

Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran dan Gaji Karyawan Terhadap Hasil Penjualan

Marisa Sutanty*, Elly Karmeli, Suprianto, Novi Kadewi Sumbawati, Esty Dwi Ariyani
Universitas Samawa/Ekonomi Pembangunan, Sumbawa Besar, Indonesia

*Penulis Korespondensi : marishasutanty@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh biaya produksi, biaya pemasaran dan gaji karyawan terhadap hasil penjualan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif untuk melihat pengaruh variabel bebas, yaitu biaya produksi (X1), biaya pemasaran (X2) dan gaji karyawan (X3) terhadap variabel terikat, yaitu hasil penjualan (Y). Penelitian dilakukan pada usaha catering Madurasa Kelurahan Samapuin Tahun 2016-2019. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan selama empat tahun anggaran, yaitu tahun 2016-2019 yang diperoleh langsung dari catering Madurasa Kelurahan Samapuin. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik uji statistik t, f dan determinasi. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel biaya produksi (X1), biaya pemasaran (X2) dan gaji karyawan (X3) berpengaruh terhadap hasil penjualan, baik secara parsial maupun simultan. Nilai t_{hitung} variabel biaya produksi (X1) adalah 2.380 lebih besar dari t_{tabel} 2,015, Nilai t_{hitung} variabel biaya pemasaran (X2) adalah 4.324 lebih besar dari t_{tabel} 2,015 dan Nilai t_{hitung} variabel gaji karyawan (X3) adalah 6.761 lebih besar dari t_{tabel} 2,015. Sedangkan nilai determinasi (R^2) sebesar 0.987 yang menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi pavariabel hasil penjualan adalah sebesar 98,7% sedangkan sisanya sebesar 1,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Kata Kunci: Biaya produksi, biaya pemasaran, gaji karyawan, hasil penjualan.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan dan minuman yang pesat dapat dilihat dari banyaknya pemanfaatan industri tersebut dalam penyediaan makanan dan minuman jadi (Kotler dkk, 2009). Salah satu usaha penyediaan makanan dan minuman jadi adalah usaha jasa boga atau yang lebih dikenal dengan istilah catering. Jasa catering mencakup usaha penjualan makanan jadi (siap konsumsi) yang terselenggara melalui pesanan-pesanan untuk berbagai kebutuhan pelanggan, misalnya perayaan pesta, seminar, rapat dan lainnya dimana biasanya makanan jadi yang dipesan diantar ke tempat tujuan (Zaini, 2013).

Bisnis ini banyak diminati oleh masyarakat karena dianggap memiliki tingkat pengembalian modal yang relatif cepat dan dapat memenuhi kebutuhan primer masyarakat (Mukodim, 2007). Hal ini terlihat dari semakin banyaknya jumlah usaha catering yang berhasil dan berkembang, baik untuk catering lokal maupun catering internasional. Industri makanan merupakan industri yang paling prospektif di Indonesia maupun di dunia, karena suatu sifatnya yang ada kaitannya dengan urusan perut, maaka industri makanan menjadi salah satu sektor yang takkan lekang dimakan waktu. Pesatnya industri kecil catering tersebut, belakangan terus menggairahkan minat pengusaha untuk menggarap bisnis makanan (Hasibuan, 2013). Bukan hanya restoran dan cafe yang banyak bermunculan. Namun, bisnis rumahan seperti bisnis catering yang saat ini banyak bermunculan pun kini gencar bersaing di pasaran (Carter dkk, 2016).

Madurasa Catering adalah salah satu usaha dagang yang bergerak dibidang usaha jasa boga (catering/katering). Madurasa Catering pertama kali didirikan tanggal 06 desember 2012, oleh M. Nurdin. Berdasarkan SKU 510/11.96/III/2014, usaha ini terdaftar sebagai perusahaan dagang kecil dengan jenis kegiatan usaha jasa boga. Pada awal berdirinya Madurasa Catering bermula dari hobi sang pemilik yang gemar memasak dan mencoba berbagai resep-resep masakan. Pada akhirnya sang pemilikpun melihat peluang usaha dari hobinya tersebut.

