	17	365458863000 0.000		
	Total	105275059200 0000000.000	19			

a. Dependent Variable: Penentuan Harga Jual

b. Predictors: (Constant), Biaya Tetap, Biaya Variabel

Tabel di atas menunjukkan hasil uji ANOVA atau F test diperoleh nilai F hitung sebesar 144022,840 dengan probabilitas sebesar 0,001. Oleh karena nilai

probabilitas kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi penentuan harga jual atau dapat dikatakan bahwa variabel independen (biaya variabel dan biaya tetap) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (penentuan harga jual).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Biaya Variabel terhadap Penentuan Harga Jual pada UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara

Berdasarkan hipotesis pertama (H_1) dari hasil regresi dapat diketahui bahwa koefisien regresi sebesar 1,257 menunjukkan besarnya input biaya variabel terhadap penentuan harga jual pada UMKM roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara yang artinya kenaikan biaya variabel setiap 1 rupiah dengan mengasumsikan input lain (biaya tetap) konstan, akan meningkatkan penentuan harga jual sebesar 125,7%. Nilai probabilitas sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 ($0,001 < 0,05$) dengan kata lain biaya variabel berpengaruh signifikan terhadap penentuan harga jual.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal dan Desti Puji (2017), Sari dan Wiraswati (2020) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan antara biaya variabel terhadap penentuan harga jual. Hal ini dikarenakan harga jual akan mengalami kenaikan jika biaya variabel meningkat. Pada fenomenanya biaya variabel mempengaruhi harga jual bahwa harga jual harus menutupi biaya variabel dan memperoleh laba. Dari data yang saya peroleh selama lima tahun menyatakan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dan dari hasil penelitian perhitungan biaya variabel sebagai dasar penentuan harga jual yang digunakan oleh UMKM roti masih sederhana. Biaya yang dihitung sebagai biaya

variabel meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan pelengkap dan biaya *overhead* pabrik.

Biaya variabel menurut Bambang (2007) adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah secara proporsional atau sebanding sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan. Biaya variabel akan naik saat produksi meningkat dan akan turun saat produksi juga menurun. Semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan semakin besar pula jumlah variabelnya. Dimana besarnya biaya variabel dapat memberikan pengaruh terhadap penentuan harga jual. Menurut Iskandar Putong dalam bukunya Ekonomi Makro semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan maka akan semakin tinggi pula harga jual yang ditentukan. Oleh karena itu, apabila perusahaan ingin memberikan harga yang murah, pengeluaran untuk biaya variabel haruslah efektif dan ditekan seefisien mungkin. Ukuran dari hebatnya seorang manajer perusahaan adalah bagaimana menggunakan dana yang dibatasi untuk menghasilkan barang secara efektif dan efisien.

4.2.2 Pengaruh Biaya Tetap terhadap Penentuan Harga Jual pada UMKM Roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara

Berdasarkan hipotesis pertama (H_2) dari hasil regresi dapat diketahui bahwa koefisien regresi sebesar 1,124 menunjukkan besarnya input biaya tetap terhadap penentuan harga jual pada UMKM roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara yang artinya kenaikan biaya tetap setiap 1 rupiah dengan mengasumsikan input lain (biaya variabel) konstan, akan meningkatkan penentuan harga jual sebesar 112,4%. Nilai probabilitas sebesar 0,001 lebih kecil dari taraf signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 ($0,001 < 0,05$) dengan kata lain biaya tetap berpengaruh signifikan terhadap penentuan harga jual.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nolik dan Hari (2019) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh antara biaya tetap terhadap penentuan harga jual. Hal ini dikarenakan biaya-biaya tetap seperti uang sewa gedung, pajak bangunan, dan asuransi harus dibayar meskipun perusahaan sama sekali tidak menghasilkan output barang atau jasa. Apabila semakin besar jumlah volume produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan maka semakin besar biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi produk tersebut. Begitupula sebaliknya, jika jumlah volume produk yang diproduksi kecil maka biaya yang dikeluarkan juga semakin kecil.

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Biaya variabel berpengaruh signifikan terhadap penentuan harga jual pada UMKM roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.
2. Biaya tetap berpengaruh signifikan terhadap penentuan harga jual pada UMKM roti di Kecamatan Bone-Bone Kabupaten Luwu Utara.

5.2 Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat saran-saran yang dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya dalam pencatatan dan perhitungan biaya produksi harus diperhatikan dan diperhitungkan dengan rinci karena biaya memiliki pengaruh yang sangat besar dalam penetapan harga jual.
2. Meskipun sudah banyak memproduksi roti di berbagai tempat, diharapkan usaha mikro kecil dan menengah pada usaha roti tetap menjaga kestabilan harga dan tidak menaikkan atau menurunkan harga di pasaran tanpa melihat kondisi pasaran.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar perlu penambahan variabel yang lain agar model estimasi dapat lebih dipercaya dan diharapkan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian sejenis. Disamping itu, hendaknya dilakukan penelitian dengan mengidentifikasi faktor lain yang berdampak pada penentuan harga jual.

DAFTAR RUJUKAN

- Amir, F. (2019). *Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Harga Jual (Studi Pada UD Riskika Desa Penyaring Kabupaten Sumbawa)*. 1–96.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2002). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 1). Alih Bahasa Alexander Sindoro. Prenhalindo. Jakarta.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Anita, U. (2014). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Produk Furniture (Studi kasus pada PT. Hanin Designs Indonesia - Indonesian Legal Wood). *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 1–10.
- Aswaja, G. D. (2020). *Pengaruh biaya produksi dan biaya operasional terhadap harga jual kacang shanghai putri panda kabupaten tulungagung*.
- Bastian, I. (2007). *Akuntansi untuk LSM dan partai politik* (Suryadi saat & M. . Wibi Hardani (eds.)). Erlangga. Jakarta.
- Dr. Dindin Abdurohim BS, S.Sos, MM, M. S. (2020). *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. CV. Bintang Surya Madani. Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hilton, R. W., Milton, M. W., & Selto, F.H. (2008). *Cost Management: Strategies for Business Decisions*. (4 th). Pearson. New York.
- Hongren, C. T. (2008). *Akuntansi Biaya* (Edisi 7). PT Indeks kelompok Gramedia. Jakarta.
- Ilyas, M. I. F. (2019). *Pengaruh Penerapan Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Kopi Arabika Flores (Studi Kasus Pada Pt. Papa Taki Di Flores Bajawa)*. 16(4), 559–568.
- Kho, B. (2019a). *Pengertian Biaya Tetap (Fixed Cost) dan Contohnya*. Www.Ilmu Manajemen Industri.Com. <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-biaya-tetap-fixed-cost-contoh-biaya-tetap/>. Diunduh pada 2021-01-07.
- Kho, B. (2019b). *Pengertian Biaya Variabel (Variable Cost) dan Contohnya*. Www.Ilmu Manajemen Industri.Com. <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-biaya-variabel-variable-cost-contoh-biaya-variabel/>. Diunduh pada 2021-01-07.
- Kholmi, M. (2019). Tinjauan umum akuntansi manajemen. In *Akuntansi*

- Manajemen* (hal 29). Universitas Muhammadiyah Malang: Malang.
- Kusmiati. (2005). *Aneka Kue Dari Tepung Ketan*. PT Musi Perkasa Utama. Jakarta.
- Lestari, K. C., & Amri, A. M. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi (Beserta Contoh Informasi Penerapan Aplikasi SIA Sederhana Dalam UMKM)*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Lestari, W., & Permana., D. B. (2017). *Akuntansi Biaya Dalam Perspektif Manajerial*. Kharisma Putra Utama Offset. Depok.
- Mowen, & Hansen. (2001). *Manajemen Biaya*. In *Buku II* (p. 663). Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mudjajanto, S. E., & L.N.Yulianti. (2004). *Membuat Aneka Roti*. Swadaya. Jakarta.
- Muhammad Iqbal, S.E., M.M, & Desti Puji Amerliyanti, S. A. (2017). Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung Dan Biaya Overhead Terhadap Harga Jual Roti (Studi Empiris Pada Pt. Nippon Indosari Corporindo, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 1–9.
- Mulyadi. (1991). *Akuntansi Biaya Untuk Manajemen* (Empat). BPFE UGM. Yogyakarta.
- Mulyadi. (2001). *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*. Salemba Empat. Jakarta.
- Mulyadi. (2005). *Akuntansi Biaya* (Edisi 5). STIE YKPN. Yogyakarta.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nurrohmah, I. (2015). *Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Sebelum dan Sesudah Menerima Pembiayaan dan Musyarakah pada Koperasi Keuangan Syariah BMT (Studi Kasus : BMT Beringharjo Yogyakarta)*. 1–130.
- Permatasari, A. E. (2014). *Penerapan Full Costing Method Melalui Penghitungan Hpp Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada Ukm Tahu Pak Dariyo*. 1–14.
- Pramujo, N. T., Setiono, H., & Dwiandoko, T. H. (2019). Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dan Variabel Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual. *Accounting Journal*, 1–17.
- Pratama, F. A. (2016). *Akuntansi Biaya*. K-Media. Yogyakarta.
- Puspaningrum, Y. (2006). *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Kacang Atom Pada Perusahaan Gajah Semarang*.

- Putri, M. K. (2017). *Analisis Penerapan Biaya Standar Sebagai Pengendalian Biaya Produksi Pada Umkm Roti Devy Makamhaji Kartasura Sukoharjo*. 1–70.
- Putri, R. H. (2015). Penerapan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Pada Usaha Kecil Menengah Di Lampung Selatan (Studi kasus Usaha Kecil Menengah Tahu Di Daerah Natar Lampung Selatan). *Jurnal Ilmiah Gema Ekonomi*, 5(2), 745–756.
- Ramadhani, N. (2020). *Biaya Variabel: Pengertian, Fungsi dan Manfaat*. Www.Akseleran.Co.Id. <https://www.akseleran.co.id/blog/biaya-variabel-adalah/>. Di unduh pada 2021-01-10.
- Risdiani, R. (2016). *Analisis Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual (Studi Kasus Pada Jannah Bakery Jember)*.
- Rositania, I. (2016). *Evaluasi penentuan harga pokok roti dengan metode full costing pada perusahaan roti netral Bondowoso*. 1–37.
- Sari, D. I., & Wiraswati, M. O. (2020). Pengaruh Biaya Produksi Dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada UMKM Dua Putri Beton. *Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 81–91.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Salemba Empat. Jakarta.
- Siregar, I. S. (2017). *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Kencana. Jakarta.
- Subagjo, A. (2007). *Manajemen Pengolahan Kue Dan Roti*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sugianti, S. (2019). *Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Mensejahterakan Karyawan Di Pusat Oleh-Oleh Mak Denok Desa Serdang Jaya Kabupaten Tanjung Jabung Barat*. 1–85.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Administrasi RrD*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supriyono, R.A. (2000). *Akuntansi Biaya : Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan*. (Edisi Kedu). BPFE: Yogyakarta.
- Usman. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bumi Aksara. Jakarta.

Widjajanta, B., Widyaningsih, A., & Tanuatmuodjo, H. (2007). *Ekonomi & Akuntansi: Mengasah Kemampuan Ekonomi*. Citra Praya. Bandung.