

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA BALQIS CATERING
DI KOTA MAKASSAR**

Syamsinar Us
10572 04589 13



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2017**

**PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA BALQIS CATERING
DI KOTA MAKASSAR**

**SYAMSINAR US
10572 04589 13**

SKRIPSI

Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Jurusan Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2017**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat: Jln. Sultan Alauddin No. 259 FAX (0411) 860 132 Makassar 90221

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : **Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap
Volume Penjualan Pada Balqis Catering Di Kota
Makassar**

Nama Mahasiswa : **SYAMSINAR US**
No. Induk : 10572 04589 13
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diperiksa dan diajukan di depan Panitia Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada hari Jumat, tanggal 13 Oktober 2017 pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 13 Oktober 2017

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Abdul. Muttalib, SE.,MM
NIDN. 115 8042

Abd. Salam HB, SE.,M. Si. AK
NIDN. 0931126607

Diketahui:

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Unismuh Makassar

Ketua Jurusan Manajemen

Ismail Rasulong, SE., MM
NBM. 903078
Moh. Aris Pasigai, SE, MM
NBM. 1093485

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini telah di sahkan oleh Panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 0012/SK-Y/61201/091004//2017 Tahun 1439 H/2017 M yang di pertahankan di depan Tim Penguji pada hari Jumat, 13 Oktober 2017 M/23 Muharram 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 13 Oktober 2017

Panitia Ujian :

Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM

(Rektor Unismuh Makassar)


(.....)


Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.

(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

(.....)

Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM

(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)


(.....)

Penguji : 1. Drs. H. Sultan Sarda, MM.

(.....)

2. Ismail Rasulong, SE, MM.

(.....)

3. Moh. Aris Pasigai, SE, MM.


(.....)

4. Muh. Nur R, SE, MM.


(.....)

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan Kehadirat Tuhan yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dengan judul “Pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan pada Balqis Catering di kota Makassar”.

Penulisan sripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan bagi mahasiswa program S1 pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materi secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, ucapan terima kasih ini saya tujukan terutama kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasulong, SE.,MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Moh. Aris Pasigai SE, MM. Selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

4. Bapak Abd. Muttalib, SE., MM, selaku pembimbing 1 dan Bapak Abd. Salam HB., SE., M.Si., Ak. selaku pembimbing 2.
5. Bapak/Ibu dan dosen dan staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, khususnya Program Studi Manajemen yang sangat banyak membantu kami para mahasiswa dalam proses akademik.
6. Teristimewa kepada keluarga, terutama orang tua penulis, Usman dan Tija yang telah memberikan bantuan do'a, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril maupun materi sehingga penulis dapat menjalankan proses akademik di Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Teman-teman Manajemen 11 diantaranya, Hasmida, Siti Mariana, Tity Nurwahida, dan teman-teman yang lain yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu serta teman-teman di luar fakultas Ekonomi dan Bisnis yang tidak.
8. Terkhusus penulis ucapkan terima kasih kepada Arifin Taba, yang banyak memotivasi dalam banyak hal termasuk dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikannya dan memberikan berkah kepada kita semua. Amin

Makassar, Oktober 2017

Penulis

Syamsinar US

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A Latar Belakang	1
B Rumusan Masalah	7
C Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A Harga Pokok Produksi	9
B Komponen Harga Pokok Produksi.....	10
C Teori Biaya Produksi.....	11
D Teori Penjualan	13
E Jenis-Jenis Penjualan.....	14
F Tahapan Dalam Penjualan.....	16
G Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	18
H Volume Penjualan	19
I Kerangka Berfikir.....	20
J Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A Tempat dan Waktu Penelitian	23
B Metode Pengumpulan Data	23
C Jenis dan Sumber Data	24
D Metode Dokumentasi	25
E Metode Analisis Regresi Linear Sederhana	25
F Defenisi Operasional.....	26

BAB IV GAMBARAN UMUM BALQIS CATERING	27
A Sejarah Ringkas Balqis Catering.....	27
B Visi dan Misi Balqis Catering.....	29
C Struktur Organisasi Balqis Catering.....	31
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
A Harga Pokok Produksi	32
B Perhitungan Harga Pokok Produksi	34
C Volume Penjualan	35
D Hasil Uji SPSS	36
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	40
A Kesimpulan	40
B Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Peralatan Produksi	32
Tabel 5.2 Biaya Bahan Baku Balqis Catering Periode 2016	32
Tabel 5.3 Klasifikasi Karyawan Balqis Catering Periode 2016.....	32
Tabel 5.4 Biaya Bahan Bakar Balqis Catering Periode 2016	33
Tabel 5.5 Pemeliharaan Kendaraan Balqis Catering Periode 2016	33
Tabel 5.6 penyusutan Peralatan Produksi Balqis Catering Periode 2016	33
Tabel 5.7 Penyusutan Bangunan Catering Periode 2016.....	34
Tabel 5.8 Penyusutan Kendaraan Balqis Catering Periode 2016.....	34
Tabel 5.9 Total Biaya Overhead Pabrik Balqis Catering Periode 2016.....	34
Tabel 5.10 Perhitungan Harga Pokok Produksi Balqis Catering Periode 2016	34
Tabel 5.11 Perhitungan Volume Penjualan Balqis Catering Periode 2016 .	35
Tabel 5.12 Variabel Penelitian.....	36
Tabel 5.13 Descriptive Statistics.....	36
Tabel 5.14 Variables Entered/Removed(b).....	36
Tabel 5.15 Model Summary(b).....	37
Tabel 5.16 Anova (b)	37
Tabel 5.17 Coefficients (a).....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Alur Kerangka Pikir	21
Gambar 2 Struktur organisasi Balqis catering	31
Gambar 3 Kurva Uji Regresi Linear Sederhana	39

ABSTRAK

Syamsinar US: Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada Balqis Catering Di Kota Makassar (Abdul. Muttalib, SE.,MM Pembimbing I dan Abd. Salam HB, SE.,M. Si. AK Pembimbing II).

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui berapa besar pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan Balqis Catering periode 2016.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan Balqis Catering periode 2016 dengan menggunakan koefisien korelasi untuk melihat bagaimana pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan Balqis Catering periode 2016.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai Constant (a) sebesar 116991410.036, mengandung arti bahwa nilai variabel Harga Pokok Produksi adalah sebesar 116991410.036.

Koefisien regresi X sebesar $-0,11301.998$, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Volume Penjualan maka nilai Harga Pokok Produksi akan berkurang $-0,11301.998$. koefisien regresi tersebut bernilai negative, sehingga dapat dikatakan arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah negatif.

Kata Kunci : Harga Pokok Produksi dan Volume Penjualan

ABSTRACT

Syamsinar US: The Influence Of Cost Of Production On Sales Volume At Balqis Catering In Makassar (Abdul Muttalib, SE, .MM Advisors I and Abd Salam HB, SE, .M. Si AK AK Pembimbing II).

The purpose of this study is to find out how much influence the cost of production to the sales volume Balqis Catering period 2016.

The method used in this study is a simple linear regression method to see the effect of the influence of the cost of production to sales volume Balqis Catering period 2016 by using correlation coefficient to see how the cost of production cost to Balqis Catering sales volume 2016 period.

Based on research results note that the value of Constant (a) of 116991410.036, means that the value of the variable Cost of Production is amounted to 116991410.036.

The regression coefficient of X amounted to -0.11301.998, stating that every addition of 1% value of Sales Volume then the value of Production Cost will decrease -0,11301.998. regression coefficient is negative, so it can be said the direction of influence of variable X to Y is negative.

Keywords: Cost of Production and Sales Volume

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Implementasi program penjualan untuk memacu penjualan produk/jasa suatu perusahaan merupakan persyaratan untuk memenangkan persaingan dalam kondisi perekonomian yang berkembang dengan pesat dan sangat kompetitif. Banyak pengusaha yang mempertimbangkan program penjualan sebagai alat kompetitif yang paling potensial. Tingkat penjualan yang tinggi merupakan hal yang diinginkan bagi setiap perusahaan, bagi sebuah perusahaan dengan tingginya tingkat penjualan yang dihasilkan diharapkan laba yang diperoleh juga meningkat. Philip Kotler dan Kevin Lane (2009:18) mengemukakan dalam penjualan terdapat konsep yang menyatakan bahwa konsumen, jangan dibiarkan begitu saja, organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif. Konsep ini beranggapan bahwa konsumen biasanya menampakkan keengganan membeli dan harus dipikat agar membeli lebih banyak, dan bahwa perusahaan harus menggunakan serangkaian alat penjualan dan promosi yang efektif guna merangsang pembelian dalam jumlah yang lebih banyak.

