



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI TERHADAP
PENJUALAN PADA PT. INDIKA
ENERGY Tbk**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) Dalam
Bidang Akutansi Dan Keuangan Syariah*

Oleh

**NILA RIZKI BATUBARA
NIM: 14 402 002 09**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI SYARIAH DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2019**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI SYARIAH DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Sjahrir No. 101, Padangsidimpuan 21252
Telp. (0753) 411111, Fax. (0753) 411112



**PENGARUH BIAYA PRODUKSI TERHADAP
PENJUALAN PADA PT. INDIKA
ENERGY Tbk**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE)
Dalam Bidang Akutansi Dan Keuangan Syariah*

Oleh

NILA RIZKI BATUBARA

NIM: 14 402 002 09

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP.19651102 199103 1 001

PEMBIMBING II

Zulaika Matondang, M.Si

**FAKULTAS EKONOMI SYARIAH DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n **NILA RIZKI BATUBARA**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 30 September 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan

Assalamualaikum Wr. Wb

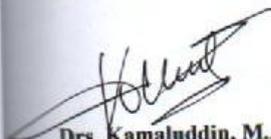
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **NILA RIZKI BATUBARA** yang berjudul: "**Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan pada PT. Indika Energy Tbk**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

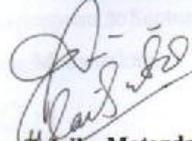
Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PEMBIMBING I


Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

PEMBIMBING II


Zulaika Matondang, M.Si



SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nila Rizki Batubara
NIM : 14 402 00209
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Akuntansi Syariah-1)
Judul Skripsi : **Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan pada PT. Indika Energy Tbk.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana yang tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 20 September 2019

Saya yang Menyatakan,



NILA RIZKI BATUBARA
NIM. 14 402 00209

REKAMENYATAAN AKADEMIK KEPUKTI DI IK INDONESIA
DISEBUTKAN DALAM INDIKATOR WILAYAH PADANGSIDIMPUAN
KATA KUNCI HAK Cipta

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan,
saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nila Rizki Batubara
Nim : 14 402 00209
Jurusan : Ekonomi Syariah (Akuntansi Syariah-1)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan pada PT. Indika Energy Tbk"**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 20 September 2019

Yang Menyatakan,



NILA RIZKI BATUBARA
NIM. 14 402 00209



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : NILA RIZKI BATUBARA
NIM : 14 402 00209
FAKULTAS/JURUSAN : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah AK-1
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT. Indika Energy Tbk.

Ketua

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 196511021991031001

Sekretaris

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 198405122014032002

Anggota

Drs. Kamaluddin, M.Ag
NIP. 19651102 199103 1 001

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Azwar Hamid, MA
NIP. 19860311 201503 1 005

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 19900122 201801 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Jumat/ 01 November 2019
Pukul : 08.30 WIB s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/73,5 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,39
Predikat : AMAT BAIK



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BIAYA PRODUKSI TERHADAP PENJUALAN
PADA PT. INDIKA ENERGY Tbk**

**NAMA : NILA RIZKI BATUBARA
NIM : 14 402 00209**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 18 November 2019

Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.HI.,M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

NAMA : NILA RIZKI BATUBARA
NIM : 14 402 00209
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan pada PT Indika Energy Tbk.

Biaya produksi yang memadai diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan, semakin besar pula penjualan yang akan dicapai oleh perusahaan. Namun yang terjadi pada PT Indika Energy Tbk pada saat penggunaan biaya produksi pada tahun 2010, tahun 2012 dan tahun 2013 mengalami kenaikan akan tetapi penjualan perusahaan mengalami penurunan. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa bila biaya produksi yang digunakan seminimal mungkin atau mengalami kenaikan, maka penjualan ataupun keuntungan yang diperoleh perusahaan akan meningkat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Indika Energy Tbk periode 2009 sampai 2018.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan ilmu akuntansi manajemen yang membahas teori-teori yang berkaitan dengan penjualan dan juga membahas teori-teori tentang biaya produksi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data laporan keuangan triwulan PT Indika Energy Tbk yang diakses melalui www.indikaenergy.co.id periode 2009 sampai dengan 2018 dengan jumlah sampel sebanyak 40 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dengan menggunakan *SPSS versi 23 (Statistical Product and Service Solution)*.

Secara keseluruhan hasil pengujian regresi diperoleh bahwa biaya produksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan yang ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,378 > 1,685$. Penelitian ini juga menunjukkan hasil perolehan nilai *R square* yang terbentuk sebesar 0,335. Artinya biaya produksi mampu mempengaruhi penjualan sebesar 33,5%, sedangkan sisanya sebesar 66,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini

Kata Kunci: Biaya Produksi, Penjualan

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan tujuan dan waktu yang diharapkan dengan judul **“Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT. Indika Energy Tbk”**, penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah dengan konsentrasi Akuntansi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti banyak menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu peneliti menerima kritik dan saran pembaca. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan segala bantuan, motivasi, bimbingan dan saran dari awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini izinkanlah peneliti mengucapkan rasa terimakasih yang tulus dan penghormatan yang tinggi kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.Ag, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, serta Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag, Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Teristimewa kepada Ayah tercinta Muslim Batubara dan IbuMawarni Lubis yang telah membimbing dan memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini, serta memberi doa yang tiada lelahnya serta berjuang demi anak-anaknya.
4. Ibu Delima Sari Lubis, SEI., M.A selaku Ka. Program Studi Ekonomi Syariah dan Ibu Nurul Izzah, SEI., M.Si selaku Sekretaris program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
5. Bapak Dr. IkhwanuddinHarahap, M.Agselaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan serta bimbingannya kepada peneliti.
6. Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag selaku pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, M.Si selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahannya, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.

8. Bapak Kepala Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teristimewa kepada kakak saya (Afrida Andriani Batubara, Indah Indriani Batubara), juga kepada abang saya (Sakti Halomoan Batubara), dan adik saya (M. Alwi Batubara, Dina Uli Rifki Batubara) yang selalu membantu dan memberikan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Penghargaan dan terima kasih yang tak ternilai kepada kawan-kawan saya (Cecilia, Desi, Dedet, Rahma, Asriani, Kholdani, Ridwan) yang telah memberikan motivasi dan nasihat yang tiada henti selama menempuh pendidikan hingga sampai ketahap penyelesaian skripsi ini.
11. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah-5/AK-1 angkatan 2014, yang selama ini telah berjuang bersama-sama.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satupersatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini

Semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan Rahmat dan Karunia dari Allah SWT. Akhir kata, peneliti berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padangsidempuan, September 2019
Peneliti,

NILA RIZKI BATUBARA
NIM. 14402 00209

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

| Huruf Arab | Nama Huruf Latin | Huruf Latin | Nama |
|------------|------------------|--------------------|-----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | ša | š | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | ħa | ħ | ha(dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | Ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | žal | ž | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | Esdan ye |
| ص | šad | š | Es |
| ض | ḍad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭa | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | za | z | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | ‘ain | ‘ | Koma terbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ..’.. | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| — / | fathah | A | A |
| — / | Kasrah | I | I |
| — ُ | dommah | U | U |

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

| Tandadan Huruf | Nama | Gabungan | Nama |
|----------------|----------------|----------|---------|
|ي | fathah dan ya | Ai | a dan i |
|و | fathah dan wau | Au | a dan u |

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

| HarkatdanHuruf | Nama | HurufdanTanda | Nama |
|----------------|-------------------------|---------------|----------------------|
|ا..... | fathah dan alif atau ya | ā | a dan garis atas |
|ي | Kasrah dan ya | ī | I dan garis di bawah |
|و | dommah dan wau | ū | u dan garis di atas |

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu di satukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

ABSTRAK

| | |
|--|------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 8 |
| C. Batasan Masalah | 9 |
| D. Definisi Operasional Variabel | 9 |
| E. Rumusan Masalah..... | 10 |
| F. Tujuan Penelitian | 11 |
| G. Kegunaan Penelitian | 11 |
| H. Sistematika Pembahasan | 11 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| A. KerangkaTeori..... | 14 |
| 1. Penjualan | 14 |
| a. Pengertian Penjualan | 14 |
| b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan | 16 |
| c. Fungsi Penjualan | 18 |
| d. Konsep Penjualan dalam Islam | 20 |
| 2. BiayaProduksi..... | 23 |
| a. Biaya..... | 23 |
| b. Produksi..... | 24 |
| c. Biaya Produksi | 25 |
| d. Klasifikasi Biaya | 27 |
| B. Penelitian Terdahulu | 28 |
| C. Kerangka Pikir..... | 30 |
| D. Hipotesis..... | 31 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|-------------------------------------|----|
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 33 |
| B. Jenis Penelitian | 33 |
| C. Populasi dan Sampel | 34 |
| 1. Populasi | 33 |

| | |
|---|----|
| 2. Sampel..... | 34 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| E. Teknik Analisis Data..... | 36 |
| 1. Uji Statistik Deskriptif | 36 |
| 2. Uji Normalitas | 36 |
| 3. Uji Hipotesis | 37 |
| a. Uji Signifikan Secara Parsial (uji t)..... | 37 |
| b. Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 37 |
| 4. Analisis Regresi Sederhana | 38 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Perusahaan..... | 39 |
| 1. Sejarah PT. Indika Energy Tbk..... | 39 |
| 2. Visi & Misi | 40 |
| 3. Struktur Organisasi PT. Indika Energy Tbk | 40 |
| 4. Tugas dan Tanggung Jawab | 41 |
| B. Deskripsi Data Penelitian..... | 45 |
| 1. Biaya Produksi..... | 45 |
| 2. Penjualan | 49 |
| C. Hasil Analisis..... | 52 |
| 1. Statistik Deskriptif | 53 |
| 2. Uji Normalitas | 54 |
| 3. Uji Hipotesis | 56 |
| a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t)..... | 56 |
| b. Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 58 |
| 4. Analisis Regresi Sederhana | 58 |
| 5. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 60 |
| D. Keterbatasan Penelitian..... | 62 |

BAB V PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 64 |
| B. Saran | 64 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Defenisi Operasional Variabel..... | 10 |
| Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu | 28 |
| Tabel 1.4 Biaya Produksi PT. Indika Energy Tbk..... | 45 |
| Tabel 2.4 Penjualan PT. Indika Energy Tbk | 49 |
| Tabel 3.4 Statistik Deskriptif | 53 |
| Tabel 4.4 Uji Normalitas..... | 54 |
| Tabel 5.4 Uji Normalitas..... | 55 |
| Tabel 6.4 Uji Koefisien Regresi | 56 |
| Tabel 4.7 Uji Koefisien Determinasi | 58 |
| Tabel 8.4 Uji Regresi Sederhana | 59 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi 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 haruslah 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.

Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya selalu diarahkan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, serta tumbuh dan berkembang kearah yang lebih maju. Masalah persaingan antar perusahaan mengharuskan perusahaan untuk terus melakukan perbaikan dalam mutu barang dan layanan serta efisiensi dalam menekan biaya produksi sehingga harga penjualan produk tetap dapat bersaing. Pada sebuah perusahaan, penghasilan yang diperoleh dari hasil penjualan produk terlebih dahulu harus melalui proses pengolahan bahan baku untuk menjadi barang yang siap dijual. Oleh karena itu, untuk memperoleh penjualan yang maksimal sebagai tujuan menghasilkan laba perusahaan harus benar-benar memperhatikan biaya produksi, sehingga harga pokok produksi dapat ditentukan dengan tetap.

Untuk dapat mencapai laba yang besar, manajemen perusahaan dapat melakukan berbagai langkah, misalnya menekankan biaya produksi maupun biaya operasional serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan

volume penjualan yang ada, menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki dengan meningkatkan volume penjualan.

Akan tetapi perlu diingat, ketiga langkah tersebut tidak dapat dipisahkan atau sendiri-sendiri, karena ketiga faktor (biaya, harga jual, dan volume produksi) mempunyai hubungan yang erat atau bahkan saling berkaitan. Biaya akan menentukan harga jual, harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi dan volume produksi akan langsung mempengaruhi biaya.¹

Perusahaan Indika Energy Tbk didirikan tanggal 19 Oktober 2000 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 2004. Kantor pusat Indika berlokasi di Gedung Mitra, lantai 7, Jalan Jenderal Gatot Subroto Kav.21, Jakarta 12930–Indonesia. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INDY terutama meliputi bidang perdagangan, pembangunan, pertambangan, pengangkutan dan jasa. Saat ini, kegiatan usaha INDY adalah perusahaan energi terintegrasi yang mencakup sektor sumber daya energi, jasa energi, dan infrastruktur energi dengan usaha utama di bidang batubara.

