

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PETANI DALAM
MENJUAL GABAH DI KECAMATAN BONTONOMPO KABUPATEN
GOWA**

Skripsi

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1

Program Studi Manajemen



Diajukan oleh: MUH. AMIN

HIDAYAT

2015211911

**KONSENTRASI BISNIS DAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
NOBEL INDONESIA
MAKASSAR
2019**

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PETANI
DALAM MENJUAL GABAH DI KECAMATAN
BONTONOMPO KABUPATEN GOWA**

diajukan oleh :

Nama : MUH. AMIN HIDAYAT

NIM : 2015211911

telah dipertahankan dihadapan tim penguji Tugas Akhir/Skripsi
STIE Nobel Indonesia pada tanggal 14 April 2019 dan dinyatakan
diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Akademik
Sarjana Manajajemen - SM


Makassar, 23 Agustus 2019

Tim Penguji

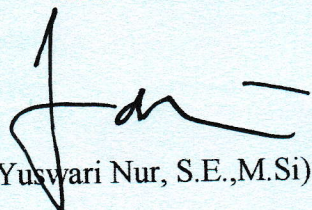
- Ketua : Dr. Hasmin Tamsah, S.E., M.Si 1.
- Sekretaris : Andi Widiawati, S.E., M.Si 2.
- Anggota : Mariah, S.E., M.Pd. 3.

Mengesahkan

Wakil Ketua I
Bidang Akademik


(Dr. Ahmad Firman, S.E., M.Si)

Ketua Jurusan


(Yuswari Nur, S.E., M.Si)

Mengetahui

Ketua STIE Nobel Indonesia Makassar


(Dr. H. Mashur Razak, S.E., MM)

SURAT PERNYATAAN

Nama : MUH. AMIN HIDAYAT
NIM : 2015211911
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Bisnis dan Perdagangan Internasional
Judul : Faktor- faktor yang mempengaruhi petani dalam menjual gabah di kecamatan Bontonompo kabupaten Gowa.

Menyatakan sengan sesungguhnya dan sebenar – benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya, tanpa adanya dan tekanan dari pihak manapunserta bersedia mendapat sanksi jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Makassar, 23 Agustus 2019

Yang Menyatakan



MUH. AMIN HIDAYAT
NIM. 2015211911

ABSTRAK

Muh. Amin Hidayat. 2019. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Petani dalam Menjual Gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa, dibimbing Hasmin Tamsah.

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui apakah harga, jumlah produksi, dan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa (2) untuk mengetahui apakah harga, jumlah produksi, dan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap tingkat penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.

Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah para kelompok tani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. Jumlah sampel sebanyak 74 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) secara simultan, variabel harga, jumlah produksi dan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan gabah (2) secara parsial, variabel harga, jumlah produksi dan biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan gabah. Diantara ketiga variable tersebut, terdapat variable yang paling dominan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan gabah yaitu, biaya produksi.

Kata Kunci: *Harga, Jumlah Produksi, Biaya Produksi, Tingkat Jual Gabah*



ABSTRACT

Muh. Amin Hidayat. 2019. *Factors Affecting Farmers in Selling the Grain at Bontonompo Sub-District Gowa Regency, supervised by Hasmin Tamsah.*

This research aims (1) to determine whether prices, total of production, and production costs have a positive and significant effect partially on grain sales level at Bontonompo Sub-District, Gowa Regency (2) to determine whether prices, total of production and production costs have a positive and significant effect simultaneously on grain sales level at Bontonompo Sub-District, Gowa Regency.

This research was a survey research. The population in this research were farmer groups at Bontonompo Sub-District, Gowa Regency. Total of sample were 74 respondents. Data collection techniques was using questionnaires that have been tested for the validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis in this research was multiple regression.

The results of this research indicated that (1) simultaneously, the price variable, the total of production and production costs positively and significantly affected toward the grain sales level (2) partially, the price variable, the total of production and production costs had a positive and significant affected toward the grain sales level. Among the three variables, there was the most dominant variable that had a positive and significant effect toward the grain sales level, namely, production costs.

Keywords: *Price, Total of Production, Production Costs, Grain Selling Rate*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia adalah negara yang luas akan lautnya dan daratannya, sehingga negara kita boleh dikatakan negara yang kaya di dunia akan hasil sumber daya alamnya yang meliputi lautan dan daratannya. Karena negara Indonesia yang sangat luas lautan dan daratannya maka masyarakat Indonesia mayoritas untuk memenuhi kebutuhannya melakukan aktivitas kehidupan sebagai nelayan dan petani.