Penjualan dalam kegiatan usaha menjadi pengukur tingkat hasil yang diharapkan oleh produsen melalui keterimaan nilai produk yang dihasilkan, melalui produk/jasa yang diterima baik oleh masyarakat maka tingkat penjualan akan meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah permintaan. Kotler (2006: 457).

Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan. Pertukaran kepentingan ini menjadi dasar adanya saling membutuhkan dan saling melengkapi, seorang penjual/produsen akan menjadi tidak berguna apabila tidak ada konsumen yang membeli produk yang telah dihasilkannya, begitu juga sebaliknya seorang konsumen tidak akan berdaya dengan segala potensi yang dimilikinya apabila tidak ada barang yang dapat dimanfaatkan nilainya.

Setiap perusahaan hidup dari adanya konsumen yang loyal atau sering disebut sebagai pelanggan, karena itulah pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan. Kepuasan pelanggan wajib menjadi prioritas setiap perusahaan, menjadikan kepuasan pelanggan sebagai fokus perusahaan merupakan salah satu bentuk pemahaman kebutuhan dalam kondisi perekonomian global sekarang ini. Dalam menjalankan usaha *catering* kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama yang harus dicapai, karena usaha *catering* pada dasarnya berkembang atas kepuasan pelanggan dan kepercayaan. Kepuasan pelanggan yang terjaga dengan baik diharapkan nantinya terdapat pembelian berulang dan tercapainya kesinambungan bisnis.

Rasa yang premium yang ditunjang dengan varietas menu yang beragam menjadi daya tarik bagi konsumen. Peranan kualitas produk menjadi sangat penting karena perkembangan peradaban manusia sehingga mempengaruhi sikap konsumen dalam pembelian suatu produk, baik produk satuan (produk yang dibuat berdasarkan pesanan) atau produk massa (produk yang dibuat secara terus menerus). Barang yang akan di produksi suatu perusahaan akan dinilai oleh

konsumen, penilaian konsumen antara lain berupa daya tahan atau kekuatan barang, wujud atau model barang serta fungsi barang yang dihasilkan apabila konsumen membeli barang tersebut (Yusuf dalam Lestariadi, 2010:3).

Balqis *Catering* dalam menjalankan usahanya sangat mengandalkan produk yang berkualitas dan pelayanan yang sangat diperhatikan karena hal inilah yang dirasakan langsung oleh para konsumen. Sesuai dengan visi Balqis *Catering* yaitu menjadi *catering* yang handal dan terpercaya dan mampu membantu perekonomian keluarga dan masyarakat disekitarnya dan misi Balqis *Catering* adalah untuk memberikan layanan prima didukung oleh kualitas sumber daya manusia yang handal dengan keterampilan, serta jaringan yang luas. Semboyan yang diusung oleh Balqis *Catering* yakni “ *The Art of Taste*” yang bermakna bahwa seni dalam merangkai rasa, dengan memperhatikan rasa dari masakan dan seni keindahan dekorasi serta manajemen acara yang terencana baik menjadi hal utama dalam menunjang tercapainya kepuasan konsumen.

Pada tahun 1998 Indonesia mengalami krisis ekonomi yang melumpuhkan berbagai sektor usaha di Indonesia. Banyak usaha kecil menengah dibuat gulung tikar karena tidak mampu bertahan dalam gempuran krisis. Krisis ini menimbulkan dampak yang menyebar diberbagai aspek terutama ekonomi yang sangat terasa dampaknya bagi rakyat Indonesia. Akhir tahun 2008 dunia dikejutkan dengan terjadinya krisis global dan merupakan *shock eksternal* yang ditengarai sebagai krisis terbesar setelah *great depression* tahun 1912 dan berpotensi memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian dunia. Secara global krisis telah menyebabkan kejatuhan harga jual komoditi serta nilai *asset*

property dan *asset financial* baik di tingkat global maupun domestik, hal ini diprediksi menyebabkan pertumbuhan ekonomi dunia mengalami penurunan menjadi 2,2% pada tahun 2009 dan rata-rata 5% untuk Negara berkembang. Sementara itu pertumbuhan perdagangan dunia diproyeksikan menurun menjadi 2,1% jauh dibawah pertumbuhan volume perdagangan tahun 2006 yang mencapai 9,4% (IMF,2008).

Krisis ini berdampak pula pada kenaikan harga-harga bahan produksi yang secara langsung akan berimbas pada kenaikan biaya-biaya produksi dan harga jual. Perusahaan dituntut melakukan berbagai tindakan antisipasi dan efisiensi guna mengurangi ketidakstabilan kondisi keuangan perusahaan dan tetap mempertahankan kegiatan operasional perusahaan dengan berbagai cara, diantaranya menyediakan barang dan jasa sesuai dengan selera dari masyarakat. Produk yang telah diterima dan dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat maka perusahaan akan memperoleh balas jasa dari proses penjualan tersebut (Yusuf dalam Lestariadi, 2010:3). Oleh karena itu menjadi hal yang sangat vital untuk memperhatikan kondisi aspek produksi yang meliputi biaya produksi dan upah bahkan kegiatan pemasaran yang merupakan kunci pokok aktivitas perusahaan dalam menjalankan produksinya dalam kaitannya meningkatkan *value* sekaligus profitabilitas yang signifikan bagi perusahaan dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, sehingga mampu memberikan dampak positif bagi perkembangan perusahaan.

Ketatnya persaingan di dunia usaha sekarang ini, tidak terkecuali bagi usaha kecil menengah yang memberikan peran yang penting bagi pertumbuhan

perekonomian dalam negeri. UKM merupakan pilar utama penyokong perekonomian negara setelah koperasi, dengan penanganan yang baik serta kinerja manajerial yang terprogram dan tertata rapi tentunya akan meningkatkan retensi penjualan atas produk/jasa yang di produksi.

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksinya tidak luput dalam usaha mencari profitabilitas semaksimal mungkin, dan hal ini hanya akan terwujud apabila manajemen perusahaan melakukan langkah-langkah dan pilihan yang tepat terhadap jenis barang atau jasa yang akan dijualnya serta faktor-faktor produksi yang akan digunakannya. Bilas (1994: 211) untuk sebuah perusahaan, biaya sumber produksi adalah sama dengan nilai dari sumber-sumber produksi tersebut dalam penggunaan alternatifnya yang terbaik, dalil ini terkenal dengan nama doktrin biaya alternatif (*doctrine of alternative costs*) atau doktrin biaya oportunitas (*doctrine of opportunity costs*) doktrin inilah nantinya digunakan apabila menyebut biaya produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual (Mulyadi, 2009:14), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa yang disebut biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang dipergunakan guna mengolah bahan baku hingga menjadi produk yang siap jual.

Kegiatan produksi suatu perusahaan berdasar pada arahan manajemen yang telah melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian sumber daya perusahaan guna tercapai optimalitas produksi yang nantinya tercermin dalam optimalitas profit yang diperoleh perusahaan. R. W Shepherd (1970) dalam Aliasuddin (2002:1) produksi optimal dapat dicapai

apabila ada pengorganisasian penggunaan *input* sebaik mungkin. Alokasi *input* yang baik ini dapat dilihat dari berapa besar sumbangan seluruh *input* terhadap produksi. Tambahan *input* dapat mengakibatkan pengurangan produksi maka penambahan tersebut tidak diperlukan karena pada saat tersebut penambahan *input* tidak lagi efisien. Penambahan *input* yang mengakibatkan penambahan *output* yang jauh lebih besar juga kurang baik karena pada saat *input* bertambah ongkos produksi per unit telah mengalami peningkatan. Kontribusi *input* yang optimal dicapai apabila tambahan *input* proporsional dengan tambahan *output*.