Indika Energy Tbk memiliki anak usaha yang juga tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), antara lain: Petrosea Tbk (PTRO) dan Mitrabahera Segara Sejati Tbk (MBSS) yang dimiliki secara tidak langsung.

Penjualan dapat dikatakan sebagai suatu tugas memperkenalkan, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan, serta mengadakan transaksi atau perjanjian mengenai

¹S. Munawir, *Analisis Laporan Keuangan* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2007), hlm. 184.

harga yang menguntungkan kedua belah pihak, jadi didalam penjualan tercipta suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dengan pembeli. Penjualan juga merupakan sarana untuk berkembangnya suatu merk baru yang dipasarkan oleh perusahaan. Perusahaan pemasar juga dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hasil penjualan.

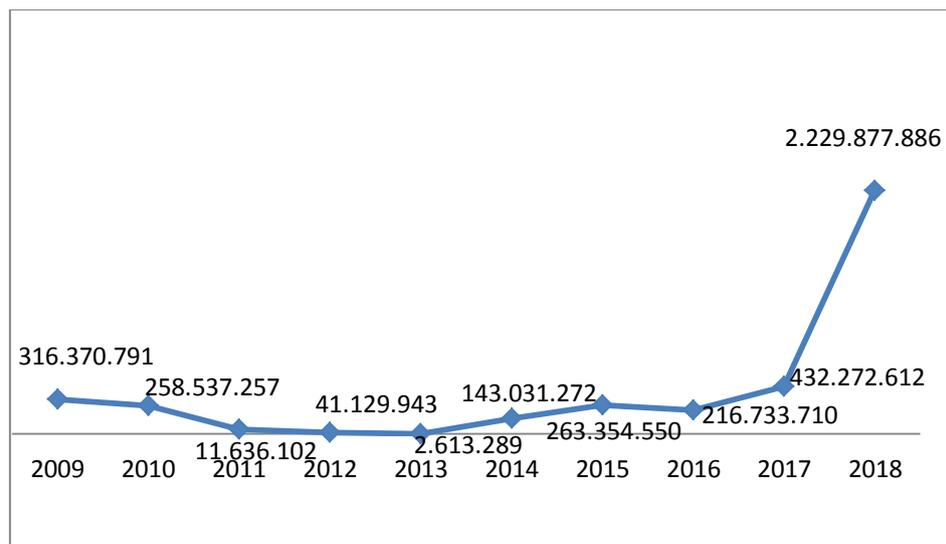
Untuk meningkatkan penjualan perusahaan harus mampu memasarkan produknya dengan baik. Kegiatan pemasaran perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Harga jual produk, atau jasa akan mempengaruhi besarnya penjualan produk atau jasa yang bersangkutan. Meningkatnya penjualan dapat dicapai jika strategi bauran pemasaran diterapkan dalam perusahaan dengan tepat. Pemasaran tidak hanya kegiatan menjual barang dan jasa saja, tetapi kegiatan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen (pasar), serta memberikan kebebasan kepada konsumen dalam menentukan pilihan untuk memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Tujuan utama perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran adalah untuk mempertahankan pasar yang ada atau paling tidak meningkatkan hasil penjualan dengan cara merebut pasar pesaing melalui teknik-teknik ataupun kiat-kiat pemasaran yang tepat.

Di dalam perusahaan, naik turunnya penjualan akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan hidup produk yang dipasarkan. Apabila perusahaan mengalami kenaikan hasil penjualan, maka produk akan dapat semakin berkembang dan akan mendapat tempat dominan dalam pasar konsumen, demikian sebaliknya. Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil penjualan paling

utama adalah faktor produk, harga, promosi penjualan dan distribusi. Naik turunnya penjualan terjadi dikarenakan dari lesunya penjualan ditambah lemahnya perekonomian masyarakat. Biaya-biaya keuangan mengalami peningkatan bahkan lebih tinggi karena tingkat suku bunga pinjaman dan modal untuk perluasan kapasitas dan lemahnya nilai tukar rupiah sepanjang tahun.

Berikut ini gambar penjualan PT. Indika Energy Tbk periode tahun 2009-2018.

Gambar 1.1
Penjualan PT. Indika Energy Tbk
(dalamUS\$)



Pada gambar diatas dapat dilihat pergerakan penjualan tiap tahunnya. Pada tahun 2009 sampai tahun 2010 penjualan PT. Indika Energy Tbk mengalami penurunan sebesar 18,28 persen. Pada tahun 2011 penjualan PT. Indika Energy Tbk juga mengalami penurunan sebesar 84,09 persen. Kemudian pada tahun 2012 PT. Indika Energy Tbk masih mengalami penurunan sebesar 71,71 persen. Dan pada tahun 2013 kembali mengalami penurunan sebesar 77,54 persen. Namun,

pada tahun 2014 PT. Indika Energy Tbk mengalami kenaikan sebesar 5.373,22 persen. Pada tahun 2015 PT. Indika Energy Tbk juga mengalami kenaikan sebesar 84,12 persen. Kemudian, pada tahun 2016 kembali mengalami penurunan sebesar 17,70 persen. Dan pada tahun 2017 sampai tahun 2018 kembali mengalami kenaikan sebesar 99,45 persen dan 415,85 persen.

Dengan adanya biaya produksi yang memadai diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Semakin besar biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan, semakin besar pula penjualan yang akan dicapai oleh perusahaan.

Tingginya biaya produksi berdampak pada tingkat penjualan. Secara kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan pada biaya produksi yang harus dikeluarkan. Ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh.

Pengelolaan biaya produksi yang kurang baik mengakibatkan turunnya pendapatan yang diterima. Penggunaan bahan baku yang berkualitas baik akan menghasilkan produk yang baik pula, akan tetapi biaya bahan baku menjadi lebih mahal yang akan berpengaruh terhadap biaya penjualan. Biaya bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi, bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor, atau dari pengolahan sendiri. Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan dan biaya-biaya perolehan lain. Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan

mentah dan yang belum diolah yang digunakan dalam suatu proses biaya produksi.

Selain itu tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Bahan baku tidak akan menjadi produk jika tidak adanya tenaga kerja, sehingga dalam pengolahan bahan baku menjadi produk setengah jadi ataupun produk jadi dibutuhkan biaya tenaga kerja.

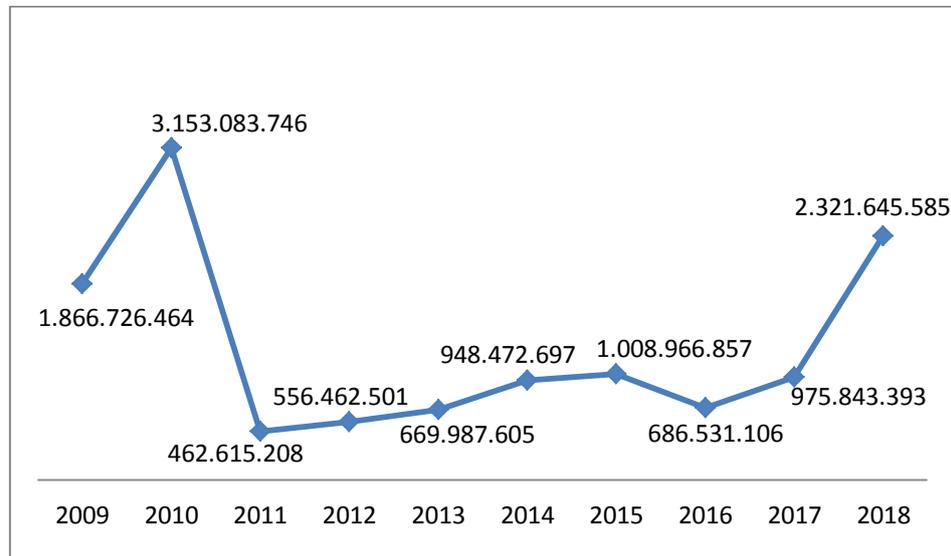
Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia. Biaya tenaga kerja merupakan salah satu biaya konversi, disamping biaya overhead pabrik, yang merupakan salah satu biaya untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang diharapkan.

Dalam biaya produksi biaya *overhead* pabrik merupakan biaya yang tidak dapat digolongkan kedalam biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung yang dibutuhkan dalam suatu produksi. Biaya-biaya yang dikeluarkan didalam pabrik juga termasuk kedalam biaya *overhead* pabrik, seperti pembelian alat-alat dan mesin pabrik.

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya yang dikeluarkan secara tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Seperti bahan baku penolong, tenaga kerja tidak langsung, penyusutan bangunan dan mesin, asuransi, dan pajak.

Berikut ini gambar biaya produksi PT. Indika Energy Tbk periode tahun 2009-2018.

Gambar 2.1
Biaya Produksi PT. Indika Energy Tbk.
(dalamUS\$)



Pada gambar diatas dapat dilihat pergerakan biaya produksi tiap tahunnya. Pada tahun 2009 sampai 2010 biaya produksi PT. Indika Energy Tbk mengalami kenaikan sebesar 68,91 persen. Pada tahun 2011 biaya produksi PT. Indika Energy Tbk mengalami penurunan sebesar 85,33 persen. Kemudian pada tahun 2012 biaya produksi PT. Indika Energy Tbk kembali mengalami kenaikan sebesar 20,29 persen. Pada tahun 2013 PT. Indika Energy Tbk mengalami kenaikan sebesar 20,40 persen. Kemudian, pada tahun 2014 kembali mengalami kenaikan sebesar 41,57 persen. Dan pada tahun 2015 PT. Indika Energy Tbk masih mengalami kenaikan sebesar 6,38 persen. Namun pada tahun 2016 PT. Indika Energy Tbk mengalami penurunan sebesar 31,96 persen. Kemudian, pada tahun 2017 kembali mengalami kenaikan sebesar 42,14 persen. Dan pada tahun 2018 juga mengalami kenaikan sebesar 137,91 persen.

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat fenomena yang terjadi antara biaya produksi dan penjualan menurut Sadono Sukirno yang menyatakan bahwa produksi yang besar akan menimbulkan *Economics Of Scale* yang selanjutnya akan menurunkan biaya produksi per unit. Apabila keadaan ini terwujud, lebih banyak keuntungan yang diperoleh.² Maksud dari pernyataan tersebut bahwasanya bila perusahaan dapat menekankan biaya produksi seminimal mungkin, maka akan lebih banyak keuntungan yang diperoleh. Karena pada dasarnya setiap perusahaan itu didirikan agar dapat menghasilkan keuntungan.

Fenomena tersebut tidak sesuai dengan apa yang dikatakan diatas. PT. Indika Energy Tbk pada tahun 2010 mengalami kenaikan pada biaya produksi dan mengalami penurunan pada penjualan. Begitu juga pada tahun 2012 dan tahun 2013 PT. Indika Energy Tbk mengalami penurunan penjualan dan kenaikan pada biaya produksi. Maka dapat dilihat dari fenomena tersebut tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa bila biaya produksi yang digunakan seminimal mungkin atau mengalami kenaikan, maka penjualan ataupun keuntungan yang diperoleh perusahaan akan meningkat.

Berdasarkan uraian dan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang, "**Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT. Indika Energy Tbk**".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

²Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Prenada Media Group), hlm. 223.

1. PT. Indika Energy Tbk yang diteliti oleh peneliti mengalami fluktuasi
2. Biaya produksi mengalami peningkatan, tidak disertai dengan peningkatan penjualan pada tahun 2010, tahun 2012, dan tahun 2013 pada PT. Indika Energy Tbk.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah “pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Indika EnergyTbk periode 2009-2018”.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Ada dua jenis variabel pada penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (X) adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen.³

Setelah variabel-variabel tersebut diklasifikasikan, maka variabel tersebut perlu didefinisikan secara operasional. Defenisi operasional variabel adalah defenisi yang didasari atas sifat-sifat hal yang dapat diamati.⁴ Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap judul penelitian, maka akan ditentukan variabel penelitian dari judul :“Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT. Indika Energy Tbk?”. Sebagai berikut :

³Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hlm.29.

⁴Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2012), hlm.28.

Tabel 1.1
Defenisi Operasional Variabel

| No | Variabel | Defenisi Variabel | Indikator | Skala |
|----|----------------|--|---|-------|
| 1. | Biaya produksi | Biaya produksi adalah semua biaya yang berkaitan dengan produk(barang) yang diperoleh,dimana didalamnya terdapat unsur biaya produk berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. ⁵ | 1. Biaya Bahan Baku 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung 3. Biaya Overhead Pabrik | Rasio |
| 2. | penjualan | Penjualan adalah jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin tinggi jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin tinggi kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. ⁶ | 1. Penjualan 2. Faktor-faktor yang menentukan volume penjualan | Rasio |

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka, rumusan masalah dari penulisan proposal ini adalah “Apakah terdapat pengaruh biaya produksiterhadap penjualan pada PT. Indika Energy Tbk. ?

⁵M. Nafarin,*Penganggaran Perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 497.

⁶ Juang Tegas Pribadi, “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Implikasinya Terhadap Peningkatan Laba Bersih (Survey Pada Tiga Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2014)”, (Jurnal Akuntansi:Universitas Komputer Bandung, 2014), hlm. 3.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Indika Energy Tbk.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dan pastinya berguna dimasa yang akan datang.

2. Bagi Perusahaan

Agar perusahaan mengetahui berapa besar pengaruh biaya produksi terhadap penjualan.

3. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah perbendaharaan perpustakaan IAIN Padangsidempuan, memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya, serta membantu para mahasiswa dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan perbandingan kepada peneliti lain yang ingin meneliti dan membahas pokok yang sama.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian ini terdiri dari lima bab, yang masing-masing bab terbagi menjadi beberapa sub-bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I membahas pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah yaitu berisi tentang hal-hal apa saja yang melatar belakangi mengapa peneliti

melakukan penelitian terhadap judul penelitian, kemudian identifikasi masalah yaitu berisi tentang masalah-masalah yang terdapat dalam judul penelitian. Batasan masalah yaitu berisi tentang pembatasan masalah agar tidak terlalu luas dalam pembahasan. Definisi operasional variabel yaitu berisi tentang pengertian dari variabel-variabel dalam penelitian dan indikator-indikator apa saja yang terdapat dalam variabel penelitian tersebut. Rumusan masalah yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan peneliti tentang apa sebenarnya yang ingin dikaji. Kegunaan penelitian berisi tentang kegunaan yang akan diperoleh peneliti, dan lembaga perguruan tinggi terhadap hasil penelitian.

BAB II membahas landasan teori yaitu kumpulan teori yang digunakan dalam pembuatan karya tulis. Penelitian terdahulu berisi tentang penelitian-penelitian yang menjadi referensi peneliti. Kerangka pikir digunakan untuk memperjelas para pembaca tentang variabel penelitian, memperjelas mana yang menjadi variabel independen dan variabel dependen. Hipotesis merupakan jawaban sementara peneliti terhadap penelitian yang akan diteliti.

BAB III membahas metode penelitian yang meliputi lokasi dan waktu penelitian yang berisi tentang dimana penelitian itu dilakukan dan kapan waktu penelitian dilaksanakan, jenis penelitian yang berisi tentang apa-apa saja jenis penelitian yang digunakan, populasi dan sampel yaitu berisi tentang berapa jumlah populasi dan sampel yang akan diteliti oleh peneliti. Teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang berisi tentang apa-apa saja teknik yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV membahas tentang gambaran objek penelitian. Deskripsi data penelitian berisi tentang bagaimana sebenarnya kondisi dari perusahaan yang akan diteliti, dan juga membahas hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB V meliputi penutup yaitu kesimpulan yang berisi tentang rangkuman dari hasil yang telah diperoleh dan saran-saran kepada peneliti selanjutnya terkait dengan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam PT. Indika Energy Tbk.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan sebuah aktivitas yang mengakibatkan arus barang keluar perusahaan sehingga perusahaan memperoleh penerimaan uang dari pelanggan. Penjualan untuk perusahaan jasa, adalah jasa yang dijual perusahaan tersebut. Untuk perusahaan dagang, adalah barang yang diperjualbelikan perusahaan tersebut. Sedangkan untuk perusahaan manufaktur, penjualan adalah barang yang diproduksi dan dijual perusahaan tersebut.¹

Menurut Charles dkk “Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual didalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut”.² Sedangkan menurut Kasmir “penjualan adalah jumlah omzet barang atau jasa yang dijual, baik dalam unit ataupun dalam rupiah”.³

Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang membutuhkan yang telah ditentukan atas tujuan bersama.

¹Rudianto, *Pengantar Akuntansi*, (Jakarta:Erlangga, 2009), hlm. 39.

²Lestari, *Akuntansi Biaya*, (Jakarta:PT Gelora Aksara Pratama, 2006), hlm. 201.

³Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 303.

Dimana ayat tentang penjualan surah Al-Baqarah ayat 254 sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ

يَوْمٌ لَا بَيْعٌ فِيهِ وَلَا خِلَّةٌ وَلَا شَفِيعَةٌ وَالْكَافِرُونَ هُمُ

الظَّالِمُونَ ﴿٢٥٤﴾

“Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezeki yang telah kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafaat. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang zalim”.⁴

Rezeki pada mulanya berarti pemberian untuk waktu tertentu. Namun makna asal ini berkembang sehingga kata rezeki juga dipahami antara lain dalam arti pangan, hujan dan gaji. Dengan demikian, agaknya kurang tepat bila perintah menafkahkan rezeki dalam ayat ini dan ayat-ayat lain dipahami dalam arti menafkahkan harta benda saja, tapi menafkahkan dalam arti memberikan apa saja yang berada dalam kemampuan seseorang.⁵

Dari penjelasan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa rezeki yang Allah berikan kepada manusia hendaklah digunakan dijalan yang benar meskipun dalam jual beli hendaklah jual beli itu sesuai dengan syariat Islam dan jangan menimbulkan riba baginya. Allah juga memerintahkan hambanya untuk selalu menginfakkan (bersedekah) hartanya dijalanNya agar harta yang Allah berikan bermanfaat baginya dunia dan akhirat.

⁴Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan Al-Jumanatul 'Ali* (Bandung: CV. J-Art, 2004), hlm. 23.

⁵Quraishy Shihab, *Tafsir Al Misbah, Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Volume 1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 662.

Bagi seorang penjual agar berhasil dalam menjalankan usahanya, perlu mengetahui tujuan serta bidang pekerjaan yang harus dilakukannya. Adapun yang menjadi objek penjualan adalah:⁶

1) Diri penjual

Seorang penjual sebelum melakukan penjualan harus mengetahui keadaan dirinya yang menyangkut keadaan fisik, pendengaran, penglihatan, nada suara, cara berbicara dan sebagainya. Kepribadian sudah jelas memegang peran penting dalam proses penjualan. Itulah alasan banyak orang beranggapan bahwa para tenaga penjualan yang berhasil adalah mereka yang dilahirkan untuk berhasil, bukan dibuat menjadi berhasil.⁷

2) Barang yang akan dijual

Sebelum penjualan dilakukan, penjual perlu mengetahui dahulu keadaan, sifat dan guna dari barang yang akan dijual.

3) Keadaan pembeli atau langganan

Langganan merupakan jiwa perusahaan, mereka harus diperlakukan seperti raja, artinya mereka harus mendapat pelayanan yang baik sehingga menyenangkan dan memuaskan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu manajer penjualan perlu

⁶Buchari Alma, *Kewirausahaan*(Bandung : Alfabeta, 2008), hlm. 115.

⁷Maulana dkk, *Dasar-dasar Pelatihan Penjualan* (Jakarta : PT. Indeks, 2010), hlm. 4.

memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sebagai berikut:⁸

- 1) Produk segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, akuisi, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.⁹
- 2) Harga dalam *marketing mix* merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan pendapatan.¹⁰
- 3) Promosi adalah sebuah teknik untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk kepada konsumen. Selain digunakan untuk meningkatkan penjualan, promosi juga dimanfaatkan volume penjualan.¹¹
- 4) Ketersediaan dan tindakan pesaing.
- 5) Kupon, digunakan untuk memberikan pengurangan dan mendorong konsumen untuk mencoba merk yang baru. Kupon dapat digunakan untuk meningkatkan volume penjualan secara cepat, menarik melakukan pembelian ulang dan memperkenalkan model atau ukuran produk yang baru.

⁸M. Suyanto, *Marketing Strategy* (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2007), hlm. 194-196.

⁹Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung : CV Rama Widya, 2011), hlm. 90.

¹⁰Murti Sumarni, *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)* (Yogyakarta : Liberty Yogyakarta, 2015), hlm. 181.

¹¹Sunardi & Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis: Konsep Strategi & Kasus* (Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service), hlm. 202.

c. Fungsi dari Penjualan

1) Menganalisa pasar

Proses menganalisa pasar termasuk juga mengadakan peramalan penjualan pada masa yang akan datang, mengetahui dan mengawasi para pesaing dan memperhatikan lingkungan sosial dan perekonomian.

2) Menentukan calon konsumen

Proses ini termasuk dalam fungsi antara lain mencari pembeli potensial, menciptakan pesanan baru dari langganan yang ada dan mengetahui keinginan pasar.

3) Mengadakan komunikasi

Komunikasi merupakan fungsi yang menjiwai fungsi-fungsi penjualan yang ada. Fungsi ini tidak menitik beratkan pada membujuk atau mempengaruhi tetapi untuk memulai dan melangsungkan pembicaraan dengan pelanggan atau calon pembeli.

4) Memberikan pelayanan

Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dapat diwujudkan dalam bentuk konsultasi yang menyangkut keinginan dan masalah-masalah yang dihadapi oleh pelanggan, memberikan jasa teknis, memberikan bantuan keuangan, melakukan pengantaran barang kerumah dan lain-lain.

5) Memajukan pelanggan

Proses memajukan pelanggan, tenaga penjualan bertanggung jawab atas semua tugas yang langsung berhubungan dengan

pelanggan. Dalam fungsi ini termasuk juga pemberian saran secara pribadi seperti saran tentang masalah pengawasan kebijaksanaan harga.

6) Mempertahankan pelanggan

Mempertahankan pelanggan atau penjualan merupakan salah satu fungsi yang semata-mata ditujukan untuk menciptakan *goodwill* serta mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan.

7) Mendefinisikan masalah

Hal ini dilakukan dengan memperhatikan dan mengikuti permintaan konsumen, ini berarti perusahaan harus mengadakan analisis tentang usaha-usaha konsumen sebagai sumber masalah. Selain itu harus menemukan yang berkaitan dengan barang, jasa, dan sistem penyampaiannya.

8) Mengatasi masalah

Mengatasi masalah merupakan fungsi menyeluruh yang pada dasarnya menyangkut fleksibilitas penemuan pelanggan. Jika suatu masalah yang ditemukan bersumber dari berbagai perusahaan, tenaga penjualan dapat membentuk suatu sistem untuk memecahkannya. Jadi dalam hal ini tenaga penjual dapat bertindak sebagai konsultan.

9) Pengatur waktu

Pengatur waktu merupakan hal yang paling penting yang dihadapi oleh tenaga penjualan untuk menghemat waktu, sehingga mereka harus banyak latihan serta menjadikan pengalaman dari orang lain.¹²

d. Konsep Penjualan dalam Islam

Dalam Islam keberadaan satu penjual di pasar, atau tidak adanya pesaing, atau kecilnya persaingan di pasar, bukanlah suatu hal yang terlarang. Siapapun boleh berdagang tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual atau ada penjual lain. Akan tetapi, siapapun dia tidak boleh melakukan ikhtikar.¹³ Yang disebut dengan ikhtikar adalah mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

Semakin banyak penjual berarti semakin banyak pilihan pembeli. Penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal ini yang mendorong penjual untuk mengikuti saja harga yang berlaku di pasar.

Penjualan dalam perspektif Islam merupakan suatu kegiatan menukar barang dengan uang dengan suka rela diantara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) sesuai dengan ketentuan syara'. Tujuan dari penjualan yaitu menjual dari apa yang telah dihasilkan. Allah berfirman dalam Al-Quran surah An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

¹²Basu Swasta, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2004), hlm. 126.

¹³Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012), hlm. 173.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.¹⁴

Penjelasan ayat ini secara jelas hanya ditunjukkan kepada orang-orang yang beriman, yang mana antara urusan jual beli dalam ranah mu’amalah dengan sholat dalam ranah ibadah menjadi kesatuan tak terpisahkan dalam ekonomi Islam. Dengan demikian, keberuntungan yang hakiki akan dengan mudah digapai. Proses penjualan merupakan transaksi paling banyak dilakukan dalam dunia perniagaan, bahkan secara universal adalah bagian yang paling terpenting dalam aktivitas usaha. Oleh sebab itu setiap pelaku bisnis muslim hendaknya perlu berhati-hati sebelum melakukan suatu usaha apakah dapat dibenarkan secara syariat, baik yang berkaitan dengan proses, objek yang diperdagangkan, cara bertransaksi dan lain sebagainya.¹⁵

¹⁴Departemen Agama, *Al-Qur’an Terjemah Per Kata Latin Dan Kode Tajwid* (Jakarta: Al-Hadi Media Kreasi, 2015), hlm. 83.

¹⁵Dwi Suwiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm.

Islam sangat mendorong terjadinya pengembangan harta dengan usaha-usaha yang halal, terutama hal-hal yang berkenaan dengan pemberdayaan sector riil. Pada saat Allah SWT melarang riba dan menghalalkan jual beli, sebenarnya Ia melarang segala bentuk pengembangan harta yang tidak berangkat dari sector riil seperti riba yang hanya mengandalkan masa dan sebagai satu bentuk pengembangan harta yang absah.

Oleh sebab itu, Al-Qur'an menuntut umatnya agar menjauhi segala bentuk aktivitas pengembangan harta dengan cara yang tidak bisa dibenarkan. Adapun hal yang terlarang tersebut adalah penipuan.¹⁶ Adapun jenis penipuan yang terjadi pada penjual adalah apa yang disebut dengan *tadlis*. Penipuan ini terjadi apabila si penjual menyembunyikan cacat barang dagangannya dari pembeli, padahal dia jelas-jelas mengetahuinya atau apabila si penjual menutupi cacat tersebut dengan sesuatu yang dapat mengelabui si pembeli.

Sedangkan penipuan dari si pembeli adalah jika ia memanipulasi alat pembayaran atau menyembunyikan manipulasi tersebut, padahal dia jelas-jelas tahu. Bahkan untuk mengelabui penjual, tidak jarang pembeli juga mengiming-ngiming untuk memberikan barang tertentu. Karena yang paling penting bagi pembeli adalah bagaimana barang tersebut bisa dimilikinya.

¹⁶Azhari Akmal Tarigan, *Dasar-dasar Ekonomi Islam* (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 198.

2. Biaya Produksi

a. Biaya

Biaya adalah semua biaya yang dikenakan dan dapat dikurangkan pada penghasilan. Menurut FASB (Financial Accounting Standards Boards) biaya sebagai arus keluar aktiva, penggunaan aktiva, atau munculnya kewajiban atau kombinasi keduanya selama satu periode yang disebabkan oleh penerimaan barang, pembuatan barang, pembebanan jasa atau pelaksanaan kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan.¹⁷

Menurut Al. Haryono Jusup, biaya adalah harga pokok barang yang dijual dan jasa-jasa yang dikonsumsi untuk menghasilkan pendapatan”.¹⁸ Sedangkan menurut Mulyadi, dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva”.¹⁹

Berdasarkan defenisi biaya tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa yang akan datang.

¹⁷Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi, Ed. Revisi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 240.

¹⁸Al-Haryono Jusup, *Dasar-Dasar Akuntansi, Jilid 1*(Yogyakarta: STIE YKPN, 2005), hlm. 24.

¹⁹Mulyadi, *Akuntansi Biaya, edisi 5*(Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2009), hlm. 8.

b. Produksi

Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (input) menjadi hasil keluaran (output). Dalam pengertian yang umum ini penggunaannya cukup luas, sehingga mencakup keluaran (output) yang berupa barang atau jasa.²⁰

Menurut Sugiharso, produksi dapat didefinisikan sebagai hasil dari suatu proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan (input). Dengan demikian, kegiatan produksi tersebut adalah mengombinasikan berbagai input untuk menghasilkan output.²¹ Sedangkan menurut Sugiarto, produksi adalah kegiatan yang mengubah input menjadi output.²²

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menambah nilai suatu objek atau membuat objek baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah kegunaan suatu objek tanpa mengubah bentuknya disebut produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah kegunaan suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuk yang disebut produksi barang.

Berdasarkan defenisi produksi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa produksi adalah suatu kegiatan yang memproses barang mentah menjadi barang setengah jadi dan barang jadi.

²⁰Sofjan, Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi, edisi revisi 2008* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia), hlm. 17.

²¹Sugiharso, *Teori Ekonomi Mikro* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 9.

²²Sugiarto, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 142.

c. Biaya Produksi

Menurut Soemarso S.R, biaya produksi adalah biaya yang dibebankan dalam proses produksi selama suatu periode.²³ Menurut Hansen dan Mowen, biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa.²⁴ Sedangkan menurut Mulyadi, biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.²⁵

Berdasarkan defenisi biaya produksi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya manufaktur atau sering disebut juga dengan biaya produksi atau biaya pabrik biasanya didefenisikan sebagai jumlah dari tiga elemen biaya, yaitu biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik. Bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung keduanya disebut biaya utama (prime cost).Tenaga kerja langsung dan overhead pabrik keduanya disebut biaya konveksi.

1) Bahan Baku Langsung

Bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor, atau dari pengolahan sendiri. Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan

²³Soemarso S.R, *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta: PT. Salemba Empat, 2009), hlm.271.

²⁴Hansen dan mowen, *Manajemen Accounting, edisi 7*(Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 50.

²⁵Mulyadi, *Akutansi Biaya edisi 5* (Yogyakarta: STIM YKPN, 2012), hlm. 8.

biaya sejumlah harga beli bahan baku saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya-biaya perolehan lain.²⁶ Contoh dari bahan baku langsung adalah kayu yang digunakan untuk membuat furniture dan minyak mentah yang digunakan untuk membuat bensin.

2) Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu. Sedangkan menurut pendapat lain, biaya tenaga kerja langsung adalah pekerjaan karyawan-karyawan pabrik yang dapat secara fisik dan mudah ditelusuri dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi.

Banyak perusahaan sekarang kebiasaan, sikap calon pekerja suatu daerah lebih penting dari keterampilan dan pendidikan, karena jarang perusahaan yang dapat menemukan tenaga kerja baru yang telah siap pakai untuk pekerjaan yang sangat bervariasi dan tingkat spesialisasi yang sangat tinggi, sehingga perusahaan harus menyelenggarakan pelatihan khusus bagi tenaga kerja baru.

Contoh biaya tenaga kerja langsung adalah biaya pekerja konstruksi, tenaga kerja pengirim makanan pesanan ke rumah-rumah, dan tenaga kerja perakitan dalam industri sepeda motor.

²⁶*Ibid.*, hlm. 14.

3) *Overhead* Pabrik

Overhead pabrik pada umumnya didefinisikan sebagai bahan baku tidak langsung, tenaga kerja tidak langsung, dan semua biaya pabrik lainnya yang tidak dapat dengan mudah diidentifikasi dengan atau dibebankan langsung ke pesanan produk, atau biaya objek lain tertentu. Istilah lain yang digunakan untuk overhead pabrik adalah beban pabrik, overhead produksi, biaya produksi tidak langsung, beban produksi, overhead pabrik, dan biaya manufaktur tidak langsung.

d. Klasifikasi Biaya

1. Biaya di klasifikasikan berdasarkan fungsinya:²⁷

- a) Biaya produksi, biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu barang.
- b) Biaya pemasaran, biaya yang dikeluarkan untuk menjual suatu barang atau jasa, seperti biaya promosi, biaya distribusi, dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk pemasaran atau penjualan produk

2. Biaya diklasifikasikan berdasarkan unsurnya:²⁸

- a) Beban langsung, yaitu bahan baku yang merupakan bagian integral dari produk.
- b) Upah langsung, upah tenaga kerja langsung untuk keperluan komponen produk jadi.

²⁷Komaruddin Ahmad, *Akuntansi Manajemen* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 55.

²⁸*Ibid.*,

- c) Biaya umum pabrik, segala bahan, upah tidak langsung, dapat dibebankan pada satuan, pekerjaan atau produk.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan erat kaitannya dengan masalah-masalah penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-------------------------------------|---|--|
| 1. | Yuma arizona, andriani (2006) | Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kertas Padalarang. (Skripsi Universitas Komputer Indonesia Fakultas Ekonomi-Akuntansi) | Terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap volume penjualan pada PT Kertas Padalarang. |
| 2. | Siti Amanah, (2017) | Analisis Pengaruh Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Overhead Pabrik Terhadap Penjualan Produk Di CV Surya Pustaka(Jurnal Simki-Economic Vol. 01 No. 02 Tahun 2017 Universitas Nusantara PGRI Kediri) | Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya Overhead Pabrik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan pada CV Surya pustaka Kediri. |
| 3. | Winarni (2013) | Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Batik Lurik Dan Kain Sandang Di Jalan Combongan, Pedan, Klaten. (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta) | Terdapat pengaruh positif Biaya Promosi terhadap Volume Penjualan pada perusahaan batik lurik dan kain sandang |
| 4. | I Gusti Putu Gde Indra Dinar (2016) | Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan UD Tirta di Jembrana(e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Vol 4) | Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan biaya produksi dan biaya promosi terhadap |

| | | | |
|----|----------------------------|--|---|
| | | | penjualan. Secara parsial biaya produksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan, sedangkan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. |
| 5. | Ika Septi Wulandari (2015) | Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Hasil Penjualan Pupuk Petroganik Pada CV. Ijo Ngawi. (Jurnal FIPA Vol 3 No. 2 2015 IKIP PGRI Madiun) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan pupuk petroganik pada CV Ijo Ngawi. |
| 6. | Yonnade Arga Putra (2014) | Analisis pengaruh biaya produksi dan penjualan Terhadap laba perusahaan (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar). Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta | Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa ada pengaruh biaya produksi dan penjualan secara bersama-sama terhadap laba perusahaan pada UMKM di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar. |

Dari penelitian terdahulu diatas, terdapat persamaan serta perbedaan antar penelitian terdahulu dengan penelitian penulis, yaitu:

1. Persamaan penelitian Yuma arizona, andriani dengan penelitian penulis adalah juga pada variabel X biaya produksi dan variabel Y adalah volume penjualan. Sedangkan perbedaannya hanya terletak pada tempat penelitiannya saja.
2. Persamaan penelitian Siti Amanah dengan penelitian penulis adalah pada variabel X dan Y. Perbedaannya juga terletak pada tempat penelitiannya saja.
3. Persamaan penelitian Winarni dengan penelitian penulis adalah pada variabel Y. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel X dan tempat penelitiannya.
4. Persamaan penelitian I Gusti Putu Gde Indra Dinar dengan penelitian penulis adalah pada variabel X dan Y. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitiannya.
5. Persamaan penelitian Ika Septi Wulandari dengan penelitian penulis adalah pada variabel X dan Y. Perbedaannya juga terletak pada tempat penelitiannya saja.
6. Persamaan penelitian Yonnade Arga Putra dengan penelitian penulis adalah pada variabel X1. Perbedaannya juga terletak pada variabel X2 dan variabel Y dan juga pada tempat penelitiannya.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan sintesa dari serangkaian yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif dan serangkaian masalah yang ditetapkan.²⁹ Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh secara parsial dan simultan variabel Biaya Produksi terhadap penjualan. Serta

²⁹.Abdul Hamid, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: CV Alfabeta, 2012), hlm. 51.

menjelaskan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya. Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.2
Kerangka Pikir



Kerangka pikir diatas menggambarkan mengenai penjualan dipengaruhi oleh biaya produksi. Dalam penelitian ini, variabel bebas yaitu biaya produksi (X), sedangkan variabel terikatnya penjualan (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

D. Hipotesis

Secara umum, pengertian hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih perlu diuji secara empiris. Hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban yang paling mungkin diberikan dan memiliki tingkat kebenaran lebih tinggi daripada opini (yang tidak mungkin dilakukan dalam penelitian). Hipotesis itu diajukan hanya sebagai saran pemecahan masalah, artinya hasil penelitianlah yang membenarkan diterima atau ditolaknya.³⁰

Sehubungan dengan pengamatan dan penelitian peneliti atas permasalahan yang terjadi di atas maka penulis mengemukakan dugaan sebagai berikut:

³⁰Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 110.

Ha :”Terdapat pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT.
Indika Energy Tbk.”

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis memilih meneliti pada PT. Indika Energy Tbk. yaitu yang terdaftar di Bursa Efek Syariah (BEI) yang diakses melalui *www.laporan keuangan PT Indika Energy Tbk*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2018 sampai dengan Agustus 2019.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan atau gambaran umum tentang suatu fenomena atau gejala yang dilandasi pada teori, asumsi atau andaian, dalam hal ini dapat diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti, sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan adalah untuk merumuskan hipotesis, dan teknik analisis statistik yang hendak digunakan.¹

Penelitian ini dilakukan berdasarkan runtut waktu atau time series. Data time series merupakan sekumpulan data dari suatu fenomena tertentu yang didapat dalam interval waktu tertentu, misalnya dalam waktu mingguan, bulanan, dan tahunan.²

¹Iskandar, *Metodologi Pendidikan dan Sosial* (Jakarta: Gaung Persada Press, 2008), hlm. 17.

²Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 42.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu semua komponen yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian. Menurut Burhan Bungin populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data-data penelitian.³ Populasi yang akan diteliti harus didefinisikan dengan jelas sebelum penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah data biaya produksi yang terdapat pada beban pokok penjualan dan penjualan yang terdapat pada data penjualan bersih di PT Indika Energy Tbk selama 10 tahun dari tahun 2009-2018. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 10 tahun x 4 triwulan totalnya 40 populasi.

2. Sampel

Sampel adalah sebahagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁴ Sampel penelitian mencerminkan dan menentukan seberapa jauh sampel tersebut bermanfaat dalam membuat kesimpulan penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.⁵

³Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), hlm. 99.

⁴Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Citapustaka Media, 2006), hlm. 68.

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*(Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.85.

Sampel dari penelitian ini adalah total data biaya produksi dan penjualan dari PT Indika Energy Tbk dari tahun 2009 sampai dengan 2018. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 10 tahun x 4 triwulan totalnya 40 sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengambilan data berpengaruh terhadap kualitas data, oleh karena itu harus diikuti secara tertib.⁶ Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah:

1) Studi kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

2) Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktuan dan sesuai dengan masalah penelitian. Metode ini digunakan untuk mencari data dari perusahaan dengan sumber-sumber tertulis yang berkaitan dengan obyek penelitian dan gambaran umum data yang diperoleh dari dokumentasi adalah:

- a. Sejarah PT. Indika Energy Tbk.
- b. Struktur organisasi PT. Indika Energy Tbk.
- c. Data biaya produksi PT. Indika Energy Tbk tahun 2009-2018
- d. Data penjualan PT. Indika Energy Tbk tahun 2009-2018

⁶Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian, cet. Kesebelas* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), hlm. 93.

E. Teknik Analisis data

Teknik analisis data adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Untuk pengolahan dan analisis data telah dikembangkan teknik-teknik atau prosedur-prosedur tertentu yang masing-masing pada umumnya mensyaratkan hal-hal tertentu.⁷

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, barulah data tersebut diolah dengan menggunakan bantuan metode SPSS sebagai alat hitung.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan:

1) Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode yang berusaha menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data. Penggunaan statistik deskriptif untuk mengetahui seperti berapa rata-ratanya, seberapa jauh data-data bervariasi, berapa standar deviasinya, nilai maksimum dan minimum data.

2) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji non-parametrik kolmogrov-smirnov, dimana data yang berdistribusi normal akan memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05. Selain itu normalitas dapat juga dilihat melalui grafik histogram dan grafik normal plot.

⁷Sumadi Suryabrata, *loc.cit.*,

3) Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)

Uji t-tes digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap penjualan dengan tingkat signifikan 0,05. Jika nilai *probability* t lebih besar dari 0,05 maka terdapat pengaruh biaya produksi terhadap penjualan (koefisien regresi signifikan), sedangkan jika nilai *probability* lebih kecil dari 0,05 maka tidak terdapat pengaruh dari biaya produksi terhadap penjualan (koefisien regresi tidak signifikan).

Setelah diperoleh t_{hitung} , maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti secara parsial ada pengaruh biaya produksi terhadap penjualan.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, ini berarti secara parsial tidak ada pengaruh biaya produksi terhadap penjualan.⁸

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 dilakukan untuk menilai seberapa besar kemampuan biaya produksi menjelaskan penjualan. Uji R^2 pada intinya mengatur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi pendapatan penjualan. dimana R^2 nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$ semakin besar R^2 maka biaya produksi semakin dekat hubungannya dengan penjualan, dengan kata lain model tersebut dianggap baik.

⁸M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik deskriptif) Edisi Kedua* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), hlm. 270.

4) Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah analisis dua variable, yaitu suatu model dimana hanya ada satu variabel terikat yang dinyatakan sebagai fungsi linier. Adapun regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen biaya produksi terhadap variabel dependen penjualan.

Adapun bentuk persamaan linier sederhana yang digunakan untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap penjualan adalah:

$$\text{Rumus : } Y = a + bX + e^9$$

Keterangan:

Y : variabel terikat

a : konstanta

b : koefisien korelasi

X : variabel bebas

Berdasarkan persamaan diatas, maka persamaan yang terbentuk dalam penelitian ini adalah:

$$P = \beta_0 + \beta_1 BP + e$$

Dimana:

P : penjualan

β_0 : konstanta

β_1 : koefisien

BP : biaya produksi

⁹J. Supranto, *Ekonomi Buku Satu* (Ghalia Indonesia: Warung angka, 2005), hlm. 24.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Perusahaan

1. Sejarah PT. Indika Energy Tbk

PT. Indika Energy Tbk merupakan perusahaan energi terpadu yang berbasis di Indonesia yang utamanya bergerak dalam penyediaan layanan pendukung energy. Indika Energy Tbk atau yang sering disingkat dengan INDY didirikan tanggal 19 Oktober 2000 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 2004. Kantor pusat Indika berlokasi di Gedung Mitra, Lantai 7, Jalan Jenderal Gatot Subroto Kav.21, Jakarta 12930 – Indonesia. Indika tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008 di bawah Dewan Utama.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INDY terutama meliputi bidang perdagangan, pembangunan, pertambangan, pengangkutan dan jasa. Saat ini, kegiatan usaha INDY adalah perusahaan energi terintegrasi yang mencakup segmen sumber daya energi, layanan energi, dan infrastruktur energi dengan usaha utama di bidang batubara. Lahan tambang batubara Indika terletak di Kalimantan Timur yang dikelola oleh PT. Kideco Jaya Agung. Diluar Kideco, Indika juga memiliki dua perusahaan tambang batubara lagi, yakni PT. Mitra Energi Agung dan PT. Santan Batubara yang lokasi tambang keduanya berada di Kalimantan Timur.

Segmen sumber daya energi berfokus pada eksplorasi, produksi, dan pemrosesan batu bara. Segmen layanan energinya menyediakan layanan rekayasa, pengadaan, dan konstruksi (EPC), layanan operasi dan pemeliharaan (O&M),

serta layanan logistik untuk pertambangan batu bara dan industri gas dan minyak bumi. Bisnis layanan energi dioperasikan oleh anak perusahaannya, PT Tripatra Engineering and Constructors, PT Tripatra Engineering, dan PT Petrosea Tbk. Segmen infrastruktur energinya, yang menyediakan transportasi pertambangan, logistik, dan kapasitas pembangkitan listrik, dioperasikan melalui PT Mitrabahtera Segara Sejati Tbk dan PT Cirebon Electric Power.

2. Visi, Misi PT Indika Energy Tbk

a. Visi

Menjadi perusahaan energi Indonesia tingkat dunia yang diakui kompetensi terintegrasinya di sektor sumber daya energi, jasa energi dan infrastruktur energi.

b. Misi

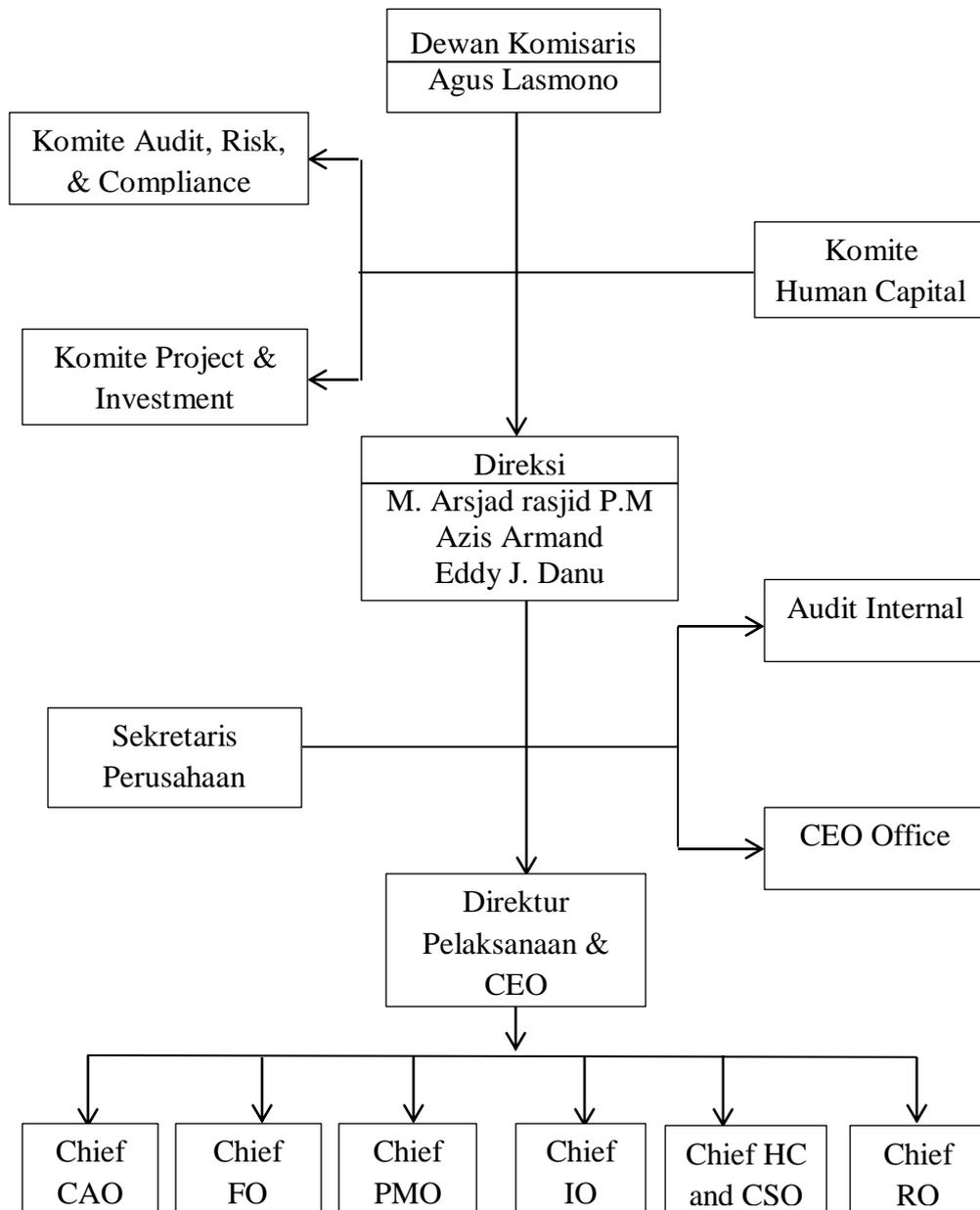
- 1) Mengembangkan sumber daya energi yang melimpah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi global.
- 2) Menciptakan integrasi dan sinergi antar bisnis.
- 3) Menciptakan nilai yang optimal bagi pemegang saham.
- 4) Mengembangkan sumber daya manusia secara berkelanjutan.
- 5) Menjadi warga korporasi yang baik.

3. Struktur Organisasi PT Indika Energy Tbk

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan antara bagian yang satu dengan bagian yang lain

dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kesiapa.

Gambar 1.4 Energy Tbk



4. Tugas dan Tanggung Jawab

Pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi sesuai dengan fungsinya yaitu sebagai berikut:

a. Dewan Komisaris

Dewan komisaris mempunyai wewenang tertinggi perusahaan yang bertanggung jawab atas berlangsungnya segala kegiatan perusahaan. Dewan komisaris memiliki tugas-tugas antara lain sebagai berikut:

- 1) Melakukan pengawasan untuk kepentingan perusahaan terhadap tindakan pengurusan yang dilakukan Direksi, baik mengenai perusahaan maupun terhadap kegiatan usaha perusahaan.
- 2) Meneliti, menelaah dan menyetujui laporan tahunan yang disiapkan oleh Direksi.
- 3) Mengkaji, menelaah, memberikan saran dan persetujuan atas usulan serta mengawasi pelaksanaan rencana jangka panjang perusahaan dan rencana kerja dan anggaran perusahaan yang disampaikan oleh Direksi.
- 4) Mengikuti perkembangan kegiatan perusahaan dan memberikan pendapat dan saran kepada Direksi, sesuai dengan tugas pengawasannya, atas setiap persoalan yang dianggap penting dalam pengurusan perusahaan.

b. Komite Audit, *Risk*, & *Compliance*

Komite Audit, *Risk*, & *Compliance* memiliki tugas membantu tugas dan fungsi pengawasan dewan Komisaris, terutama terkait dengan sistem pengendalian internal, laporan keuangan dan auditor eksternal, penelaahan atas informasi keuangan perusahaan, pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal, manajemen risiko dan tata kelola.

c. Komite *Project & Investment*

Komite *Project & Investment* bertanggung jawab membantu Dewan Komisaris dalam melaksanakan tugas dan fungsi pengawasan mereka. Komite *Project & Investment* memantau dan memberi advis terkait investasi baru yang akan dijadikan proposal investasi oleh perusahaan.

d. Komite *Human Capital*

Komite Human Capital dibentuk oleh Dewan Komisaris untuk membantu tugas, kewenangan dan tanggung jawab Dewan Komisaris, terutama untuk menjalankan fungsi pengawasan pelaksanaan kebijakan nominasi dan remunerasi sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar, peraturan perundang-undangan yang berlaku dan best practices. Dalam menjalankan tanggung jawab utamanya, Komite Human Capital wajib memperhatikan kinerja keuangan perusahaan, prestasi kerja individual, kewajaran terhadap prestasi dan pertimbangan sasaran jangka panjang perusahaan.

e. Direksi

Direksi adalah organ perusahaan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan perusahaan untuk kepentingan perusahaan, sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan serta mewakili perusahaan, baik di dalam maupun diluar pengadilan sesuai ketentuan Anggaran Dasar perusahaan. Direksi bertanggung jawab kepada RUPS sebagai bentuk pertanggung jawaban atas pengelolaan perusahaan sesuai dengan prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Direksi bertanggung jawab melaksanakan kegiatan operasional dan manajemen

perusahaan, untuk kepentingan para pemegang saham dan pemangku kepentingan dari perusahaan.

f. Sekretaris Perusahaan

Sekretaris perusahaan berfungsi sebagai contact person perusahaan dengan pihak eksternal, khususnya pemerintah, otoritas pasar modal, media dan para pemangku kepentingan yang terkait. Sekretaris perusahaan membangun komunikasi yang efektif dan transparan dengan para regulator dan otoritas, para peserta pasar modal, serta memastikan ketersediaan informasi tentang transaksi-transaksi material dan tindakan korporasi. Sekretaris perusahaan juga bertanggung jawab memastikan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, terutama dalam sektor pasar modal.

Selain itu, sekretaris perusahaan juga memastikan perusahaan mematuhi pelaporan yang diwajibkan, seperti pelaporan pengungkapan informasi atas tindakan perusahaan, laporan keuangan, laporan tahunan, laporan bulanan terkait dengan kepemilikan saham dan laporan bulanan tentang kewajiban perusahaan dalam mata uang asing. Dalam melaksanakan tugasnya, fungsi sekretaris perusahaan dijalankan oleh unit kerja corporate secretary yang pada umumnya menjalankan fungsi tugas dan tanggung jawab secara internal diatur dalam unit kerja tersebut.

g. Auditor Internal

Fungsi audit internal perusahaan memberikan keyakinan dan konsultasi yang bersifat independen dan objektif yang bertujuan untuk meningkatkan serta memperbaiki kegiatan operasional perusahaan, melalui pendekatan yang

sistematis, dengan cara mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas pengendalian internal, risiko manajemen, dan proses tata kelola perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan kebijakan perusahaan.

Selain itu, unit audit internal juga melakukan pemeriksaan dan menilai efisiensi dan efektivitas kegiatan-kegiatan perusahaan di bidang keuangan, operasional, sumber daya manusia, teknologi informasi dan kegiatan lainnya serta memberikan rekomendasi perbaikan-perbaikan yang objektif terkait dengan setiap area yang diperiksa.

B. Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dari laporan keuangan pada PT. Indika Energy Tbk. Perolehan data yang diperoleh tersebut setelah diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Biaya Produksi

Tabel 1.4
Biaya Produksi PT. Indika Energy Tbk.
(dalam US\$)

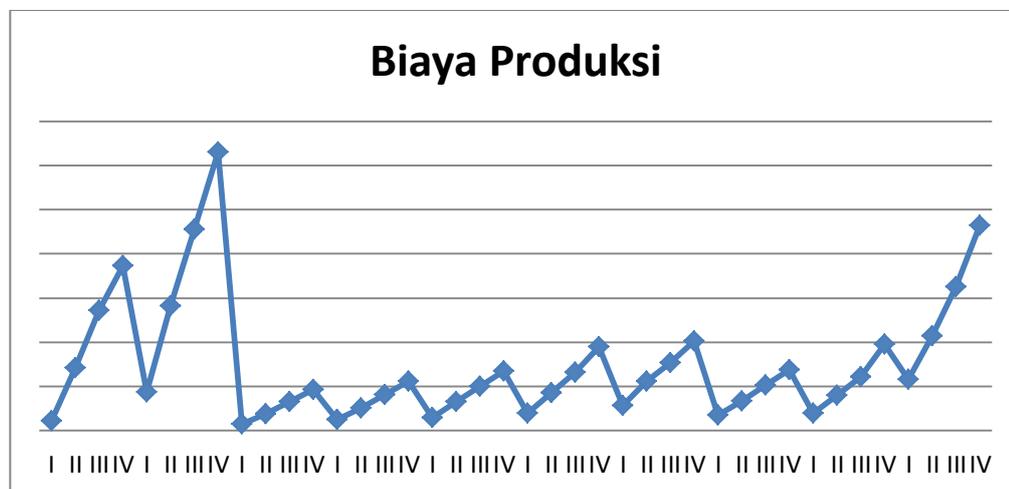
| Tahun | Triwulan | Biaya produksi |
|-------|----------|----------------|
| 2009 | I | 44.562.734 |
| | II | 708.774.357 |
| | III | 1.357.641.282 |
| | IV | 1.866.726.464 |
| 2010 | I | 430.600.920 |
| | II | 1.413.205.991 |
| | III | 2.276.227.478 |
| | IV | 3.153.083.746 |
| 2011 | I | 72.117.407 |
| | II | 186.297.910 |
| | III | 323.907.741 |
| | IV | 462.615.208 |
| 2012 | I | 122.860.332 |
| | II | 247.211.004 |

| | | |
|------|-----|---------------|
| | III | 399.961.245 |
| | IV | 556.462.501 |
| 2013 | I | 143.323.974 |
| | II | 323.927.183 |
| | III | 496.250.089 |
| | IV | 669.987.605 |
| 2014 | I | 190.838.919 |
| | II | 425.236.479 |
| | III | 657.694.061 |
| | IV | 948.472.697 |
| 2015 | I | 282.067.141 |
| | II | 553.309.848 |
| | III | 765.616.819 |
| | IV | 1.008.966.857 |
| 2016 | I | 174.684.144 |
| | II | 326.811.376 |
| | III | 511.135.712 |
| | IV | 686.531.106 |
| 2017 | I | 194.246.059 |
| | II | 396.577.444 |
| | III | 608.378.159 |
| | IV | 975.843.393 |
| 2018 | I | 580.229.246 |
| | II | 1.069.472.269 |
| | III | 1.628.537.865 |
| | IV | 2.321.645.585 |

Sumber: data biaya produksi PT. Indika Energy Tbk.

Untuk lebih jelas dapat kita lihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.4
Biaya Produksi



Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel IV.1 dan gambar IV.2 di atas dapat dilihat bahwa biaya produksi PT. Indika Energy Tbk dari periode satu ke periode lainnya mengalami fluktuasi. Dimulai dari tahun 2009 triwulan pertama biaya produksi sebesar 44.562.734. Pada triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 1.490,51 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 91,55 persen. Dan pada triwulan keempat juga mengalami peningkatan sebesar 37,49 persen

Pada tahun 2010 biaya produksi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 228,19 persen. Pada triwulan ketiga mengalami peningkatan sebesar 61,07 persen. Pada triwulan keempat juga masih mengalami peningkatan sebesar 38,52 persen.

Pada tahun 2011 biaya produksi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 158,32 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 73,86 persen. Dan pada triwulan keempat masih mengalami peningkatan sebesar 42,82 persen.

Pada tahun 2012 biaya produksi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 101,21 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan 61,78 persen. Pada triwulan keempat juga masih mengalami peningkatan sebesar 39,13.

Pada tahun 2013 biaya produksi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan 126,01 persen. Pada triwulan ketiga masih mengalami peningkatan sebesar 53,19 persen. Dan pada triwulan keempat juga mengalami peningkatan sebesar 35,01 persen.

Pada tahun 2014 biaya produksi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 122,82 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 54,66 persen. Dan pada triwulan keempat masih mengalami peningkatan sebesar 44,21 persen.

Pada tahun 2015 biaya produksi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 96,16 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 38,37 persen. Dan pada triwulan keempat juga masih mengalami peningkatan sebesar 31,78 persen.

Pada tahun 2016 biaya produksi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 87,08 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 56,40 persen. Pada triwulan keempat masih mengalami peningkatan sebesar 34,31 persen.

Pada tahun 2017 biaya produksi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 104,16 persen. Pada triwulan ketiga juga

mengalami peningkatan sebesar 53,41 persen. Dan pada triwulan keempat juga masih mengalami peningkatan sebesar 60,40 persen.

Pada tahun 2018 biaya produksi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 84,32 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 52,27 persen. Dan pada triwulan keempat juga masih mengalami peningkatan sebesar 42,56 persen.

2. Penjualan

Penjualan merupakan sebuah aktivitas yang mengakibatkan arus barang keluar perusahaan sehingga perusahaan memperoleh penerimaan uang dari pelanggan. Penjualan juga merupakan sarana untuk berkembangnya suatu merk baru yang dipasarkan oleh perusahaan.

Tabel 2.4
Penjualan PT. Indika Energy Tbk
(dalam US\$)

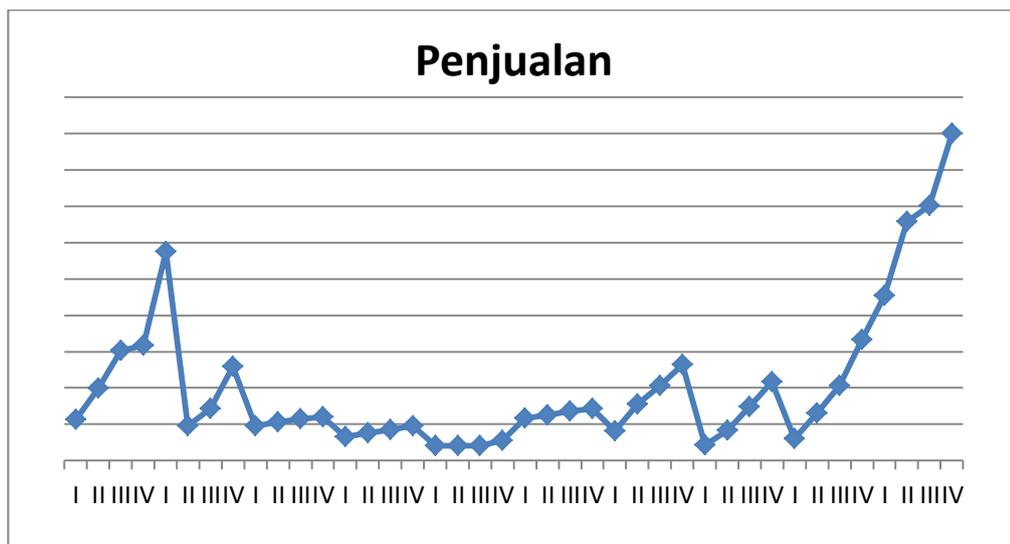
| Tahun | Triwulan | Penjualan |
|-------|----------|-------------|
| 2009 | I | 113.127.088 |
| | II | 199.884.155 |
| | III | 301.920.642 |
| | IV | 316.370.791 |
| 2010 | I | 575.161.594 |
| | II | 95.050.045 |
| | III | 142.764.445 |
| | IV | 258.537.257 |
| 2011 | I | 9.277.134 |
| | II | 18.225.234 |
| | III | 33.287.580 |
| | IV | 41.129.943 |
| 2012 | I | 3.303.328 |
| | II | 7.962.686 |
| | III | 10.071.731 |
| | IV | 11.636.102 |
| 2013 | I | 1.764.567 |
| | II | 1.764.567 |
| | III | 1.764.567 |
| | IV | 2.613.289 |

| | | |
|------|-----|---------------|
| 2014 | I | 16.918.448 |
| | II | 54.843.323 |
| | III | 84.790.055 |
| | IV | 143.031.272 |
| 2015 | I | 81.083.887 |
| | II | 154.891.931 |
| | III | 205.374.990 |
| | IV | 263.354.550 |
| 2016 | I | 42.343.907 |
| | II | 83.347.227 |
| | III | 147.870.037 |
| | IV | 216.733.710 |
| 2017 | I | 60.637.682 |
| | II | 129.932.744 |
| | III | 206.445.131 |
| | IV | 432.272.612 |
| 2018 | I | 653.737.801 |
| | II | 1.138.310.422 |
| | III | 1.689.944.943 |
| | IV | 2.229.877.886 |

Sumber: *data penjualan PT. Indika Energy Tbk.*

Untuk lebih jelas dapat kita lihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 3.4
Penjualan



Sumber: *data diolah*

Berdasarkan tabel dan grafik diatas terlihat bahwa penjualan dari PT. Indika Energy Tbk dari periode satu ke periode lainnya mengalami fluktuasi. Dimulai dari tahun 2009 penjualan dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 76,69 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 51,05 persen. Dan pada triwulan keempat masih juga mengalami peningkatan sebesar 4,79 persen.