Madurasa Catering berada di Kelurahan Samapuin Kecamatan Sumbawa. Di wilayah Sumbawa sendiri terdapat usaha-usaha jasa boga lain yang merupakan kompetitor sehingga secara tidak langsung mengurangi market share bagi Madurasa Catering. Dengan adanya tingkat persaingan yang sedemikian ketat maka Madurasa Catering mengeluarkan berbagai strategi untuk mengantisipasi pesaing baru

ataupun pesaing lama. Strategi yang dikeluarkan akan berorientasi pada penjualan Madurasa Catering. Terkait dengan strategi dalam memperoleh pelanggan terdapat beberapa hal yang menjadi nilai lebih bagi Madurasa Catering di mata konsumen yakni rasa dan variasi menu, penataan dekorasi, kecukupan makanan yang tersaji dan pelayanan, beberapa hal inilah yang di duga membuat konsumen loyal dan melakukan pembelian berulang pada Madurasa Catering.

Begitu banyak hal yang patut menjadi pertimbangan dalam menjalankan usaha, terlebih menyangkut harga yang umumnya merupakan suatu hal yang sensitif dalam pemasaran produk/jasa. Dalam hal ini perlu adanya pertimbangan serius agar kepentingan usaha akan profit yang diharapkan merupakan hal memerlukan pemikiran khusus dalam menentukannya. Perasaan konsumen yang merasa puas nantinya akan menguntungkan perusahaan dengan peningkatan penjualan, karena konsumen yang merasa puas secara tidak langsung akan menjadi tempat promosi yang baik terhadap perkembangan usaha.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, dan Gaji Karyawan terhadap Hasil Penjualan.** Sehingga dengan adanya penelitian ini akan menambah wawasan tentang Biaya produksi, Biaya Pemasaran dan gaji Karyawan terhadap hasil penjualan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, mengkaji dan menganalisis pengaruh biaya produksi, biaya pemasaran dan gaji karyawan terhadap hasil penjualan pada usaha catering Madurasa di Kelurahan Samapu Kecamatan Sumbawa tahun 2016-2019. Data dalam penelitian ini bersumber dari data skunder berupa laporan keuangan tahun 2016-2019, diperoleh dari Madurasa catering yang diambil sebagai sampel dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dari beberapa dokumen resmi. Metode dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi dan mempelajari laporan keuangan tahunan (annual report) dan digunakan sebagai landasan untuk memperoleh berbagai informasi atau teori yang digunakan dalam penelitian sehingga hasil yang diperoleh akan bersifat ilmiah.

Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu biaya produksi (X_1), biaya pemasaran (X_2), dan gaji karyawan (X_3). Variabel terikat yaitu hasil penjualan (Y). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik t dan koefisien determinasi (R^2). Pengujian t statistik dilakukan untuk menguji pengaruh langsung variabel bebas, yaitu biaya produksi, biaya pemasaran, dan gaji karyawan terhadap variabel terikat, yaitu hasil penjualan. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} terhadap t_{tabel} , jika t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} maka variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Uji f dilakukan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Pengujian koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel bebas dalam menerangkan varian perubahan variabel terikat. Semakin mendekati 1 (satu) maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat. Demikian sebaliknya.

HASIL

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel biaya produksi (X1), biaya pemasaran (X2) dan gaji karyawan (X3) berpengaruh terhadap hasil penjualan, baik secara parsial maupun simultan. Nilai t_{hitung} variabel biaya produksi (X1) adalah 2.380 lebih besar dari t_{tabel} 2,015, Nilai t_{hitung} variabel biaya pemasaran (X2) adalah 4.324 lebih besar dari t_{tabel} 2,015 dan Nilai t_{hitung} variabel gaji karyawan (X3) adalah 6.761 lebih besar dari t_{tabel} 2,015. Sedangkan nilai determinasi (R^2) sebesar 0.987 yang menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi pada variabel hasil penjualan adalah sebesar 98,7% sedangkan sisanya sebesar 1,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis data diketahui bahwa variabel biaya produksi (X1) mempunyai nilai t hitung sebesar 2.380 dengan nilai signifikan 0.024 dan t tabel sebesar 2.015, maka nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi biaya produksi (X1) berpengaruh terhadap hasil penjualan (Y). Meskipun biaya produksi berpengaruh terhadap hasil penjualan namun tidak signifikan, ini disebabkan setiap memproduksi biaya yang dikeluarkan tidak selalu sama besarnya, dikarenakan adanya bahan-bahan produksi yang tidak habis pakai sehingga dapat digunakan kembali. Hasil penelitian didapatkan adanya pengaruh yang signifikan dari biaya pemasaran (X2) terhadap hasil penjualan (Y) Madurasa Catering, dapat dilihat dari hasil perhitungan SPSS yaitu nilai t hitung sebesar 4.324 dan t tabel sebesar 2.015 yang berarti nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yang berarti pula H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya semakin tinggi biaya pemasaran (X2) semakin meningkatkan hasil penjualan (Y) (Ghozali, 2016). Hal ini dapat dijelaskan bahwa biaya pemasaran meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk tunai. Semakin banyak kegiatan pemasaran yang dilakukan, maka semakin meningkatkan pesanan jasa boga Madurasa Catering sehingga hal ini berdampak pada hasil penjualan yang semakin meningkat.