Begitu banyak hal yang patut menjadi pertimbangan dalam menjalankan usaha, terlebih menyangkut harga yang umumnya merupakan suatu hal yang sensitif dalam pemasaran produk/jasa. Biaya-biaya yang dibebankan meliputi juga biaya produksi, berdampak dalam penentuan *pricing* (Titik Nurbiyati dan Mahmud, 2005:167). Dalam hal ini perlu adanya pertimbangan serius agar kepentingan perusahaan akan profit yang diharapkan merupakan hal memerlukan pemikiran khusus dalam menentukannya. Walaupun harga tidak semata-mata menjadi faktor utama yang berkonjungsi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk/jasa, juga memiliki kaitan erat dengan kualitas produk/jasa yang dihasilkan. Produk/jasa dengan kualitas premium tentunya akan memiliki jaminan kepuasan tinggi yang dapat diterima konsumen, nantinya kepuasan yang diterima oleh konsumen dapat teraplikasi pada pembelian ulang yang dilakukan. Perasaan konsumen yang merasa puas nantinya akan menguntungkan perusahaan dengan peningkatan penjualan, karena konsumen

yang merasa puas secara tidak langsung akan menjadi tempat promosi yang baik terhadap perkembangan usaha.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dan dengan melihat fenomena masalah yang terjadi peneliti tertarik dan termotivasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk menguji “PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA BALQIS *CATERING* DI KOTA MAKASSAR”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan Balqis *Catering* di Kota Makassar tahun 2015-2016 ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah agar mengetahui seberapa besar pengaruh harga pokok produksi terhadap volume penjualan Balqis *Catering* periode 2016.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yaitu manfaat teoritis/akademis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat teoritis bagi Universitas Muhammadiyah Makassar

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat dalam memberikan sumbangan konseptual bagi perkembangan kajian ilmu manajemen, khususnya dalam

menghasilkan konsep mengenai pengaruh biaya produksi, terhadap hasil penjualan dan nantinya diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan kajian dalam penelitian civitas akademika.

2. Kepentingan praktis bagi Balqis *Catering*

Sebagai evaluasi terhadap kebijakan penjualan yang selama ini diterapkan dan sebagai implikasi lebih lanjut dalam memberikan informasi mengenai pengaruh biaya produksi, guna menciptakan peningkatan hasil penjualan Manfaat teoritis bagi Universitas Muhammadiyah Makassar

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah jumlah biaya produksi yang melekat pada persediaan barang jadi sebelum barang tersebut laku dijual. Pengertian harga pokok produksi ini oleh Hadibroto (1990: 60) adalah Biaya-biaya yang dikorbankan untuk memproses bahan-bahan (termasuk bahan bakunya) atau barang setengah jadi, sampai menjadi akhir untuk siap dijual.

Mengenai pengertian harga pokok produksi ini lebih lanjut Winardi (1990: 79) menjelaskan bahwa Harga pokok adalah suatu produksi jumlah pengorbanan-pengorbanan, dapat diduga, dan kuantitatif dapat diukur berhubungan dengan proses produksi, yang dilakukan pada saat pertukaran dan dalam kebanyakan hal harus didasarkan atas nilai pengganti kesatuan-kesatuan nilai yang telah dikorbankan.

Dari pengertian tersebut di atas dapat diketahui bahwa didalam harga pokok produksi adalah jumlah dari pada produksi yang melekat pada produksi yang dihasilkan yaitu meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan mulai pada saat pengadaan bahan baku tersebut sampai dengan proses akhir produk, yang siap untuk digunakan atau dijual. Biaya-biaya yang dimaksud ini, biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead. Selain itu dari definisi tersebut adalah dapat diketahui bahwa harga pokok produksi adalah nilai dari pengorbanan yang dilakukan dalam hubungannya dengan proses produksi berdasarkan nilai ganti pada saat pertukaran.

B. Komponen Harga Pokok Produksi

Komponen-komponen yang menjadi penentu perhitungan harga pokok produksi adalah:

1. Biaya Bahan Baku (*material costs*)

Biaya bahan baku adalah biaya bahan baku yang membentuk bagian yang tidak terpisahkan dari barang jadi dan yang dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produk (Carter Usry, 2006:542).

Jadi bahan baku membentuk bagian integral dari produk jadi. Biaya ini meliputi biaya untuk memperoleh bahan baku dan menempatkannya dalam keadaan yang siap diolah. Kemudahan penelusuran item bahan baku ke produk jadi merupakan pertimbangan utama dalam pengklasifikasian biaya sebagai bahan baku langsung. Ketika suatu biaya bahan baku merupakan jumlah yang tidak signifikan atau penelusurannya sangat rumit maka pengklasifikasian biaya tersebut ke dalam biaya bahan baku langsung menjadi tidak ekonomis dan lebih tepat diklasifikasikan ke dalam biaya overhead.

Pada Balqis *Catering* yang termasuk dalam biaya bahan baku langsung adalah pembelian bahan baku makanan sebagai bahan utama masakan, pembelian bumbu-bumbu dan bahan bahan penolong lain seperti minyak goreng dan lainnya.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*direct labor costs*)

Tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja langsung adalah

harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut (Mulyadi, 2012).

Jadi yang dimaksud dengan biaya tenaga kerja langsung adalah biaya dari tenaga kerja yang melakukan konversi dari bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke suatu produk tertentu. Sedangkan biaya tenaga kerja yang secara tidak nyata mengerjakan suatu produk atau hasil usaha mereka tidak mudah ditelusuri ke produk jadi merupakan bagian dari biaya tenaga kerja tidak langsung dan dibebankan ke overhead pabrik.

3. Biaya Overhead Pabrik (*factory overhead*)

Biaya overhead pabrik didefinisikan sebagai berikut: “*All costs other than direct materials and direct labor that are associated with the manufacturing process*” (Horngren dan Foster, 1987:29).

Biaya overhead pabrik mencakup semua biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. Overhead pabrik mencakup bahan tak langsung (*indirect materials*), tenaga kerja tak langsung (*indirect labor*), dan biaya-biaya lain di luar beban pemasaran dan administrasi.

C. Teori Biaya Produksi

Henry Simamora (2002:36), Biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi.

Harnanto dan Zulkifli (2003:14) biaya adalah sesuatu yang berkonotasi sebagai pengurang yang harus dikorbankan untuk memperoleh tujuan akhir yaitu

mendatangkan laba.

Hansen dan Mowen (2004:40), biaya didefinisikan sebagai kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagi organisasi.

Biaya Produksi menurut Carter dan Usry (2002:210) “ *manufacturing costs also called production cost is usually defined as the sum of three cost elements : direct materials, direct labor, and factoryoverhead*”.

Sadono Sukirno (2002:205), biaya produksi didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang- barang yang diproduksi perusahaan tersebut.

Hansen Mowen (2004:19) Biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa.

Biaya produksi diartikan sebagai keseluruhan faktor produksi yang dikorbankan dalam proses produksi. Sebagian ahli ekonomi kemudian mengatakan bahwa biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang dikorbankan untuk menghasilkan produk hingga produk itu sampai di pasar, atau sampai ke tangan konsumen, dengan demikian biaya angkut, biaya penyimpanan di gudang, dan biaya iklan yang menunjang proses produksi hingga produk itu sampai ke tangan konsumen, dapat dikategorikan biaya produksi (Ahman, 2004:162).

Mulyadi (2009:14) Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Mulyadi (2009:14) biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

Berdasarkan pengertian biaya produksi maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan biaya produksi adalah keseluruhan faktor produksi yang dikorbankan dalam proses produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk hingga produk itu sampai ke pasar, biaya angkut, biaya penyimpanan gudang dan biaya iklan yang menunjang proses produksi hingga sampai ke tangan konsumen juga termasuk biaya produksi.

D. Teori Penjualan

Joel G.Siegel dan Joe K Shim yang diterjemahkan oleh Moh. Kurdi (1999:404) berpendapat bahwa penjualan adalah penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan. Pertimbangan ini dapat dalam bentuk tunai peralatan kas atau harta lainnya. Pendapatan dapat diperoleh pada saat penjualan, karena terjadi pertukaran, harga jual dapat ditetapkan dan bebannya diketahui.

Husein Umar (2002:36) penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa dimana pembelian diharapkan dilakukan sekarang juga.

Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan (Kotler, 2006:457).

Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan penjualan yaitu proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli, agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak dan diharapkan nantinya didapat insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa dimana pembelian diharapkan dilakukan sekarang juga melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan.

E. Jenis-Jenis Penjualan

Basu Swasta (1998:11) terdapat beberapa jenis penjualan, yaitu :

1. Trade Selling

Kondisi yang terjadi apabila produsen dan pedagang besar memberi keleluasaan kepada pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan pengadaan produk baru, sehingga terjadi pemusatan penjualan melalui penyalur dari ada penjualan ke

pembeli akhir.

2. *Missionary Selling*

Dalam *missionary selling* peningkatan penjualan dilakukan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Dalam hal ini perusahaan memiliki peyalur sendiri dalam pendistribusian produknya.

3. *Technical Selling*

Peningkatan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat pada pembeli akhir dari barang dan jasanya dengan menunjukkan bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut

4. *New Business Selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis perusahaan asuransi sering menggunakan jenis penjualan ini.

5. *Responsive Selling*

Dua jenis penjualan utama disini adalah "*route driving*" dan "*retailing*". Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus pada pembelian ulang.

