PENGARUH HARGA JUAL DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2014)

Oleh :

Ine Herliawati
(ineherliawati@gmail.com)

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

ABSTRACT

The study aims to empirical evidence about the influence of selling price and production cost on sales volume in companies manufacturing base and chemical industri subsectors cements Listed in Indonesian Stock Exchange.

The population in this study are 5 companies manufacturing base and chemical industri subsectors cements Listed in Indonesian Stock Exchange during the ten years (2005-2014). The sample selection is done by using purposive sampling method with certain criteria. The samples are 3 companies manufacturing base and chemical industri subsectors cements (2005-2014). The analysis used is descriptive analysis and verification with quantitative approach. The analysis model used is path analysis.

The results of hypothesis testing in this study indicate that (1) changes in selling price has a significant positive effect on Sales Volume in companies manufacturing base and chemical industri subsectors cements Listed in Indonesian Stock Exchange, (2) changes in Production Cost has a significant positive effect on sales volume in companies manufacturing base and chemical industri subsectors cements Listed in Indonesian Stock Exchange, and (3) changes in Selling Price and Production Cost have a significant effect on Sales Volume at companies manufacturing base and chemical industri subsectors cements Listed in Indonesian Stock Exchange.

Keywords: Selling Price, Production Cost, Sales Volume.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis sekarang ini dipenuhi dengan semakin ketatnya persaingan usaha membuat para pelaku usaha baik itu individu maupun kelompok atau dalam bentuk perusahaan, baik itu perusahaan yang berasal dari dalam negeri atau luar negeri haruslah memiliki faktor-faktor yang dapat dijadikan sebagai senjata tangguh suatu perusahaan dalam usahanya untuk memenangkan persaingan dengan para pesaingnya di dunia bisnis.Kondisi seperti itulah yang pada akhirnya menyebabkan para pelaku usaha tersebut makin gencar berusaha untuk mencari solusi maupun program bisnis yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan didalam bisnisnya (Suriyono, 2010).

Indonesia sebagai negara berkembang sedang melaksanakan pembangunan di segala bidang, diantaranya bidang ekonomi. Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi, maka diharapkan banyak perusahaan yang mandiri dan mampu menciptakan produk yang berkualitas tinggi (Melvin Pristyo,2013). Perusahaan didirikan sebagai organisasi yang *profit oriented* yaitu memperoleh laba sebanyak-banyaknya untuk membiayai operasi perusahaan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya (*continuitas* usaha) serta mampu mengembangkan

usahanya expansi dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif. Untuk mencapai laba atau keuntungan yang optimal, maka volume penjualan perusahaan harus maksimal. (Pikir Wisnu Wijayanto, 2009)

Volume penjualan merupakan faktor penting dalam menentukan besarnya penerimaan yang diperoleh perusahaan. Volume penjualan menekankan pada banyaknya produk yang dijual pada suatu kurun waktu tertentu selama satu tahun (Melvin Pristyo, 2013). Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan (Adrianus Widya Kristiato, 2013), terlebih di zaman sekarang ini, sering kali ada kebijaksanaan-kebijaksanaan baru dari pemerintah yang mengakibatkan naik turunnya harga bahan baku untuk persediaan produk yang pada akhirnya masyarakat dapat menggunakan hasil dari suatu produk perusahaan (Melvin Pristyo, 2013), dalam mewujudkan volume penjualan ada beberapa faktor yang mempengaruhi, salah satunya kemampuan dalam memperhitungkan harga jual yang sesuai dengan kondisi perekonomian masyarakat tanpa mengabaikan kondisi keuangan atau modal itu sendiri. (Pikir Wisnu Wijayanto, 2009)

Penentuan harga jual atas produk merupakan salah satu pengambilan keputusan yang penting.Bagi manajemen, penentuan harga jual produk atas jasa bukan hanya merupakan kebijaksanaan dibidang pemasaran atau keuangan, melainkan merupakan kegiatan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan. Harga jual produk atau jasa, selain mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli produk atau jasa tersebut, juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan (Y.Puspaningrum, 2006).

Selain itu banyak didirikannya perusahaan yang jenis usahanya sama. Hal ini menyebabkan persaingan yang sangat ketat, baik mengenai harga, mutu produk maupun persaingan dalam merebut pasar sehingga para pengusaha dituntut bekerja secara efektif dan efisien. Keadaan seperti ini mendorong pengusaha untuk benar benar memperhitungkan setiap biaya yang dikeluarkan apakah sesuai dengan keuntungan yang diperoleh atau sebaliknya akan merugikan perusahaan (Sjaffi, 2005).

Salah satu biaya yang harus diperhitungkan perusahaan adalah biaya produksi. Biaya produksi merupakan salah satu hal yang menentukan dalam persaingan sekaligus memiliki peran penting dalam kelangsungan hidup perusahaan. Informasi mengenai biaya terutama biaya produksi sangat dibutukan sekali, karena tanpa informasi biaya, manajemen tidak memiliki ukuran apakah masukan yang dikorbankan memiliki nilai ekonomi yang lebih rendah daripada nilai keluarannya, sehingga tidak memiliki informasi tentang kegiatan usahanya menghasilkan laba atau sisa hasil usaha yang sangat diperlukan untuk mengembangkan dan mempertahankan eksistensi perusahaan. (Mulyadi, 2005:10)

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah secara umum adalah segala sesuatu yang menjadi objek permasalahhan yang akan diteliti dengan mempersiapkan alat dan metode pengumpulan data dan pengolahan data. Berdasarkan Latar Belakang yang telah dijelaskan sebelumnya identifikasi masalah yang dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1) Adanya penurunan volume penjualan sebesar 4,9% pada tahun 2016 yang dialami oleh PT Holcim Indonesia Tbk, penurunan volume penjualan tersebut justru diiringi dengan penurunan harga jual dan kenaikan biaya produksi.
2) Adanya penurunan volume penjualan yang dialami oleh PT Semen Indonesia Tbk, penurunan volume penjualan diiringi dengan peningkatan biaya produksi pada tahun 2010. Komisaris Utama dari Semen Indonesia Tbk Aditya Sumanagara menyatakan penurunan volume penjualan disebabkan oleh krisis di kawasan Uni Eropa dan defisit anggaran Amerika Serikat mulai mempengaruhi tingkat pertumbuhan perekonomian nasional yang pada akhirnya mempengaruhi permintaan semen nasional. Hal tersebut bertentangan dengan yang seharusnya, apabila biaya produksi mengalami peningkatan, seharusnya volume penjualan juga mengalami peningkatan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Seberapa besar pengaruh harga jual terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005-2014.
2) Seberapa besar pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005-2014.
   Seberapa besar pengaruh harga jual dan biaya produksi terhadap volume penjualanpada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005-2014.

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi mengenai pengaruh harga jual dan biaya produksi terhadap volume penjualan pada perusahaan industri penghasil bahan baku sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, guna diolah untuk dianalisis lebih lanjut.

