

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL  
PADA PABRIK BANTAL DAN KASUR LANTAI “SAPANYANA” DESA  
DAWUHAN WETAN, KEDUNGBANTENG, BANYUMAS, JAWA TENGAH**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E., Sy)

Oleh :

**RARAS MAFTUKHAH**  
NIM : 1123203063

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO  
2016**

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA PABRIK BANTAL DAN KASUR  
LANTAI “SAPANYANA” DESA DAWUHAN WETAN,  
KEDUNGBANTENG, BANYUMAS, JAWA TENGAH**

**Raras Maftukhah**  
NIM. 1123203063

**Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

**Abstrak**

Pada masa sekarang ini, seorang produsen dituntut untuk cermat terhadap permintaan konsumen. Mulai dari memberikan harga yang murah untuk barang produksinya, menciptakan produk yang variatif, menarik dan mempunyai kualitas yang bagus. Namun, terdapat hal lain yang harus diperhatikan oleh seorang produsen yaitu manajemen keuangan. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh pemilik pabrik harus dicatat dengan baik. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan bahan penilaian manajemen keuangan agar menjadi lebih baik. Serta dapat mengontrol besaran setiap harga yang ditentukan untuk setiap produknya.

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” selama 12 bulan yaitu bulan Januari sampai Desember tahun 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji parsial t dan uji F. Adapun perhitungan menggunakan IBM SPSS *Statistic* 21.

Secara simultan variabel biaya bahan baku ( $X_1$ ), biaya tenaga kerja ( $X_2$ ), dan biaya *overhead* ( $X_3$ ) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap harga jual ( $Y$ ). Hal ini dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 0,368 dan  $F_{tabel}$  sebesar 4,07 dengan batas signifikansi 0,778 artinya nilai  $F_{tabel}$  lebih besar dari  $F_{hitung}$  ( $4,07 > 0,368$ ). Dan secara parsial biaya bahan baku yang mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-0,094 > t_{tabel}$  sebesar 1,860, biaya tenaga kerja yang mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,918 > t_{tabel}$  1,860, dan biaya *overhead* yang mempunyai nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,256 > t_{tabel}$  1,860. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh responden tidak memiliki pengaruh yang signifikan karena memiliki nilai  $t_{tabel}$  jauh lebih besar dari  $t_{hitung}$ .

Berdasarkan riset yang dilakukan pada pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” diperoleh bahwa biaya produksi yang dikeluarkan meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja atau gaji karyawan dan biaya tak terduga atau biaya *overhead*. Ketiga biaya tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap harga jual yang dikeluarkan oleh pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” karena minimnya biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi. Sehingga dapat menciptakan harga jual yang sangat terjangkau oleh konsumen.

Kata Kunci: biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead*), harga jual.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xx
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	7
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Penulisan .....	9
F. Jadwal Pelaksanaan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Pustaka .....	12
B. Biaya Produksi .....	16

C. Biaya Bahan Baku.....	22
D. Biaya Tenaga Kerja.....	23
E. Biaya <i>Overhead</i> .....	23
F. Penetapan harga Jual.....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
C. Populasi dan Sampel.....	29
D. Variabel dan indikator.....	30
1. Variabel Penelitian.....	30
2. Indikator Penelitian.....	31
E. Pengumpulan Data.....	33
1. Jenis Data.....	33
2. Sumber Data.....	33
3. Metode Pengumpulan Data.....	34
F. Analisis Data Penelitian.....	35
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	35
2. Uji Asumsi Klasik.....	35
3. Uji Determinasi.....	37
4. Uji Pengaruh Parsial (uji t).....	37
5. Uji F.....	3
6. Regresi Linier Berganda.....	40

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	42
1. Sejarah Pabrik .....	42
2. Visi dan Misi Pabrik Bantal dan Kasur Lantai “Sapanyana” .....	44
3. Struktur Organisasi .....	45
4. Proses Pembuatan Bantal dan Kasur Lantai .....	46
5. Harga Barang-barang Produksi .....	48
6. Daftar Pendapatan dan Pengeluaran tahun 2015 .....	49
B. Analisis Data .....	50
1. Deskriptif Data Penelitian .....	50
2. Analisis Regresi Linier Berganda. ....	52
3. Uji Asumsi Klasik .....	54
a) Uji Normalitas .....	54
b) Uji Multikolinieritas .....	55
4. pengujian Hipotesis .....	57
a) Uji Determinasi.....	57
b) Uji t.....	58
c) Uji F.....	62
C. Pembahasan .....	63