F. Tahapan Dalam Penjualan

Titik Nurbiyati dan Mahmud Machfoedz dalam manajemen pemasaran kontemporer (2005:245) terdapat tahapan-tahapan dalam penjualan meliputi :

1. Prospek merupakan orang yang mempunyai kemampuan untuk membeli yang telah menunjukkan rasa tertarik pada produk atau jasa yang ditawarkan. Terdapat dua alasan pokok yang menyebabkan perusahaan harus secara konstan mencari prospek baru : (1) untuk meningkatkan penjualan, dan (2) untuk menggantinya konsumen yang tidak lagi membeli produk atau jasa perusahaan.

2. Perencanaan Pra-Penjualan

Penjualan yang dilakukan dengan melakukan kunjungan masih dipandang sebagai dasar penjualan pada umumnya, dan perencanaan dan perencanaan kunjungan penjualan merupakan dasar keberhasilan, mengetahui konsumen sebelum melakukan kunjungan penjualan akan lebih memungkinkan keberhasilan penjualan. Elemen perencanaan pra-penjualan meliputi faktor-faktor objek penjualan, profil konsumen, manfaat bagi konsumen.

3. Presentasi Penjualan

Setiap kunjungan penjualan merupakan presentasi. Penjual menguraikan penjelasan tentang fungsi dan manfaat produk. Prospek memandang presentasi ini sebagai informasi tentang solusi atas problem yang mereka hadapi. Oleh karena itu, setiap kunjungan penjualan harus direncanakan dengan baik dan mempunyai tujuan jelas.

4. Mengatasi Keberatan Prospek

Keberatan yang di kemukakan oleh prospek merupakan pernyataan ketidak bersedianya untuk membeli produk yang ditawarkan oleh penjual. Keberatan dapat diungkapkan dengan pernyataan, pertanyaan atau bahkan dengan diam. Keberatan konsumen untuk membeli suatu produk yang ditawarkan oleh penjual dapat diklasifikasikan kedalam empat kategori yaitu keberatan terselubung, tidak memberi jawaban yang jelas, tidak memerlukan produk yang ditawarkan, keberatan dengan alasan keuangan/harga.

Beberapa upaya yang bisa dilakukan guna mengatasi keberatan yang dikemukakan oleh prospek yaitu mengatasi keberatan, memandang keberatan sebagai suatu kesempatan, bersikap positif, memahami keberatan, meminta informasi, persyaratan.

5. Menutup Penjualan

Penutupan penjualan merupakan proses untuk membantu prospek dalam mengambil keputusan yang mendatangkan manfaat untuk mereka. Penjual membantu prospek untuk mengambil keputusan dengan menawarkan suatu produk untuk mereka beli. Sebagaimana diketahui bahwa keberhasilan penjual menutup penjualan merupakan hasil presentasi yang dilakukannya.

G. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Basu Swasta (1998:129) didalam kondisi lapangan yang sebenarnya terjadi perencanaan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, adapun faktor-faktor itu yaitu:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Pada hakekatnya jual beli merupakan pemindahan hak kepemilikan suatu barang yang dinilai dengan uang, dimana didalam proses jual beli terdapat dua pihak yang terlibat di dalamnya yaitu yang bertindak sebagai penjual dan yang bertindak sebagai pembeli. Pada bagian inilah dibutuhkanannya peran penjual dalam kaitannya memprovokasi dan meyakinkan pembeli agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut para penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu meliputi jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk, syarat penjualan (pembayaran, pengantaran, pelayanan purna jual dan sebagainya).

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat juga mempengaruhi penjualan. Beberapa faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan yaitu jenis pasar, kelompok pembeli dan segmennya, daya beli masyarakat, frekuensi pembelian, keinginan dan kebutuhan konsumen.

3. Modal

Perbedaan ketersediaan modal yang dimiliki juga sangat mempengaruhi penjualan perusahaan. Perusahaan dengan modal besar akan cenderung memiliki penjualan yang lebih tinggi karena terkait dengan beban biaya produksi yang dibebankan kepada produk semakin kecil, berbeda dengan perusahaan dengan modal kecil yang mau tidak mau seluruh beban produksi yang dimiliki dan *mark up* keuntungan yang diharapkan secara keseluruhan dibebankan kepada produk.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

5. Faktor Lain (Periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah)

H. Volume penjualan

Menurut Hartson Stapelton (2005:185), mengatakan bahwa volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan dalam bentuk kuantitatif dari segi fisik atau volume.

Menurut Basu Swasta (2005:65) berpendapat bahwa volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan. Penjualan bersih diperoleh melalui hasil penjualan seluruh produk (produk lini) selama jangka waktu tertentu dan hasil penjualan yang dicapai dari market share (pangsa pasar) yang merupakan penjualan potensial yang dapat terdiri dari kelompok pembeli selama jangka waktu tertentu.

Menurut Horngren, Foster dan Datar yang dikutip oleh Basu Swastha (2005:58), volume penjualan adalah ukuran aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan kapasitas dalam satuan uang atau unit produk dimana manajemen akan berusaha untuk mempertahankan volume yang menggunakan kapasitas yang ada dengan sebaik mungkin.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa volume penjualan merupakan hasil total keseluruhan dari penjualan produk atau barang selama waktu yang ditetapkan dalam suatu usaha.

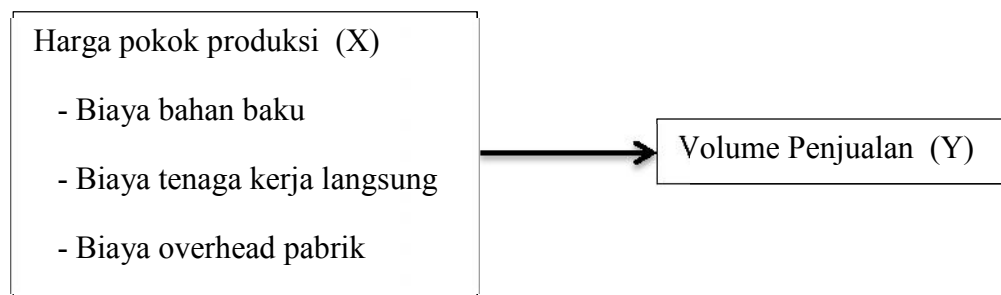
I. Kerangka Pikir

Proses produksi akan berjalan lancar apabila faktor-faktor produksinya dapat terpenuhi dengan baik. Untuk mendapatkan berbagai faktor-faktor produksi seperti modal, tenaga kerja, sumberdaya, dan teknologi maka diperlukan biaya-biaya. Biaya-biaya ini dikeluarkan untuk menghasilkan produk yang dapat mendatangkan manfaat di masa datang yang biasanya berupa laba maupun sisa hasil usaha. Produksi suatu produk akan selalu memerlukan bahan mentah atau bahan baku, tenaga kerja langsung, dan hal-hal lainnya yang secara tidak langsung mendukung produksi tersebut.

Demikian pula yang terjadi di Balqis *Catering*, perusahaan memerlukan biaya produksi langsung yang berupa biaya bahan baku makanan dan bumbu-bumbu, serta biaya tenaga kerja langsung meliputi upah koki dan upah *supervisor*, untuk menjalankan kegiatan produksinya hingga akhirnya perusahaan dapat menikmati keuntungan dari kegiatan produksi yang dilakukan, agar memperoleh

hasil produksi yang maksimal diperlukan biaya produksi yang cukup pula. Penggunaan faktor-faktor produksi harus proporsional dengan *output* yang dihasilkan sehingga nantinya dapat diperoleh keuntungan yang maksimal. Akan tetapi dalam menghadapi berbagai persoalan yang muncul seperti kenaikan tarif dasar listrik, krisis global yang memaksa harga barang terutama bahan makanan harus naik hal menyebabkan kenaikan biaya produksi, kenaikan biaya pemasaran, penurunan permintaan masyarakat, dan maka para perusahaan harus pandai-pandai mengelola dan mencari kombinasi yang tepat dalam menggunakan faktor-faktor produksi sehingga dapat memperoleh hasil produksi yang optimal dengan biaya yang minimal.

Keterkaitan antara biaya produksi, dengan hasil penjualan Balqis *Catering* seperti uraian diatas dapat ditunjukkan dalam bagan seperti dibawah ini.



Gambar 1. : Alur Kerangka Pikir

J. Hipotesis

Hipotesis Merupakan suatu pernyataan yang kedudukan belum sekuat Propesi atau dalil (Umar,2002.80) . Suharsimi (2006 ;71) hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalai data yang terkumpul. Sesuai dengan variabel

– Variabel yang akan diteliti, maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

H0 : Harga pokok produksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada Balqis Catering di kota Makassar Tahun 2015-2016.