Penduduk di Indonesia yang paling banyak yaitu petani yang bercocok menanam padi demi kelangsungan hidupnya bahkan Indonesia pernah menjadi negara pengekspor beras keluar negeri. Petani yang ada di Indonesia dalam proses mengolah lahan pertaniannya ada yang mengelola secara sendiri-sendiri dan ada juga yang dilakukan secara berkelompok.

Negara Indonesia adalah negara yang dikenal dengan negara kepulauan, misalkan saja pulau Sulawesi. Pulau Sulawesi sangat luas wilayahnya dan sehingga masyarakat Sulawesi menggunakan lahan sebagai aktivitas untuk mencapai kebutuhan kehidupannya. Daerah Sulawesi, khususnya Provinsi Sulawesi Selatan memiliki tanah yang sangat cocok untuk menanam padi, dengan demikian kebanyakan masyarakat Sulawesi pekerjaan mereka sebagai petani. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan dari produksi hasil tani dari para petani padi di Provinsi Sulawesi Selatan sangat berpotensi untuk menjawab kebutuhan

hidupnya dan mampu memenuhi kebutuhan pasar konsumen di daerah Sulawesi Selatan dan daerah-daerah Provinsi lain yang telah disebutkan.

Petani padi di Sulawesi Selatan melakukan aktivitas untuk mengolah lahan pertaniannya ada yang dilakukan secara individu maupun secara berkelompok. Namun untuk meningkatkan hasil produksi padi, kebanyakan mereka melakukannya secara berkelompok. Dengan bekerja secara berkelompok otomatis lahan yang mereka olah juga akan semakin luas dan bilamana lahan olahan mereka luas ditunjang dengan faktor produksi yang mendukung maka akan berpengaruh terhadap hasil yang mereka hasilkan. Dengan demikian penulis melakukan pendataan di Provinsi Sulawesi Selatan Kabupaten Gowa Kecamatan Bontonompo mengenai kelompok-kelompok petani padi yang di ambil dari data base kelompok tani kecamatan Bontonompo sebagaimana dapat terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
DATA BASE PERTANIAN TAHUN 2017
KECAMATAN BONTONOMPO KAB. GOWA

No	Desa/Kel	Luas Wilayah (km²)	Kelompok Tani
1	Manjapai	3.15	21
2	Bontolangkasa Sealatan	2.75	25
3	Barembang	2.10	25
4	Bontolangkasa Utara	2.22	20
5	Kalase'rena	2.19	21
6	Bontonompo	3.41	19
7	Tamallayang	3.55	23
8	Kalebarembeng	1.90	26
9	Katangka	2.25	17
10	BontobiraengSelatang	1.46	21
11	Bontobiraeng Utara	1.46	16
12	Bategulung	1.35	12
13	Romanglasa	1.50	16
14	Bulogading	1.10	20
	Total	30.39	282

Sumber: data base pertanian kecamatan bontonompo kabupaten. Gowa 2018

Dari tabel di atas di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa ternyata memiliki 14 desa dan dari 14 desa lahan yang digarap oleh petani seluas 30,39 (km²) dengan jumlah kelompok tani padi sebanyak 282 kelompok. Dari data ini

menunjukkan bahwa salah satu kecamatan saja di Kabupaten Gowa mempunyai 282 kelompok tani dan belum lagi di kecamatan-kecamatan lain di kabupaten gowa sulawesi selatan. Hal ini memberikan kita gambaran bahwa memang masyarakat di sulawesi selatan khususnya di Kabupaten Gowa Kecamatan Bontonompo mayoritas mereka adalah petani padi.

