

## PENGARUH BIAYA PRODUKSI DAN BIAYA PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PADA CLASSIE RESTO DI KOTA

Febransyah<sup>1)</sup>, Anggraini Ewa<sup>2)</sup>,

<sup>1)</sup> Dosen Jurusan Akuntansi, Universita Tridianti Palembang

<sup>2)</sup> Alumni Jurusan Akuntansi, Universita Tridianti Palembang

<sup>1)</sup>Email : febransyah@univ-tridianti.ac.id

### INFORMASI ARTIKEL

Submitted:  
06/07/2020

Revised:  
25/11/2020

Accepted:  
27/12/2020

Print-Published:  
31/12/2020

### ABSTRAK

Penelitian ini pada dasarnya membahas pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap penjualan perusahaan sehingga menghasilkan informasi yang dapat diandalkan dalam hal ini pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran. Tempat penelitian dalam penelitian ini adalah Classie Resto Palembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan pemasaran terhadap hasil penjualan Classie Resto di Kota Palembang.

Sampel penelitian adalah Laporan Keuangan Perseroan tahun 2016-2018. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS ver.23. Pengujian hipotesis yang digunakan meliputi uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

Hasil pengujian hipotesis (H1) yang menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan yang diterima. Hal ini terlihat dari hasil keluaran SPSS yang menunjukkan nilai t hitung variabel X1 sebesar 2,864 lebih besar dari t tabel yaitu 2,02809. Hasil pengujian hipotesis (H2) menunjukkan bahwa biaya pemasaran berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan yang diterima. Hal ini terlihat dari hasil keluaran SPSS yang menunjukkan nilai t sebesar 2,499 lebih besar dari t tabel yaitu 2,02809.

Katakunci: Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, Hasil Penjualan

### ABSTRACT

This research basically discusses the effect of production costs and marketing costs on company sales in order to produce reliable information, in this case, the effect of production costs and marketing costs. The place of research in this is Classie Resto Palembang. The purpose of this study was to determine the effect of production and marketing costs on the sales results of Classie Resto in Palembang City.

The research sample is the Company's Financial Statements in 2016-2018. Hypothesis testing uses multiple linear regression analysis with the help of the SPSS ver.23 program. Hypothesis testing used includes partial test (t test), simultaneous test (F test), and test the coefficient of determination (R<sup>2</sup>).

The results of hypothesis testing (H1) which states that production costs have a significant effect on sales results received. This can be seen from the results of the SPSS output which shows the t count of the X1 variable is 2.864, which is greater than the t table, which is 2.02809. The results of hypothesis testing (H2) indicate that the marketing costs are significant to the sales results received. This can be seen from the results of the SPSS output which shows the t value of 2.499 is greater than the t table, which is 2.02809

**Keywords:** Production Costs, Marketing Costs, Sales Results

## 1. PENDAHULUAN

Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran

informasi dan kepentingan (Kotler 2006:457). Pertukaran kepentingan ini menjadi dasar adanya saling membutuhkan dan saling melengkapi, seorang penjual akan menjadi tidak berguna apabila tidak

ada konsumen yang membeli produk yang telah dihasilkan, begitu juga sebaliknya seorang konsumen tidak akan berdaya dengan segala potensi yang dimilikinya apabila tidak ada barang yang dapat dimanfaatkan hasilnya. Hotel Classie merupakan salah satu hotel berbintang satu di Palembang. Hotel yang terletak dikawasan Rajawali tersebut merupakan salah satu hotel yang menyediakan fasilitas-fasilitas elektronik seperti televisi di masing-masing kamarnya, dan terdapat restoran. *Accounting Department Hotel Classie*, biasanya berperan dalam mengkoordinasikan data operasional pada seluruh departemen yang ada di hotel, karena bagian akuntansi yang menyimpan data dan statistik operasional hotel tahun sebelumnya dan tahun berjalan. Bagian ini juga bertanggung jawab untuk tetap memperbaharui data dan statistik operasional hotel. Salah satu data statistik yang dihasilkan oleh *departemen accounting* adalah laporan laba/rugi yang di dalamnya terdapat informasi yang relevan mengenai pendapatan, biaya dan laba periode tahun sebelumnya. Setiap departemen hotel, yaitu departemen yang menghasilkan penjualan dan departemen yang tidak menghasilkan penjualan, membuat laporan disetiap akhir periode. Departemen kamar akan melaporkan aktivitasnya setiap periode. Laporan aktivitas setiap manajemen ini (penjualan dan biaya-biaya departemental yang diserap untuk periode tertentu) pada laporan keuangan merupakan lampiran laporan keuangan hotel.