H1 : Harga pokok produksi berpengaruh berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada Balqis Catering di kota Makassar Tahun 2015-2016.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian akan dilaksanakan di Balqis Catering, Jln. Salemba No.14, Makassar dan akan mulai dilaksanakan pada tanggal 5 April 2017 sampai 5 Juni 2017.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

- a. Data kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk informasi baik secara lisan maupun secara tertulis, seperti sejarah singkat, struktur organisasi dan kegiatan usaha.
- b. Data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan dalam bentuk laporan keuangan, seperti neraca dan laporan laba-rugi.

2. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari Balqis Catering berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pimpinan dan karyawan.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen perusahaan, berupa laporan tertulis yang dibuat secara berkala, seperti neraca dan laporan laba-rugi.

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang berupa laporan keuangan Balqis *Catering* yang diambil sebagai sampel dalam penelitian. Data laporan keuangan yang diambil berupa laporan keuangan selama satu tahun anggaran yakni pada tahun 2016.

C. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian pustaka, yaitu suatu teknik pengumpulan data melalui perpustakaan, baik berupa buku-buku maupun bahan-bahan kuliah yang relevan dengan masalah yang diteliti.
2. Penelitian lapangan, yaitu pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dengan menempuh cara sebagai berikut :
 - a. Observasi, yaitu cara pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti, dalam hal ini adalah pada Balqis Catering
 - b. Wawancara, yaitu melaksanakan/mengadakan tanya jawab dengan pimpinan dan karyawan-karyawan perusahaan yang diteliti, dan mendapatkan data-data yang diperlukan, yang selanjutnya akan dikembangkan lagi.

D. Metode Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Muhammad Ali (2002 : 75) menyatakan bahwa metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan dokumen atau melihat catatan peristiwa masa lampau tentang keadaan pada masa lampau berkenaan objek penelitian. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, dokumen, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya (Suharsimi, 2006: 158). Metode dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi dan mempelajari laporan keuangan tahunan (*annual report*) dari Balqis *Catering*, dengan ditunjang observasi dan literatur, buku teks, artikel, penelitian terdahulu juga jurnal yang berkaitan dengan kajian penelitian.

E. Metode Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam setiap aktivitas yang kita laksanakan tentunya akan ada rintangan-rintangan tertentu, baik itu rintangan kecil maupun rintangan yang relatif besar, begitupun dalam hal ini, berbagai masalah akan dijumpai dalam proses pelaksanaan penelitian ini. Maka dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Regresi Linear Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel Faktor Penyebab (X) terhadap Variabel Akibatnya. Faktor Penyebab pada umumnya dilambangkan

dengan X atau disebut juga dengan Predictor sedangkan Variabel Akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan Response. Regresi Linear Sederhana atau sering disingkat dengan SLR (Simple Linear Regression) juga merupakan salah satu Metode Statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun Kuantitas (Suharsimi Arikunto, 2005 : 234).

Rumus analisis data dari regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Intersep

b = Koefisien regresi/slop

F. Defenisi operasional

1. Harga pokok produksi adalah jumlah dari pada produksi yang melekat pada produksi yang dihasilkan yaitu meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan mulai pada saat pengadaan bahan baku tersebut sampai dengan proses akhir produk, yang siap untuk digunakan atau dijual
2. Volume penjualan adalah nilai yang didapatkan dari output perusahaan yang diukur dengan rupiah.

BAB IV

GAMBARAN UMUM BALQIS CATERING

A. Sejarah Ringkas Balqis Catering

Dibawah naungan CV. BALQIS MAKMUR JAYA selama yang berkedudukan di kota Makassar, sudah berdiri dengan usia memasuki 5 tahun. Nama “BALQIS“ direduksi dari nama anak pertama sang pemilik catering pasangan Abdul Karim dan Rahmawati Amin.

Dengan Modal yang sangat terbatas, BALQIS Catering berusaha dikelola semaksimal mungkin . Keterbatas modal usaha dapat diamati dari penyewaan peralatan ,rent car , jumlah tenaga kerja (dua orang) yang di lakukan Balqis Catering dimasa –masa awal berdirinya.

Walau demikian , keterbatasan modal kelihatannya bkan menjadi persoalan bagi Ny. Rahma (panggilan akrab Rahmawati Amin, pemilik Balqis Catering) untuk berusaha berdiri tegak melalui Balqis Catering Karena bagi Ny .Rahma, sebuah usaha modal pokoknya adalah semangat dan kemauan, sedangkan modal material (uang ,dan sebgainya) adalah faktor penguat dari modal semangat dan kemauan tadi.

Untuk memperkenalkan Balqis Catering kepada masyarakat , dibuat brosur dan diedarkan dari rumah kerumah ,kantor kekantor (*door too door*) Menu jasa catering yang di tawarkan untuk setiap varian menu yang dipesan cukup bervariasi . Namun demikian , harga tersebut dapat dinegosiasikan antar konsumen / pemesan dengan pihak managemen Balqis Catering.

Rasa masakan yang khas, suasana pesta yang mewah , dekorasi yang unik serta pelayanan yang ramah dan cekatan membuat Balqis Catering berbeda dengan Catering Lain . Pengalaman di bidang catering serta inovasi produk dan dekorasi tiada henti yang membuat Balqis Catering terus berkembang dan dipercaya oleh konsumen–konsumennya

Kualitas yang ditawarkan oleh Balqis Catering tidak hanya dalam rasa maupun penampilan produk yang di hasilkan , namun juga pelayanan para acara , ketika acara dan perna acara .Produksi yang menggunakan peralatan yang modern dan canggih, mengutamakan higienitas, inovasi produk tiada henti, meningkatkan SDM Serta inovasi produk dan dekorasi merupakan bukti bahwa balqis Catering berusaha konsisten meningkatkan kualitasnya.

Kunci sukses usaha jasa catering selain pada kualitas dan rasa makanan adalah pada kreativitas dan pelayanan. Pelayanan yang di maksud bukan hanya waiters pada saat acara, tapi sudah harus dilakukan sejak calon konsumen menghubungi, atau masuk ke ruangan marketing kita (kantor catering).

Di balqis Catering satu pelanggan satu pelanggng akan di layani oleh satu orang yang akan memberi informasi tentang menu makanan, mendengarkan keinginan pelanggan, hingga memberi saran dan masukan–masukan untuk pelanggan. Sebelum memilih menyanya staf akan memberikan *test food* bagi pelanggan agar sesuai rasa makanan yang ingin di pesan. Staf yang berhubungan dengan pelanggan inilah yang akan mengomunikasikan kebutuhan–kebutuhannya. Servis akan terus dilakukan Balqis Catering hingga acara

selesai, untuk mendengar pendapat pelanggan apakah puas atau ada keluhan selama berjalan acara.

Selain itu yang tak kalah penting adalah kepercayaan. pelanggan sudah percaya menggunakan jasa kita, karena kita harus menjaganya. misalnya dalam jumlah porsi makanan yang di pesan harus di persiapkan sesuai pesannya jangan sampai kurang, walaupun konsumen tidak menghitungnya.

Dalam suatu acara jangan hanya ingin memuaskan pelanggan pemesan, tetapi juga semua tamu undangan, karena mereka ini calon konsumen potensial kita, jika terkesan pada makanan dan pelayanan kita kemungkinan akan tertarik juga menggunakan jasa kita.

Saat ini Balqis Catering memiliki banyak pelanggan loyal baik dari instansi pemerintahan untuk acara formal dan non formal, misalnya: Kantor Gubernur, BNI dan Bank Muamalat, Kejaksaan Tinggi dan Kejaksaan Negeri,

Dalam suatu usaha, setiap perusahaan pimpinan memberikan inspirasi semacam visi dan misi dalam pengembangan perusahaanya.

B. Visi Dan Misi Balqis Catering

a. *Visi* Balqis Catering

Adapun visi Balqis Catering adalah “*melayani dengan rasa*”, yang bermakna segala pelayanan usaha ini adalah untuk mewujudkan kepuasan customer dengan penuh rasa. Rasa yang dimaksudkan tidak sekedar rasa sajian makanan yang dipersembahkan untuk konsumen, tapi juga sebuah rasa kepuasan, kebanggaan, kemewahan yang mengesankan konsumen.

b. *Misi* Balqis Catering

1. Membangun manajemen professional.
2. Tempat waktu dalam melayani konsumen.
3. Menyajikan menu layak hygenis.
4. Opensif dan akomodatif terhadap respon serta complain konsumen
5. Membuka ruang konsultasi bagi konsumen.

