

Pengaruh Biaya Produksi, Harga dan Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan

(Studi Kasus: Industri Opak Desa Malahayu)

*The Effect of Production Costs, Prices & Promotion Costs on Sales Turnover
(Case Study of the Opak Industry in Malahayu Village)*

Dumadi*¹, Veronika Hutapea²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia
e-mail: *¹dumadi_adi@yahoo.co.id, ²hutapeaveronika1@gmail.com

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of production costs, prices, and promotional costs on sales turnover in the village opak industry. This study uses secondary data. The population in this study was bookkeeping related to opaque production costs, prices, promotion costs, and sales turnover of the village opak industry. The sample in this study is part of the total population of the village opak industry in the village of Melaka in the period 2019 to 2020. Hypothesis testing uses multiple linear regression analysis. Data analysis using SPSS 20.0 program. The results of this study indicate: 1) Production costs have a positive and significant effect on sales turnover. 2) Price has a negative and insignificant effect on sales turnover. 3) Promotion costs have a negative and insignificant effect on sales turnover. 4) Production costs, prices and promotional costs simultaneously have a positive and significant effect on sales turnover.

Keyword: *Production Costs; Price; Promotion Costs; and Sales Turnover*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh biaya produksi, harga, dan biaya promosi terhadap omzet penjualan pada Industri opak desa malahayu. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pembukuan berkaitan dengan biaya produksi opak, harga, biaya promosi, dan omzet penjualan Industri opak desa malahayu. Sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi Industri opak desa malahayu pada periode 2019 sampai 2020. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis data menggunakan program SPSS 20.0. Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Biaya Produksi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap omzet penjualan. 2) Harga berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap omzet penjualan. 3) Biaya promosi berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap omzet penjualan. 4) Biaya produksi, harga dan biaya promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan.

Keywords: *Biaya Produksi; Harga; Biaya Promosi; dan Omzet Penjualan*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di desa Malahayu akhir-akhir ini menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Sekarang ini tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin tinggi dan hanya badan usaha yang memiliki kinerja atau performa yang baik yang akan bertahan, untuk itu perusahaan harus melalui perjuangan dan didukung dengan perencanaan yang matang dalam menghadapi berbagai masalah dan rintangan yang timbul, seperti masalah operasional, keuangan, maupun masalah pemasaran dari produk yang diproduksi [1].

Dalam mekanisme pasar, faktor-faktor yang paling utama mempengaruhi hasil penjualan adalah faktor produk, harga, promosi penjualan dan distribusi[2]. Tetapi pada dasarnya masalah yang sering timbul adalah perencanaan biaya yang kurang sesuai dengan apa yang terjadi sesungguhnya (realisasi biaya). Oleh sebab itu untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang akan dikeluarkan.

Produksi adalah kegiatan dimana suatu perusahaan memproses dan merubah bahan baku menjadi barang jadi melalui penggunaan tenaga kerja dan fasilitas produk lainnya. Dapat dikatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berasal dari penyediaan bahan baku sampai biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi bahan baku sehingga menjadi barang jadi yang siap untuk dijual [3].

Biaya produksi juga dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan profitabilitas yang diupayakan oleh perusahaan[4]. Biaya produksi tersebut menjadi penentu besarnya harga jual dari suatu produk atau jasa yang nantinya akan mempengaruhi besarnya laba yang di peroleh[5]. Pengelolaan biaya produksi yang kurang baik mengakibatkan turunnya pendapatan yang diterima. Penggunaan bahan baku yang berkualitas baik akan menghasilkan produk yang baik pula[6].

Harga jual akan mempengaruhi konsumen dalam memilih atau membeli produk, semakin tinggi harga jual apabila sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen, mereka akan tertarik untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan tersebut. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Harga jual akan mempengaruhi tingkat pendapatan suatu perusahaan dan juga dapat meningkatkan taraf hidup usaha yang telah dijalankan tersebut[7]. Biaya promosi tersebut ditujukan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna mendapatkan laba yang lebih tinggi[8].