Dengan seringkali mengalami kenaikan ataupun penurunan harga jual bahan baku atau bahan produksi yang secara langsung akan berimbas pada kenaikan biaya-biaya produksi pada Classie Resto. Ditambah dengan bermunculannya resto-resto di kota Palembang mengakibatkan tingkat persaingan yang sangat ketat. Classie Resto mengeluarkan berbagai strategi untuk mengantisipasi pesaing baru atau pesaing lama. Beberapa strategi dari Classie Resto yang memiliki nilai lebih bagi para konsumen dengan memiliki banyak variasi makanan maupun

minuman dan juga mendekor resto agar terlihat menarik bagi konsumen baru ditambah dengan pelayanan yang baik dari para karyawan yang membuat para pembeli berulang kembali ke Classie Resto. Banyak hal yang harus menjadi bahan pertimbangan dalam menjalankan usaha, terutama meyangkut persoalan harga yang pada umumnya merupakan suatu hal yang *sensitive* dalam pemasaran produk/jasa. Biaya-biaya yang dibebankan meliputi juga biaya produksi dan biaya pemasaran berdampak dalam penentuan *pricing*. Oleh karena itu perlu adanya pertimbangan serius agar kepentingan perusahaan akan profit yang diharapkan memerlukan pemikiran khusus dalam menentukannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan dengan melihat fenomena masalah yang terjadi peneliti tertarik dan termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk menguji **“Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran, Terhadap Hasil Penjualan pada Classie Resto di Kota Palembang”**.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh biaya produksi secara parsial terhadap hasil penjualan Classie Resto di Kota Palembang 2016-2018?
2. Bagaimana pengaruh biaya pemasaran secara parsial terhadap hasil penjualan Classie Resto di Kota Palembang 2016-2018?
3. Bagaimana pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran secara simulta terhadap hasil penjualan Classie Resto di Kota Palembang 2016-2018?

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi secara parsial terhadap hasil penjualan Classie Resto di Kota Palembang 2016-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran secara parsial terhadap

hasil penjualan Classie Resto 2016-2018.

3. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi dan pemasaran secara simultan terhadap hasil penjualan Classie Resto 2016-2018.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Rancangan Penelitian

Penelitian yang dilakukan termasuk penelitian deskriptif dimana tujuannya yaitu menyajikan gambaran secara struktur, factual dan akurat mengenai fakta-fakta tentang pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan.

### 2.2. Operasional Variabel

Variabel-variabel yang dalam penelitian ini adalah untuk diolah menggunakan SPSS 3.2 dan kemudian dilihat apakah ada pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan.

### 2.3. Prosedur Pengumpulan Data

Menurut Sanusi (2014:105) teknik pengumpulan data adalah:

1. Cara Survei

Cara survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pertanyaan kepada koresponden baik dalam bentuk lisan maka namanya wawancara, kalau diajukan secara tertulis disebut koesioner. Berkaitan dengan ini, cara survei terbagi menjadi dua bagian, yaitu wawancara (*interview*) dan kuesioner.

- a. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.

- b. Koesioner

Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (koesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu.

2. Cara Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui *progress* pencatatan perilaku *subjek* (orang), objek

(benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

3. Cara Dokumentasi

Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan.

### 2.4. Metode Analisis Data

Analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument peneliti, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Hasil Penjualan Classie Resto

Dari penelitian yang telah dilakukan dihasilkan bahwa biaya produksi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan ( $Y$ ), sedangkan biaya pemasaran ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap hasil penjualan ( $Y$ ).

Hasil penelitian didapatkan biaya produksi ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan didapatkan nilai  $t$  hitung variabel  $X_1$  sebesar 2,864 lebih besar dari  $t$  tabel (2,02809) dengan demikian hipotesis parsial pertama yang mengatakan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap hasil penjualan artinya semakin meningkat biaya produksi ( $X_1$ ) semakin meningkat hasil penjualan ( $Y$ ) Classie Resto.

Pengoptimalan biaya produksi yang baik dapat membuat nilai beban menjadi minimum dan berpengaruh terhadap nilai *output*.

Menurut Mulyadi (2006) Bahwa biaya merupakan faktor yang relatif tinggi dalam penentuan harga jual. Pada penelitian ini diperoleh pengaruh yang cukup besar, hal ini dikarenakan oleh produk yang terjual dalam

pesanan diperhitungkan dengan biaya variabel-variabel, sehingga biaya yang telah dikeluarkan akan sebanding dengan kegiatan hasil produksi.

Hal ini sesuai dengan pendapat Imran dan Susanti (2009:92) Jika biaya-biaya yang digunakan perusahaan bisa dikelola dengan cara ekonomis maka hasil produksi yang didapat ditingkatkan, biaya produksi dapat menurun dan hal tersebut dapat mempengaruhi hasil penjualan yang diperoleh. Dengan kondisi ini membuktikan bahwa biaya produksi Classie Resto mampu meningkatkan hasil penjualan sebagai akibat berkelanjutan dari meningkatnya permintaan pasar, meningkatnya kepercayaan dan kepuasan konsumen yang berdampak pada citra perusahaan.

### 3.2. Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap Hasil Penjualan Classie Resto

Hasil penelitian ini didapatkan adanya pengaruh biaya pemasaran ( $X_2$ ) terhadap hasil penjualan ( $Y$ ) Classie Resto di Kota Palembang, artinya besar pengeluaran untuk biaya pemasaran tentu bisa menarik perhatian konsumen secara menyeluruh. Ini dibuktikan pada data pengujian data parsial yang mana didapatkan nilai  $t$  hitung variabel  $X_2$  sebesar 2,499 lebih besar dari  $t$  tabel (2,02809) maka disimpulkan bahwa hipotesis parsial kedua diterima..