Pada tahun 2010 penjualan dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami penurunan sebesar 83,47 persen. Pada triwulan ke tiga mengalami peningkatan sebesar 50,19 persen. Dan pada triwulan keempat juga mengalami peningkatan sebesar 81,09 persen.

Pada tahun 2011 penjualan dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 96,45 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 82,65 persen. Dan pada triwulan keempat masih mengalami peningkatan sebesar 23,56 persen.

Pada tahun 2012 penjualan dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 141,05 persen. Pada triwulan ketiga mengalami peningkatan sebesar 26,49 persen. Dan pada triwulan keempat juga mengalami peningkatan sebesar 15,53 persen.

Pada tahun 2013 penjualan dari triwulan pertama sampai triwulan ketiga tidak mengalami peningkatan ataupun penurunan hanya pada triwulan keempat saja yang mengalami peningkatan sebesar 48,09 persen.

Pada tahun 2014 penjualan dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 224,16 persen. Pada triwulan ketiga juga

mengalami peningkatan sebesar 54,60 persen. Dan pada triwulan keempat juga masih mengalami peningkatan sebesar 68,68 persen.

Pada tahun 2015 penjualan dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 91,03 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 32,59 persen. Dan pada triwulan keempat juga mengalami peningkatan sebesar 28,23 persen.

Pada tahun 2016 penjualan dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 96,83 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 77,41 persen. Dan pada triwulan keempat juga masih mengalami peningkatan sebesar 46,57 persen.

Pada tahun 2017 penjualan dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 114,27 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 58,88 persen. Dan pada triwulan keempat juga masih mengalami peningkatan sebesar 109,38 persen.

Pada tahun 2018 penjualan dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami peningkatan sebesar 74,12 persen. Pada triwulan ketiga juga mengalami peningkatan sebesar 48,46 persen. Dan pada triwulan keempat juga masih mengalami peningkatan sebesar 31,95 persen.

C. Hasil Analisis

Sebuah model regresi yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik. Berikut hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah:

1. Statistik Deskriptif

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian dengan mengolah data sekunder yang diperoleh dari publikasi laporan keuangan triwulan publikasian PT. Indika Energy Tbk yang diakses dari situs resmi yaitu www.indikaenergy.co.id. Dari publikasian laporan keuangan tersebut peneliti memilih sampel sebanyak 40 sampel (10 tahun) yaitu biaya produksi dan penjualan dari tahun 2009 sampai 2018. Untuk memperoleh nilai rata-rata, minimum, maximum, dan standar deviasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.4
Statistik Deskriptif
(dalam US\$)

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-----------------------|----|----------|------------|--------------|----------------|
| BP | 40 | 44562734 | 3153083746 | 739051008.70 | 688077359.700 |
| PJ | 40 | 1764567 | 2229877886 | 254533982.60 | 456720817.900 |
| Valid N (listwise) | 40 | | | | |

Sumber: Hasil *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan tabel IV.3 Descriptive di atas dapat dilihat hasil atau nilai dari jumlah data (N), minimum, maximum, rata-rata, standar deviasi dari biaya produksi dan penjualan pada PT. Indika Energy Tbk adalah sebagai berikut:

- a. Dari hasil uji *descriptive* dapat dilihat bahwa untuk variabel biaya produksi nilai dari jumlah (N) adalah 40, kemudian untuk nilai minimum sebesar US\$44562734 dan maximum sebesar US\$3153083746 selanjutnya untuk nilai

dari rata-rata (*mean*) sebesar US\$739051008.70 dan untuk nilai dari standar deviasi adalah sebesar US\$688077359.700.

- b. Dari hasil uji descriptive dapat dilihat bahwa untuk variabel penjualan nilai dari jumlah data (N) adalah 40, kemudian untuk nilai minimum adalah sebesar US\$1764567 kemudian nilai dari maximum adalah sebesar US\$2229877886 selanjutnya untuk nilai rata-rata (*mean*) adalah sebesar US\$254533982.60 dan untuk nilai standar deviasi adalah sebesar US\$456720817.900.

2. Uji Normalitas

Pengujian analisis data dilakukan dengan menguji normalitas data dengan menggunakan program SPSS versi 23. Untuk pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan metode uji Kolmogorov smirnov, dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah jika nilai $p > 0,05$ maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Dan jika nilai $p < 0,05$ maka diinterpretasikan sebagai tidak normal. Untuk nilai p dapat diambil dari nilai absolute dan juga diambil dari nilai Kolmogorov-Smirnov z atau test statistic. Berikut ini tabel hasil uji normalitas yang diolah melalui SPSS versi 23.

Tabel 4.4
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Biaya Produksi | Penjualan |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------|-------------------|
| N | | 40 | 40 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 739051008,75 | 254533982,58 |
| | Std. Deviation | 688077359,737 | 456720817,904 |
| | Most Extreme Differences | | |
| | Absolute | ,218 | ,296 |
| | Positive | ,218 | ,296 |
| | Negative | -,156 | -,290 |
| Test Statistic | | ,218 | ,296 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,000 ^c | ,000 ^c |

Sumber: Hasil *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan tabel IV.4 hasil uji normalitas yang dilakukan dengan One-Sample Kolmogorov Smirnov Test dapat diketahui nilai Asymp Sig (2-tailed) pada biaya produksi dan penjualan pada PT. Indika Energy Tbk adalah tidak berdistribusi normal. Imam Ghazali menyatakan bahwa jika hasil tidak normal maka dapat dilakukan pengobatan dalam bentuk semi-log yaitu sebelah kanan persamaan yaitu variabel dependen kita ubah menjadi bentuk logaritma dan sebelah kiri persamaan tetap, atau sebaliknya semua variabel independent diubah menjadi logaritma dan variabel dependen tetap, atau dapat juga diubah menjadi bentuk double-log yaitu sebelah kanan maupun kiri persamaan semua diubah dalam bentuk logaritma.¹ Jadi, karena variabel dependen dan independent tidak berdistribusi normal maka digunakanlah bentuk double-log. Berikut ini tabel hasil uji normalitas menggunakan double-log melalui SPSS versi 23.

Tabel 5.4
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | BP | PJ |
|----------------------------------|--------------------------|---------------------|-------------------|
| N | | 40 | 40 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 8,69959582 | 7,84703785 |
| | Std. Deviation | ,407857212 | ,822192592 |
| | Most Extreme Differences | | |
| Absolute | Positive | ,077 | ,130 |
| | Negative | ,056 | ,072 |
| | | -,077 | -,130 |
| Test Statistic | | ,077 | ,130 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} | ,086 ^c |

Sumber: Hasil *Output SPSS Versi 23*

¹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hal. 185.

Berdasarkan tabel IV.5 hasil uji normalitas yang diubah dalam bentuk double-log dapat diketahui nilai Asymp Sig (2-tailed) pada biaya produksi dan penjualan pada PT. Indika Energy Tbk adalah sebagai berikut:

- a. Hasil uji normalitas yang diubah dalam bentuk *double-log* diketahui bahwa nilai *Asymp Sig (2-tailed)* pada biaya produksi adalah sebesar $0,200 > 0,05$ yang didefinisikan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.
- b. Hasil uji normalitas yang diubah dalam bentuk double-log diketahui bahwa nilai *Asymp Sig (2-tailed)* pada penjualan adalah sebesar $0,086 > 0,05$ yang didefinisikan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Dalam menggunakan perhitungan dengan software SPSS, maka pengambilan kesimpulan dengan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dapat dilihat pada tabel coefficients di bawah ini.

Tabel 6.4
Uji Koefisien Regresi

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -2,307 | 2,322 | | -,994 | ,327 |
| BP | 1,167 | ,267 | ,579 | 4,378 | ,000 |

Sumber: Hasil *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan hasil hipotesa (uji t) pada tabel *coefficients* dapat diketahui apakah secara parsial biaya produksi memiliki pengaruh atau tidak terhadap penjualan. Hasil pengujian variabel-variabel peneliti adalah sebagai berikut:

1) Perumusan Hipotesis

H_a : terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Indika Energy Tbk.

H_0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Indika Energy Tbk.

2) Penentuan t_{hitung}

Berdasarkan tabel uji signifikansi diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,378.

3) Penentuan t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai 0,1 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 40 - 1 - 1 = 38$, sehingga diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,685$.

4) Kriteria Pengujian

(a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

(b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan kriteria pengujian maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,378 > 1,685$), artinya biaya produksi berpengaruh terhadap penjualan.

5) Kesimpulan Uji Parsial Biaya Produksi

Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,378 > 1,685$), maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial biaya produksi memiliki pengaruh terhadap penjualan.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam variasi variabel dependen. Bila nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Uji koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi dari keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu. Dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 7.4
Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,579 ^a | ,335 | ,318 | ,679111660 |

Sumber: Hasil *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan hasil uji R^2 pada tabel di atas dapat diketahui nilai dari R^2 PT. Indika Energy Tbk sebesar 0,335, artinya pengaruh variabel biaya produksi terhadap penjualan sebesar 33,5 persen sedangkan sisanya sebesar 66,5 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

4. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu biaya produksi terhadap penjualan yang ada pada PT. Indika Energy Tbk periode 2009-2018.

Tabel 8.4
Uji Regresi Sederhana

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -2,307 | 2,322 | | -,994 | ,327 |
| BP | 1,167 | ,267 | ,579 | 4,378 | ,000 |

Sumber: Hasil *Output SPSS Versi 23*

Berdasarkan hasil uji analisis sederhana pada tabel *coefficients* diatas, persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$P = \beta_0 + \beta_1 BP + e$$

Sehingga:

$$P = -2,307 + 1,167BP + e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai dari konstanta sebesar -2,307 artinya jika biaya produksi diasumsikan nilainya adalah 0 maka penjualan nilainya sebesar -2,307.
- b. Koefisien regresi variabel biaya produksi sebesar 1,167 artinya jika biaya produksi meningkat 1 satuan maka penjualan juga meningkat sebesar 1,167. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara biaya produksi dengan penjualan. Jika biaya produksi meningkat, maka akan semakin meningkat penjualan.

5. Pembahasan Hasil Penelitian

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan

laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Semakin tinggi jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.

Penjualan dapat dikatakan sebagai suatu tugas memperkenalkan, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan, serta mengadakan transaksi atau perjanjian mengenai harga yang menguntungkan kedua belah pihak, jadi didalam penjualan tercipta suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dengan pembeli. Penjualan juga merupakan sarana untuk berkembangnya suatu merk baru yang dipasarkan oleh perusahaan. Perusahaan pemasar juga dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hasil penjualan.

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Tingginya biaya produksi berdampak pada tingkat penjualan. Secara kuantitas, suatu perusahaan sudah membatasi hasil produksinya dengan menyesuaikan pada biaya produksi yang harus dikeluarkan. Ketika hasil produk secara kuantitas berkurang tentunya juga berdampak pada laba yang diperoleh.