1.4.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ingin penulis kaji, maka tujuan penelitian yang ingin penulis capai adalah sebagai berikut :

1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga jual terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005-2014.
2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005-2014.
   Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga jual dan biaya produksi terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005-2014.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

Untuk memecahkan masalah sebagaimana yang ada pada fenomena dan data sebagai tambahan informasi bermanfaat mengenai pengaruhharga jual dan biaya produksi terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5.2 Kegunaan Akademis

1) Bagi Penulis
   Peneliti menghasilkan hasil penelitian ini dijadikan sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman bagi penulis sendiri.
2) Bagi Pihak Lain
   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan menjadi bahan referensi khususnya untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan masalah yang di bahas dalam penelitian ini.

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Harga Jual

2.1.1.1 Pengertian Harga Jual

Menurut R.A Supriyono (2011: 318) mengemukakan bahwa pengertian harga jual adalah sebagai berikut :

"Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan".

Menurut R.A Supriyono (2011: 318) menyatakan bahwa harga jual dapat dihitung dengan menggunakan metode *full costing* berdasarkan rumus dibawah ini :

Harga Jual = Seluruh biaya yang dikeluarkan + Keuntungan yang wajar

2.1.2 Biya Produksi

Menurut Ony Widilestariningtyas dkk(2012:12) menyatakan bahwa Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Menurut Ony Widilestariningtyas dkk (2012:24), menyatakan bahwa biaya produksi atau biaya pabrik didefinisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Adapun rumus biaya produksi adalah sebagai berikut :

Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Overhead Pabrik

2.1.3 Volume Penjualan

Menurut Daryanto (2011:187) mendefinisikan bahwa Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

Adapun rumus untuk mengukur volume penjualan adalah sebagai berikut:

Volume Penjualan = Jumlah barang atau jasa yang terjual

2.2 Kerangka Pemikiran

Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi, dimana biaya yang terbentuk dari kegiatan produksi tersebut adalah biaya produksi.(Fandy Tjiptono dan Gregorius, 2012:152). Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu produk (Armanto Witjaksono, 2013:34). Volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Berdasarkan uraian di atas bagan kerangka pemikiran dapat disajikandalam Gambar 2.1.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis di atas maka peneliti berasumsi mengambil keputusan sementara (hipotesis) adalah sebagai berikut:

H_1 : Harga Jual berpengaruh terhadap Volume Penjualan

H_2 : Biaya Produksi berpengaruh terhadap Volume Penjualan

H_3 : Harga jual dan Biaya Produksi berpengaruh terhadap Volume Penjualan

Paradigma penelitian dapat disajikan dalam Gambar 2.2.

III. METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:2) menyatakan bahwa :

"Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian ini didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis."

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2012:58) menjelaskan bahwa pengertian operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut :

> "Operasionalisasi variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya."

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan variabel yang dapat dioperasionalisasikan atau diukur dengan menggunakan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Maka operasionalisasi variabel penelitian dapat disajikan dalam tabel 3.1.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Menurut Arikunto (2010:129) mengemukakan bahwa Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu dalam bentuk angka-angka yang menunjukkan nilai dari besaran atau variabel yang mewakilinya. Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder :

Menurut Sugiyono (2013:137) mendefinisikan bahwa :

> "Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen."

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Penelitian Lapangan (*Field Research*)

   Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung diperusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data sekunder yang diperoleh dengan cara:

   a. *Observasi* (Pengamatan Langsung)

      Dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke bagian staf perpustakaan yang ada di Bursa Efek Indonesia untuk memperoleh data berupa laporan keuangan tahun 2005 sampai dengan tahun 2014 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang diperlukan.

   b. Dokumen-dokumen

      Pengumpulan data dengan cara mencatat data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan perusahaan. Berdasarkan penelitian ini diharapkan akan memperoleh data mengenai harga jual, biaya produksi dan volume penjualan yang dimiliki perusahaanpublic yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, serta informasi-informasi lain yang diperlukan.

2) Penelitian Kepustakaan *(Library Research)*

   Pengumpulan data dilakukan dengan membaca literatur-literatur, buku-buku mengenai teori permasalahan yang diteliti dan menggunakan media internet sebagai media pendukung dalam penelusuran informasi tambahan mengenai teori maupun data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

3.4 Populasi, Sampel dan Tempat serta waktu penellitian

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:80) mendefinisikan populasi adalah sebagai berikut :

> "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas:obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya."

Populasi dalam penelitian ini yaitu 5 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mana laporan keuangan

tahunannya dari tahun 2005-2014. Berdasarkan pejelasan di atas, maka jumlah populasi disajikan dalam tabel 3.2.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:81) mendefinisikan bahwa Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah *purpossive sampling*.Menurut Sugiyono (2011: 85) mendefinisikan *purpossive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah laporan laba rugi dan laporan tahunan yang terdiri dari 3 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005 sampai dengan tahun 2014. Berdasarkan pejelasan di atas, maka jumlah populasi disajikan dalam tabel 3.3.

3.4.3 Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, maka peneliti mengadakan penelitian di Bursa Efek Indonesia yang berlokasi di Jalan Veteran No.10 Bandung Telp. (022) 4214349

3.4.4 Waktu Penelitian

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada Februari 2016 sampai dengan Agustus 2016.

3.5 Metode Pengujian Data

Untuk membuktikan apakah harga jual dan biaya produksi berpengaruh terhadap volume penjualan baik secara bersama-sama maupun secara parsial.

Pengujian Koefisien Jalur Secara Simultan (Uji-F).

Hipotesis Statistik:

H_0 :ρYX_1 = 0	Harga jual dan biaya produksi secara
i = 1,2	bersama-sama tidak berpengaruh terhadap volume penjualan
H_1 :ρYX_1 ≠ 0	Harga jual dan biaya produksi secara
i = 1,2	bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t).

Apabila hasil dari pengujian secara bersama-sama menyimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan, selanjutnya dilakukan pengujian parsial untuk melihat lebih jelas variabel mana saja diantara kedua variabel eksogen, yaitu harga jual dan biaya produksi yang pengaruhnya signifikan terhadap volume penjualan. Untuk menguji koefisien jalur dari masing-masing variabel eksogen tersebut digunakan uji-t.

Statistik uji di atas mengikuti distribusi t- dengan derajat bebas n-k-1. Kriteria pengujianya adalah "Tolak H_0 yang menyatakan bahwa $\rho yx_1 = 0$ jika $t_{hitung} > t_{tabel}$".

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Deskriptif

Perkembangan harga jual, biaya produksi dan volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2014.