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	69
B. Saran.....	71

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Program jual beli pada era sekarang ini merupakan persaingan yang berkembang dengan pesat dan kompetitif. Muncul banyak pengusaha yang mempertimbangkan program jual beli sebagai alat kompetitif yang sangat potensial. Tingkat penjualan yang tinggi adalah sasaran yang harus dicapai oleh sebuah perusahaan, dengan tingginya tingkat penjualan diharapkan dapat memberikan laba yang tinggi pula bagi perusahaan. Penjualan dalam kegiatan usaha menjadi tolak ukur bagi produsen atas barang yang diperjual belikan kepada masyarakat, penjualan dapat meningkat seiring dengan tingginya permintaan di pasar.

Perilaku konsumen dapat dijadikan sebagai sasaran utama bagi produsen untuk menciptakan produk barang atau jasa yang lebih beragam. Kepuasan konsumen wajib menjadi prioritas utama dalam kegiatan jual beli barang atau jasa. Produsen bisa membuat barang atau jasa apapun yang dapat memuaskan konsumennya mulai dari kebutuhan primer, sekunder sampai pada kebutuhan tertier. Alam telah menyediakan semua kebutuhan manusia dengan sumber daya yang dapat langsung di konsumsi ataupun sumber daya yang harus diolah terlebih dahulu sampai menjadi barang yang siap dikonsumsi. Peran produsen adalah bagaimana memanfaatkan sumber daya yang ada di alam untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

Setelah mempertimbangkan produk apa yang akan diproduksi, hal yang perlu diperhatikan oleh seorang produsen adalah memperhatikan kekuatan finansial yang dimiliki, seberapa besar modal yang mampu dikeluarkan, dan mempertimbangkan seberapa besar keuntungan yang nantinya akan diperoleh. Tujuan utama sebuah perusahaan adalah perolehan laba, karena dengan perolehan laba yang optimal perusahaan dapat mempertahankan hidupnya dan memperluas usahanya. Untuk mendapatkan keuntungan yang optimal ini dapat melalui cara yaitu dengan menaikkan harga atau menekan biaya produksi.<sup>1</sup> Apabila perusahaan menaikkan harga, maka resiko yang diterima adalah konsumen akan lari mencari barang yang lebih murah lagi. Tetapi apabila perusahaan dapat menekan biaya produksi, maka perusahaan akan mendapat keuntungan yang lebih dengan harga jual yang tetap.

Dalam hal tersebut diatas, biaya produksi menjadi peran yang penting dalam perusahaan terutama dalam mengurangi persaingan dipasar. Menurut Abdul Halim dalam bukunya *Akuntansi Manajemen* mengatakan bahwa harga jual produk atau jasa yang ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan dan menghasilkan laba bagi perusahaan tersebut.<sup>2</sup> Teori ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan menginginkan laba dan dapat mengembalikan modal produksi maka harus menentukan harga jual yang sesuai. Faktor yang memberikan pengaruh tinggi dalam perusahaan adalah faktor biaya, dimana faktor biaya ini dapat memberikan pengaruh terhadap

---

<sup>1</sup> Denmassukiman.blogspot.co.id, diakses pada tanggal 28 Agustus 2016 pukul 11.23

<sup>2</sup> Abdul Halim dan Bambang Supono, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat), hlm. 197

harga jual untuk memperoleh laba yang diinginkan. Biaya produksi menurut Sadono Sukirno adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi tersebut.<sup>3</sup> Dimana besarnya biaya produksi ini 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 produksi 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.<sup>4</sup> Penekanan biaya dan efisiensi produksi sangat perlu dilakukan oleh manajemen perusahaan sehingga akan menyebabkan berkurangnya biaya produksi. Pengurangan biaya produksi menyebabkan harga pokok produk dapat ditekan, sehingga harga pokok menjadi murah dengan tidak mengurangi mutu. Apabila produk yang dihasilkan dapat di jual murah dengan mutu yang terjaga, maka perusahaan akan dapat meningkatkan penjualan.