Hasil analisis mengenai pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Indika Energy Tbk periode 2009-2018, dapat dilihat melalui persamaan penelitian berikut.

$$P = -2,307 + 1,167 \text{biaya produksi}$$

Nilai konstanta sebesar -2,307 artinya jika biaya produksi nilainya adalah 0 maka perubahan penjualan sebesar -2,307 dan jika biaya produksi meningkat 1 satuan maka perubahan penjualan meningkat sebesar 1,167. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara biaya produksi dengan penjualan. Semakin naik biaya produksi semakin meningkat penjualan.

Meningkatnya penjualan disebabkan karena banyaknya produksi batubara yang terjual baik pada pelanggan dalam negeri maupun pelanggan luar negeri pada PT. Indika Energy Tbk. Menurunnya penjualan disebabkan karena melemahnya harga penjualan batubara. Yuma Arizona menyatakan bahwa jika biaya produksi mengalami perubahan maka volume penjualan suatu perusahaan juga akan mengalami perubahan yang nantinya akan berpengaruh pada laba perusahaan.

Pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada penelitian ini dapat kita lihat dari hasil uji t, nilai signifikansi dan bagaimana pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Indika Energy Tbk. uji t digunakan untuk mengetahui apakah biaya produksi berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap penjualan. Berdasarkan hasil hipotesa (uji t) didapat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,378 > 1,685$), maka H_0 ditolak, disimpulkan bahwa biaya produksi (X) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap penjualan (Y) pada PT. Indika Energy Tbk periode 2009-2018.

Berdasarkan hasil uji R^2 dapat diketahui nilai dari R^2 PT. Indika Energy Tbk yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah kebentuk

persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dapat dilihat bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,335 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel biaya produksi terhadap variabel penjualan sebesar 33,5 persen sedangkan sisanya sebesar 66,5 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar variabel X.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ika Septi Wulandari yang menyatakan bahwa secara bersama-sama variabel biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil penjualan pupuk petrogranik pada CV Ijo Ngawi. Selain itu mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yuma Arizona yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap volume penjualan pada PT Kertas Padalarang.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dan disusun dengan langkah-langkah yang sesuai dengan pedoman skripsi di IAIN Padangsidimpuan. Proses dalam penelitian ini dijalankan dengan sebaik-baiknya untuk memperoleh hasil yang sempurna sangatlah sulit karena dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

- a. Keterbatasan wawasan dan pengetahuan dari peneliti.
- b. Peneliti hanya meneliti tentang pengaruh biaya produksi terhadap penjualan pada PT. Indika Energy Tbk.

- c. Keterbatasan bahan materi berupa buku-buku referensi yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian skripsi ini membuat peneliti mendapatkan sedikit kendala dalam teori telah pustakanya.

Keterbatasan yang ada dan dihadapi dalam melakukan penelitian ini, dan peneliti tetap berusaha sehingga tidak mengurangi makna dari hasil penelitian ini. Segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah berdasarkan hasil hipotesa (uji t) didapat bahwa nilai t_{hitung} adalah sebesar 4,378 dan nilai signifikansi 0,05 adalah 0,000. Dan nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $40-1-1 = 38$, hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,685 jadi dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,378 > 1,685$) dan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,005$), maka H_0 ditolak. Sedangkan berdasarkan Uji Koefisien Determinasi (*R square*) dengan nilai 0,335 yang berarti sebesar 33,5 persen biaya produksi berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan sedangkan sisanya 66,5 persen dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini. Dibuktikan dari hasil uji secara parsial dengan t-test yang menghasilkan nilai taraf sig. $< \alpha$ yaitu $0,000 < 0,005$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,378 > 1,685$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Diharapkan agar pihak PT. Indika Energy Tbk memperhatikan biaya produksi sebelum melakukan penjualan dan memiliki perhitungan yang baik untuk melakukan penjualan yang lebih baik juga.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat melakukan perluasan sampel, mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas. Serta memperhatikan variabel-variabel lain karena masih banyak faktor-faktor

lainnya yang mempengaruhi penjualan. Penelitian selanjutnya diharapkan akan lebih akurat bila sampel diperluas, baik periode penelitian maupun jumlah perusahaan yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid, *Metodologi Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta, 2012.
- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta : Rineka Cipta, 2012.
- Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* Jakarta: PT. Raja grafindo Persada, 2012.
- Azhari Akmal Tarigan, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* Bandung: Citapustaka Media, 2016.
- Buchari Alma, *Kewirausahaan* Bandung :Alfabeta, 2008.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Charles T. Horngren dkk, *Akuntansi Biaya*, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2006.
- Departemen Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahan Al-Jumanatul 'Ali* Bandung: CV. J-Art, 2004.
- Dwi Suwiknyo, *Ayat-Ayat Ekonomi Islam* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Elwood N. Chapman, *Dasar-Dasar Pelatihan Penjualan* Jakarta : PT. Indeks, 2010.
- Hansen dan Mowen, *Manajemen Accounting, Edisi 7* Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Iskandar, *Metodologi Pendidikan Dan Sosial* Jakarta: Gaung Persada Press, 2008.
- J. Supranto, *Ekonomi Buku Satu* Ghalia Indonesia: Warungangka, 2005.
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* Jakarta: Rajawali Pers, 2009.

- Komaruddin Ahmad, *Akuntansi Manajemen* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996.
- M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan* Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- M. Suyanto, *Marketing Strategy* Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2007.
- Mulyadi, *Akuntansi Biaya, Edisi5* Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2009.
- Murti Sumarni, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)* Yogyakarta : Liberty Yogyakarta, 2015.
- Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran Bandung* : CV Rama Widya, 2011.
- Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Pengembangan* Jakarta: Kencana, 2012.
- Quraisy Shihab, *Tafsir Al Misbah, Pesan Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*, Volume 1 Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Rudianto, *Pengantar Akuntansi* Jakarta: Erlangga, 2009.
- S. Munawir, *Analisis Laporan Keuangan* Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2007.
- Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis* Jakarta: Prenada Media Group, 2004.
- Soemarso S.R, *Akuntansi Suatu Pengantar* Jakarta: PT. Salemba Empat, 2009.
- Sofjan, Assauri, *Manajemen Produksi Dan Operasi, Edisi Revisi2008* Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Sofyan Syafri Harahap, *TeoriAkuntansi, Ed. Revisi* Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Sugiarto, *Pengantar Bisnis* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Sugiharso, *Teori Ekonomi Mikro* Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* Bandung: Alfabeta, 2011.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT Rineke Cipta, 2009.

Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian, Cet. Kesebelas* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998.

_____, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012.

Sunardi & Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis: Konsep Strategi & Kasus* Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)

Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi*, Bandung: Citapustaka Media, 2006.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : NILA RIZKI BATUBARA
Nim : 14 402 00209
Tempat, Tanggal Lahir : Durian Luncuk, 28 Desember 1995
Alamat : Desa Kotoboru, Kec. Muarasipongi,
Kab. Mandailing Natal

Nama Orang Tua

Ayah : MUSLIM BATUBARA
Ibu : MAWARNI LUBIS
Alamat : Desa Kotoboru, Kec. Muarasipongi,
Kab. Mandailing Natal
Pekerjaan : Petani

Riwayat Pendidikan

Tahun 2002-2008 : SD Negeri 147562 Silatung
Tahun 2008-2011 : SMP Negeri 1 Muarasipongi
Tahun 2011-2014 : SMA Negeri 2 Plus Panyabungan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2761 /In.14/G.1/PP.00.9/10/2019
Lampiran :
Perihal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

25 Oktober 2019

Yth, Bapak/ Ibu;

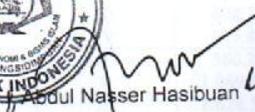
1. Kamaluddin : Pembimbing I
2. Zulaikha Matondang : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/ Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nila Rizki Batubara
NIM : 1440200209
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penjualan Pada PT. Indika Energy Tbk.

Untuk itu diharapkan kepada Bapak/ Ibu sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an, Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

LAMPIRAN

**Biaya Produksi PT. Indika Energy Tbk
(dalam US\$)**

| Tahun | Triwulan | Biaya Produksi |
|--------------|-----------------|-----------------------|
| 2009 | I | 44.562.734 |
| | II | 708.774.357 |
| | III | 1.357.641.282 |
| | IV | 1.866.726.464 |
| 2010 | I | 430.600.920 |
| | II | 1.413.205.991 |
| | III | 2.276.227.478 |
| | IV | 3.153.083.746 |
| 2011 | I | 72.117.407 |
| | II | 186.297.910 |
| | III | 323.907.741 |
| | IV | 462.615.208 |
| 2012 | I | 122.860.332 |
| | II | 247.211.004 |
| | III | 399.961.245 |
| | IV | 556.462.501 |
| 2013 | I | 143.323.974 |
| | II | 323.927.183 |
| | III | 496.250.089 |
| | IV | 669.987.605 |
| 2014 | I | 190.838.919 |
| | II | 425.236.479 |
| | III | 657.694.061 |
| | IV | 948.472.697 |
| 2015 | I | 282.067.141 |
| | II | 553.309.848 |
| | III | 765.616.819 |
| | IV | 1.008.966.857 |
| 2016 | I | 174.684.144 |
| | II | 326.811.376 |
| | III | 511.135.712 |
| | IV | 686.531.106 |
| 2017 | I | 194.246.059 |
| | II | 396.577.444 |
| | III | 608.378.159 |
| | IV | 975.843.393 |
| 2018 | I | 580.229.246 |
| | II | 1.069.472.269 |
| | III | 1.628.537.865 |
| | IV | 2.321.645.585 |

Sumber: data biaya produksi PT. Indika Energy Tbk.

Penjualan PT. Indika Energy Tbk
(dalam US\$)

| Tahun | Triwulan | Penjualan |
|--------------|-----------------|------------------|
| 2009 | I | 113.127.088 |
| | II | 199.884.155 |
| | III | 301.920.642 |
| | IV | 316.370.791 |
| 2010 | I | 575.161.594 |
| | II | 95.050.045 |
| | III | 142.764.445 |
| | IV | 258.537.257 |
| 2011 | I | 9.277.134 |
| | II | 18.225.234 |
| | III | 33.287.580 |
| | IV | 41.129.943 |
| 2012 | I | 3.303.328 |
| | II | 7.962.686 |
| | III | 10.071.731 |
| | IV | 11.636.102 |
| 2013 | I | 1.764.567 |
| | II | 1.764.567 |
| | III | 1.764.567 |
| | IV | 2.613.289 |
| 2014 | I | 16.918.448 |
| | II | 54.843.323 |
| | III | 84.790.055 |
| | IV | 143.031.272 |
| 2015 | I | 81.083.887 |
| | II | 154.891.931 |
| | III | 205.374.990 |
| | IV | 263.354.550 |
| 2016 | I | 42.343.907 |
| | II | 83.347.227 |
| | III | 147.870.037 |
| | IV | 216.733.710 |
| 2017 | I | 60.637.682 |
| | II | 129.932.744 |
| | III | 206.445.131 |
| | IV | 432.272.612 |
| 2018 | I | 653.737.801 |
| | II | 1.138.310.422 |
| | III | 1.689.944.943 |
| | IV | 2.229.877.886 |

Sumber: data penjualan PT. Indika Energy Tbk.

Hasil Output SPSS Versi 23
Analisis Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|----------|------------|--------------|----------------|
| BP | 40 | 44562734 | 3153083746 | 739051008.70 | 688077359.700 |
| PJ | 40 | 1764567 | 2229877886 | 254533982.60 | 456720817.900 |
| Valid N (listwise) | 40 | | | | |

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | BP | PJ |
|----------------------------------|--------------------------|---------------------|-------------------|
| N | | 40 | 40 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 8,69959582 | 7,84703785 |
| | Std. Deviation | ,407857212 | ,822192592 |
| | Most Extreme Differences | | |
| | Absolute | ,077 | ,130 |
| | Positive | ,056 | ,072 |
| | Negative | -,077 | -,130 |
| Test Statistic | | ,077 | ,130 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} | ,086 ^c |

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Uji Koefisien Regresi

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -2,307 | 2,322 | | -,994 | ,327 |
| BP | 1,167 | ,267 | ,579 | 4,378 | ,000 |

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23

Uji Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,579 ^a | ,335 | ,318 | ,679111660 |

Sumber: Hasil *Output SPSS Versi 23*

Uji Regresi Sederhana

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -2,307 | 2,322 | | -,994 | ,327 |
| BP | 1,167 | ,267 | ,579 | 4,378 | ,000 |

Sumber: Hasil *Output SPSS Versi 23*