4.1.1.1 Harga Jual Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2014

Pada gambar4.1harga jual pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2014 memiliki *trendline* yang meningkat pada tiap tahunnya. Naiknya harga jual perusahaan dikarenakan adanya kenaikan biaya produksi, biaya non produksi dan peningkatan presentase margin laba kotor dimana harga jual ditentukan dari biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan ditambahkan dengan margin. Hal ini sesuai dengan teori menurut Eko Widodo (2013:184).

4.1.1.2 Biaya Produksi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2014

Pada gambar 4.2 biaya produksi pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2014 memiliki *trendline* yang meningkat pada setiap tahunnya. Naiknya biaya produksi dikarenakan adanya kenaikan biaya bahan baku, baiya tenaga kerja langsung dan biaya overhead parik. Turunnya biaya produksi disebabkan oleh turunnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik dimana biaya produksi biasanya ditentukan oleh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Hal ini sesuai dengan teori menurut Mulyadi (2010: 14).

4.1.1.3 Volume Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2014

Pada gambar 4.3 volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2014 memiliki *trendline* yang cenderung meningkat.Perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan sehingga dapat disimpulkan bahwa volume penjualan yang meningkat setiap tahunnya mencerminkan kinerja perusahaan tersebut. Volume penjualan yang meningkat disebabkan oleh meningkatnya volume produksi yang dihasilkan perusahaan dan biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan.Selain itu meningkatnya harga jual disebabkan oleh perubahan harga jual. Hal ini sesuai dengan teori menurut Carter Wiliam K yang dialihbahasakan oleh Krista (2009: 129) dan Eko Widodo (2013).

4.1.2 Analisis Verifikatif

1) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitasnilai probabilitas yang diperoleh adalah sebesar 0,200 > 0,05 sehingga sesuai dengan kriteria pengujian dapat disimpulkan bahwa residu dalam model regresi berdistribusi secara normal, maka model telah memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

b) Uji Heteroskedastisitas hasil korelasi yang diperoleh memberikan suatu indikasi bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik yang ada tersebar secara acak, di atas dan dibawah angka 0 pada sumbuY. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari masalah heteroskedastisitas, sehingga model telah memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

c) Uji AtokorelasiBerdasarkan hasil pengolahan diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh adalah sebesar 1,536 berada diantara angka *dU* dan 4-*dU* (1,354< 1,1536< 2,646). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari adanya autokorelasi, sehingga model regresi telah memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

2) Analisis Jalur

Nilai *standardized coefficient* sebesar 392, 642 yang terdapat pada tabel merupakan nilai koefisien jalur X_1 (harga jual) dan X_2 (biaya produksi) terhadap Y (volume penjualan). Dengan memperhatikan tabel di atas, maka diperoleh persamaan jalur sebagai berikut :

$$Y = 0.392\ X_1 + 0.642 X_2 + e$$

Dari persamaan di atas dapat diartikan bahwa nilai koefisien jalur

X1 = 0.392 dengan P value = 0.000 lebih kecil dari 0.05 diartikan bahwa jalur ini signifikan.

X2 = 0.642 dengan P value = 0.000 lebih kecil dari 0.05 diartikan bahwa jalur ini signifikan.

$\sqrt{1-R^2} = \sqrt{1-0.592} = 0.408$

A) Pengujian Hubungan Harga Jual dengan Biaya Produksi

1) Uji Koefisien Korelasi

Nilai r yang sama yaitu 0.841 dengan arah positif. nilai r tersebut berarti bahwa hubungan antara variabel X_1dan X_2 searah. Artinya harga jual memiliki korelasi sedang dengan biaya produksi, dikatakan sedang karena nilai korelasi sebesar 0.592 berada pada interval 0,41-0,60 yang dapat dilihat pada tabel interpretasi. Arah positif menunjukan dimana ketika harga jual naik, akan menyebabkan biaya produksi naik. Hasil ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa perubahan harga jual merupakan pembebanan biaya atas dasar nilai jual masing-masing produk. Terdapat hubungan secara langsung antara biaya dan harga jual, dimana harga jual dari suatu produk lebih banyak ditentukan oleh biaya produksi (Bastian Bustami dan Nurlela, 2010: 178).

B) Pengaruh Harga Jual dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan

1) Uji Koefisien Korelasi Pearson

- Korelasi Parsial Harga Jual terhadap Volume Penjualan

  Nilai r yang samayaitu 0.772 dengan arah positif. nilai r tersebut berarti bahwa hubungan antara variabel X_1dan Y searah. Artinya harga jual memiliki hubungan yang kuat dengan volume penjualan, dikatakan kuat karena nilai korelasi sebesar 0.772 berada pada interval 0,61– 0,80 yang dapat dilihat pada tabel interpretasi. Arah positif menunjukan dimana ketika harga jual naik, akan menyebabkan volume penjualan naik. Hasil ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa perubahan harga jual pada umumnya mempengaruhi volume penjualan (Eko Widodo,2013: 85).
- Korelasi Parsial Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan

  Nilai r yaitu 0.874. Nilai r tersebut berarti bahwa hubungan antara variabel X_2 danY bersifat positif. Hubungan antara variabel X_2 (biaya produksi) dan Y (volume penjualan) dikatakan sangat kuat karena nilai 0.874 berada pada interval 0.81-1 yang dapat dilihat pada tabel interpretasi. Arah positif menunjukan bahwa ketika biaya produksi naik maka volume penjualan naik. Hasil ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan. Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak produksi yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula volume penjualan yang diterima. Meningkatnya biaya produksi diikuti penjualan meningkat, maka volume penjualan yang diperoleh akan mengalami peningkatan (Carter Wiliam K,2009:129).

2) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi, yaitu sebesar 0,844 ini berarti bahwa secara parsial harga jual (X_1), biaya produksi (X_2) mempengaruhi volume penjualan (Y) adalah sebesar 86,5% sedangkan sisanya sebesar13,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Dengan demikian dapat dikatakan tingkat harga jual harga jual dan biaya produksimempengaruhi volume penjualan.