Hasil penelitian didapatkan bahwa gaji karyawan (X3) berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan (Y). Dilihat dari hasil perhitungan SPSS yaitu nilai t hitung sebesar 6.761 dan nilai t tabel sebesar 2.015 yang berarti nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yang berarti pula H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya semakin meningkat gaji karyawan (X3) semakin meningkatkan hasil penjualan (Y) Madurasa Catering. Hal ini dapat dijelaskan bahwa gaji adalah bentuk pembayaran yang diberikan kepada karyawan dan muncul dari pekerjaan mereka, dengan kata lain dapat dikatakan bahwa gaji karyawan adalah biaya ganti rugi atas jasa dan tenaga yang telah dikeluarkan atau dikorbankan oleh karyawan dalam memenuhi pesanan jasa boga Madurasa Catering. Semakin banyak jumlah pesanan yang terpenuhi sebagai dampak dari meningkatnya pemesanan jasa boga Madurasa Catering (hasil penjualan meningkat), semakin banyak pula biaya tenaga kerja untuk gaji, karena karyawan melakukan kerja yang lebih banyak, sehingga dapat dikatakan gaji karyawan berpengaruh meningkatkan hasil penjualan.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel biaya produksi (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap hasil penjualan (Y) Madurasa Catering. Dengan melihat nilai koefisien t -hitung Biaya Produksi didapat sebesar 2.380 dibandingkan dengan nilai t -tabel sebesar 2.015 maka nilai t_{hitung} tersebut lebih besar dari pada t_{tabel} ($2.380 > 2.015$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Variabel biaya pemasaran (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap hasil penjualan (Y) Madurasa Catering. Peningkatan biaya pemasaran dapat berdampak pada peningkatan atau pertambahan hasil penjualan yang akan diperoleh Madurasa Catering. Dengan melihat hasil perhitungan data dengan SPSS diperoleh t_{hitung} untuk variabel biaya pemasaran sebesar 4.324. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2.015. Apabila t_{hitung} sebesar 4.324 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 2.015, maka nilai t_{hitung} tersebut lebih besar dari pada t_{tabel} yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak.

3. Variabel gaji karyawan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap hasil penjualan (Y) Madurasa Catering. Dengan melihat hasil perhitungan data dengan SPSS diperoleh t_{hitung} untuk variabel gaji karyawan sebesar 6.761. Sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2.015. Apabila t_{hitung} sebesar 6.761 dibandingkan dengan nilai t_{tabel} sebesar 2.015, maka nilai t_{hitung} tersebut lebih besar dari pada t_{tabel} yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Variabel biaya produksi (X1), biaya pemasaran (X2) dan gaji karyawan (X3) memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap hasil penjualan (Y) Madurasa Catering. Ini dapat diketahui dari nilai F_{hitung} sebesar 784.442 dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan jika dibandingkan dengan F_{tabel} ditentukan berdasarkan tabel dengan tingkat signifikan 5% dan $df_1 = (n-k) = 44$ serta $df_2 = (k-1) = 3$. Sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2.816466 karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($784.442 > 2.816466$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Carter, Willian K, dan Milton F. Usry. 2016. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Mukodim, Didin. 2007. *Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Penjualan pada PT. Indofood Suses makmur*, Tbk. Jurnal Ekonomi
- Zaini, ahmad Baihakki. 2013. *Analisis Pengaruh Citra Merk Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembeli*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah