

SKRIPSI

**ANALISIS BIAYA BAHAN BAKU DAN DAMPAKNYA
TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA
PT. CIOMAS ADISATWA MAROS**

**ANNISA YULIANTI
NIM : 1661201064**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2020**

SKRIPSI

ANALISIS BIAYA BAHAN BAKU DAN DAMPAKNYA TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA PT. CIOMAS ADISATWA MAROS

Sebagai salah satu persyaratan untuk
Memperoleh gelar sarjana ekonomi

Disusun dan diajukan oleh

ANNISA YULIANTI
NIM: 1661201064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM MAROS
MAROS
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS BAHAN BAKU DAN DAMPAKNYA
TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA
PT. CIOMAS ADISATWA MAROS**

Disusun dan diajukan oleh

**ANNISA YULIANTI
1661201064**

Telah diperiksa dan setuju untuk diujikan.

Pembimbing I



Dr. Dahlan S.E., M.M

Pembimbing II

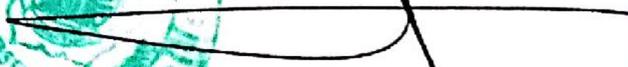


Sarnawiah S.E., M.Si

Maros, 12 Juli 2020



Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros
Dekan,



Dr. Dahlan S.E., M.M
NIP/NIDN : 0931125807

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

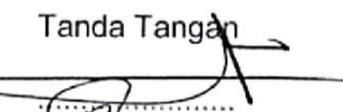
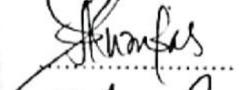
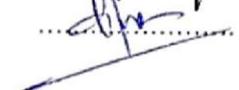
**ANALISIS BIAYA BAHAN BAKU DAN DAMPAKNYA TERHADAP
NILAI PENJUALAN PADA PT. CIOMAS ADISATWA MAROS**

disusun oleh:

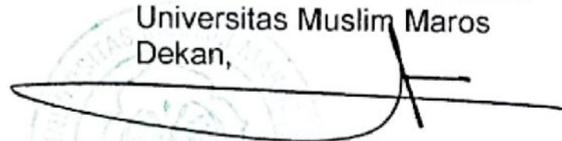
ANNISA YULIANTI
1661201064

Telah diujikan dan diseminarkan
pada tanggal 18 Agustus 2020

TIM PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Dr. Dahlan, S.E., M.M.	Ketua	
Sarnawiah, S.E., M. Si	Anggota	
H. Ahmad Yosdarwin Waworuntu, S.E., M.M.	Anggota	
Hasdiana S, S.E., M.M.	Anggota	

Maros, 25 Agustus 2020
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muslim Maros
Dekan,



Dr. Dahlan, S.E., M.M.
NIDN. 0931125807

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Yulianti
NIM : 1661201064
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul :
**ANALISIS BIAYA BAHAN BAKU DAN DAMPAKNYA TERHADAP NILAI
PENJUALAN PADA PT. CIOMAS ADISATWA MAROS**

Adalah murni hasil karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan atau seluruh karya ilmiah orang lain kecuali kutipan dengan menyebutkan sumbernya dan mencantulkannya di dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa di dalam karya ilmiah ini mengandung unsur-unsur plagiasi, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Maros, 18 Juli 2020
Yang menyatakan

METERAI
TEMPEL
734D3AHF522543054
6000
ENAM RIBURUPIAH

Annisa Yulianti

KATA PENGANTAR



Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat, taufik dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Biaya Bahan Baku dan Dampaknya Terhadap Nilai Penjualan Pada PT. Ciomas Adisatwa Maros” tepat pada waktunya.

Skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) dalam ilmu Manajemen Keuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros. Di dalam menyusun skripsi ini tidak sedikit hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis. Tetapi berkat dukungan, bantuan dan dorongan yang diberikan oleh berbagai pihak maka penulis dapat mengatasi semua hambatan dan rintangan tersebut. Untuk itu penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dengan penuh kasih dan sayang serta kesabaran telah membesarkan dan mendidik penulis serta membiayai penulis hingga dapat menempuh pendidikan yang layak.
2. Prof. Nurul Ilmi Idrus, M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Muslim Maros.
3. Dr. Dahlan, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros.
4. Wakil Dekan I dan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros.

5. Nurlaela, SE., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros.
6. Dr. Dahlan, SE., M.M. selaku pembimbing I, terimakasih atas arahan, bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Sarnawiah, S.E, M.Si. selaku pembimbing II, terimakasih atas arahan, bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros, yang telah mengamalkan ilmunya kepada penulis hingga akhir penulisan skripsi ini.
9. Kepada Pimpinan dan Kepala Accounting PT. Ciomas Adisatwa Maros, terimakasih telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
10. Kepada teman-teman angkatan 2016 khususnya teman-teman konsentrasi Manajemen Keuangan yang telah memberikan masukan dan arahan dalam proses penulisan skripsi ini.
11. Kepada Squad ANABEL sebagai sahabat-sahabat yang dengan setia menemani, mengajari dan memberikan dukungan secara materi maupun non materi selama proses pengerjaan skripsi ini.
12. Kepada FUNF A (Anisa, Aulia, Arnita dan Ayu) sebagai sahabat yang telah memberikan dukungan dan doa.

13. Kepada Rahmat Setiawan Hidayatullah, Ewith Adwia Ramadhani Aliar dan Nayang yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa selama proses pengerjaan skripsi.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis berharap skripsi ini dapat dikembangkan lagi sebagai dasar oleh para peneliti selanjutnya. Disadari oleh penulis bahwa penyusunan maupun penyajian skripsi ini memiliki kekurangan. Oleh sebab itu penulis mohon maaf atas semua kekurangan dalam skripsi ini dan menerima dengan senang hati segala bentuk kritik maupun saran yang membangun.

Maros, 7 Juli 2020

Penulis

ABSTRAK

ANNISA YULIANTI. 2020. *Analisis biaya bahan baku dan dampaknya terhadap nilai penjualan pada PT. Ciomas Adisatwa Maros* (dibimbing oleh Dahlan dan Sarnawiah).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya bahan baku dan dampaknya terhadap nilai penjualan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primeryaitu data yang diperoleh langsung dari PT. Ciomas Adisatwa Maros. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada yang merupakan data tertulis yang berhubungan dengan objek penelitian yang ada di kantor PT Ciomas Adisatwa cabang Maros yang berupa laporan keuangan.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, dengan menggunakan alat ukur; analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji t.

Hasil dari penelitian menemukan bahwa biaya bahan baku secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai penjualan PT. Ciomas Adisatwa Maros.

Kata Kunci: Biaya Bahan Baku, Nilai Penjualan

ABSTRACT

ANNISA YULIANTI. 2020. *Analysis of raw material costs and their impact on sales value at PT. Ciomas Adisatwa Maros* (guided by Dahlan and Sarnawiah).

This study aims to determine the effect of raw material costs and their impact on sales value. The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data is data obtained directly from PT. Ciomas Adisatwa Maros. While secondary data is data obtained from existing sources that constitute written data relating to the object of research in PT Ciomas Adisatwa Maros branch office in the form of financial statements.

The analytical method in this study uses simple linear regression analysis, using measurement tools; simple linear regression analysis, correlation coefficient, determination coefficient and t test.

The results of the study found that the cost of raw materials partially had a positive and significant effect on the sales value of PT. Ciomas Adisatwa Maros.

Keywords: Raw Material Cost, Sales Value

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR	
SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Biaya	6
B. Bahan Baku.....	9
C. Biaya Bahan Baku.....	11
D. Penjualan	17
E. Nilai Penjualan	21
F. Hubungan Biaya Bahan Baku Dan Nilai Penjualan	26
G. Penelitian Terdahulu	27
H. Kerangka Pikir.....	28
I. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Tempat Dan Waktu	30
B. Jenis Dan Sumber Data	30
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Metode Analisis Data	31
E. Definisi Operasional Variabel	34
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	36
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan	36
B. Sumber Daya Perusahaan	37
C. Struktur Organisasi Perusahaan	41
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan	47

BAB VI PENUTUP	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	50
Daftar Pustaka	51

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Biaya Bahan Baku Dan Nilai Penjualan	3
2.	Penelitian Terdahulu	27
3.	Interpretasi Koefisien Korelasi	33
4.	Kondisi Biaya Bahan Baku PT. Ciomas Adisatwa Maros..	42
5.	Kondisi Nilai Penjualan PT. Ciomas Adisatwa Maros	44
6.	Hasil Perhitungan Regresi Linear	45
7.	Koefisien Korelasi	46
8.	Koefisien Determinasi	46
9.	Analisis Uji t	47

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Kerangka Pikir.....	30
2.	Struktur Organisasi PT. Ciomas Adisatwa Maros	40

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bidang industri di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Banyak jenis usaha yang dikembangkan. Mulai dari perusahaan jasa hingga perdagangan. Salah satu skala industri terbesar saat ini adalah manufaktur. Perusahaan manufaktur adalah jenis perusahaan yang mengaplikasikan mesin, peralatan, dan tenaga kerja untuk mengolah bahan mentah menjadi barang jadi yang bernilai jual. Pada perusahaan manufaktur proses yang dikerjakan sangat lengkap. Karena mengolah bahan baku hingga menjadi produk yang siap dijual ke konsumen. Banyak elemen yang terlibat dalam usaha ini misalnya tenaga kerja untuk ditempatkan di berbagai bagian sesuai dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki.

Tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, memaksimalkan laba dan mencapai efisiensi dan efektivitas yang optimal. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya (Kasmir, 2016:196).

Perusahaan manufaktur menjadi salah satu penyumbang perekonomian terbesar di Indonesia. Meskipun membutuhkan modal yang besar, nyatanya banyak perusahaan manufaktur yang sukses hingga saat ini dan mendapatkan keuntungan yang melimpah. Pada dasarnya

kegiatan perusahaan manufaktur merupakan proses produksi dengan memperhatikan Standar Operasional Prosedur (SOP) tertentu sebagai acuan dalam bekerja. Umumnya, jenis perusahaan ini melakukan kegiatan produksi dalam skala besar. Salah satunya adalah PT. Ciomas Adisatwa Maros, sebagai salah satu anak perusahaan dari PT. Japfa Comfeed yang bergerak dibidang rumah pemotongan ayam yang berskala nasional.

Peningkatan nilai penjualan bagi PT. Ciomas Adisatwa Maros sangat penting untuk mengukur salah satu bentuk keberhasilan para perusahaan atau merupakan indikasi berhasil tidaknya perusahaan dalam persaingan. Nilai penjualan yang semakin menurun akan mengakibatkan fungsi-fungsi dalam perusahaan menjadi tidak berarti. Hasil dari penjualan dapat kita lihat pada laporan keuangan perusahaan. Ada beberapa biaya yang mempengaruhi nilai penjualan diantaranya biaya bahan baku, karena biaya bahan baku merupakan komponen biaya yang terbesar dalam pembuatan produk jadi, yang diolah menjadi produk dengan mengeluarkan biaya konversi dengan pemakaiannya yang sangat signifikan dan salah satu yang sangat berpengaruh terhadap penjualan adalah faktor-faktor distribusi yang mempengaruhi peningkatan nilai penjualan produk.

PT. Ciomas Adisatwa menggunakan ayam boiler sebagai bahan baku utama proses produksi. Ayam tersebut kemudian dibersihkan, ada yang dikemas langsung dalam bentuk ayam karkas, ada juga yang dipotong-potong kemudian dipisahkan antara sayap, paha, dada, hati,

ampela, jeroan serta kakinya lalu dikemas ada juga yang diproses lebih lanjut menjadi daging olahan seperti sosis ayam, *chicken* nugget dan baso ayam. Adapun kondisi biaya bahan baku dan nilai penjualan PT. Ciomas Adisatwa Maros dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Biaya Bahan Baku dan Nilai Penjualan

Tahun	Biaya Bahan Baku (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)
2015	43.890.400.544	67.590.460.370
2016	48.010.310.000	72.090.300.020
2017	47.920.987.000	77.498.500.000
2018	52.880.520.730	82.086.910.030
2019	57.000.470.800	87.589.100.000

PT. Ciomas Adisatwa Maros Tahun 2015 - 2019

Dari tabel tersebut dapat kita lihat bahwa biaya bahan baku yang dikeluarkan PT. Ciomas Adisatwa Maros mengalami penurunan pada tahun 2017, sedangkan nilai penjualannya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang pertama yaitu Sulistiana Putri (2015) yang memperoleh hasil bahwa biaya bahan baku berpengaruh positif terhadap nilai penjualan. Kedua Revathy Utami (2016) yang memperoleh hasil bahwa biaya bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai penjualan. Dan ketiga Adhiatma Saputra (2017) yang memperoleh hasil bahwa biaya bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai penjualan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Analisis Biaya Bahan Baku dan Dampaknya Terhadap Nilai Penjualan pada PT. Ciomas Adisatwa Maros”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Apakah biaya bahan baku berdampak terhadap nilai penjualan?”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui dampak biaya bahan baku terhadap nilai penjualan”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan pendidikan ataupun referensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti:

Peneliti dapat mengetahui bahwa biaya bahan baku mempunyai pengaruh terhadap nilai penjualan.

b. Bagi Akademisi:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai biaya bahan baku dan dampaknya terhadap nilai penjualan.

c. Bagi Perusahaan:

Diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan mengenai biaya bahan baku dan dampaknya terhadap nilai penjualan, yang selanjutnya dapat menjadi bahan evaluasi apabila dilakukan pengkajian ulang terhadap kasus tersebut atau menjadi sumber informasi terkait.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Laporan Keuangan

1. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan hasil akhir dari proses akuntansi yang meliputi 2 laporan utama yakni neraca dan juga laporan laba-rugi. Adapun laporan keuangan ini disusun dengan maksud guna menyediakan informasi keuangan suatu perusahaan kepada berbagai pihak yang berkepentingan untuk menjadi bahan pertimbangan di dalam mengambil keputusan (Sutrisno,2012:9). Sedangkan menurut Bambang laporan keuangan yakni memberikan usaha mengenai keadaan *financial* suatu perusahaan, yang mana *neraca (balance sheets)* menyatakan nilai aktiva, hutang serta modal sendiri pada waktu-waktu tertentu dan laporan rugi dan laba (*income statement*) menyatakan hasil-hasil yang telah dicapai selama periode tertentu, umumnya meliputi periode satu tahun (Riyanto,2012:327). Selain itu laporan keuangan dapat diartikan suatu informasi yang menyatakan kondisi perusahaan yang selanjutnya akan menjadi suatu informasi yang menggambarkan tentang kinerja suatu perusahaan (Fahmi,2012:22)

Menurut Bambang (2016:9) laporan keuangan merupakan alat komunikasi utama perusahaan, dimana :

1. Perusahaan dapat mengkomunikasikan kegiatan proses produksi atau bisnisnya.

2. Perusahaan bisa berupaya mencari *investor* baru bahkan pengajuan kredit ke bank untuk mendapatkan pembiayaan baru.
3. Instansi pajak dapat menerima alasan perusahaan rugi sehingga belum bisa membayar pajak.
4. Manajer SDM dapat meyakinkan kepada buruh dan karyawan kalau pada suatu periode perusahaan belum mampu member kenaikan gaji.

Laporan keuangan merupakan struktur yang menyajikan posisi keuangan serta kinerja keuangan dalam sebuah entitas. Adapun tujuan umum dari laporan keuangan tersebut untuk kepentingan umum yakni penyajian informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan dan arus kas dari entitas yang sangat berguna untuk membuat keputusan ekonomis bagi para pengguna. Laporan keuangan merupakan laporan pertanggung jawaban manajer dan pimpinan perusahaan atas pengelolaan perusahaan yang dipercayakan kepada pihak-pihak dari luar perusahaan (Wahyudiono,2014:10).

Berdasarkan konsep-konsep teori tersebut maka dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan adalah suatu informasi yang menyatakan kondisi *financial* dari suatu perusahaan yang selanjutnya akan menjadi sebuah informasi yang menggambarkan tentang kinerja suatu perusahaan.

2. Fungsi Laporan Keuangan

Menurut Sjadzali (2010:5) laporan keuangan berfungsi sebagai alat untuk membantu perusahaan dalam menilai kondisi keuangan

perusahaan secara umum. Adapun beberapa fungsinya adalah sebagai berikut:

a. Sebagai Bahan *Review*

Laporan keuangan dapat memberikan data atau informasi yang *komprehensif* tentang posisi keuangan perusahaan. Hal ini bisa menjadi ulasan mengenai kondisi perusahaan secara menyeluruh, khususnya kondisi keuangan (aset, utang, biaya operasional, dan lain-lain).

b. Sebagai Pedoman Membuat Keputusan

Salah satu fungsi penting dibuatnya laporan mengenai kondisi keuangan perusahaan adalah sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan penting bagi perusahaan.

c. Membantu Menciptakan Strategi Baru

Selain membantu proses pengambilan keputusan penting, laporan keuangan juga dapat dipakai untuk menciptakan strategi baru oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan performa usahanya.

d. Meningkatkan *Kredibilitas* Perusahaan

Perusahaan yang membuat laporan keuangan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah menerapkan suatu sistem perekapan data yang terpercaya, akurat, dan tidak sembarangan dalam mengambil keputusan. Para pemegang saham tentu lebih percaya menginvestasikan uang mereka kepada perusahaan yang dipercaya dan memiliki kredibilitas yang baik.

B. Biaya

1. Pengertian Biaya

Tidak dapat dipungkiri bahwa biaya merupakan hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan terutama dalam menjalankan kegiatan operasinya. Peningkatan keakuratan pembebanan biaya menghasilkan informasi yang bermutu tinggi yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagi organisasi. Sedangkan menurut *American Accounting Association (AAA)*, biaya adalah pengeluaran yang diukur dalam moneter atau potensi yang akan dikeluarkan untuk memperoleh dan mencapai tujuan tertentu. Selain itu, biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau individu yang berhubungan langsung dengan *output* atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau perorangan tersebut untuk memperoleh pertambahan omset atau nilai penjualan (Hendra S. Raharjaputra, 2010: 110). Adapun biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 2015:8).

Secara sederhana dalam bidang perdagangan, biaya adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan atau perorangan untuk membuat produk atau jasa. Biaya tersebut menyangkut

semua hal yang memiliki nilai seperti biaya produksi hingga biaya perawatan. Biaya inilah yang akan dijadikan pertimbangan dalam menentukan harga jual produk tersebut.

Dari beberapa pengertian biaya, dapat disimpulkan bahwa biaya adalah satuan uang yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan dalam proses produksi, agar bermanfaat dalam peningkatan laba perusahaan dimasa akan datang.

2. Perilaku Biaya

Perilaku biaya adalah istilah umum untuk mendeskripsikan apakah biaya berubah seiring dengan perubahan keluaran (Effendi, 2014: 98). Perilaku biaya dapat dibedakan menjadi beberapa bagian yaitu:

a. Biaya tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang dalam jumlah keseluruhan tetap konstan dalam rentang yang relevan ketika tingkat keluaran aktivitas berubah. Jadi dapat disimpulkan bahwa ketika biaya keluaran naik atau turun maka biaya yang akan dikeluarkan perusahaan tetap sama, misalnya biaya penyusutan.

b. Biaya variabel (*variable cost*)

Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang dalam jumlah keseluruhannya bervariasi secara proporsional terhadap perubahan keseluruhan. Jadi dapat diartikan bahwa ketika biaya yang dikeluarkan

mengalami kenaikan ataupun penurunan maka akan berpengaruh terhadap jumlah biaya yang akan dikeluarkan perusahaan.

c. Biaya semi variabel atau biaya campuran

Biaya semivariabel atau biaya campuran adalah biaya yang mengandung komponen biaya tetap dan biaya variabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa biaya semi variabel atau biaya campuran yang tidak sebanding dengan perubahan biaya yang terjadi dalam perusahaan.

C. Bahan Baku

1. Pengertian Bahan Baku

Bahan baku merupakan faktor penting yang ikut menentukan tingkat harga pokok dan kelancaran proses produksi usaha (Singgih Wibowo, 2014: 12). Bahan baku ialah barang-barang yang terwujud seperti tembakau, kertas, plastik ataupun bahan-bahan lainnya yang diperoleh dari sumber-sumber alam atau dibeli dari pemasok atau diolah sendiri oleh perusahaan dalam proses produksinya (Yulingga,2012:52). Selain itu, bahan baku merupakan sesuatu yang digunakan untuk membuat barang jadi, bahan pasti menempel jadi satu dengan barang jadi (Hanggana, 2016: 11). Pengertian bahan baku adalah barang-barang yang akan menjadi bagian dari produk jadi yang dengan mudah dapat diikuti biayanya. Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian besar produk jadi, bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau hasil pengolahan sendiri (Kholmi,2013:29).

Berdasarkan pengertian secara umum, perbedaan arti kata antara bahan baku dan bahan mentah adalah secara umum dari istilah bahan mentah dapat mempunyai arti sebagai sebuah bahan dasar yang bisa berasal dari berbagai tempat, yang mana bahan tersebut dapat digunakan untuk diolah dengan suatu proses tertentu ke dalam bentuk lain yang berbeda wujud dari bentuk aslinya. Sedangkan pengertian secara umum mengenai bahan baku merupakan bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang mana bahan tersebut dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud yang lain.

Berdasarkan konsep-konsep teori bahan baku maka dapat disimpulkan bahwa bahan baku adalah bahan mentah yang merupakan bahan utama dalam membentuk bagian besar produk jadi, yang dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau hasil pengolahan sendiri.

2. Jenis-Jenis Bahan Baku

Menurut Yulingga (2012:62) jenis-jenis bahan baku adalah sebagai berikut:

a. Bahan baku langsung

Bahan baku langsung atau *direct material* adalah semua bahan baku yang merupakan bagian daripada barang jadi yang dihasilkan. Biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan baku langsung ini mempunyai hubungan yang erat dan sebanding dengan jumlah barang jadi yang dihasilkan.

b. Bahan Baku Tidak langsung

Bahan baku tidak langsung atau disebut juga dengan *indirect material*, adalah bahan baku yang ikut berperan dalam proses produksi tetapi tidak secara langsung tampak pada barang jadi yang dihasilkan.

Dalam penelitian ini, bahan baku yang penulis maksud adalah bahan baku langsung, yaitu semua bahan baku yang merupakan bagian dari barang jadi yang mempunyai hubungan yang erat dan sebanding dengan jumlah barang jadi yang dihasilkan. Pasokan bahan baku adalah sejumlah material yang disimpan dan dirawat oleh perusahaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan industri dalam rangka memperlancar proses produksi. Tujuan dari diadakannya pasokan bahan baku adalah agar tersedianya bahan baku yang diperlukan untuk kegiatan produksi pengolahan. Dengan tercukupinya pasokan bahan baku yang diperlukan, maka akan memperlancar proses produksi pengolahan.

Untuk memperoleh bahan baku yang akan digunakan dalam proses produksi maka diperlukan pengorbanan uang untuk pembelian bahan baku tersebut. Pengorbanan inilah yang dinamakan dengan biaya.

3. Biaya Bahan Baku

Menurut Nafarin (2017: 202), biaya bahan baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan utama atau bahan pokok dan merupakan komponen utama dari suatu produk. Sedangkan menurut Rustam (2016: 295), biaya bahan baku merupakan biaya yang dikorbankan untuk mendapatkan bahan yang membentuk bagian

menyeluruh produk jadi. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau pengolahan sendiri. Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan, dan biaya perolehan lainnya.

Semua produk pabrikan (*manufacturing products*) terbuat dari bahan baku langsung dasar. Menurut Usry (2015: 40), bahan langsung (*direct material*) adalah semua bahan yang membentuk bagian *integral* dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk.

Bahan baku langsung ini menjadi bagian fisik produk, dan terdapat hubungan langsung antara masukan bahan baku dan keluaran dalam bentuk produk jadi.

Menurut Yulingga (2012: 41), biaya bahan baku langsung adalah biaya dari komponen-komponen fisik produk. Biaya bahan baku dapat dibebankan secara langsung kepada produk karena *observasi* fisik dapat dilakukan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk. Bahan baku yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan suatu unit produk jadi disebut bahan baku penolong (*indirect material*). Bahan baku penolong dimasukkan kedalam biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku (*direct material cost*) adalah biaya semua bahan yang secara fisik

dapat diidentifikasi sebagai bagian dari produk jadi dan biasanya merupakan bagian terbesar dari material pembentuk harga pokok produksi (Nasution, 2010:193).

Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa biaya bahan baku adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan utama atau bahan pokok yang digunakan untuk proses produksi.

Menurut Mulyadi (2015: 296-298), prosedur sistem pembelian lokal bahan baku terdiri dari:

- a. Prosedur permintaan pembelian bahan baku, jika persediaan bahan baku yang ada digudang sudah mencapai jumlah tingkat minimum pemesanan kembali (*reorder point*), bagian gudang kemudian membuat surat permintaan pembelian untuk dikirimkan ke bagian pembelian.
- b. Prosedur order pembelian, bagian pembelian melaksanakan pembelian atas dasar permintaan pembelian dari bagian gudang.
- c. Prosedur penerimaan bahan baku, pemasok mengirimkan bahan baku kepada perusahaan sesuai dengan surat order pembelian yang diterimanya.
- d. Prosedur pencatatan penerimaan bahan baku di bagian gudang, bagian penerimaan menyerahkan bahan baku yang diterima oleh pemasok kepada bagian gudang.
- e. Prosedur pencatatan utang yang timbul dari pembelian bahan baku, bagian pembelian menerima faktur pembelian dari pemasok. Bagian

pembelian memberikan tanda tangan diatas faktur pembelian, sebagai tanda persetujuan bahwa faktur dapat dibayar karena pemasok telah memenuhi syarat-syarat pembelian yang ditentukan oleh perusahaan.

Menurut Effendy (2014: 309), untuk menentukan harga pokok bahan baku yang dipakai adalah:

a. Metode Identifikasi Khusus

Dalam metode ini perlu dipisahkan tiap jenis barang berdasarkan harga pokoknya dan untuk masing-masing kelompok dibuatkan kartu persediaan tersendiri dengan diberi tanda khusus pada harga bahan yang dibeli.

b. Metode Masuk Pertama Keluar Pertama

Dalam metode ini harga pokok bahan baku yang dibebankan sesuai dengan urutan terjadinya. Apabila ada pemakaian bahan baku harga pokoknya adalah harga pokok terdahulu disusul yang berikutnya. Selanjutnya persediaan akhir dibebankan pada harga pokok akhir.

c. Metode Masuk Terakhir Keluar Pertama

Dalam metode ini bahan baku yang terakhir disusul dengan yang masuk sebelumnya. Persediaan akhir akan dibebankan pada pembelian yang pertama dan berikutnya.

d. Metode Rata-Rata Bergerak

Dalam metode persediaan bahan baku yang ada di gudang di hitung harga pokok rata-ratanya dengan cara membagi total harga pokok rata-rata per satuan yang baru.

e. Metode Biaya Standar

Dalam metode ini bahan baku yang dibeli dicatat sebesar harga standar, yaitu harga taksiran yang mencerminkan harga yang diharapkan terjadi pada masa yang akan datang.

f. Metode Rata-Rata Harga Pokok Bahan Pada Akhir Bulan

Dalam metode ini pada akhir bulan dihitung harga pokok rata-rata persatuan ini kemudian digunakan untuk menghitung bahan baku yang diserahkan oleh bagian gudang ke bagian produksi.

D. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo (2012: 183) berpendapat bahwa penjualan merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Harimurti Subanar (2010: 142) menyebutkan penjualan adalah kegiatan yang diupayakan oleh perusahaan. Freddy Rangkuti (2010: 57) menyebutkan penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberian jasa yang dilakukan penjualan kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi.

Penjualan merupakan salah satu proses penting di dalam operasional industri dan tujuan utama dalam kegiatan industri yaitu untuk menjual barang atau jasa kepada masyarakat (Hartono, 2013: 21). Hal ini

dikarenakan dengan penjualan maka akan dapat memperlancar perputaran arus produk yang dihasilkan industri, yang nantinya akan berdampak pada volume penjualan. Oleh sebab itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan sehingga dapat memberikan penghasilan bagi industri.

Keberhasilan penjualan suatu industri dapat dilihat dari *volume* penjualan yang didapat. Dengan kata lain, apakah industri mendapatkan laba atau tidak itu tergantung dari keberhasilan penjualan.

Berdasarkan konsep-konsep teori tentang penjualan maka dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan suatu aktivitas dalam menjalankan fungsi pemasaran untuk menjual barang atau jasa kepada masyarakat.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Dalam praktek penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti yang dikemukakan oleh Harimurti Subanar (2015: 29) sebagai berikut:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Di sini, penjual harus meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut

penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni :

- 1) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- 2) Harga produk
- 3) Syarat penjualan

Masalah-masalah tersebut biasanya menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembelian. Selain itu manajer perlu memperhatikan jumlah serta sifat-sifat tenaga penjualan yang akan dipakai. Dengan tenaga penjualan yang baik dapatlah dihindari timbulnya kemungkinan rasa kecewa pada para pembeli dalam pembeliannya. Adapun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seorang tenaga penjual antara lain : sopan, pandai bergaul, pandai berbicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani, jujur dan mengetahui cara-cara penjualan.

b. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah :

- 1) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah ataukah pasar internasional
- 2) Kelompok pembeli atau segmen pasar
- 3) Daya belinya
- 4) Frekuensi pembeliannya
- 5) Keinginan dan kebutuhannya

c. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembelinya atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan terlebih dahulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli dibidang penjualan. Lain halnya perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

e. Faktor Lain

Faktor-faktor lain, seperti : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan yang kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan. Ada pengusaha yang berpegang pada suatu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baik. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembeliannya dilakukan, pembeli harus dipikat daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

E. Nilai Penjualan

1. Pengertian Nilai Penjualan

Maulidi (2013:118) nilai penjualan *esensinya* diterapkan dalam tiga *apresiasi* yaitu, pertama tingkat penjualan yang ingin dicapai, kedua pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi dan ketiga adalah keuntungan atas penjualan.

Ketiga *esensi* tersebut pada dasarnya memberikan batasan bahwa nilai penjualan diartikan sebagai penambahan nilai ekonomi yang ditimbulkan melalui aktivitas penawaran produk dari berbagai perusahaan industri yang menawarkan pembelian kepada konsumen. Sedangkan Adriyani (2010:19) menyatakan bahwa, nilai penjualan yang berorientasi

pada penambahan omset adalah keuntungan yang diperoleh atau dicapai sesuai dengan banyaknya produk yang ditawarkan dan dibutuhkan oleh konsumen, banyaknya jumlah transaksi yang terjadi dan banyak penawaran yang dilakukan sehingga menghasilkan keuntungan. Tentu peningkatan penjualan akan terjadi apabila jasa yang ditawarkan tersebut didistribusikan oleh pihak-pihak yang melakukan transaksi penjualan produk.

Kebanyakan manajer perusahaan selalu berharap agar perusahaan yang dipimpinnya selalu mengalami peningkatan dalam meningkatkan omset penjualan dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Harapan tersebut tidak akan menjadi kenyataan apabila para manajer tidak bertindak dengan jeli dan konsisten dalam memecahkan persoalan strategi pemasaran yang harus diterapkan, agar omset nilai penjualan meningkat (Reni, 2015: 148).

Tujuan dari suatu perusahaan adalah mempertahankan dan meningkatkan nilai penjualan. Penerimaan tersebut akan komparatif dengan jumlah total penerimaan yang diperoleh dalam mencapai *profit* (keuntungan) yang diinginkan oleh perusahaan (Hartono, 2013: 133).

Peningkatan nilai penjualan bagi perusahaan sangat penting untuk mengukur keberhasilan para manajer atau merupakan indikasi berhasil tidaknya perusahaan dalam persaingan. Pemasaran yang tidak berhasil akan mengakibatkan fungsi-fungsi lain dalam perusahaan tidak berarti. Karena itu, menjadi suatu tujuan dari setiap perusahaan dalam

meningkatkan penjualan dan salah satu yang sangat berpengaruh terhadap penjualan adalah faktor-faktor distribusi yang mempengaruhi peningkatan nilai penjualan produk perusahaan dalam melakukan suatu pengambilan keputusan.

Nilai penjualan yang meningkat akan menggambarkan adanya keuntungan atau perolehan manfaat dalam mengembangkan perusahaannya atau meningkatkan suatu produk ke jenjang pemenuhan tingkat pencapaian hasil yang diraih oleh perusahaan.

Berdasarkan teori-teori di atas maka dapat disimpulkan bahwa nilai penjualan adalah penambahan omset atau keuntungan yang diperoleh dari aktivitas penjualan produk atau jasa kepada konsumen.

2. Indikator Nilai Penjualan

Menurut Maulidi (2013: 121) indikator-indikator yang mempengaruhi nilai penjualan adalah sebagai berikut :

a. Harga

Istilah “harga” umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan.

Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. harga

adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk (Samsul Ramli, 2013: 46).

b. Promosi

Pengertian promosi penjualan adalah kegiatan komunikasi antara perusahaan dan konsumen sebagai usaha untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya. Bagian penjualan atau pemasaran dari sebuah perusahaan akan mengembangkan promosi (*promotion*) untuk menginformasikan mengenai produk mereka sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

Promosi sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan penggunaan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada para perantara maupun pemakai langsung, biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu (Julian, 2011: 11).

c. Kualitas

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "*Total Quality Manajemen (TQM)*". Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan nilai konsumen.

Kadir (2010: 19), menyatakan bahwa kualitas adalah tujuan yang sulit dipahami, karena harapan para konsumen akan selalu berubah. Setiap standar baru ditemukan, maka konsumen akan menuntut lebih untuk mendapatkan standar baru lain yang lebih baru dan lebih baik. Dalam pandangan ini, kualitas adalah proses dan bukan hasil akhir (meningkatkan kualitas kontinuitas).

d. Saluran distribusi

Menurut Warren J. Keegan (2013) saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.

Suatu perusahaan dapat menentukan penyaluran produknya melalui pedagang besar atau *distributor* dan meneruskannya ke pengecer, yang menjual produk itu kepada pemakai atau konsumen. Saluran distribusi dibutuhkan terutama karena adanya perbedaan yang menimbulkan celah-celah atau kesenjangan antara produksi dan konsumsi. Perbedaan jarak tersebut berupa perbedaan jarak geografis yang disebabkan perbedaan tempat pemusatan produksi dengan lokasi konsumen yang tersebar dimana-mana, sehingga jarak yang semakin jauh, menimbulkan peranan lembaga penyalur menjadi tambah penting dan sangat dibutuhkan.

F. Hubungan Biaya Bahan Baku dengan Nilai Penjualan

Tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan yang mampu bertahan di dunia usaha yang persaingannya sangat ketat adalah perusahaan yang dapat menghasilkan pendapatan dari penjualan. Pendapatan tersebut harus melebihi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Untuk memperoleh pendapatan, sebuah perusahaan membutuhkan biaya bahan baku dalam melakukan proses produksi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara biaya bahan baku dengan nilai penjualan berdasarkan pengertian biaya menurut Hendra S. Raharjaputra, biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan atau pengeluaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau individu yang berhubungan langsung dengan *output* atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau perorangan tersebut untuk memperoleh pertambahan omset atau nilai penjualan .

Dari pemaparan di atas mengenai biaya dapat disimpulkan bahwa setiap perusahaan harus mempunyai tujuan dalam menjalankan perusahaannya yaitu menghasilkan laba sebesar-besarnya. Oleh sebab itu, untuk mencapai tujuan tersebut setiap perusahaan harus memiliki target nilai penjualan yang jelas untuk periode selanjutnya. Dengan tercapainya target tersebut, maka kelangsungan hidup perusahaan akan bertahan dan menghasilkan laba yang maksimum.

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari

perbandingan serta menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Ada beberapa penelitian yang mengkaji tentang biaya bahan baku dan hubungannya dengan nilai penjualan. Pada bagian ini, peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, kemudian membuat ringkasannya seperti yang telah digambarkan pada tabel 2 dan penelitian itu dilakukan oleh :

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Sulistiana Putri (2015)	Pengaruh bahan baku terhadap penjualan PT. Nippon Indosari Corpindo Makassar	Analisis regresi linier sederhana	Menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan antara bahan baku terhadap penjualan yang menyatakan bahwa variabel biaya bahan baku (X) secara parsial mempunyai pengaruh nyata terhadap penjualan (Y) yaitu sebesar 66,7%.
2	Revathy Utami (2016)	Pengaruh bahan baku terhadap nilai penjualan pada PT. Mayora Indah Tbk.	Analisis regresi linier sederhana	Hasil penelitiannya ialah menyatakan bahwa variabel biaya bahan baku (X) berpengaruh signifikan terhadap nilai penjualan (Y) yaitu sebesar 68,3%
3	Adhiatma Saputra (2017)	Pengaruh bahan baku terhadap penjualan pada PT. Sarana Sinar Sulawesi	Analisis regresi linier sederhana	Terbukti bahwa variabel biaya bahan baku berpengaruh positif secara signifikan terhadap penjualan yaitu sebesar 64,9%. Menunjukkan bahwa variabel bebas (X)

				memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel terikat (Y) pengaruh positif ini menunjukkan bahwa perubahan variabel bebas akan searah dengan perubahan penjualan.
--	--	--	--	--

H. Kerangka Pikir

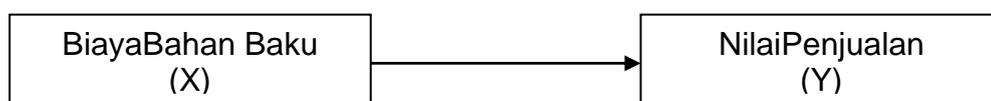
Nilai penjualan merupakan komponen yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Oleh sebab itu, suatu perusahaan harus menargetkan nilai penjualan yang ingin dicapai setiap tahunnya. Dengan tercapainya target nilai penjualan yang telah ditentukan perusahaan maka perusahaan tersebut dapat menjalankan roda perusahaannya semaksimal mungkin. Tapi pada kenyataannya tidak semua perusahaan dapat mencapai nilai penjualan yang telah ditargetkannya. Hal ini terjadi karena terjadinya pembengkakan biaya atau pendapatan yang menurun.

Nilai penjualan sangat dipengaruhi oleh biaya bahan baku. Bahan baku juga sangat mendukung dalam rangka meningkatkan jumlah output yang akan diproduksi. Keterbatasan bahan baku akan menghambat proses produksi yang juga akan berdampak terhadap nilai penjualan. Agar nilai penjualan yang telah ditargetkan perusahaan dapat tercapai yang perlu dilakukan adalah dengan menekan biaya seefisien mungkin dan menggunakannya dengan sebaik-baiknya. Tapi sebelum melakukan penekanan biaya, khususnya untuk biaya variabel maka harus diamati

sebaik mungkin apakah biaya tersebut memang harus dikurangi atau tidak.

Berdasarkan uraian tersebut, pembahasan yang akan dibahas dalam penelitian ini berfokus pada pengaruh biaya bahan baku terhadap nilai penjualan. Hal ini dapat digambarkan dalam bagan sebagai berikut:

Skema Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka Pikir

I. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010: 96) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Maka hipotesis penelitian ini adalah diduga bahwa biaya bahan baku berpengaruh terhadap nilai penjualan.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat Dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah perusahaan PT Ciomas Adisatwa cabang Maros yang bertempat di Bonto Tallasa, Kecamatan Simbang. Lamanya penelitian ini dilakukan selama 6 bulan, yaitu dari bulan Januari hingga Juni 2020.

B. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif yaitu data yang digunakan dalam bentuk angka-angka yaitu data laporan keuangan PT Ciomas Adisatwa cabang Maros periode tahun 2014-2018 yang diperoleh dari kantornya. Sedangkan data kualitatif adalah data yang bukan berupa angka namun dapat diangkakan dan tidak dilakukan melalui proses matematika oleh pihak peneliti.

2. Sumber data

Sumber data pada penelitian adalah menggunakan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari PT. Ciomas Adisatwa Maros. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada yang merupakan data tertulis yang berhubungan dengan objek penelitian yang ada di kantor PT Ciomas

Adisatwa cabang Maros. Laporan keuangan tahun 2014-2018 digunakan untuk menilai pengaruh biaya bahan baku terhadap nilai penjualan.

C. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam upaya melengkapi data dalam penulisan ini adalah dokumentasi. Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan mencatat data dari dokumen-dokumen perusahaan yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, data-data yang diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi adalah sejarah perusahaan, struktur organisasi, dan laporan keuangan mencakup laporan laba rugi dan laporan beban pokok penjualan.

D. Metode Analisis Data

Untuk mendapatkan tingkat akurasi dan dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independent (biaya bahan baku) terhadap variabel dependent (nilai penjualan), maka alat ukur yang digunakan adalah sebagai berikut menurut:

1. Metode regresi linear sederhana

Metode regresi linear sederhana adalah suatu metode analisis yang dipergunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent. Dengan persamaan umum Regresi Linear Sederhana sebagai berikut (Sugiyono, 2010: 183-188):

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Nilai penjualan

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

X = Biaya bahan baku

2. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi yaitu angka yang menyatakan derajat hubungan antara variabel independen (biaya bahan baku) dengan variabel dependen (nilai penjualan) atau untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen (biaya bahan baku) dengan variabel dependen (nilai penjualan). Hubungan yang dimaksud bukanlah hubungan sebab akibat yang berlaku pada metode regresi. Metode korelasi hanya bisa digunakan pada hubungan variabel garis lurus (linier). Adapun rumus untuk koefisien korelasi(r) adalah:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}}\sqrt{\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

n : banyaknya pasangan data X dan Y

$\sum X$: total jumlah variabel X

$\sum Y$: total jumlah variabel Y

$\sum X^2$: kuadrat dari total jumlah variabel X

$\sum Y^2$: kuadrat dari total jumlah variabel Y

$\sum XY$: hasil perkalian dari jumlah variabel X dan Y

Berikut adalah pedoman untuk memberikan *interpretasi* serta analisis bagi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2010: 115):

Tabel. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi

Nilai	Keterangan
0.00 – 0,199	Sangat rendah
0, 20 – 0, 3999	Rendah
0, 40 – 0, 5999	Sedang
0, 60 – 0, 7999	Kuat
0, 80 – 1, 000	Sangat Kuat

3. Koefisien Determinasi

Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya pengaruh variabel X (biaya bahan baku) terhadap variabel Y (nilai penjualan) dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Nilai koefisien determinan

R = Nilai koefisien korelasi

4. Uji t

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara individu variabel dependen mempunyai pengaruh terhadap variabel independen, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Adapun rumus uji t adalah :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{r\sqrt{1-r^2}}$$

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis:

H0 : Variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

H1 : Variabel independen secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Taraf signifikan 5% atau $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan (dk) = n-2.

3) Kesimpulan :

Apabila t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima

Apabila t hitung < t tabel, maka hipotesis ditolak

E. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel dependen (Y) dan variabel independen (X).

1. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah biaya bahan baku yaitu biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku yang digunakan untuk proses produksi pada PT. Ciomas Adisatwa Maros.
2. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah nilai penjualan yaitu yang berorientasi pada penambahan omset seperti keuntungan yang diperoleh atau dicapai sesuai dengan banyaknya produk yang ditawarkan dan dibutuhkan oleh konsumen, banyaknya jumlah transaksi yang terjadi dan banyak penawaran yang dilakukan

sehingga menghasilkan keuntungan pada PT. Ciomas Adisatwa Maros.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT. Ciomas Adisatwa merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di unit usaha pemotongan ayam dan pengolahan produk asal ternak dengan nama produk “bestchicken”. Perusahaan ini merupakan anak perusahaan dari PT. Japfa Comfeed. Perusahaan yang telah beroperasi sejak tahun 1996 ini awalnya bertempat di Pergudangan 88 Pattene Jl. Ir Sutami, Biring Kanaya, Makassar, kemudian berpindah di Bonto Tallasa, Kecamatan Simbang, Kabupaten Maros.

PT. Ciomas Adisatwa memiliki dan mengoperasikan jaringan peternakan penggemukan ayam serta Rumah Potong Ayam *type A* yang memiliki mesin *modern* dan tersebar secara strategis di seluruh Indonesia. PT. Ciomas Adisatwa menghasilkan jenis produk dalam bentuk mentah berupa ayam karkas yang telah diproses dan dikemas maupun olahseperti sosis ayam, *chicken* nugget dan baso ayam yang kemudian dipasarkan ke luar negeri (Australia, China dan Jepang) dan dalam negeri (Maros, Pare-Pare, dan berbagai daerah di Sulawesi Selatan). Bahan baku yang digunakan yakni ayam boiler yang berasal dari peternakan ayam potong dan telah memproduksi dengan jumlah pemotongan rata-rata 5000-6000 ton/hari.