3) Pengujian Hipotesis

a) Pengujian hipotesis secara simultan (Uji-F)

Nilai F hitung sebesar 33.379. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan a = 0,05, df1 = 2 dan df2=30, diketahui nilai F tabel sebesar 3.35. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F hitung (86.176) > F tabel (3.35), sehingga Ho ditolak dan Ha diterima, artinya F-hitung lebih besar daripada F-tabel yang artinya terdapat pengaruh signifikan

dari harga jual (X1) dan biaya produksi (X2) terhadap volume penjualan (Y).

b) Pengujian hipotesis secara parsial (Uji-t)

- Pengaruh Harga Jual terhadap Volume Penjualan
  Berdasarkan tabel di atas diperoleh t-hitung tersebut dibandingkan dengannilai t-tabel. T-tabel diperoleh dari tingkat kepercayaan dengan taraf nyata $\alpha = 0{,}05$, dimanadf = n-k-1 = 30-2-1 = 27. Maka t (0,05:27) = 2,052.
  Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui nilai t-hitungvariable harga jual 4.463 dengan nilai signifikan 0.000. Karena nilait-hitung4.463 lebih besar darit-tabel2.052 maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak Ho. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa harga jual memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan
- Pengaruh Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan
  Berdasarkan tabel di atas diperoleht-hitung tersebut dibandingkan dengan nilai t-tabel.t-tabeldiperoleh dari tingkat kepercayaan dengan taraf nyata $\alpha = 0{,}05$, dimana df = n-k-1 = 30-2-1 = 27. Maka t (0,05:27) = 2,052.
  Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui nilait-hitungvariabel biaya produksi 7.314 dengan nilai signifikan 0.000. Karena nilait-hitung 7.314 lebih besar dari t-tabel2.052 maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan Ho ditolak. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2014

Hasil penelitian menunjukan bahwa harga jual memiliki hubungan dengan volume penjualan sebesar 0.772 dengan arah positif dan termasuk dalam kategori kuat berada pada interval korelasi antara “0,61– 0,80” . Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dengan kata lain apabila harga jual naik, maka volume penjualan juga meningkat. Hal ini terjadi karena tingginya kebutuhan perusahaan yang bergerak di bidang *Properti dan Real Estate* terhadap semen sebagai bahan primer sehingga meskipun harga jual tinggi, permintaan terhadap semen tetap meningkat sehingga volume penjualan meningkat. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa permintaan terhadap bahan primer adalah permintaan tidak elastis sempurna, ini berarti bahwa perubahan harga tidak mempengaruhi jumlah yang diminta. (Sadono Sukirno, 2010: 35).

Harga jual memberikan pengaruh sebesar 30,3% terhadap volume penjualan sedangkan sisanya sebesar 69,7% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, saluran distribusi dan mutu juga memberikan pengaruh terhadap volume penjualan. Hasil ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa perubahan harga jual pada umumnya mempengaruhi volume penjualan (Eko Widodo,2013: 85).

Selanjutnya hasil pengujian hipotesis uji t yang diperoleh menunjukkan bahwa H_0 ditolak dikarenakan hasil uji t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel}.Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa harga jual memiliki pengaruh secara signifikan secara parsial terhadapvolume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).Hasil uji tersebut dapat digeneralisasikan/diberlakukan umum pada anggota populasi secara keseluruhan.Dengan adanya pengaruh yang signifikan antara harga jual terhadap volume penjualan mengindikasikan bahwa informasi yang diberikan perusahaan mengenai harga jual yang didapatnya digunakan investor sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian-penelitian sebelumnya seperti yang dikemukakan oleh Putu Agus Semara Jaya (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga jual terhadap volume penjualan. Pikir Wisnu Wijayanto (2009) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa harga jual memberikan pengeruh signifikan

terhadap volume penjualan.

4.2.2 Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2014

Hasil penelitian menunjukan bahwa biaya produksi memiliki hubungan sebesar 0.874 dengan arah positif dalam kategori hubungan yang sangat kuat berada pada interval korelasi "0.81-1".Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dengan kata lain saat biaya produksi mengingkat, maka volume penjualan juga meningkat. Hal ini terjadi karena saat volume produksi yang dihasilkan perusahaan lebih banyak maka biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk proses produksi meningkat. Semakin banyak produksi yang dihasilkan perusahaan maka semakin tinggi pula volume penjualan yang diterima. Sehingga semakin banyak biaya produksi yang dikeluarkan diikuti dengan penjualan meningkat maka volume penjualan yang diterima akan meningkat. Hasil ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan.Semakin banyak volume produksi yang dicapai maka semakin tinggi pula biaya produksi. Semakin banyak produksi yang dihasilkan, maka semakin tinggi pula volume penjualan yang diterima. Meningkatnya biaya produksi diikuti penjualan meningkat, maka volume penjualan yang diperoleh akan mengalami peningkatan (Carter Wiliam K,2008:129).

Biaya produksi memberikan pengaruh sebesar 56,2% terhadap volume penjualan sedangkan sisanya sebesar 44,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan koefisien determinasi ini menunjukan bahwa faktor lain seperti biaya distribusi dan biaya promosi (biaya periklanan) juga memberikan pengaruh terhadap volume penjualan.

Fenomena terjadi pada PT Semen Indonesia Tbk, penurunan volume penjualan diiringi dengan peningkatan biaya produksi pada tahun 2010. Komisaris Utama dari Semen Indonesia Tbk Aditya Sumanagara menyatakan penurunan volume penjualan disebabkan oleh krisis di kawasan Uni Eropa dan defisit anggaran Amerika Serikat mulai mempengaruhi tingkat pertumbuhan perekonomian nasional yang pada akhirnya mempengaruhi permintaan semen nasional.

Selanjutnya hasil pengujian hipotesis uji t yang diperoleh menunjukkan bahwa H_0 ditolak dikarenakan hasil uji t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan t_{tabel}.Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa biaya produksi memiliki pengaruh secara signifikan secara parsial terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).Hasil uji tersebut dapat digeneralisasikan/diberlakukan umum pada anggota populasi secara keseluruhan.Dengan adanya pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap volume penjualan mengindikasikan bahwa informasi yang diberikan perusahaan mengenai harga jual yang didapatnya digunakan investor sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk melakukan investasi.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian yang dikemukakan oleh Bertha Reka (2014), dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan dan positif biaya produksi terhadap volume penjualan.

4.2.3 Pengaruh Harga Jual dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2014

Hasil penelitian menunjukan bahwa harga jual dan biaya produksi memiliki pengaruh terhadap volume penjualan sebesar 0,865 dan termasuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat berada pada interval korelasi antara "0,81-1". Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa harga jual dan biaya produksi memiliki hubungan yang sangat kuat dengan volume penjualan

pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Harga jual dan biaya produksi memberikan pengaruh sebesar 86,5%. terhadap volume penjualan, sedangkan sisanya sebesar 13,5% dipengaruhi oleh faktor lain seperti biaya promosi, biaya distribusi dll.

Selanjutnya hasil pengujian uji F, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} berada di daerah penolakan Ho (F_{hitung} (86.178) > F_{tabel} (3,35) sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak Ho dan menerima Ha, artinya secara simultan harga jual dan biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen.