Dan di mana juga diperoleh data jumlah produksi padi di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa

Tabel 1.2

**LUAS PANEN DAN PRODUKSI PADI KECAMATAN BONTONOMPO DI
KABUPATEN GOWA 2016**

No	Kecamatan	Luas Panen(Ha)	Produksi(Ton)
1	Bontonompo	4.627,6	33.208

Sumber;Badan Pusat Statistik(BPS)Kab. Gowa 2018

Namun sekaligus begitu besarnya lahan yang mereka olah dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang tersedia kemudian jumlah produksi yang dihasilkan yang memadai namun persoalan yang terjadi adalah tentang harga jual gabah yang tidak terlalu menguntungkan jika dibandingkan dengan biaya kenaikan produksi. Harga gabah tidak ditentukan oleh petani tetapi ditentukan oleh harga pasar yang mana penimbang gabah juga akan melakukan pembelian gabah dengan harga yang ditentukan oleh pasar. Dimana harga gabah per kilo tidak stabil bahkan ada perbedaan harga timbang per kilo oleh pembeli gabah yaitu ada yang Rp 4000, Rp 4.200 dan Rp 4.300. Harga gabah per kilo yang dibeli oleh pembeli gabah belum mampu menjawab akan kebutuhan kehidupan yang

tinggi di mana barang-barang produksi meningkat. Dengan demikian, harga gabah yang begitu rendah dan tidak seimbang dengan biaya-biaya produksi nantinya akan berpengaruh dan tidak sebanding terhadap keuntungan yang mereka raih serta berpengaruh terhadap tingkat kesejahteraan petani padi. Fenomena harga gabah ini seharusnya menjadi perhatian pemerintah karna menyangkut dengan tingkat kesejahteraan masyarakat.

Selain faktor harga gabah yang menjadi fenomena para petani, persoalan tidak adanya lahan pengganti atau perluasan lahan baru oleh petani. Karena manakala yang terjadi sebagian lahan persawahan sudah dibangun perumahan penduduk akibat dari melonjaknya pertumbuhan penduduk, secara otomatis maka lahan olah sawah menjadi berkurang sehingga berdampak terhadap luasnya lahan yang diolah dan jumlah produksi yang dihasilkan. Persoalan ini jika dibiarkan dan tidak mencari solusi untuk mencari lahan persawahan yang baru maka akan berdampak terhadap jumlah produksi yang akan dihasilkan.

Menyangkut keuntungan yang didapat oleh petani ditentukan oleh harga yang ditimbang pada saat ini, jumlah produksi gabah yang mereka hasilkan, biaya produksi serta jumlah penjualan gabah.

Dari penjelasan di atas mengenai fenomena yang ada dan teori-teori yang ada kemudian ditunjang dengan peneliti sebelumnya, sehingga membuat penulis mengangkat judul penelitian sebagai berikut “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Petani Dalam Menjual Gabah Di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan teori, penelitian terdahulu yang termuat dalam latar belakang serta fenomena dan masalah-masalah yang dikemukakan, dalam upaya menggali dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga dapat mempengaruhi jumlah gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa ?
2. Apakah jumlah produksi dapat mempengaruhi jumlah gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa ?
3. Apakah biaya produksi dapat mempengaruhi jumlah gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap jumlah penjualan gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.
2. Untuk mengetahui pengaruh jumlah produksi terhadap jumlah penjualan gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.
3. Untuk mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap jumlah penjualan gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.

1.4 Manfaat Penelitian

penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teori maupun secara praktis dan kepada peneliti :

1. Manfaat secara teoritis.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat agar dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan bidang ilmu ekonomi manajemen, khususnya pada konsentrasi ilmu manajemen bisnis perdagangan internasional yang berkaitan dengan penjualan.

2. Manfaat secara praktis.

Dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi bagi para petani padi dan pedagang yang melaksanakan proses penjualan dan pembelian gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan.

3. Manfaat bagi peneliti

Untuk mengaplikasikan dan membandingkan antara teori-teori yang didapat dari bangku perkuliahan dengan realitas yang dihadapi pada pekerjaan, serta untuk lebih memahami dan memper luas kemudian menerapkan ilmu ekonomi manajemen khususnya pada konsentrasi perdagangan internasional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Harga

2.1.1 Pengertian Harga

Dalam teori ekonomi ada beberapa konsep yang saling berkaitan yaitu: Harga (*price*), nilai (*value*) dan manfaat (*utility*), Angipora (2002).

Nilai : adalah ukuran kuantitatif bobot sebuah produk yang dapat ditukarkan dengan produk lain.

Manfaat : adalah atribut sebuah barang yang mempunyai kemampuan untuk memuaskan keinginan.

Mengingat bahwa system ekonomi kita tidak dirancang berdasarkan system tukar-menukar, maka pengertian nilai dan manfaat dari sebuah produk dapat sebanding dengan produk lain yang tidak dapat digunakan, tetapi kita lebih mendayagunakan uang sebagai dominator nilai.