Dari sekilas yang dipaparkan, Balqis Catering adalah *kemewahan, kemeriahan, tingkat kepuasan dan kepraktisan dapat ditemukan dalam setiap penyajian menu makanan yang di produksi.*

Ketersediaan menu makanan dalam sebuah acara/kegiatan dengan *performance* mewah–meriah–memuaskan–praktis (tidak menyibukkan) merupakan dambaan public yang di maksud mengadakan acara/kegiatan.

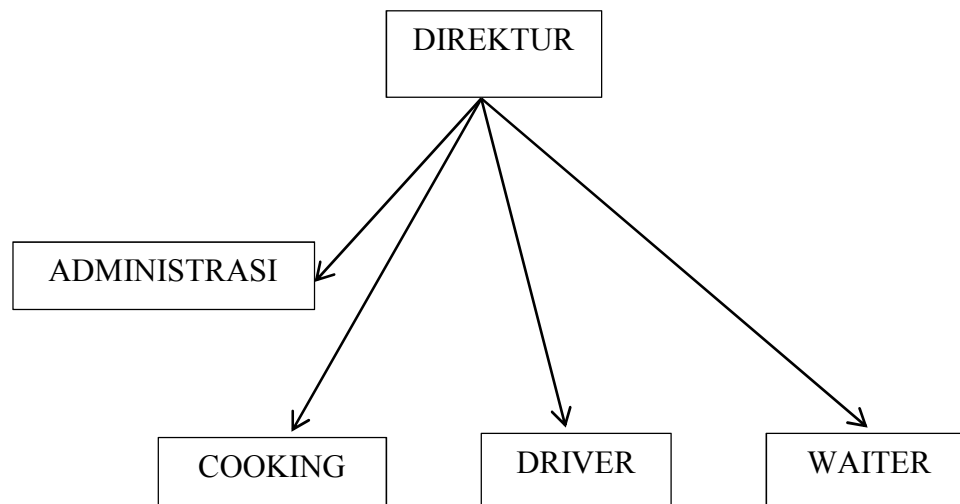
Adapun mascot dari Balqis Catering yaitu “*Kepuasan anda Adalah Niat kami*”, maksudnya bahwa setiap konsumen /pemesan apabila telah merasa puas dari jasa Balqis Catering mulai dari dekorasi meja, waiters, peralatan, dan paling utama adalah rasa makanannya yang merupakan kepuasan tersendiri dari pihak Catering.

C. Struktur Organisasi Balqis Catering

Organisasi dalam suatu perusahaan merupakan suatu wadah atau alat bantu dari suatu badan kelompok pekerja dalam mewujudkan rencana berdasarkan sifat pengawasan organisasi.

Struktur organisasi yang ditentukan dengan baik harus di dukung oleh kesadaran karyawan akan tujuan yang di harapkan dari suatu pekerjaan, siapa atasannya, dan bagaimana pekerjaan itu cocok dengan struktur organisasi secara keseluruhan, semuanya di arahkan untuk membentuk angkatan kerja yang loyal dan harmonis. Struktur yang dimaksud adalah struktur organisasi yang menjadi dasar pembagian tugas serta tanggung jawab dan kekuasaan.

Adapun struktur organisasi balqis catering adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Struktur organisasi Balqis catering

Struktur organisasi mencerminkan pembagian tugas dan tanggung jawab dari pemegang jabatan dalam perusahaan agar tidak terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan tugas oleh para karyawan.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Harga Pokok Produksi

1. Bahan baku

a. Peralatan Produksi

Tabel 5.1 Peralatan Produksi Balqis Catering Tahun 2016

Jenis	Jumlah Unit	Fungsi
Meja	1	digunakan untuk meletakkan bahan-bahan
Wajang	5	digunakan untuk menumis bumbu
Panci	5	digunakan untuk memasak bahan
Termus	20	digunakan sebagai tempat air panas
Kompur	8	digunakan sebagai tempat memasak

Sumber : Data primer Balqis Catering , 2016

b. Perhitungan Biaya Bahan Baku

Tabel 5.2 Biaya Bahan Baku Balqis Catering Tahun 2016

Jenis Bahan Baku	Biaya Bahan Baku
Beras	Rp 54.060.000
Ayam	Rp 19.760.000
Daging	Rp 26.680.000
DLL	Rp. 2.375.720

Sumber : Data primer Balqis Catering 2016

2. Biaya Tenaga Kerja

Tabel 5.3 Klasifikasi Karyawan Balqis Catering Tahun 2016

No	Jabatan/Pekerjaan	Jumlah	Gaji Perbulan
1	Pimpinan Perusahaan	1	1.500.000
2	Costumer Service	1	800.000
3	Tukang Masak	8	8.000.000
4	Sopir	2	1.000.000
Jumlah		12	11.300.000
Jumlah Dalam 1 Th			135.600.000

Sumber : Data primer Balqis Catering, 2016

3. Biaya *Overead* Pabrik

a. Biaya Bahan Bakar

Tabel 5.4 Biaya Bahan Bakar Balqis Catering Tahun 2016

Jenis Bahan Bakar	Kebutuhan Bahan Bakar per Tahun	Harga Satuan	Biaya Bahan Bakar
Gas LPG (3 kg)	50 tabung	Rp 17.000	Rp 850.000

Sumber : Data primer Balqis Catering, 2016

b. Pemeliharaan Kendaraan

Tabel 5.5 Biaya Pemeliharaan Kendaraan Balqis Catering Tahun 2016

Jenis Kendaraan	Jumlah Unit	Jenis Pemeliharaan	Biaya (Rp)
Roda 2	1	Service	Rp 387.500
		Olie	Rp 300.000
Roda 4	2	Service	Rp 1.300.000
		Olie	Rp 1.500.000
Jumlah			Rp 3.487.500

Sumber : Data primer Balqis Catering, 2016

c. Penyusutan Peralatan Produksi

Tabel 5.6 Biaya Penyusutan Peralatan Produksi Balqis Catering Tahun 2016

No	Jenis Aktiva	Jumlah Unit	Umur Ekonomis	Harga Perolehan (Rp)	Nilai penyusutan (Rp)
1	Meja	1	10	1.000.000	100.000
2	Wajang	5	4	1.500.000	200.000
3	Panci	5	7	1.500.000	200.000
4	Termos	20	5	150.000	50.000
5	Kompor	8	7	1.000.000	200.000
Jumlah		39	33	5.150.000	750.000
Rata-Rata		7.8	6.6	1.030.000	150.000

Sumber : Data primer Balqis Catering, 2016

d. Penyusutan Bangunan

Tabel 5.7 Biaya Penyusutan Bangunan Balqis Catering Tahun 2016

Jenis Aktiva	Jumlah Unit	Umur Ekonomis	Harga Perolehan	Jumlah Harga Perolehan	Nilai Penyusutan
Bangunan	1	40	Rp.100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 2.500.000

Sumber : Data primer Balqis Catering, 2016

e. Penyusutan Kendaraan

Tabel 5.8 Biaya Penyusutan Kendaraan Balqis Catering Tahun 2016

Jenis Aktiva	Jml Unit	Umur Ekonomis	Harga Perolehan	Jumlah Harga Perolehan	Nilai Penyusutan
Roda 2	1	10	Rp 15.000.000	Rp 15.000.000	Rp. 1.500.000
Roda 4	2	10	Rp100.000.000	Rp 100.000.000	Rp. 10.000.000
Jumlah					Rp. 11.500.000

Sumber : Data primer Balqis Catering, 2016

f. Total Biaya Overhead Pabrik

Tabel 5.9 Total Biaya Overhead Pabrik Balqis Catering Tahun 2016

No.	Jenis Biaya Overhead Pabrik (BOP)	Jumlah
2	Biaya bahan bakar	Rp. 850.000
3	Biaya pemeliharaan kendaraan	Rp. 3.487.500
4	Biaya penyusutan bangunan	Rp. 2.500.000
5	Biaya penyusutan kendaraan	Rp. 11.500.000
6	Biaya penyusutan peralatan produksi	Rp. 750.000
Total		Rp. 19.087.500

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016

B. Perhitungan Harga Pokok Produksi

Tabel 5.10 Perhitungan Harga Pokok Produksi Balqis Catering Tahun 2016

No	Keterangan	Jumlah
1	Biaya Bahan Baku	Rp 102.875.720
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 135.600.000
3	Biaya Overhead Pabrik	Rp 19.087.500
	Total Biaya Produksi	Rp 257.563.220

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016

C. Volume Penjualan

Tabel 5.11 Perhitungan volume penjualan menu Balqis Catering periode 2016

No	Menu Prasmanan (Jumlah/Pax)	Jumlah (Satuan)	Jumlah (Rp)
1	Rose	48	136.800.000
2	Anggrek	30	91.500.000
3	Melati	22	100.500.000
Jumlah		100	328.800.000
Rata-Rata		33.33333333	109.600.000