Hasil penelitian menunjukan bahwa harga jual dan biaya produksi memiliki hubungan yang sangat erat dengan volume penjualan karena untuk menghasilkan volume penjualan yang sesuai dengan harapan, perusahaan harus menentukan harga jual berdasarkan biaya produksi yang dikeluarkan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1) Harga Jual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen periode 2005-2014. Hal ini berarti bahwa apabila harga jual naik maka volume penjualanpun naik dan sebaliknya.
2) Biaya Produksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen periode 2005-2014. Hal ini berarti bahwa apabila biaya produksi naik maka volume penjualan pun naik dan sebaliknya.
3) Harga Jual dan Biaya Produksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen periode 2005-2014 artinya harga jual dan biaya produksi memiliki hubungan yang erat dengan volume penjualan. Hal tersebut menunjukan bahwa harga jual dan biaya produksi memberikan pengaruh lebih banyak terhadap volume penjualan, sedangkan sisanya merupakan besarnya pengaruh yang diberikan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Operasional

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan masukan kepada emiten dan investor sebagai berikut:

1) Agarharga jual dalam menentukan volume penjualan yang maksimal pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2014, maka sebaiknya perusahaan tersebut perlu terus memperhatikan aspek harga jual dan untuk melihat aspek tersebut bisa di lihat dari laporan keuangan intern perusahaan. Penentuan harga jual harus sangat diperhatikan karena dengan variabel harga jual tersebut akan mempengaruhi perolehan volume penjualan serta harga jual merupakan salah satu indikator dalam pemilihan produk bagi konsumen. Penentuan harga jual yang tepat dapat menekan tingginya biaya bahan baku sebagai komponen utama dalam proses produksi. Manajemen perusahaan dapat menjadikan harga jual sebagai dasar dalam meningkatkan volume penjualan. Perusahaan dapat membuat kemasan produk menjadi lebih menarik, melakukan promosi dan memberikan potongan harga (diskon) untuk setiap produk sebagai salah satu cara dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan.
2) Agar biaya produksi dalammenentukan volume penjualan yang maksimal pada perusahaanmanufaktur manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2014, maka sebaiknya perusahaan terusmemperhatikan aspek pengeluaran dalam biaya produksi. Perusahaan harus tetap memperhatikan serta mempertimbangkan pengalokasian dana ke dalam biaya bahan baku seperti pembelian

bahan baku yang berkualitas baik sehingga produk yang dihasilkan juga berkualitas baik, biaya tenaga kerja langsung seperti memilih pekerja yang produktif dan biaya overhead pabrik sebagai komponen dari biaya produksi. Semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan maka kualitas produk yang dihasilkan akan semakin baik namun hal tersebut harus berbanding lurus dengan adanya peningkatan dalam volume penjualan.

3) Agar dalam menentukan volume penjualanyang maksimal pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2014, maka sebaiknya perusahaan harus meningkatkan kemampuannya untuk meningkatkan penjualan karena dengan penjualan yang tinggi perusahaan akan mendapatkan pendapatan yang optimal, peningkatan penjualan bisa dilakukan dengan strategi pemasaran dan penjualan produk, salah satunya dengan kegiatan promosi baik melalui media cetak maupun elektonik sehingga konsumen mengetahui tentang produk dan tertarik untuk membelinya. Semakin banyak perusahaan menjual maka semakin besar volume penjualan perusahaan yang diperoleh. Semakin besar volume penjualan perusahaan maka semakin besar pula laba yang diperoleh perusahaan. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen.

5.2.2 Saran Akademik

1) Bagi Pengembang Ilmu
   Disarankan pada penelitian berikutnya untuk melakukan penelitian yang sama, dengan metode yang sama tetapi unit analisis dan sampel yang berbeda agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori dan konsep diterima secara umum.
2) Bagi Peneliti Lain
   Diharapkan agar para peneliti lain dapat lebih memberikan bukti empiris dari konsep yang telah dikaji bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh harga jual dan biaya produksi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Halim dan Bambang. 2005. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: BPEE.

Adrianus Widya Kristianto. 2013. *Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan Mie Instan Goreng Pada Minimarket Indomart Manisrejo Di Kota Madiun.* EQUILIBRIUM Volume 1 Nomor 2 Juli 2013

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi.* Jakarta: Rineka Cipta

Basu Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Surabaya: Liberty

Bertha Reka. 2014. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Dengan Harga Jual sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Gajah Semarang*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Semarang Vol. 3 Februari ISSN: 2337-7003.

Bustami Bastian dan Nurlela. 2010. *Akuntansi Biaya Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: GrahaIlmu.

Carter, William K dan Milton F.Usry. 2004. *Cost Accounting.* Terjemahan Krista. 2008*Akuntansi Biaya. Edisi Keempat Belas, Buku Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.

Darmestha dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Liberty.

Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran.* Bandung: Sarana Turtorial Nurani Sejahtera.

Dewa Putu Agus, I Ketut Kirya, Nyoman Yulianthini. 2015. *Pengaruh Jenis Produk, Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan.* E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen Volume 3 Tahun 2015.

Djahotman Purba dan Dermawan Sjahrial. 2012. *Akuntansi Manajemen, Edisi I*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriana. 2010. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.

Frendy O. Mokalu dan Altje Tumbel. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Roti Jordan CV.Minahasa Mantap Perkasa.* Jurnal EMBA Vol.3 No.1 Maret Hal 254-256 ISSN: 2303-1174.

Gema Satria. 2014. *Pengaruh Harga, Biaya Promosi Dan Biaya Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Hino Dump Truck Pada PT.Gita Riau Makmur Pekanbaru*. Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Ekonomi Vol.1 No.1 Oktober.

Galih Kusnawan dan Purwohadi Wijoyo. 2008. *Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Efektifitas Volume Penjualan Sayuran Hidroponik.* AGRISE Volume VIII No.2 Bula Mei 2008 ISSN: 1412-1425.

Hj. Sudarwati, SE.,MM. 2012. *Pengaruh Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Olie Mesran.* Jurnal Paradigma Vol. 10 No. 01 Februari-Juli.

Husein Umar. 2005. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.

Jonathan Sarwono, 2012. *PATH ANALYSIS Teori, Aplikasi, Prosedur Analisis untuk Riset Sripsi, Tesis dan Disertasi (Menggunakan SPSS)*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Kristianto. 2011. *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: Buku Seru.

Lo, Eko Widodo. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

M. Fuad dkk. 2000. *Pengantar bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia.

Mahmud Machfoedz. 2007. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Andi Offset.

Melvin Pristyo. 2013. *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Eka Jaya Di Surabaya.* E-Jurnal Kewirausahaan Volume 1 Nomor 1 Oktober 2013 E-ISSN 2339-1804.

Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya. Edisi ke-5.* Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya. Edisi ke-5 Cetakan Kesembilan*. Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya. Edisi ke-5*. Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Mulyadi. 2010. *Sistem Akuntansi. Edisi Ketiga Cetakan Keempat*. Jakarta: Salemba Empat.

Ony Widilestariningtyas, Sri Dewi Anggadini dan Dony Waluya Firdaus. 2012. *Akuntansi Biaya. Edisi pertama.* Yogyakata: Graha Ilmu.

Putu Agus Semara Jaya. 2015. *Pengaruh Biaya Promosi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa Pada Putra Mas Di Desa Bulian Tahun 2010-2014.* Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Volume 5 Nomor 1.

Pikir Wisnu Wijayanto. 2009. Pengaruh Harga Jual, Promosi Dan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PP. Setia Kawan Di Purwokerto. Jurnal Pro Bisnis Vol. 2 No.1 Februari 2009.

R.A Supriono, S.U.,Ak. 2011, *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok Edisi 2,* Cetakan Kelima Belas. Yogyakarta: BPPE.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Efektif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Reni Nuraeni. 2008. *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Pada PD . Setiadi Jaya Rubber.* Skripsi Universitas Komputer Indonesia.

Saladin, Djasim. 2010. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik.* Bandung: Linda Karya.

Sjaffi. 2005. *Pengaruh Efisiensi Biaya Produksi, Kegagalan Eksternal dan Kegagalan Internal Terhadap Volume Penjualan PT. Prima Alloy Steel di Sidoarjo.* Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Bisnis Volume 6 Nomor 1 April 2008.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekata Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Suriyono. 2010. *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Pada PT Idaman Mega Indah.* Skripsi. Universitas Singaperbangsa Karawang.

Syarif Imam Hidayat. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Olahan Kentang "French Fried".* J-SEP Vol.2 No.1 Maret 2008.

Rangkuti, Freddy. 2010. *Measuring Costumer Satification : Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Granedia Pustaka Utama.

Tjiptono Darmadji. 2006. *60 Cara Cerdas Mengelola dan Mengembangkan Perusahaan.* Jakarta: Elex Media Komputindo.

Tony Wijaya. 2013. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Umi Narimawati. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah:Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir*. Jakarta: Penerbit Genesis.

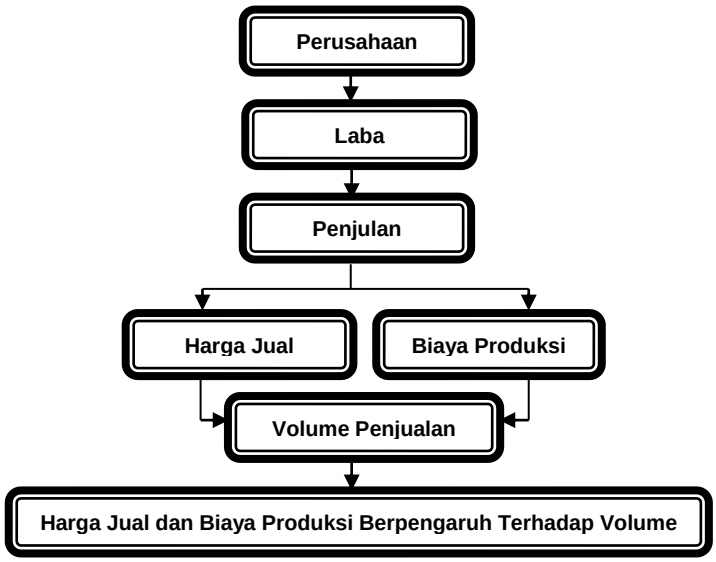
Winardi. 2010. *Kepemimpinan dan Manajemen.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Winny Gayatri. 2013. *Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada PT. Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Utara.* Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal.1817-1823 ISSN 2303-1174.

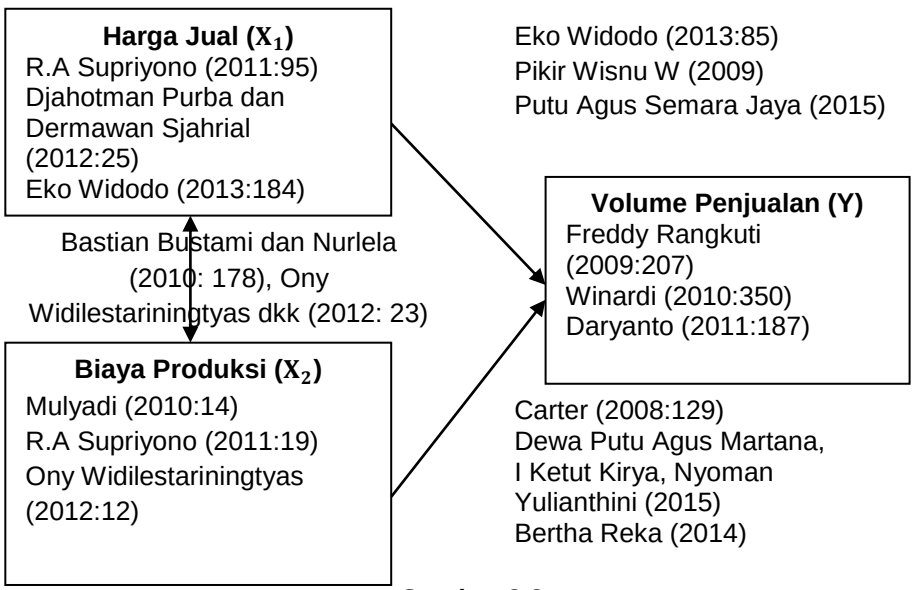
Y. Puspaningrum. 2006. *Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Harga Jual Kacang Atom Pada Perusahaan Gajah Semarang*. Skripsi Universitas Negeri Semarang Fakultas Ekonomi.

http://www.bps.go.id
http://www.bisnis.com

LAMPIRAN



Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2

Paradigma penelitian

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Definisi	Indikator	Skala
Harga Jual (X_1)	Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. (R.A. Supriyono, 2011:95)	Harga Jual = seluruh biaya yang dikeluarkan + keuntungan yang wajar (R.A. Supriyono, 2011:318)	Rasio
Biaya Produksi (X_2)	Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. (Ony Widilestariningtyas, 2012:12)	Biaya Produksi = Biaya Bahan Baku + Biaya Tenaga Kerja Langsung + Biaya Overhead Pabrik (Ony Widilestariningtyas, 2012:24)	Rasio
Volume Penjualan (Y)	Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. (Daryanto, 2011:187)	Volume Penjualan = Jumlah barang atau jasa yang terjual (Daryanto, 2011:187)	Rasio