PT. Ciomas Adisatwa melakukan proses, sanitasi, higienis yang sesuai dan mengikuti ketentuan menurut *Good Manufacturing Practice* (GMP) serta telah memiliki sertifikat sistem HACCP (Hazard Analysis

Critical Control Point) sebagai jaminan keamanan pangan sejak tahun 2002, sehingga produk akhir dari PT. Ciomas Adisatwa Maros merupakan produk yang layak untuk dipasarkan dan dikonsumsi. Hingga saat ini PT. Ciomas Adisatwa telah memiliki 9 unit RPA yang terbesar di seluruh Indonesia.

PT. Ciomas Adisatwa memiliki visi dan misi sebagai berikut :

1. Visi

- a. Menjadi Perusahaan Integrated Commercial Farm dan Poultry Processing Terbesar.
- b. Berkembang menuju kesejahteraan bersama

2. Misi

- a. Meningkatkan gizi masyarakat melalui penyediaan protein hewani asal daging ayam yang sehat, halal dan berkualitas.
- b. Memberikan kontribusi laba yang optimal kepada JAPFA Group.
- c. Meningkatkan kesejahteraan karyawan, mitra usaha dan masyarakat sekitar.

B. Sumber Daya Perusahaan

1. Sumber Daya Manusia

Salah satu faktor yang membuat PT. Ciomas Adisatwa terus berkembang adalah sumber daya manusia yang dimiliki. Dimulai dari pertama kali memperoleh pekerjaan di PT. Ciomas Adisatwa karyawan dapat melakukan perencanaan karier. Perencanaan karier yang dilakukan oleh karyawan harus menyesuaikan strategi perusahaan dengan langkah

yang akan diambil serta karyawan mengantisipasi dengan rencana kerja yang akan diambil serta mendapatkan bakat yang diperlukan untuk mendukung strategi dari perusahaan. Perusahaan mengadakan seminar dalam waktu tertentu untuk mendukung pendidikan karir karyawannya.

Perencanaan karir tidak hanya menguntungkan pegawai secara perseorangan, tetapi juga menguntungkan perusahaan. Dengan mengembangkan pegawai-pegawai untuk jabatan- jabatan yang akan datang, maka organisasi mendapat jaminan persediaan pegawai-pegawai yang cakap dan optimal dalam bekerja. Sadar dengan pandangan masa depan yang penting serta jangkauan dari perusahaan yang mengglobal membuat karyawan di PT. Ciomas Adisatwa ingin mempertahankan prestasi dan melakukan pengembangan karirnya. Tingkat efisiensi dan efektivitas pelaksanaan kerja itu, sangat ditentukan oleh pengembangan kemampuan para pekerja, yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, sikap, kerjasama dalam tim, pemecahan masalah dan berbagai kemampuan manajerial lainnya.

2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

PT. Ciomas Adisatwa berupaya untuk menjalankan kegiatan produksi secara berkelanjutan dan bertanggung jawab. Perusahaan telah mengembangkan berbagai program untuk menjaga kelestarian lingkungan, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat di sekitar unit-unit operasional perusahaan.

Sejalan dengan visi perusahaan untuk "berkembang menuju kesejahteraan bersama", maka PT. Ciomas Adisatwa menjaga aspek berkelanjutan pada implementasi program sesuai dengan visi perusahaan. Berdasarkan itu maka implementasi CSR kepada masyarakat dan lingkungan mencakup beberapa program :

1. Japfa4kids, yang didedikasikan untuk kesejahteraan anak-anak pedesaan Indonesia.
2. Penanganan Bencana.
3. Pendidikan.
4. Pengembangan Masyarakat.
5. Pelestarian lingkungan.
6. Pengelolaan K3 (ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja)

3. Bidang Usaha (Proses Pemotongan Unggas)

1. Penghentian Pemberian Pakan Dan Obat, bertujuan:
 - a. Mendapatkan daging yang aman, sehat dan bebas dari residu obat.
 - b. Penghentian pemberian pakan dilakukan 8 jam sebelum ayam disembelih.
 - c. Penghentian pemberian obat maksimal 7 hari sebelum ayam disembelih.
2. Penyembelihan Halal (Halal Sistem), persyaratan:
 - a. Petugas beragama islam, dewasa, dan berakal sehat.
 - b. Membaca basmalah sebelum penyembelihan.
 - c. Pisau harus tajam.

d. Dilakukan pada pangkal leher untuk memutuskan saluran dengan sekali sayatan.

Setelah pemotongan dilakukan penirisan darah (*bleeding time*) selama 2-3 menit.

3. Perebusan (Scalding), bertujuan:

- a. Untuk mempermudah pencabutan bulu agar daging bersih dari bulu.
- b. Pastikan ayam dalam keadaan mati ketika dimasukkan kedalam *scald*.
- c. Suhu air : 60-65°C selama \pm 1,5 menit atau 52,5°C untuk mempertahankan epidermis.
- d. Pastikan kualitas air yang digunakan.
- e. Lama pencabutan bulu 30 detik.

4. Eviscerating (Pengeluaran Organ Dalam), bertujuan:

- a. Untuk membersihkan daging dari organ dalam.
- b. Kaki dipotong pada *Hock Joint*.
- c. Kepala dan leher dipotong sesuai permintaan.
- d. Seluruh organ dalam dikeluarkan dengan sempurna.

5. Pencucian, bertujuan:

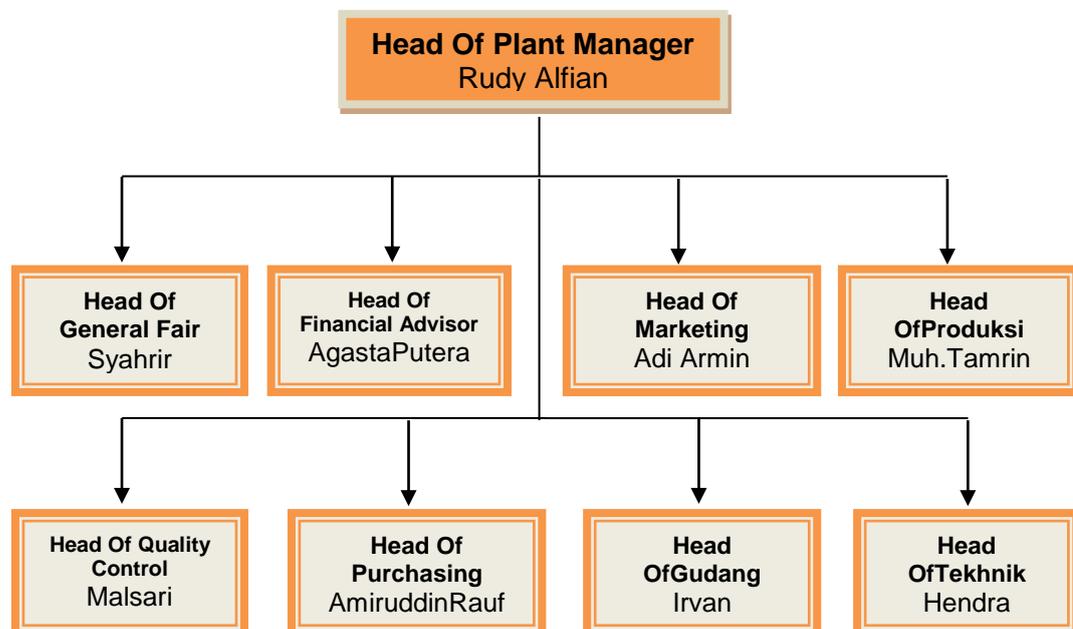
- a. Mendapatkan karkas yang bersih.
- b. Seluruh peralatan dan air yang digunakan harus bersih.
- c. Temperatur air maksimal 10°C.
- d. Kadar Klorin 20 – 30 ppm.

e. Pastikan rongga dada dan perut bersih dari lemak, darah, oesophagus, dan trachea.

6. Pengemasan Dan Pemberian Label:

- a. Suhu karkas sebelum dikemas maksimal 4°C.
- b. Pengemasan menggunakan plastik *Polyethylene*.
- c. Setelah itu dilakukan pelabelan sesuai kebutuhan.
- d. Produk yang telah dikemas diletakkan dalam krat berventilasi / krat terbuka.

C. Struktur Organisasi



Gambar 2. Struktur Organisasi PT. Ciomas Adisatwa Maros

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Kondisi Laporan Biaya Bahan Baku PT. Ciomas Adisatwa Maros

Biaya bahan baku pada PT. Ciomas Adisatwa Maros adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan utama atau bahan pokok yang digunakan untuk proses produksi. Biaya bahan baku merupakan komponen biaya yang terbesar dalam pembuatan produk jadi, yang diolah menjadi produk dengan mengeluarkan biaya konversi dengan pemakaiannya yang sangat signifikan dan salah satu yang sangat berpengaruh terhadap penjualan.