Biaya produksi/manufaktur yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

---

<sup>3</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi 3* (Jakarta: Raja Grafindo, 2014), hlm. 208.

<sup>4</sup> Iskandar Putong, *Economics Pengantar Mikro dan makro Edisi 5* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 180.

### 1. Biaya *eksplisit*

Biaya *eksplisit* adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi bahan mentah yang dibutuhkan.

### 2. Biaya *implisit*

Biaya *implisit* adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri, antara lain membayar keusahawan produsen tersebut dan bangunan yang dimilikinya.<sup>5</sup>

Selain pengelolaan biaya produksi yang harus diolah dengan baik, produsen harus bisa memberikan harga yang tepat untuk produknya agar mampu menguasai pasar dan mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Tujuan dari penetapan harga yang tepat juga dapat memberikan peluang bagi konsumen di tingkatan ekonomi ke bawah untuk dapat menikmati produk-produk yang dipasarkan. Anas bin Malik menuturkan bahwa pada masa Rasulullah saw pernah terjadi harga-harga membubung tinggi. Para Sahabat lalu berkata kepada Rasul, “*Ya Rasulullah SAW tetapkan harga demi kami.*” Rasulullah SAW menjawab:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْفَاضِلُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

“Sesungguhnya Allahlah Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi rezeki. Sungguh, aku berharap dapat menjumpai Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku atas kezaliman yang aku lakukan dalam masalah darah dan tidak juga dalam masalah harta”. (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi 3*,....., hlm. 208.

<sup>6</sup> [xa.yimg.com/kq/groups/24017033/.../Paper\\_Pasar.doc](http://xa.yimg.com/kq/groups/24017033/.../Paper_Pasar.doc)

Harus diyakini nilai konsep islam tidak memberikan ruang intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali dan hanya kecuali adanya kondisi darurat yang kemudian menuntut pihak-pihak tertentu untuk ambil bagian menentukan harga.<sup>7</sup>

Dari penjelasan diatas, diperoleh bahwasanya pada saat produsen memberikan harga produknya kepada konsumen adalah harus sesuai dengan keadaan barang dan atas dasar kesepakatan antara kedua belah pihak dan atas dasar rela sama rela. Produsen dan konsumen ini adalah sebagai makhluk yang mempunyai sifat seperti Allah SWT yaitu *hakam* yang artinya Maha Menetapkan. Karena Allah tidak mungkin untuk turun secara langsung dan menetapkan setiap harga dari barang yang diciptakan oleh manusianya. . Seorang produsen tidak bisa dengan mudah menetapkan harga dengan ketentuan sendiri, melainkan harus ada berbagai macam pertimbangan kepuasan konsumennya. Oleh karena itu, penetapan harga harus didasarkan pada sebuah pemahaman akan perilaku dasar harga jual terutama bagi sebuah pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” yang berada di Desa Dawuhan Wetan, Kedungbanteng, Banyumas, Jawa tengah ini.

Pabrik yang sudah memiliki jangkauan pasar ke luar Kabupaten Banyumas ini telah memenuhi target pasar dengan hasil yang cukup memuaskan. Pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” mempunyai sebuah misi untuk meningkatkan perekonomian desa dengan cara mengurangi jumlah

---

<sup>7</sup> Mustafa Edwin, dkk., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* ((jakarta: Kencana, 2007), hlm. 161.

pengangguran yang ada dengan mempekerjakan masyarakat sekitar. Sampai saat ini, pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” telah memiliki karyawan sebanyak 32 orang yang di tugaskan di bidang masing-masing.