No	Paket Box	Jumlah (Dos)	Jumlah (Rp)
1	Nasi dos biasa	2.450	49.000.000
2	Nasi dos special	1.500	36.750.000
3	Nasi dos istimewa	900	24.750.000
4	Nasi dos ultah	510	13.005.000
5	Snack dos biasa	1.250	12.500.000
6	Snack dos spesial	830	10.375.000
7	Snack dos istimewa	700	10.850.000
Jumlah		8.140	157.230.000
Rata-rata		1162.857143	22.461.428,57

No	Paket Sempurna	Jumlah (Paket)	Jumlah (Rp)
1	Tumpeng	6	5.700.000
2	Jajan pasar	5	1.375.000
3	Paket kambing akikah	3	1.350.000
4	Paket barazanji	3	3.600.000
5	Es putar 1 tabung	8	5.200.000
Jumlah		25	17.225.000
Rata-rata		5	3.445.000

No	Jenis Olahan	Jumlah (Satuan)	Jumlah (Rp)
1	Prasmanan	100	328.800.000
2	Paket box	8140	157.230.000
3	Paket sempurna	25	17.225.000
Jumlah		8265	503.255.000
Rata-rata		2755	167.751.666,7

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016

D. Hasil Uji SPSS

Tabel 5.12 Variabel Penelitian

No	Harga Pokok Produksi (X)(Rp)	Volume Penjualan (Y) (Porsi)
1	Rp. 102.875.720	100
2	Rp. 19.087.500	8.140
3	Rp. 135.600.000	25
Jumlah	Rp. 257.563.220	8.265
Rata-Rata	Rp. 85.854.407	2.755

1. Descriptive Statistics

Tabel 5.13 Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
HPP	85854406.6667	57223953.74890	3
VP	2755.0000	4663.69757	3

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016

Tabel di atas menunjukkan nilai rata-rata HPP (Harga pokok Produksi) adalah 85854406.6667, sedang nilai rata-rata VP (Volume Penjualan) adalah 2755.0000 dengan masing N adalah 3

2. Variables Entered/Removed(b)

Tabel 5.14 Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	VP(a)	.	Enter

a All requested variables entered. b Dependent Variable: HPP

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016

Tabel di atas menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan serta metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukkan adalah volume penjualan (VP) sebagai variabel independen dan harga pokok produksi (HPP) sebagai variabel dependen dan metode yang digunakan adalah metode enter.

3. Model Summary(b)

Tabel 5.15 Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.921(a)	.848	.697	31506564.35840	1.000

a Predictors: (Constant), VP

b Dependent Variable: HPP

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016

Table di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R yaitu sebesar 0,921. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,848, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Volume Penjualan) terhadap variabel terikat (Harga Pokok Produksi) adalah sebesar 84,8%.

4. Anova(b)

Tabel 5.16 Anova(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5556498167 642050.000	1	5556498167 642050.000	5.598	.255(a)
	Residual	9926635976 70215.000	1	9926635976 70215.000		
	Total	6549161765 312260.000	2			

a Predictors: (Constant), VP

b Dependent Variable: HPP

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016

Dari output tersebut diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 5.598$ dengan tingkat signifikansi $0,255 > 0,05$, hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak signifikan, maka model regresi tidak dapat dipakai untuk memprediksi Harga Pokok Produksi atau

dengan kata lain tidak ada pengaruh variabel Harga Pokok Produksi (X) terhadap variabel Volume Penjualan (Y).

5. Coefficients(a)

Tabel 5.17 Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF	B	Std. Error	
1	(Constant)	11699141 0.036	22451960 .316		5.211	.121		
	VP	- 11301.99 8	4777.005		-0.921	-2.366	.255	1.000 1.000

a Dependent Variable: HPP

Sumber : Data primer setelah diolah, 2016

Diketahui nilai Constant (a) sebesar 116991410.036, sedang nilai Volume Penjualan (b/kofisien regresi) sebesar -0,11301.998, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

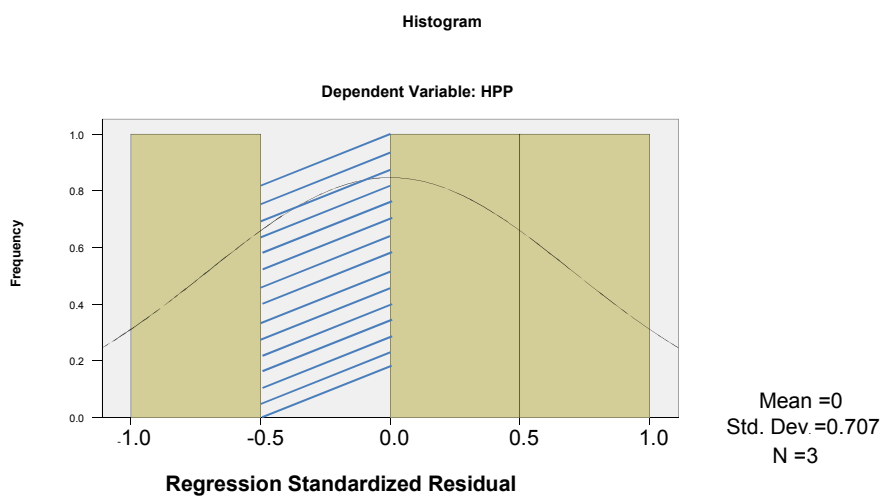
$$Y = 116991410.036 + -11301.998X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

1. Constant (a) sebesar 116991410.036, mengandung arti bahwa nilai variabel Harga Pokok Produksi adalah sebesar 116991410.036.
2. Koefisien regresi X sebesar -0,11301.998, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Volume Penjualan maka nilai Harga Pokok Produksi akan berkurang -0,11301.998. koefisien regresi tersebut bernilai negative, sehingga dapat dikatakan arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah negatif.
3. Berdasrkan nilai t: diketahuai nilai thitung sebesar -2.366 < ttabel 3.182,

juga tidak korelatif sehingga hasil hitung mendiskualifikasi hipotesis. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Pokok Produksi (X) tidak berpengaruh terhadap variabel Volume Penjualan (Y).

Gambar 3. Kurva Uji Regresi Linear Sederhana



Berdasarkan nilai signifikansi: dari table koefisien diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,255 > 0,05$, nilai tersebut menunjukkan hasil yang tidak signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Pokok Produksi (X) tidak berpengaruh terhadap variabel Volume Penjualan (Y).

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, selanjutnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel koefisien diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,255 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Pokok Produksi (X) tidak berpengaruh terhadap variabel Volume Penjualan (Y).
2. Berdasarkan nilai t diketahui nilai t_{hitung} sebesar $-2.366 < t_{tabel}$ 3.182, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Pokok Produksi (X) tidak berpengaruh terhadap variabel Volume Penjualan (Y).

B. Saran

Mengacu pada kesimpulan yang dikemukakan, maka dapat diajukan saran sebagai berikut :

1. Mengacu pada kesimpulan hasil penelitian bahwa harga pokok produksi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan Balqis Catering sehingga Balqis Catering tidak perlu menambah biaya produksi untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Sebaiknya Balqis Catering lebih mengefektifkan lagi laporan keuangan perbulan dan pertahun, sebab keadaan rasio-rasio perusahaan senantiasa mengalami perubahan dari tahun ke tahun sehingga hal ini sangat perlu diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Muhammad 2002. *Ekonomi*. Bandung : Grafindo Media Pratama.
- Aliasuddin. 2002. '*Produksi Optimal dan RTS: Industri Besar dan Sedang di Provinsi NAD*'. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen.
- Arikunto, Suharsimi, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bilas, Richard A.1994. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Erlangga.
- Hasen, Don R dan Maryanne M Mowen. 2004. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Henry, Simamora. 2002. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat
- Horngren, Charles T.1993.*Pengantar Akuntansi Manajemen jilid 1 edisi keenam*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Lestariadi. 2010. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Penjualan Terhadap Hasil Penjualan*. Makassar: Fakultas Ekonomi UNNES
- Mulyadi, 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono, 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukirno, Sadono, 2002. *Pengantar Teori Miko Ekonomi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Supriyono, R. A. 1993. *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Biaya serta Pembuatan Keputusan*. Yogyakarta: BPFE.

Titik Nurbiyati dan Mahmud Machfoedz, 2005. *Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Hasil Penjualan Pengusaha Gitar di Kecamatan Baki*.