Bahan baku yang diolah PT. Ciomas Adisatwa Maros diperoleh dari pembelian lokal, impor atau pengolahan sendiri. Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Berikut merupakan biaya bahan baku PT. Ciomas Adisatwa Maros selama 5 tahun terakhir :

Tabel. 4 Kondisi Biaya bahan baku PT. Ciomas Adisatwa Maros pada tahun 2015-2019

Tahun	Biaya Bahan Baku (Rp)	%
2015	43.890.400.544	17,6 %
2016	48.010.310.000	19,3 %
2017	47.920.987.000	19,1 %
2018	52.880.520.730	21,2 %
2019	57.000.470.800	22,8 %
Total	249.702.689.074	100%

Data diolah 2020

Berdasarkan tabel tersebut, biaya bahan baku PT. Ciomas Adisatwa Maros pada tahun 2015 sebesar 17,6%, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2016 sebesar 1,7% menjadi 19,3%. Namun pada tahun 2017 biaya bahan baku mengalami penurunan sebesar 0,2% menjadi 19,1%, kemudian kembali mengalami peningkatan pada 2018 dan 2019 sebesar 2,1% ditahun 2018 menjadi 21,2% dan sebesar 1,6% ditahun 2019 menjadi 22,9%.

2. Kondisi Laporan Nilai Penjualan PT. Ciomas Adisatwa Maros

Nilai penjualan PT. Ciomas Adisatwa Maros berorientasi pada pertambahan omset adalah keuntungan yang diperoleh atau dicapai sesuai dengan banyaknya produk yang ditawarkan dan dibutuhkan oleh konsumen, banyaknya jumlah transaksi yang terjadi dan banyak penawaran yang dilakukan sehingga menghasilkan keuntungan. Nilai penjualan yang meningkat akan menggambarkan adanya keuntungan atau perolehan manfaat dalam mengembangkan perusahaannya atau meningkatkan suatu produk ke jenjang pemenuhan tingkat pencapaian hasil yang diraih oleh PT. Ciomas Adisatwa Maros.

Peningkatan nilai penjualan sangat penting untuk mengukur salah satu bentuk keberhasilan PT. Ciomas Adisatwa Maros atau merupakan indikasi berhasil tidaknya perusahaan dalam persaingan. Berikut merupakan nilai penjualan PT. Ciomas Adisatwa Maros selama 5 tahun terakhir :

Tabel. 5 Kondisi Nilai penjualan PT. Ciomas Adisatwa Maros pada tahun 2015-2019

Tahun	Nilai Penjualan (Rp)	%
2015	67.590.460.370	17,4 %
2016	72.090.300.020	18,6 %
2017	77.498.500.000	20,1 %
2018	82.086.910.030	21,2 %
2019	87.589.100.000	22,7 %
Total	386.855.270.420	100%

Data diolah 2020

Berdasarkan tabel tersebut, nilai penjualan PT. Ciomas Adisatwa Maros pada tahun 2015 sebesar 17,4%, kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2016 sebesar 1,2% menjadi 18,6%. Pada tahun 2017 nilai penjualan meningkat sebesar 1,5% menjadi 20,1 %, kemudian pada tahun 2018 meningkat kembali sebesar 1,1% menjadi 21,2%. Dan pada tahun 2019 meningkat 1,5% menjadi 22,7%.

3. Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel independen yaitu variabel biaya bahan baku (X) terhadap variabel dependen atau nilai penjualan (Y). Perhitungan statistik dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Hasil olah program SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 6 Hasil perhitungan Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.086E+10	1.155E+10		.181	.868
	Bahan Baku	1.507	.230	.967	6.544	.007

a. Dependent Variabel : Nilai Penjualan (Y)

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan analisis regresi sederhana tersebut, maka dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi unstandardized coefficients diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2,086 + 1,507X$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (a) persamaan diatas sebesar 2,086 angka tersebut menunjukkan bahwa jika variabel biaya bahan baku atau variabel (X) konstan atau $X = 0$, maka variabel biaya bahan baku (X) sebesar 2,086.
- b. Variabel independent (biaya bahan baku) menunjukan nilai koefisien sebesar 1,507 hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan biaya bahan baku sebesar 1%, maka nilai penjualan akan mengalami peningkatan sebesar 1,507 dengan asumsi variabel dianggap konstan. Demikian sebaliknya.

b. Koefisien Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mencari arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, baik hubungan yang bersifat simetris, kausal dan *reciprocal*. Hasil analisis korelasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 7 Koefisien Korelasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.967 ^a	.935	.913	2336595677

a. Predictors : (constant); Biaya Bahan Baku

b. Dependent Variabel ; Nilai Penjualan

Sumber : SPSS Versi 25

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan data SPSS 25, maka dapat diketahui nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,967 yang berarti sangat kuat berdasarkan hasil, artinya hubungan antara biaya bahan baku (X) dan nilai penjualan (Y) sangat kuat.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan melihat R square yaitu :

Tabel. 8 Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.967 ^a	.935	.913	2336595677

a. Predictors : (constant); Bahan Baku

b. Dependent Variabel ; Nilai Penjualan

Sumber : SPSS Versi 25

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan data SPSS Versi 25, maka dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*r square*) atau besarnya pengaruh Variabel X (biaya bahan baku) terhadap variabel Y (nilai penjualan) yang diperoleh sebesar 0,935 atau 93,5% artinya pengaruh biaya bahan baku terhadap nilai penjualan sebesar 93,5%, dimana 6,5% adalah variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

d. Uji Hipotesis (Uji T)

Pengujian parsial (uji t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Selanjutnya akan diterangkan pada tabel berikut :

Tabel. 9 Analisis Uji-t

Coefficients^a

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant	2.086E+10	1.155E+10		.181	.868
	Bahan Baku	1.507	.230	.967	6.544	.007

b. Dependent Variabel : Nilai Penjualan
Sumber : SPSS Versi 25

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan data SPSS Versi 25, maka dapat diketahui hasil nilai t hitung sebesar 6,544 dengan tingkat signifikan 0,007, karena $6,544 > 3,182$, dimana 3,182 diperoleh dari n-k, yang artinya antara variabel X terhadap variabel Y berpengaruh positif. Sedangkan tingkat signifikan $0,007 < 0,05$, yang menyatakan bahwa biaya bahan baku terhadap nilai penjualan dinyatakan diterima dan signifikan. Berdasarkan hasil uji-t , maka hipotesis dalam penelitian ini diterima.

B. Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis, biaya bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi biaya bahan baku yaitu biaya yang dibutuhkan untuk pembelian bahan baku maka akan semakin meningkat pula nilai penjualan yang diperoleh PT. Ciomas Adisatwa Maros.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Sulistiana Putri (2015), Revathy Utami (2016) dan Adhiatma Saputra (2017) yang menyatakan bahwa biaya bahan baku berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai penjualan. Hasil penelitian ini juga dapat dikatakan bahwa secara parsial biaya bahan baku berpengaruh terhadap nilai penjualan. Sehingga naik turunnya biaya bahan baku akan mempengaruhi nilai penjualan perusahaan. Semakin tinggi nilai penjualan yang didapatkan, maka keuntungan yang diperoleh juga akan meningkat.

Jadi terdapat pengaruh positif dan signifikan antara biaya bahan baku terhadap nilai penjualan PT. Ciomas Adisatwa Maros periode 2015-2019.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada BAB V dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel independent (biaya bahan baku) menunjukkan nilai koefisien sebesar 1.507 hal ini berarti bahwa setiap terjadi peningkatan biaya bahan baku sebesar 1%, maka nilai penjualan akan mengalami peningkatan sebesar 1.507 dengan asumsi variabel dianggap konstan. Begitu juga sebaliknya.
2. Berdasarkan analisis korelasi diperoleh nilai sebesar 0,967 atau 96,7% yang artinya hubungan antara biaya bahan baku terhadap nilai penjualan sangat kuat.
3. Berdasarkan analisis determinasi nilai yang diperoleh (*r square*) atau besarnya pengaruh Variabel X (biaya bahan baku) terhadap variabel Y (nilai penjualan) sebesar 0,935 atau 93,5%, yang artinya pengaruh biaya bahan baku terhadap nilai penjualan sebesar 93,5%.
4. Hasil dari uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 6,544, karena $6,544 > 3,182$ artinya antara variabel X terhadap variabel Y berpengaruh positif. Sedangkan tingkat signifikan $0,007 < 0,05$, yang menyatakan bahwa biaya bahan baku terhadap nilai penjualan dinyatakan diterima dan signifikan. Yang berarti hipotesis dalam penelitian ini diterima.

5. PT. Ciomas Adisatwa Maros dapat mempertahankan *konsistensi* nilai penjualan walaupun biaya bahan baku mengalami fluktuasi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat memperhatikan tentang bahan baku yang digunakan. Perusahaan dapat melakukan perbandingan tentang harga bahan baku, agar perusahaan dapat memilih pemasok bahan baku yang menawarkan harga lebih murah, sehingga perusahaan dapat lebih menekan biaya yang dikeluarkan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel seperti biaya tenaga kerja, volume produksi dan volume penjualan.
- b. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan indikator lain yang berpengaruh pada nilai penjualan seperti biaya tenaga kerja dan biaya *overhead*.