Tabel 3.2
Daftar Perusahaan yang Dijadikan Populasi

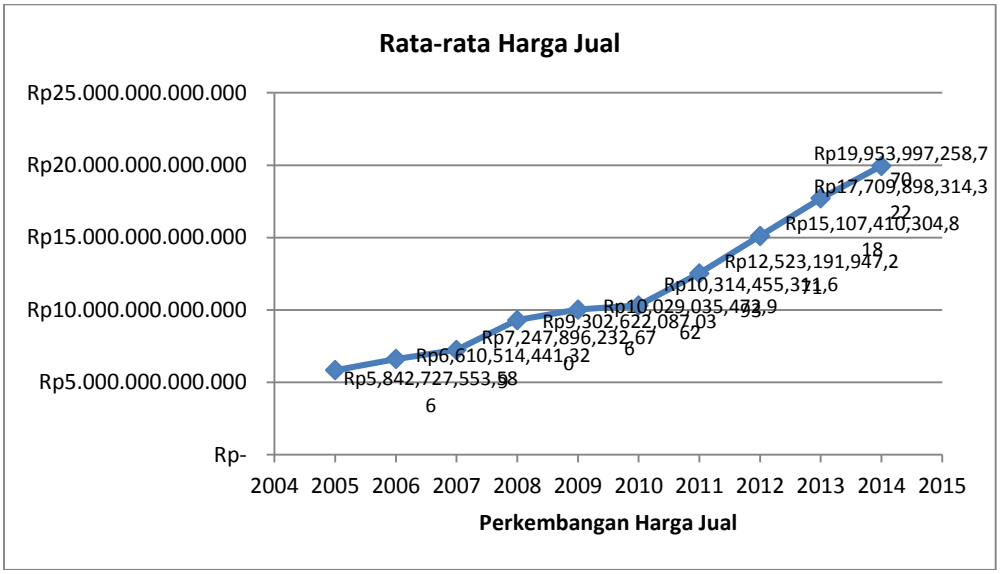
No	Kode Saham	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
1	INTP	PT Indocement Tunggal Prakasa Tbk	5 Desember 1989
2	SMBR	PT Semen Baturaja Tbk	28 Juni 2013
3	SMBC	PT Holcim Indonesia Tbk	10 Agustus 1997
4	SMGR	PT Semen Indonesia Tbk	8 Juli 1991
5	WTON	PT Wijaya Karya Beton Tbk	8 April 2014

Sumber : sahamoke.com 2016

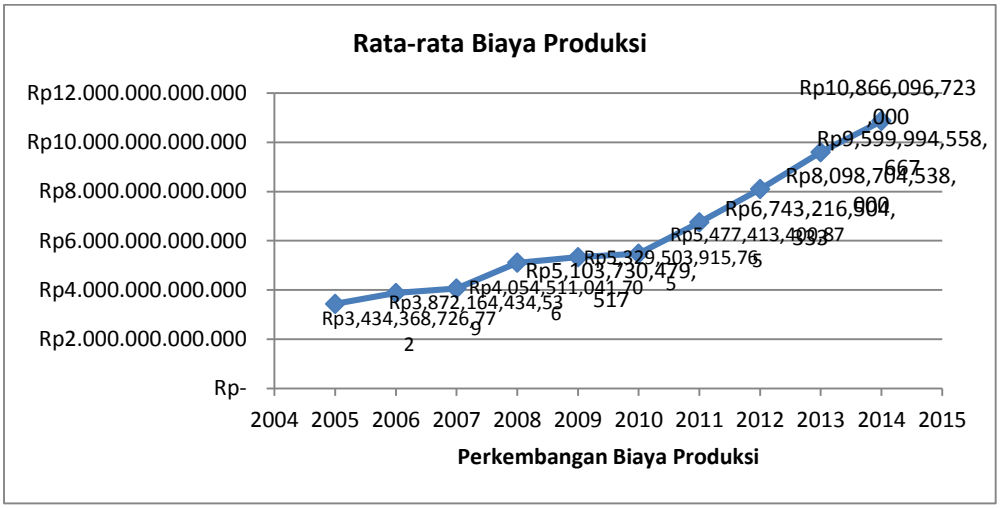
Tabel 3.4
Daftar Perusahaan yang Dijadikan Sampel

No.	Nama Perusahan	Pertimbangan			Sampel
		1	2	3	
1	PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk	✔	✔	✔	1
2	PT Semen Baturaja Tbk	✔	-	-	-
3	PT Holcim Indonesia Tbk	✔	✔	✔	2
4	PT Semen Indonesia Tbk	✔	✔	✔	3

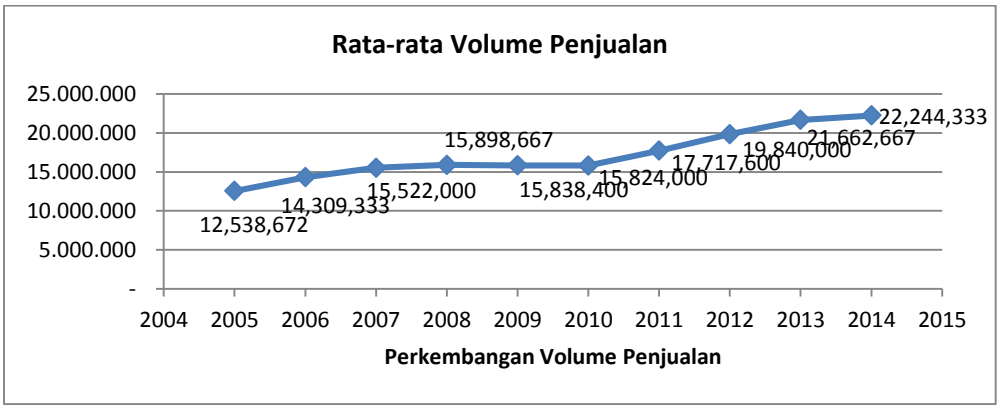
5	PT Wijaya Karya Beton Tbk	✔	-	-	-



Gambar 4.1
Grafik Perkembangan Rata-Rata Harga Jual Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2014

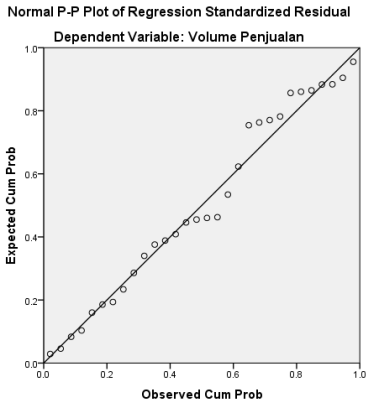


Gambar 4.2
Grafik Perkembangan Rata-Rata Biaya Produksi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2014



Gambar 4.3

Grafik Perkembangan Rata-Rata Volume Penjualan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Sub Sektor Semen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2005-2014



Gambar 4.5

Grafik *Normal Probability Plots*

Tabel 4.11
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

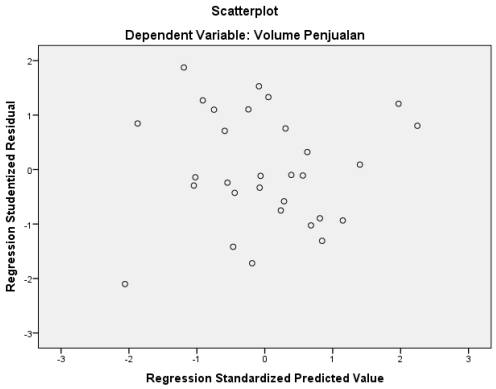
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.08312510
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.105
	Negative	-.129
Test Statistic		.129
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



Gambar 4.6
Gambar *Scatterplot*

Tabel 4.12
Uji Autokorelasi
Model Summary[b]