Pabrik yang sudah berdiri lebih dari 20 tahun ini mampu mendistribusikan hasil produksinya ke luar daerah seperti Tegal, Yogyakarta, Wonosari, Ambarawa, Temanggung, Jepara. Model pendistribusian hasil produksinya adalah dengan cara pemesanan yang dilakukan oleh para *reseller*. Akan tetapi, industri tersebut juga menjual barang secara eceran dengan datang langsung ke tempat industri. Selain mencari keuntungan dengan cara tersebut, pemilik pabrik ini pun mempunyai sebuah toko di daerah Karang Lewas dan mengirimkan beberapa hasil produksinya ke daerah sekitar, seperti Ajibarang, Bumiayu, dan Pasar Wage.

Industri yang mampu memproduksi kurang lebih 700 buah bantal dan kasur lantai setiap hari ini telah memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dengan harga jual setiap produknya yang sangat terjangkau bagi masyarakat, yaitu Rp. 26.000,- untuk harga minimal bantal yang berukuran 30x30 cm dan Rp. 75.000,- untuk harga kasur lantai ukuran 1x1 m.

Orientasi yang menarik dari pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” ini adalah penjualan yang lebih dikhususkan untuk *reseller*, karena perputaran keuntungan akan lebih cepat dibandingkan menjual hasil produksi ke toko-toko. Dalam penentuan harga jualnya, pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” kurang memperhatikan pengelolaan biaya-biaya

produksi yang dikeluarkan, sehingga membuat pemilik pabrik kurang teliti mengenai besar kecilnya keuntungan yang di peroleh dari setiap transaksi dan apakah telah efektif dalam menentukan harga untuk sampai pada titik laba yang diharapkan serta dapat menghasilkan harga jual yang tepat sehingga nantinya dapat bersaing dengan usaha lain yang sejenis.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH BIAYA PRODUKSI DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL PADA PABRIK BANTAL DAN KASUR LANTAI “SAPANYANA” DESA DAWUHAN WETAN, KEDUNGBANTENG, BANYUMAS, JAWA TENGAH”**

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Biaya Produksi**

Biaya Produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut.<sup>8</sup>

Biaya produksi menurut Abdul halim yakni biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan produksi dari suatu produk dan akan ditemukan dengan penghasilan diperiode mana produk itu akan dijual.

---

<sup>8</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi 3* ....., hlm. 208.

Biaya produksi menurut Mulyadi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.<sup>9</sup>

## 2. Harga jual

Harga jual adalah sejumlah uang dan/atau nilai beserta faedahnya yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk. Dengan kata lain harga jual itu merupakan apa yang kita bayarkan untuk mendapatkan sesuatu.<sup>10</sup>

Harga jual merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa yang akan berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.<sup>11</sup>

Dari variabel diatas dapat disimpulkan definisi operasionalnya ialah proses dimana perusahaan melakukan pengolahan biaya produksi yang digunakan untuk proses produksi pabrik yang nantinya dapat berpengaruh terhadap penentuan harga jual agar lebih efektif dan efisien pada sebuah perusahaan

### C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

---

<sup>9</sup> [www.kajianpustaka.com](http://www.kajianpustaka.com), (diakses pada 28 Agustus 2016 pukul 13.05).

<sup>10</sup> Basu Swastha Dharmmesta, *Modul 7 Strategi Penetapan Harga*, hlm. 1.

<sup>11</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua (Yogyakarta: ANDI, 2002), hlm. 151.

Apakah terdapat pengaruh biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead*) pada pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” dalam menetapkan harga jual produk?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari biaya produksi terhadap penetapan harga jual yang dilakukan oleh pengelola pabrik.

##### 2. Manfaat Penelitian

###### a. Penyusun

- 1) Menambah wawasan untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan.
- 2) Untuk memperoleh pengetahuan yang luas tentang biaya produksi dan penentuan harga.

###### b. Pabrik Bantal dan Kasur Lantai “Sapanyana”

Hasil penelitian diharapkan mampu dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen untuk diimplementasikan dalam menentukan besaran harga untuk meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumennya dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

###### c. Pihak Lain

Bagi masyarakat luas, diharapkan skripsi ini dapat menjadi salah satu referensi bagi siapapun yang ingin mengetahui pengaruh biaya produksi dalam menentukan harga jual pada sebuah produk.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi pada halaman terdiri dari halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman nota pembimbing, kata pengantar, pedoman transliterasi, daftar isi, daftar tabel dan abstrak skripsi. Pada bagian selanjutnya dibahas per bab yang terdiri dari lima bab, yaitu :

Bab pertama berisi tentang pendahuluan. Pada bab pendahuluan akan dibahas mengenai latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penyusunan skripsi.

Bab kedua berisi tentang kajian pustaka, dan pembahasan mengenai tinjauan umum tentang teori-teori yang berhubungan dengan biaya produksi dan penentuan harga jual.

Bab ketiga membahas mengenai metode penelitian. Dalam bab ini akan dibahas mengenai alur pemikiran penelitian, jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, teknik pengolahan, dan analisis data. Metode dan alat penelitian digunakan penyusunan untuk penelitian dan menerjemahkan hasil penelitian.

Bab keempat hasil dan pembahasan. Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran singkat tentang pengaruh biaya produksi Pabrik Bantal dan

kasur, dan secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya.

Bab kelima merupakan bab penutup yang mencakup kesimpulan dari pembahasan, saran-saran, serta kata penutup yang sebagai akhir dari pembahasan.

Pada bagian akhir penyusunan skripsi, disertai dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

#### F. Jadwal Pelaksanaan

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2015			Tahun 2016			
		Agu	Sep	Nov	Mei	Jun	Jul	Agu
1	Persiapan							
	a. Proposal							
2	Pelaksanaan Penelitian							
	a. Persiapan							
	b. Penelitian							
3	Penyusunan Laporan							
	a. Analisis Data							
	b. Penyusunan Laporan							

Tabel 1. Jadwal pelaksanaan

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi (biaya bahan baku, biaya, tenaga kerja dan biaya *overhead*) terhadap harga jual dan mengetahui pengaruh dari variabel tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh antara biaya produksi dalam menentukan harga jual. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis menggunakan SPSS 21 dimana biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga jual, dengan hasil analisis sebagai berikut:

1. Variabel biaya bahan baku (X1), Hasil pengujian regresi untuk variabel biaya bahan baku terhadap harga jual menunjukkan nilai  $t_{hitung} = -0,094$  dan  $t_{tabel} = 1,860$  dengan nilai signifikansi 0,927. Nilai  $t_{hitung}$  tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1,860 > -0,094$ ), maka hipotesis dapat diterima. Dengan demikian koefisien regresi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dari variabel biaya bahan baku terhadap harga jual.
2. Variabel biaya tenaga kerja (X2), Hasil pengujian regresi untuk variabel biaya tenaga kerja terhadap harga jual menunjukkan nilai  $t_{hitung} = 0,918$  dan  $t_{tabel} = 1,860$  dengan nilai signifikansi 0,385. Nilai  $t_{hitung}$  tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1,860 > 0,918$ ), maka hipotesis dapat diterima. Dengan demikian

tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel biaya tenaga kerja terhadap harga jual.

3. Variabel biaya *overhead* (X3), Hasil pengujian regresi untuk variabel biaya *overhead* terhadap harga jual menunjukkan nilai  $t_{hitung} = 0,256$  dan  $t_{tabel} = 1,860$  dengan nilai signifikansi 0,804. Nilai  $t_{hitung}$  tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $1,860 > 0,256$ ), maka hipotesis dapat diterima. Dengan demikian tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel biaya *overhead* terhadap harga jual.
4. Dari ketiga Variabel Independen tersebut tidak ada yang memberikan pengaruh secara signifikan terhadap harga jual atau variabel dependent. Hal tersebut dikarenakan biaya produksi yang dikeluarkan oleh pemilik pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” dapat dikeluarkan dengan seminimal mungkin, sampai akhirnya pemilik pabrik mampu mematok harga untuk hasil produksinya dengan harga yang murah.
5. Berdasarkan penuturan dari Bapak Wasman sebagai pemilik pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana”, bahwa beliau memang selalu mengendalikan biaya-biaya pengeluaran, agar tetap terus dapat mematok harga yang sesuai dengan pasar untuk produknya. Apabila harga yang dipatok naik, ditakutkan akan mengurangi konsumennya. Oleh karena itu berbagai macam hal dilakukan oleh bapak Wasman untuk mendapatkan harga produksi paling murah namun tidak dengan kualitas yang murahan untuk bahan-bahan produksinya. Terbukti, seberapa besarpun biaya yang dikeluarkan oleh pabrik, masih tetap memberikan keuntungan yang besar untuk pemiliknya.

Karena kepuasan konsumen dan menjaga kesetiaan mereka adalah nomor satu.

## **B. Saran-saran**

Setelah mengambil kesimpulan dari pengaruh biaya produksi terhadap harga jual, penulis ingin menyampaikan kepada pihak yang terkait melalui penelitian ini dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan atau peningkatan terhadap pengelolaan keuangan baik pengeluaran ataupun pemasukan. Adapun saran-saran sebagai berikut:

### **1. Pihak Pabrik Bantal dan Kasur Lantai “Sapanyana”**

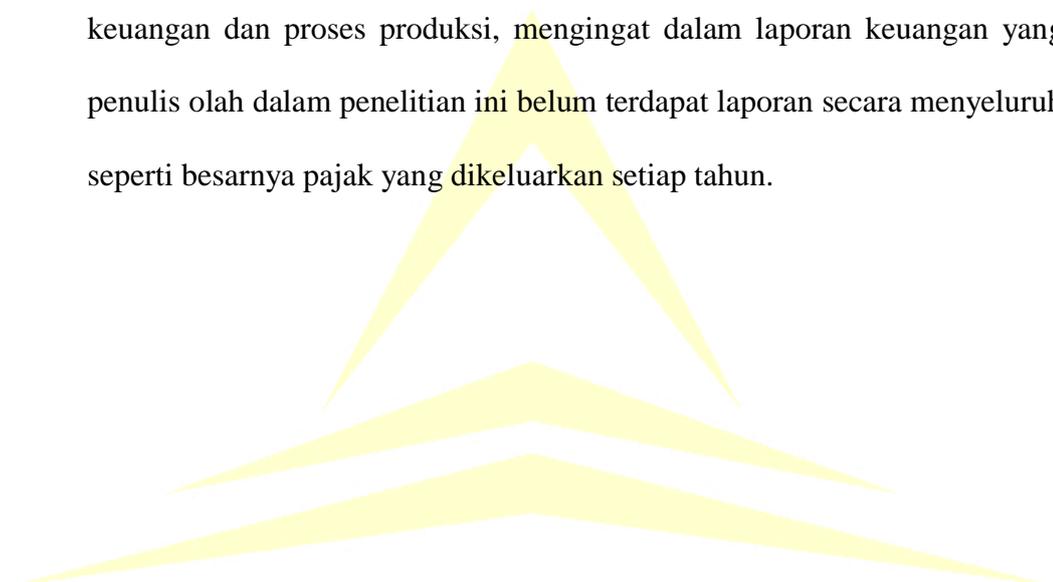
Meskipun sudah banyak memproduksi barang dan wilayah pasar yang didapat, harapan penulis adalah pabrik bantal dan kasur lantai “Sapanyana” tetap menjaga kestabilan harga dengan tidak menaikkan atau menurunkan harga di pasar tanpa melihat kondisi pasar. Karena kedua hal tersebut sama-sama memberikan dampak bagi pasar, ketika pabrik menurunkan harga dengan tidak memperhatikan kondisi pasar maka dapat membunuh pesaing pasar. Membunuh pesaing di pasar dengan menurunkan harga itu tidak diperbolehkan baik dalam cara pandang ekonomi maupun islam.

Apabila pemilik pabrik menaikkan harga tanpa melihat kondisi pasar dampak yang akan diperoleh jauh lebih besar karena dapat menurunkan omset penjualan dan konsumen dapat beralih ke penjual lain.

Selain itu, pemilik pabrik harus tetap menjaga nilai-nilai keislaman dalam melakukan proses produksi, proses distribusi dan pengambilan keuntungan. Pencatatan laporan keuangan yang lebih baik akan menjadi cerminan keuangan di masa selanjutnya, dengan adanya laporan keuangan dapat dengan mudah melakukan evaluasi untuk perbaikan proses produksi.