Classie Resto diharapkan untuk lebih efektif lagi dalam mengatur biaya pemasaran terutama terhadap resto. Peningkatan biaya pemasaran lebih baik apabila dilakukan secara merata, yaitu dilakukannya promo antara hotel dan resto secara seimbang agar tidak terjadinya berat sebelah atas hasil pendapatan yang telah dicapai.

Terdapat hal penting yang perlu diperhatikan yaitu kegiatan pemasaran seringkali mengalami perubahan sesuai dengan tuntutan perubahan kondisi pasar seperti terjadinya inflasi, krisis ekonomi, perubahan selera konsum dan lainnya, oleh karena itu perubahan kebutuhan kebutuhan konsumen yang menghendaki pelayanan yang baik dan cepat. Begitu juga dengan kegiatan perusahaan, pesaing akan mempunyai pengaruh terhadap metode

pemasaran yang digunakan oleh suatu perusahaan sehingga metode pemasaran produk sangat fleksibel.

Hal ini sama dengan teori Kotler (2007:15) Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran (marketing mix) tersebut digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.

## 4. SIMPULAN DAN SARAN

### 4.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan pada Classie Resto. Dari analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh biaya produksi ( $X_1$ ) terhadap hasil penjualan ( $Y$ ) Classie Resto di kota Palembang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial (uji  $t$ ) didapatkan nilai  $t$  hitung variabel  $X_1$  sebesar 2,864 lebih besar dari  $t$  tabel (2,02809) dengan demikian hipotesis parsial pertama yang mengatakan bahwa biaya produksi berpengaruh dengan demikian disimpulkan bahwa biaya produksi berpengaruh terhadap hasil penjualan pada Classie Resto di kota Palembang diterima.

2. Terdapat pengaruh biaya pemasaran ( $X_2$ ) terhadap hasil penjualan ( $Y$ ) Classie Resto di kota Palembang. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial didapatkan nilai  $t$  hitung variabel  $X_2$  sebesar 2,499 lebih besar dari  $t$  tabel (2,02809) maka disimpulkan bahwa hipotesis parsial kedua diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa biaya pemasaran berpengaruh terhadap hasil penjualan.

3. Dari hasil penelitian simultan menunjukkan bahwa biaya produksi ( $X_1$ ) dan biaya pemasaran ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap hasil penjualan ( $Y$ ) Classie Resto di Palembang.

### 4.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Keselamatan Kerja dan Insentif terhadap

Kinerja pegawai, maka penulis mencoba memberikan saran, yaitu :

1. Bagi pihak Classie Resto agar berkenan untuk mempertimbangkan peningkatan optimalisasi biaya produksi dengan bukan cara memaksimalkan biaya produksi sesuai tingkat permintaan konsumen.

2. Bagi pihak Classie Resto untuk lebih meningkatkan proses pemasaran yang lebih luas lagi untuk memperkenalkan bahwa Classie juga mempunyai resto bukan hanya hotel, dan juga lebih memperbanyak promo khusus untuk restaurant classie.

3. Bagi peneliti selanjutnya. Untuk menambah variabel lain selain biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap hasil penjualan, hendaknya periode pengamatan yang dilakukan selanjutnya lebih dari 3 tahun, menambah kategori perusahaan yang dijadikan sampel penelitian kedepannya.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka
- Anwar, Sanusi, 2014, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Selemba Empat
- Basu Swasda, 2004. *Pengantar Bisnis Modern*. Jakarta: Selemba Empat.
- Basu Swasda, 2009. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Basu Swasda, 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BFFE.
- Basu Swasda dan Irawan, 2005. *Tugas-tugas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Bastian Bustami dan Nurela, 2010, *Akuntansi Biaya, edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana
- Bastian Bustami dan Nurela, 2013, *Akuntansi Biaya, edisi 4*. Jakarta: Selemba Empat
- Carter, William K. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi 14. Salemba Empat: Jakarta
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Multivariage dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Keller, 2019, *Manajemen Pemasaran, jilid 1*. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2005, *Manajemen Pemasaran, jilid 2*. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip 2006, *Manajemen Pemasaran, jilid 1*. Edisi ke 13 Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2014, *Principles Of Marketing, 15<sup>th</sup> Edition*, Jilid Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi, 2015, *Akuntansi Biaya, Edisi 5*, Yogyakarta: UPPAMP YKPN Universitas Gajah Mada.
- Mulyadi, 2009, *Akuntansi Biaya Conventional Costing, Just In Time, Based Costing*, Refika Aditama, Bandung.
- Mulyadi, 2010, *Sistem Akuntansi, Edisi ketiga, Cetakan kelima*, Jakarta: Selemba Empat.
- Mulyadi, 2015, *Akuntansi Biaya, Edisi 5*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Siregar, 2014, *Akuntansi Biaya, Edisi 2*. Yogyakarta: Salemba Empat
- Siregar, 2011, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanti, Evi. 2011, *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Hasil Penjualan Pengusaha*