Model	Durbin-Watson
1	1.536

a. Predictors: (Constant), lag_x2, Harga Jual
b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Tabel 4.10
Hasil Koefisien Jalur
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.986	1.4041		2.870	.008
	Harga Jual	.164	.037	.392	4.463	.000
	Biaya Produksi	.297	.041	.642	7.314	.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Correlations[b]

		Harga Jual	Biaya Produksi	Volume Penjualan
Harga Jual	Pearson Correlation	1	.592**	.772**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
Biaya Produksi	Pearson Correlation	.592**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
Volume Penjualan	Pearson Correlation	.772**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
b. Listwise N=30

Tabel 4.13
Korelasi antara Harga Jual dengan Biaya Produksi

Correlations[b]

		Harga Jual	Biaya Produksi
Harga Jual	Pearson Correlation	1	.592**
	Sig. (2-tailed)		.001
Biaya Produksi	Pearson Correlation	.592**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
b. Listwise N=30

Tabel 4.14
Korelasi secara parsial antara Harga Jual dan Volume Penjualan

Correlations[b]

		Harga Jual	Volume Penjualan
Harga Jual	Pearson Correlation	1	.772**
	Sig. (2-tailed)		.000
Volume Penjualan	Pearson Correlation	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
b. Listwise N=30

Tabel 4.15
Korelasi secara parsial antara Biaya Produksi dan Volume Penjualan

Correlations[b]

		Biaya Produksi	Volume Penjualan
Biaya Produksi	Pearson Correlation	1	.874**
	Sig. (2-tailed)		.000
Volume Penjualan	Pearson Correlation	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
b. Listwise N=30

Tabel 4.16
Uji Koefisien Determinasi Harga Jual dan Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.930[a]	.865	.855	.0861488

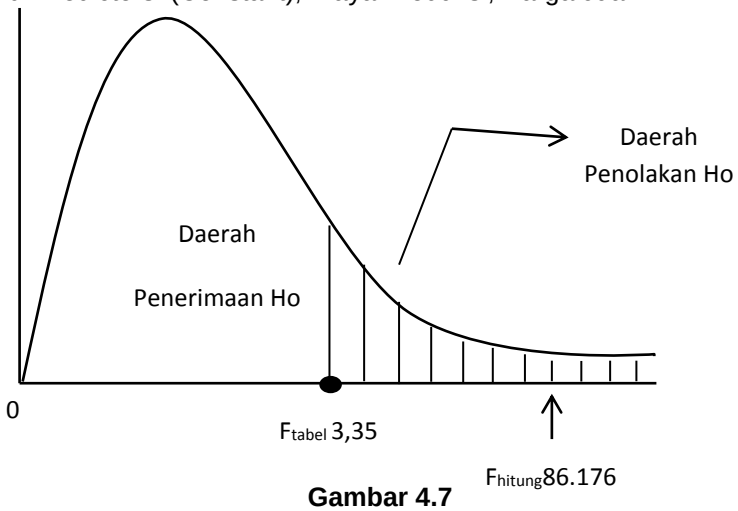
a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi, Harga Jual
b. Dependent Variable: Volume Penjualan

Tabel 4.18
Pengujian Hipotesis secara simultan Harga Jual dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.279	2	.640	86.178	.000[b]
	Residual	.200	27	.007		
	Total	1.480	29			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan
b. Predictors: (Constant), Biaya Produksi, Harga Jual



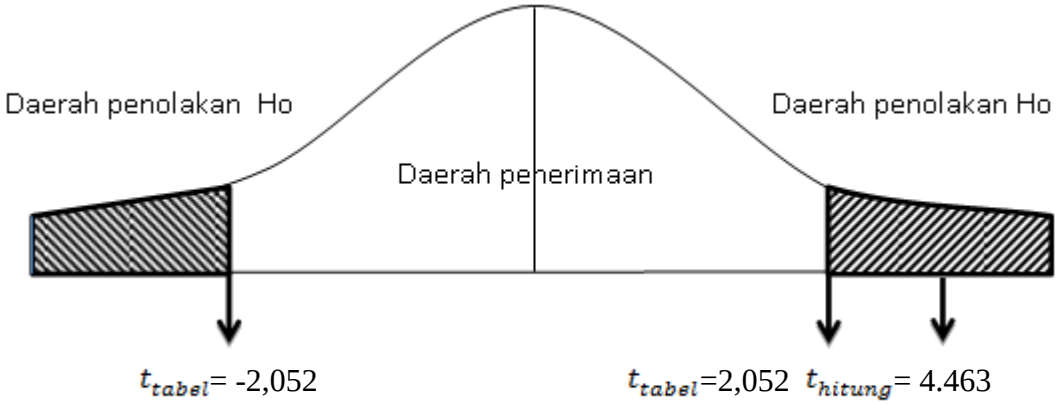
Gambar 4.7
Daerah penerimaan dan penolakan Ho antara Harga Jual dan Biaya Produksi terhadap Volume Penjualan

Tabel 4.19
Pengujian Hipotesis secara parsial (Uji-t) antara Harga Jual terhadap Volume Penjualan

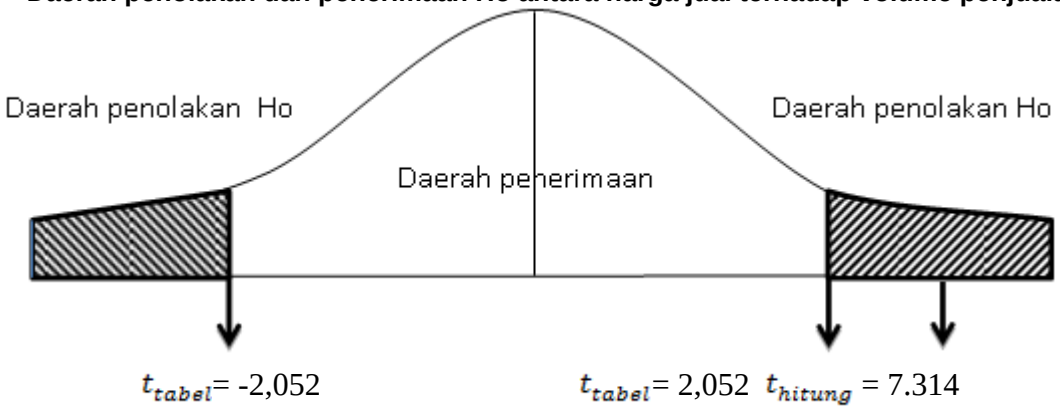
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.986	1.401		2.870	.008
	Harga Jual	.164	.037	.392	4.463	.000
	Biaya Produksi	.297	.041	.642	7.314	.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan



Gambar 4.8
Daerah penolakan dan penerimaan Ho antara harga jual terhadap volume penjualan



Gambar 4.9
Daerah penolakan dan penerimaan Ho antara biaya produksi terhadap volume penjualan