Selain biaya promosi, biaya lain yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh adalah biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap di jual. Untuk dapat mencapai produksi yang efisien, maka diperlukan pengendalian biaya produksi yang dikeluarkan[9]. Peneliti [10] memberikan pendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Opak bakar ketan merupakan jajanan khas di desa malahayu dan menjadi salah satu penopang ekonomi masyarakat. Disamping itu usaha tersebut masih merupakan usaha warisan turun temurun sehingga masih diusahakan secara sederhana. Dalam proses produksinya juga masih bergantung dengan alam. Proses penjemurannya mengandalkan sinar matahari. Tidak jarang ketika musim hujan, usaha ini banyak yang memberhentikan produksi sementara. Tabel 1 adalah data omzet penjualan industri opak bakar ketan 2019-2020.

Tabel 1. Omzet Penjualan Industri Opak Bakar Ketan 2019-2020

Tahun	Bulan	Omzet Penjualan (Rupiah)
2019	Januari	6.200.000
2019	Februari	6.720.000
2019	Maret	6.510.000
2019	April	6.900.000
2019	Mei	6.820.000
2019	Juni	5.500.000
2019	Juli	6.510.000
2019	Agustus	7.130.000
2019	September	6.900.000
2019	Oktober	7.440.000
2019	November	7.200.000
2019	Desember	7.750.000
2020	Januari	7.440.000
2020	Februari	7.000.000
2020	Maret	6.510.000
2020	April	7.200.000
2020	Mei	7.750.000
2020	Juni	6.900.000
2020	Januari	7.440.000
2020	Februari	7.000.000
2020	Maret	6.510.000

Sumber : industri opak bakar ketan 2019

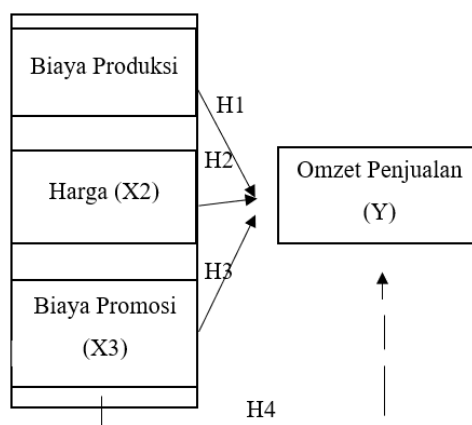
Dari data diatas omzet penjualan opak bakar ketan pada Januari 2019 sebesar Rp 6.200.000 mengalami kenaikan sampai bulan Februari sebesar Rp 6.720.000. Pada bulan berikutnya yaitu bulan Maret omzet penjualan pada industri opak bakar ketan sebesar Rp. 6.510.000 mengalami penurunan. Dan pada bulan April mengalami kenaikan sebesar Rp. 6.900.000. Dan pada bulan Mei sampai bulan Juni mengalami penurunan. Kemudian pada bulan Juli mengalami kenaikan sebesar Rp. 6.510.000 dan begitu juga pada bulan berikutnya bulan Agustus sampai dengan Desember yang mengalami kenaikan dan penurunan. tetapi pada bulan selanjutnya sampai bulan Januari 2020 mengalami penurunan. Saat terjadi pandemic covid pada bulan februari mengalami penurunan dan penurunan cukup besar terjadi pada bulan Maret dari Rp. 7.000.000 menjadi Rp. 6.510.000, akan tetapi pada bulan April mengalami kenaikan kembali sampai bulan Mei. Pada bulan Juni kembali mengalami penurunan sebesar Rp. 6.900.000. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Biaya Produksi, Harga dan Biaya Promosi Terhadap Omzet Penjualan (Studi Kasus Pada Industri Opak Desa Malahayu)”.

Berdasarkan uraian dan penjelasan dari latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah penelitian yaitu: (1) Apakah biaya produksi berpengaruh secara parsial terhadap omzet penjualan pada Industri opak bakar ketan? (2) Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap omzet penjualan pada Industri opak bakar ketan? (3) Apakah biaya promosi berpengaruh secara parsial terhadap omzet penjualan pada Industri opak bakar ketan? (4) Apakah biaya produksi, harga, dan biaya promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan opak bakar ketan?

Beberapa tujuan yang ingin dicapai penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya produksi secara parsial terhadap omzet penjualan pada Industri opak bakar ketan. (2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga secara parsial terhadap omzet penjualan pada Industri opak bakar ketan. (3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi secara parsial terhadap omzet penjualan pada Industri opak bakar ketan. (4) Untuk mengetahui seberapa besar harga, biaya produksi, dan biaya promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan pada Industri opak bakar ketan.

KAJIAN LITERATUR

Peneliti [11] memberikan pengertian omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu produk barang barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Sedangkan biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik[12]. Peneliti[13] mendefinisikan harga sebagai salah satu nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sedangkan menurut [7] harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Sedangkan pengertian promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut[14]. Besarnya omzet yang ada pada Industri opak bakar ketan tergolong fluktuatif tergantung dari berbagai faktor salah satunya seperti meminimalkan biaya produksi, penetapan harga dan biaya promosi. Dalam penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya diantaranya yaitu hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari biaya produksi (X1), harga (X2), dan biaya promosi (X3) dengan variabel terikat yaitu omzet penjualan (Y) studi kasus Industri opak bakar ketan desa malahayu. Adapun ruang lingkup penelitian ini yang dianggap dapat memberikan pengaruh pada omzet penjualan opak bakar ketan, yaitu biaya produksi, biaya harga, dan biaya promosi. Dalam penelitian ini, alur sederhana tersebut dapat digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Biaya produksi berpengaruh terhadap omzet penjualan.

H2 : Harga berpengaruh terhadap omzet penjualan.

H3 : Biaya promosi berpengaruh terhadap omzet penjualan.

H4 : Biaya Produksi, harga dan biaya promosi berpengaruh terhadap omzet penjualan

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Industri Kecil dan Menengah di Desa Malahayu Kecamatan Banjarharjo Kabupaten Brebes yang memproduksi opak bakar ketan dengan nama pemilik Ibu Tarniti. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 26 Agustus sampai 30 September 2020. Populasi dalam penelitian ini adalah pembukuan berkaitan biaya produksi opak bakar ketan, harga, biaya promosi, dan omzet penjualan Industri opak bakar ketan. Sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari jumlah populasi Industri opak bakar ketan pada periode 2019 sampai 2020. Penelitian menggunakan metode kuantitatif karna menekankan pada data-data numerik (angka) dan analisis menggunakan statistik. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, dimana data yang diperoleh melalui sumber yang sudah tersedia, berasal dari perusahaan. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi berupa laporan keuangan yang berkaitan dengan omzet penjualan, biaya produksi, harga dan biaya promosi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Analisis data adalah suatu teknik dalam penelitian yang diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Pada penelitian ini proses analisis data menggunakan analisis data statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah omzet penjualan opak bakar ketan di Kabupaten Brebes. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah biaya produksi (X1), harga (X2), dan biaya promosi (X3). Dengan skala pengukuran variabelnya rasio

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan/menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat suatu kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi [15]. Statistik deskriptif digunakan untuk menampilkan Mean adalah rata-rata data, Median adalah nilai tengah (atau rata-rata dua nilai tengah bila datanya genap), Mak dan Min adalah nilai paling besar dan nilai paling kecil dari data, Std. Dev. (Standar Deviasi) adalah

ukuran dispersi atau penyebaran data. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi biaya produksi, harga dan biaya promosi sebagai variabel independen, dan omzet penjualan opak bakar ketan tahun 2019 sampai 2020 sebagai variabel dependen. Variabel tersebut akan di tampilkan secara statistik deskriptif seperti yang terlihat dalam tabel 2.

Table 2. Statistika Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Biaya Produksi	18	3000000	3100000	3081833,33	22080,734
Harga	18	9500	10000	9694,44	250,816
Biaya Promosi	18	50000	80000	60000,00	14552,138
Omzet Penjualan	18	5500000	7750000	6910000,00	553831,573
Valid N (listwise)	18				

Sumber: Hasil olah data SPSS 20 (2020)

a. Variabel Independen

1) Biaya produksi

Hasil dari statistik deskriptif pada tabel 2 bahwa variabel biaya produksi mempunyai nilai minimum sebesar 3.000.000 dan nilai maksimum sebesar 3.100.000 dengan nilai rata-rata sebesar 3081833,33, sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 22080,734.

2) Harga

Hasil dari statistik deskriptif pada tabel 2 bahwa variabel harga mempunyai nilai minimum sebesar 9.500 dan nilai maksimum sebesar 10.000 dengan nilai rata-rata sebesar 9694,44, sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 250,816.

3) Biaya Promosi

Hasil dari statistik deskriptif pada tabel 2 bahwa variabel biaya produksi mempunyai nilai minimum sebesar 50.000 dan nilai maksimum sebesar 80.000 dengan nilai rata-rata sebesar 60000,00, sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 14552,138

b. Variabel Dependen

1) Omzet Penjualan

Hasil dari statistik deskriptif pada tabel 2 bahwa variabel omzet penjualan mempunyai nilai minimum sebesar 5.500.000 dan nilai maksimum sebesar 7.750.000 dengan nilai rata-rata sebesar 6910000,00, sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 553831,573.

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder maka untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu: uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji variabel residual atau pengganggu di dalam model regresi memiliki distribusi secara normal[16]. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan Test of Normality KolmogorovSmirnov dalam program SPSS versi 20.

Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N	18	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	398279,12075344
Most Extreme Differences	Absolute	,127
	Positive	,127
	Negative	-,102
Kolmogorov-Smirnov Z	,539	
Asymp. Sig. (2-tailed)	,934	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 3 menunjukkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov memiliki nilai Probability Sig (2 tailed) sebesar 0,934. Nilai 0,934 tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi, dapat dilihat dari tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 . Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat secara ringkas pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
(Constant)			
1	Biaya Produksi	,942	1,061
	Harga	,212	4,714
	Biaya Promosi	,214	4,668

a. Dependent Variable: Omzet Penjualan

Sumber : Hasil olah data SPSS 20 (2020)

Berdasarkan tabel 4 maka dapat diketahui bahwa nilai tolerance dan VIF Biaya Produksi sebesar 0,942 dan VIF 1,061, Harga sebesar 0,212 dan VIF 4,714 dan Biaya Promosi sebesar 0,214 dan VIF 4,668. Hasil variabel Biaya Produksi, Harga dan Biaya Promosi tersebut menunjukkan nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, maka variabel Biaya Produksi, Harga dan Biaya Promosi dianggap bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu observasi ke observasi yang lain. Penelitian ini menggunakan Uji Glejser[16]. Dasar pengambilan keputusan uji tersebut yaitu sebagai berikut: dimana jika nilai signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-46091104,50	16500049,36		-2,793	,014
	Biaya Produksi	11,764	4,966	,469	2,369	,033
	Harga	1858,189	921,410	,842	2,017	,063
	Biaya Promosi	-21,144	15,804	-,556	-1,338	,202

a. Dependent Variable: Omzet Penjualan

Sumber : Hasil olah data SPSS 20 (2020)

Hasil pada tabel 5 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel yaitu harga sebesar 0,063 dan biaya promosi sebesar 0,202 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini hanya memiliki dua variabel yang tidak mengalami gejala heteroskedastisitas karena nilai sig $> 5\%$.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problem autokorelasi. Pada penelitian ini menggunakan Uji Run Tes. Berdasarkan tabel hasil uji run test dapat diketahui nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,808 $>$ dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi, sehingga analisis regresi linier dapat dilanjutkan.

Tabel 6. Hasil Uji Run Test

Runs Test	
Unstandardized Residual	
Test Value ^a	51311,62950
Cases < Test Value	9
Cases >= Test Value	9
Total Cases	18
Number of Runs	9
Z	-,243
Asymp. Sig. (2-tailed)	,808

a. Median

Sumber : Hasil olah data SPSS 20 (2020)

e. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan sebagai alat untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	-46091104,495	16500049,363
	Biaya Produksi	11,764	4,966
	Harga	1858,189	921,410
	Biaya Promosi	-21,144	15,804

a. Dependent Variable: Omzet Penjualan

Sumber : Hasil olah data SPSS 20 (2020)

Berdasarkan hasil pengujian di atas maka didapatkan persamaan regresinya yaitu sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y' = -46091104,495 + (11,764)X_1 + (1858,189)X_2 + (-21,144)X_3$$

Keterangan:

Y' = Omzet Penjualan Tahu

b1, b2 = Koefisien Regresi

x1 = Biaya Produksi

x2 = Harga

x3 = Biaya Promosi

Berdasarkan tabel 7 hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi, maka dapat dilihat bahwa nilai konstantanya yaitu artinya jika biaya produksi (X1), harga (X2) dan biaya promosi (X3) nilainya 0 maka volume penjualan nilainya -46091104,495. Dan juga terjadi korelasi negatif antara variabel biaya promosi dengan variabel omzet penjualan.

Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji signifikansi koefisien regresi dengan memakai uji t, untuk menguji signifikansi dari setiap variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Suatu variabel independen dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen apabila variabel tersebut lulus uji signifikansi. Jika signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis diterima sedangkan jika signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak (Ghozali, 2005).^[17]

Diketahui t tabel pada signifikan $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) diperoleh sebesar 2,14479 atau -2,14479 dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $18-3-1 = 14$.

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a			
Model	T	Sig.	
1	(Constant)	-2,793	,014
	Biaya Produksi	2,369	,033
	Harga	2,017	,063
	Biaya Promosi	-1,338	,202

a. Dependent Variable: Omzet Penjualan

Sumber : Hasil olah data SPSS 20 (2020)

Berdasarkan hasil tabel 8 diatas dapat diketahui sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh biaya produksi (X1) terhadap omzet penjualan (Y) adalah sebesar $0,033 < 0,05$ dan nilai t hitung $-2,369 > 2,14479$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh biaya produksi (X1) terhadap omzet penjualan (Y).

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh harga (X2) terhadap omzet penjualan (Y) adalah sebesar $0,063 > 0,05$ dan nilai t hitung $2,017 < 2,14479$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh harga (X2) terhadap omzet penjualan (Y).

3) Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh biaya promosi (X3) terhadap omzet penjualan (Y) adalah sebesar $0,202 > 0,05$ dan nilai t hitung $-1,338 < -2,14479$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh biaya promosi (X3) terhadap omzet penjualan (Y).

2. Hasil Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi linear berganda mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2005).

Table 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,518E+12	3	8,393E+11	4,357	,023 ^b
	Residual	2,697E+12	14	1,926E+11		
	Total	5,214E+12	17			

a. Dependent Variable: Omzet Penjualan
b. Predictors: (Constant), Biaya Promosi, Biaya Produksi, Harga

Sumber : Hasil olah data SPSS 20 (2020)

Diketahui $df_1 = k-1$ atau $3-1 = 2$ dan $df_2 = n-k$ atau $18-2 = 16$, maka hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar 3,63. Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh biaya produksi (X1), harga (X2) dan biaya promosi (X3) secara simultan terhadap omzet penjualan (Y) adalah sebesar $0,023 < 0,05$ dan nilai F hitung $4,357 > F$ tabel 3,63, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti terdapat pengaruh biaya produksi (X1), harga (X2) dan biaya promosi (X3) secara simultan terhadap omzet penjualan (Y).