2. Untuk Peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat meneliti dengan cermat dan mendalam mengenai laporan keuangan dan proses produksi, mengingat dalam laporan keuangan yang penulis olah dalam penelitian ini belum terdapat laporan secara menyeluruh seperti besarnya pajak yang dikeluarkan setiap tahun.



**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Sri. 1999. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian Edisi Baru*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, Lincoln. 1993. *Ekonomi Mikro Terapan Untuk Manajemen Bisnis*. Yogyakarta.
- Azwar, Saifudin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Baskoro Putri, Lintang. Skripsi *Manajemen Biaya Produksi Terhadap Penetapan Harga Jual Pada Industri Rumah Tangga Teh Herbal Perspektif Ekonomi Islam*
- Dharmesta, Basu Swastha. *Modul 7 Strategi Penetapan Harga*.
- Edwin Nasution, Mustafa dkk. 2007. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Putra grafika.
- Erawati dan Lili Safitri, Jurnal *Analisis Harga Pokok Produksi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Pada CV Harapan Inti Usaha Palembang*, Akuntansi S1, STIE MDP.
- Fatimah, Siti. Jurnal *Merancang Strategi Dan Program Penetapan Harga*.
- Ghozali, Imam. 2009. *Ekonometrika Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17* Semarang: badan Penerbit.
- Ibrahim, Taufik. Skripsi *Pengaruh Biaya Produksi Biaya Pemasaran dan Gaji Karyawan Terhadap Penjualan Pada Anggrek catering di Kota Semarang*.
- Karim, Adiwarman A. 2010. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasiram, Mohammad. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Kasmir. 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Masyhuri. 2007. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Sukses Offset.
- Moestika Setyaningrum, Rina. Jurnal *Analisis biaya produksi dengan Pendekatan Theory Of Constraint Untuk Meningkatkan Laba*.
- Muhammad. 2004. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Muslich. 1997. *Ekonomi Manajerial*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nopirin. 1994. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Nur Aisah, Ai. Skripsi *Analisis Pengaruh Biaya Promosi dan Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Toko H.S Busana*.

Oktalina Wijaya, Yuke. Jurnal *Analisis pengendalian biaya produksi dan Pengaruhnya Terhadap Laba Pabrik Penggilingan (PP) Srikandi Palembang*

Puspaningrum, Yunita. 2006. *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Kacang Atom Pada Perusahaan Gajah Semarang*. Semarang: Unnes.

Putong, Iskandar. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro Edisi 2*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

-----, 2013. *Economics Pengantar Mikro dan Makro Edisi 5*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran Cetakan Pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Saumelson A, Paul. 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi*. Media Global Edukasi.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

-----, 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

-----, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

-----, 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, Sadono. 2014. *Ekonomi Mikro Teori Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.

Suparmoko. 2012. *Pengantar Ekonomi Mikro Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE

Suprayitno, Eko. 2005. *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro*. Graha Ilmu. Swasta, Basu. 1999, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty.

T Gilarso. 2003. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kanisius.

Tjiptono, Fandi. 2002, *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Yogyakarta: ANDI.

....., 1997, *Riset Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

<http://mbegedut.blogspot.co.id> /2012/ 04/ biaya produksi menurut para ahli. (diakses pada tanggal 24 Juli 2016 pukul 21.37)

<https://rumaysho.com/3139> bayar upah sebelum keringatnya kering. (diakses tanggal 20 Maret 2016 pukul 13.00)

Usry, Milton F & Adolph Matz, 1984, *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Erlangga..

[www.kajianpustaka.com](http://www.kajianpustaka.com), (diakses pada 28 Agustus 2016 pukul 13.05).

<http://mbegedut.blogspot.co.id> /2012/ 04/ biaya produksi menurut para ahli.  
(diakses pada tanggal 24 Juli 2016 pukul 21.37).

[xa.yimg.com/kq/groups/24017033/.../Paper\\_Pasar.doc](http://xa.yimg.com/kq/groups/24017033/.../Paper_Pasar.doc)