L
A
M
P
I
R
A
N

Lampiran 1. Peralatan Produksi

Jenis	Jumlah Unit	Fungsi
Meja	1	Digunakan untuk meletakkan bahan-bahan
Wajang	5	Digunakan untuk menumis bumbu
Panci	5	Digunakan untuk memasak bahan
Termus	20	Digunakan sebagai tempat air panas
Kompor	8	Digunakan sebagai tempat memasak

Lampiran 2. Jenis Olahan Balqis Catering

No	Jenis olahan	Harga per porsi (Rp)
1	Prasmanan rose	28.500
2	Prasmanan anggrek	30.500
3	Prasmanan melati	43.500
Paket box		
4	Nasi dos biasa	20.000
5	Nasi dos special	24.500
6	Nasi dos istimewa	27.500
7	Nasi dos foto ultah	25.500
8	Nasi dos biasa	10.000
9	Snack dos special	12.500
10	Snack dos istimewa	15.500
Paket sempurna		
11	Tumpeng	950.000
12	Jajan pasar	275.000
13	Paket kambing akikah	450.000
14	Paket barazanji	1.200.000
15	Es putar 1 tabung	650.000

Lampiran 3. Tenaga Kerja Langsung

No	Jabatan/Pekerjaan	Jumlah	Gaji Perbulan
1	Pimpinan Perusahaan	1	1.500.000
2	Costumer Service	1	800.000
3	Tukang Masak	8	8.000.000
4	Sopir	2	1.000.000
Jumlah		12	11.300.000
Jumlah Dalam 1 Th			135.600.000

Lampiran 4. Biaya Bahan Bakar Balqis Catering Tahun 2016

Jenis Bahan Bakar	Kebutuhan Bahan Bakar per Tahun	Harga Satuan	Biaya Bahan Bakar
Gas LPG (3 kg)	50 tabung	Rp 17.000	Rp 850.000

Lampiran 5. Biaya Pemeliharaan Kendaraan Balqis Catering Tahun 2016

Jenis Kendaraan	Jumlah Unit	Jenis Pemeliharaan	Biaya (Rp)
Roda 2	1	Service	Rp 387.500
		Olie	Rp 300.000
Roda 4	2	Service	Rp 1.300.000
		Olie	Rp 1.500.000
Jumlah			Rp 3.487.500

Lampiran 6. Biaya Penyusutan Peralatan Produksi Balqis Catering Tahun 2016

No	Jenis Aktiva	Jumlah Unit	Umur Ekonomis	Harga Perolehan (Rp)	Nilai penyusutan (Rp)
1	Meja	1	10	1.000.000	100.000
2	Wajang	5	4	1.500.000	200.000
3	Panci	5	7	1.500.000	200.000
4	Termos	20	5	150.000	50.000
5	Kompor	8	7	1.000.000	200.000
Jumlah		39	33	5.150.000	750.000
Rata-Rata		7.8	6.6	1.030.000	150.000

Lampiran 7. Biaya Penyusutan Bangunan Balqis Catering Tahun 2016

Jenis Aktiva	Jumlah Unit	Umur Ekonomis	Harga Perolehan	Jumlah Harga Perolehan	Nilai Penyusutan
Bangunan	1	40	Rp.100.000.000	Rp 100.000.000	Rp 2.500.000

Lampiran 8. Biaya Penyusutan Kendaraan Balqis Catering Tahun 2016

Jenis Aktiva	Jml Unit	Umur Ekonomis	Harga Perolehan	Jumlah Harga Perolehan	Nilai Penyusutan
Roda 2	1	10	Rp 15.000.000	Rp 15.000.000	Rp. 1.500.000
Roda 4	2	10	Rp100.000.000	Rp 100.000.000	Rp. 10.000.000
Jumlah					Rp. 11.500.000

Lampiran 9. Perhitungan volume penjualan menu prasmanan Rose

No	Bulan (periode 2016)	Menu Prasmanan Rose (Jumlah/Pax)	Jumlah (Rp)
1	Januari	4	11.400.000
2	Februari	3	8.550.000
3	Maret	6	17.100.000
4	April	2	5.700.000
5	Mei	3	8.550.000
6	Juni	5	1.4250.000
7	Juli	5	1.4250.000
8	Agustus	4	11.400.000
9	September	6	17.100.000
10	Oktober	4	1.1400.000
11	November	3	8.550.000
12	Desember	3	8.550.000
Jumlah		48	136.800.000
Rata-rata		4	11.400.000

Lampiran 10. Perhitungan volume penjualan menu prasmanan Anggrek

No	Bulan (Periode 2016)	Menu Prasmanan Rose (Jumlah/Pax)	Jumlah (Rp)
1	Januari	3	9.150.000
2	Februari	2	6.100.000
3	Maret	3	9.150.000
4	April	2	6.100.000
5	Mei	3	9.150.000
6	Juni	4	12.200.000
7	Juli	3	9.150.000

8	Agustus	2	6.100.000
9	September	1	3.050.000
10	Oktober	3	9.150.000
11	November	2	6.100.000
12	Desember	2	6.100.000
Jumlah		30	91.500.000
Rata-rata		2.5	7.625.000

Lampiran 11. Perhitungan volume penjualan menu presmanan Anggrek

No	Bulan (Periode 2016)	Menu Presmanan Rose (Jumlah/Pax)	Jumlah (Rp)
1	Januari	1	4.350.000
2	Februari	2	8.700.000
3	Maret	3	13.050.000
4	April	2	8.700.000
5	Mei	3	13.050.000
6	Juni	2	8.700.000
7	Juli	1	9.150.000
8	Agustus	2	8.700.000
9	September	1	4.350.000
10	Oktober	1	4.350.000
11	November	2	8.700.000
12	Desember	2	8.700.000
Jumlah		22	100.500.000
Rata-rata		1.833333333	8.375.000

Lampiran 12. Perhitungan volume penjualan menu prasmanan

No	Menu Presmanan (Jumlah/Pax)	Jumlah (Satuan)	Jumlah (Rp)
1	Rose	48	136.800.000
2	Anggrek	30	91.500.000
3	Melati	22	100.500.000
Jumlah		100	328.800.000
Rata-Rata		33.33333333	109.600.000

Lampiran 13. Perhitungan volume penjualan paket box

No	Paket Box	Jumlah (Dos)	Jumlah (Rp)
1	Nasi dos biasa	2.450	49.000.000

2	Nasi dos spesial	1.500	36.750.000
3	Nasi dos istimewa	900	24.750.000
4	Nasi dos ultah	510	13.005.000
5	Snack dos biasa	1.250	12.500.000
6	Snack dos spesial	830	10.375.000
7	Snack dos istimewa	700	10.850.000
Jumlah		8.140	157.230.000
Rata-rata		1162.857143	22.461.428,57

Lampiran 14. Perhitungan volume penjualan paket sempurna

No	Paket Sempurna	Jumlah (Paket)	Jumlah (Rp)
1	Tumpeng	6	5.700.000
2	Jajan pasar	5	1.375.000
3	Paket kambing akikah	3	1.350.000
4	Paket barazanji	3	3.600.000
5	Es putar 1 tabung	8	5.200.000
Jumlah		25	17.225.000
Rata-rata		5	3.445.000

Lampiran 15. Perhitungan volume penjualan

No	Jenis Olahan	Jumlah (Satuan)	Jumlah (Rp)
1	Prasmanan	100	328.800.000
2	Paket box	8140	157.230.000
3	Paket sempurna	25	17.225.000
Jumlah		8265	503.255.000
Rata-rata		2755	167.751.666,7

Lampiran 16. Gambar



Papan nama Balqis Catering



Proses produksi di dapur



Hidangan menu Balqis Catering di sebuah acara



salah satu menu yang tersedia di Balqis Catering



Menikmati Hidangan yang disediakan Balqis Catering di sebuah acara



Penerimaan pelanggan di Balqis Catering

RIWAYAT HIDUP



SYAMSINAR. US, lahir pada tanggal 12 Mei 1995 di Dusun Kayummalle, Desa Rappoala, Kecamatan Tompobulu, Gowa. Anak ke 3 dari 4 bersaudara buah cinta dan kasih sayang dari pasangan Usman dan Tija,

Penulis mulai memasuki dunia pendidikan pada tingkat dasar pada tahun 2001 di SD Negeri Bulueng. Desa Rappoala Kec.Tompobulu dan tamat pada tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan tingkat menengah di SMP Negeri 1 Tompobulu pada tahun 2007-2010. Kemudian pada tahun 2010 penulis melanjutkan pendidikan di MA Negeri Malakaji selama tiga tahun dan berhasil menamatkan studinya di sekolah tersebut pada tahun 2013.

Pada tahun 2013 penulis melanjutkan studinya kejenjang yang lebih tinggi melalui jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB), dan diterima di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar program studi Strata 1.