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh biaya produksi, harga, biaya promosi terhadap omzet penjualan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa biaya

produksi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap omzet penjualan dengan nilai t hitung sebesar $2,369 > t$ tabel sebesar $-2,14479$ dan nilai signifikan sebesar $0,033 < 0,05$. Selain itu harga berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap omzet penjualan dengan nilai t hitung sebesar $2,017 < t$ tabel sebesar $2,14479$ dan nilai signifikan sebesar $0,063 > 0,05$. Biaya promosi berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap omzet penjualan dengan nilai t hitung sebesar hitung $-1,338 < t$ tabel sebesar $-2,14479$ dan nilai signifikan sebesar $0,202 > 0,05$. Dan biaya produksi, harga dan biaya promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan dengan nilai F hitung sebesar $4,357 > F$ tabel sebesar $3,63$ dan tingkat signifikan F sebesar $0,023 < 0,05$.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan masukan maupun pertimbangan untuk penelitian dimasa yang akan datang, yaitu :

1. Dalam penelitian ini, peneliti hanya meneliti pada subjek Home Industri Opak Bakar Ketan Desa Malahayu, Banjarharjo, Brebes periode tahun 2019-2020. Untuk penelitian dimasa yang akan datang, diharapkan dapat menambah tahun penelitian maupun meneliti pada subjek / lokasi penelitian lainnya.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan atau referensi untuk penelitian khususnya dalam variable biaya produksi dan harga jual terhadap laba bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. G. N. A. P. Anteja, "Pengaruh Kepemimpinan Komunikasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Semangat Kerja Pegawai Pada PT Angkasa Pura 1 Divisi Komersial Bali," *e-Jurnal Manaj.*, vol. 2, no. 2, 2014.
- [2] Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. 2011.
- [3] J. Rachmiarti Kusumah, "Green Product Sebagai Penerapan Etika Bisnis Pada Perusahaan Produsen Cat," *J. Ilmu Manaj. Terap.*, vol. 1, no. 5, pp. 451–463, 2020, doi: 10.31933/jimt.v1i5.205.
- [4] S. Rahmawati, S. Sunandar, and H. Hetika, "Terhadap Laba Pada Perusahaan Daerah Air Bersih Tirta Utama," *Monex J. Res. Account. Politek. Tegal*, vol. 3, no. 2, 2014, doi: <http://dx.doi.org/10.30591/monex.v3i2.198>.
- [5] F. Felicia and R. Gultom, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Kualitas dan Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015," *J. Ilmu Manaj. METHONOMIX*, vol. 1, no. 1, pp. 1–12, 2018.
- [6] Z. I. Silvia, "Pengaruh Penjualan, Blaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan (Pada PT. Bina Megah Indowood Gresik Tahun 2015-2018)," *J. Ekon. Mhs.*, vol. 1, no. 4, pp. 1–4, 2020.
- [7] D. Sunyoto, "Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus," in *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi, dan Kasus*, 2012.
- [8] K. D. S. Prihantara, I. W. Suwendra, and N. N. Yulianthini, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada UD Nata Jati Mebel," *e-Journal Bisma Univ. Pendidik. Ganesha*, vol. 3, no. 1, pp. 1–9, 2015.
- [9] P. Rustami, I. K. Kirya, and W. Cipta, "Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Volume Penjualan Terhadap Laba Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis," *J. Bisma Univ. Pendidik. Ganesha*, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2014.
- [10] A. Halim, "Teori Ekonomi Makro," in *Ekonomi Makro*, 2014.
- [11] I. Swastha, Basu, *Manajemen Pemasaran Modern*. 2014.
- [12] W. Charter and U. Milton F, "Akuntansi Biaya," in *Salemba Empat*, 2006.
- [13] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen pemasaran Jilid 1*. 2009.
- [14] D. Saladin and Y. M. Oesman, "Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran," *Cetakan Ketiga*,

Bandung: Linda Karya, 2003.

- [15] P. D. Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. 2016.
- [16] I. Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23," (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.