Daftar Pustaka

- Andriani. 2010. *Promosi Penjualan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Bambang Widjajanta. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen Akuntansi*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo. 2012. *Manajemen Penjualan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Effendi. 2014. *Manajemen Biaya*. Surabaya: Gagas Media.
- Freddy Rangkuti. 2010. *Sukses Manajemen Penjualan*. Jakarta: Andi Publisher.
- Hanggana, Sri. 2016. *Prinsip Dasar Akuntansi Biaya*. Surakarta. Mediatama.
- Harimurti Subanar. 2015. *Penjualan Dan Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Hartono. 2013. *Dasar-Dasar Penjualan*. Jakarta. Erlangga
- Hendra S Raharjaputra. 2010. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta. Grafindo Persada
- Kasmir. 2016. *Cara Meningkatkan Laba*. Bandung. CV Alfabeta
- Kholmi. 2013. *Pengendalian Bahan Baku*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Aditya Media.
- Maulidi, Ali. 2013. *Penjualan Dan Pemasaran*. Jakarta: Alim's Publishing.
- Nasution, Arman Hakim. 2010. *Manajemen Industri*. Yogyakarta: ANDI.
- M Nafarin. 2017. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Reni Anggriani. 2015. *Promosi Penjualan*. Yogyakarta: BPFE

Sjadzali. 2010. *Financial Ratio For Business*. Jakarta: PT. Gramedia

Singgih Wibowo. 2014. *Persediaan Bahan Baku*. Jakarta: Salemba Empat

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*: Bandung. CV Alfabeta

Yulingga. 2012. *Pengendalian Persediaan Bahan Baku*. Yogyakarta: UPPSTIMYKPN

<https://materibelajar.co.id/pengertian-laporan-keuangan-menurut-para-ahli/>
(diakses pada tanggal 29 Oktober 2019, pukul 21:23)

<https://www.akuntansilengkap.com/pengertian-biaya-bahan-baku/>
(diakses pada tanggal 29 Oktober 2019, pukul 22:11)

LAMPIRAN

UNIVERSITAS MUSLIM MAROS

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kampus 1 : Jalan Dr. Ratulangi No.62 Maros Sulawesi Selatan, Telp. (0411) 8938018

e-mail : lppmummayapimmaros@gmail.com, Kode Pos 90511

Kampus 2 : Jalan Kokoa – Pamelakkang Je'ne Kelurahan Allepolea Kecamatan Lau Kabupaten Maros



Maros, 4 Mei 2020

Nomor : 1314/ LPPM-UMMA/V/2020
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Direktur PT. Ciomas Adisatwa Maros
Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka penyelesaian studi akhir mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Maros (FEB-UMMA) tahun akademik 2019/2020 maka kami mohon kiranya bapak/ibu dapat memberikan permohonan izin penelitian kepada mahasiswa kami di bawah ini pada lokasi sebagaimana tercantum dalam proposal yang terlampir.

Adapun data diri Mahasiswa tersebut yaitu :

Nama : Annisa Yulianti
Nim : 1661201064
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Keuangan
Lokasi Penelitian : PT. Ciomas Adisatwa Maros
Judul Penelitian : Analisis biaya bahan baku dan dampaknya terhadap nilai penjualan pada PT. Ciomas Adisatwa Maros

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Ketua LPPM Universitas Muslim Maros



Dr. Suhartina R, S.Pd.,M.Hum
NIDN. 0914017001

Tembusan kepada Yth :

1. Biro Administrasi Akademik Universitas Muslim Maros
2. Dekan FEB Universitas Muslim Maros
3. Peringgal



JAPFA

PT. CIOMAS ADISATWA - Poultry Processing
Dusun Makuring, Desa Bonto Tallasa
Kecamatan Simbang, Kabupaten Maros

Maros, 10 Juli 2020

Nomor : 091/CIO/RPA-MRS/VII/205
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian
Kepada

Yth : Bapak / Ibu
Ketua LPPM
Universitas Muslim Maros

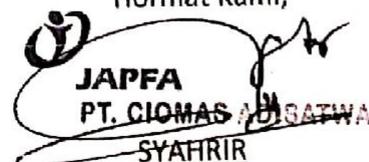
Sehubungan dengan Surat Permohonan Izin Penelitian No. 1314/LPPM-UMMA/V/2020 yang diajukan kepada kami, atas nama :

No.	Nama	Nim	Fakultas	Program Studi
1.	Annisa Yulianti	1661201064	Ekonomi & Bisnis	Manajemen Keuangan

Dengan ini kami memberikan izin kepada mahasiswa tersebut diatas untuk melakukan kegiatan Penelitian dan kegiatan – kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan tersebut diatas.

Demikian Surat Balasan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, terima kasih.

Hormat Kami,


JAPFA
PT. CIOMAS ADISATWA
SYAHRIR
Head Of P & GA



JAPFA

PT. CIOMAS ADISATWA - Poultry Processing

	Tahun				
	2015 (Rp)	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)	2019 (Rp)
Laba Rugi					
Penjualan Bersih	67.590.460.370	72.090.300.020	77.498.500.000	82.086.910.030	87.589.100.000
Pendapatan Sewa	191.500.234	232.160.500	282.903.000	300.211.451	312.574.900
Total Pendapatan	67.781.960.604	72.322.460.520	77.781.403.000	82.387.121.481	87.901.674.900
Harga Pokok Penjualan	18.244.000.000	18.357.650.000	18.510.550.200	18.853.711.800	19.556.471.892
Beban Penjualan	5.000.541.236	5.341.558.500	5.420.768.320	5.750.000.200	6.054.020.910
Beban Administrasi	20.650.211	20.991.300	21.006.543	21.525.620	22.321.110
Beban Bunga	17.751.990	17.910.435	18.121.980	18.586.242	19.081.322
Beban Lain-Lain	9.660.000	9.810.750	9.992.000	10.036.466	11.622.165
Total Beban	(23.292.603.437)	(23.747.920.985)	(23.980.439.043)	(24.653.860.328)	(25.663.557.399)
Laba Sebelum Pajak	44.489.357.167	48.574.539.535	54.477.737.793	57.733.261.153	62.238.117.501
Pajak	(232.785.211)	(232.940.760)	(234.102.331)	(258.750.858)	(290.220.000)
Laba Bersih	44.256.571.956	48.341.598.775	54.243.635.462	57.474.510.295	61.947.897.501



PT. CIOMAS ADISATWA - Poultry Processing

	Tahun				
	2015 (Rp)	2016 (Rp)	2017 (Rp)	2018 (Rp)	2019 (Rp)
Harga Pokok Produksi					
Bahan Baku	43.890.400.544	48.010.310.000	47.920.987.000	52.880.520.730	57.000.470.800
Upah	519.812.577	537.417.442	561.224.300	573.512.416	601.741.910
Overhead Pabrik	126.984.011	118.201.403	132.593.105	220.682.631	270.768.386
Total Biaya Produksi	44.537.197.132	48.665.928.845	48.614.804.405	53.674.715.777	57.872.981.096
Barang dalam proses	16.541.236	16.458.510	16.868.721	17.000.800	17.533.410
Harga Pokok Produksi	44.553.738.358	48.682.387.355	48.631.673.126	53.691.716.577	57.890.514.506

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.967 ^a	.935	.913	2336595677

a. Predictors: (Constant), Bahan Baku (X)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.338E+20	1	2.338E+20	42.829	.007 ^b
	Residual	1.638E+19	3	5.460E+18		
	Total	2.502E+20	4			

a. Dependent Variable: Penjualan (Y)
b. Predictors: (Constant), Bahan Baku (X)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	2086112747	1.155E+10		.181	.868
	Bahan Baku (X)	1.507	.230	.967	6.544	.007

a. Dependent Variable: Penjualan (Y)

		Bahan baku (X)		Penjualan (Y)	
Bahan baku (X)	Pearson Correlation	1		.967 ^{**}	
	Sig. (2-tailed)			.007	
	N	5		5	
Penjualan (Y)	Pearson Correlation	.967 ^{**}	1		
	Sig. (2-tailed)	.007			
	N	5	5		

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 - 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	0.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30984
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13186	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01278	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14476	2.62443	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94571	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48466
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46578
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.44819
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43199
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.41703
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40316
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39024
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.37818
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.36749
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.35763
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.34834
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.33939
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.33065
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.32262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.31563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31003
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

RIWAYAT HIDUP



ANNISA YULIANTI. Lahir di Kota Maros, Sulawesi Selatan, pada tanggal 7 Juli 1997. Anak pertama dari pasangan bapak Hendra dan Ibu Hasti. Peneliti mengawali pendidikan di SD No. 6 Inpres Bontoa yang sekarang telah berganti nama menjadi SD Negeri 178 Inpres Bontoa pada tahun 2003 dan selesai pada tahun 2009. Peneliti melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Maros yang sekarang telah berganti nama menjadi SMP 2 Unggulan Maros pada tahun 2009 dan selesai pada tahun 2012. Peneliti kemudian melanjutkan sekolah menengah atas di SMA Negeri 4 Bantimurung – Maros pada tahun 2012 dan selesai pada tahun 2015. Peneliti kemudian bekerja selama 1 tahun di Balai Penelitian Taman Serealia Maros. Pada tahun 2016 peneliti melanjutkan pendidikan di Universitas Muslim Maros dengan mengambil program studi Manajemen Keuangan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Peneliti menyelesaikan kuliah dengan bergelar sarjana strata satu (S1) pada tahun 2020.