Dengan demikian istilah harga sebenarnya untuk menggambarkan nilai uang sebuah barang atau jasa. Dari uraian-uraian tersebut dapat diketahui defenisi harga sebagaimana dikemukakan oleh para ahli antara lain:

1. Menurut William j. Stanton dalam Angipora (2002): harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.
2. Menurut Jerome Mc Carthay dalam Angipora (2002) : Harga (*price*) adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu.

Pengertian sesuatu yang dikemukakan tersebut memiliki makna yang luas karena harga dapat dilihat dari dua pihak yaitu pihak para anggota saluran dan pihak konsumen.

Harga merupakan salah satu variable yang harus dikendalikan secara benar, karena harga sangat berpengaruh terhadap beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Maka dari pada itu beberapa para ahli mengemukakan defenisi harga. Salah satu para ahli mengatakan bahwa harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya, Stanton (2000). Menurut Simamora (2001) pengertian harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk.

Menurut Kotler dan amstrong (2001) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Wiliam J Stanton (1993) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan kekonsumen untuk mendapatkan atau memiliki manfaat serta penggunaannya.

Indicator yang mencirikan harga menurut Kotler (2008) yaitu:

1. keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa.

3. Daya saing harga.
4. Harga mempengaruhi daya beli pelanggan.
5. Harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan.

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Irham Fahmi, 2017:185). Dalam hal ini, harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran.

Harga juga dapat dimaksudkan sebagai suatu penawaran penjualan barang dan jasa tertentu untuk sejumlah rupiah tertentu. Pembeli mempunyai hak untuk menawar, menolak atau menerima penawaran tersebut. Beberapa penjual menawarkan barangnya dengan harga tinggi. Ini dapat dipandang keliru karena dapat menyebabkan pembeli menolaknya.

Harga juga bersifat sangat relatif. Jika seorang pembeli mempunyai kesempatan untuk membeli barang dan jasa yang sama dengan harga lebih rendah, maka ia akan melakukannya. Tetapi biaya-biaya yang akan dikeluarkan juga diperhitungkan dengan waktu dan jarak yang harus ditempuh untuk membeli.

2.1.2. Metode Penetapan Harga

Penetapan harga yang dilakukan selama ini oleh banyak perusahaan menggunakan pelbagai metode yang berbeda dalam bentuk menetapkan harga dasar bagi barang dan jasa yang dihasilkan.

1. Harga didasarkan pada biaya total ditambah laba yang diinginkan (*cost plus pricing method*).

Metode penetapan harga ini adalah metode yang paling sederhana di mana penjualan atau produsen menetapkan harga jual untuk suatu barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk laba yang diinginkan (margin) pada tiap-tiap unit tersebut.

Sehingga formula menjadi:

Cost plus pricing method = biaya total + margin = harga jual.

Kebanyakan perusahaan mempunyai tujuan tertentu dalam kebijakan penetapan harganya, meskipun perusahaan-perusahaan kecil tidak menyatakan secara tertulis.

2.2. Pengertian Produksi Dan Volume Produksi

Bagian produksi dalam suatu organisasi bisnis memegang peran penting dalam usaha mempengaruhi suatu organisasi. Bagian produksi sering dilihat sebagai salah satu fungsi manajemen yang menentukan penciptaan produk serta turut mempengaruhi peningkatan dan penurunan penjualan. Artinya produk yang diproduksi harus selalu mengikuti standar pasar yang diinginkan, bukan diproduksi atas dasar mengejar target semata. Bagi perusahaan bisnis lebih mementingkan mengejar produktivitas yang *continue* di bandingkan mengejar profit yang tinggi dalam waktu singkat. Karena dengan kontinuitas yang stabil diharapkan mampu mewujudkan perolehan keuntungan yang stabil. Kestabilan keuntungan tersebut dapat dimanfaatkan untuk perencanaan investasi sesuai dengan waktu yang direncanakan, namun tanpa stabilitas yang

continue maka rencana investasi (investment plan) menjadi sulit untuk diwujudkan. Sementara kita pahami jika rencana sudah dijalankan maka usaha-usaha untuk mempertahankan dan suksesnya rencana merupakan prasaran utama yang harus diwujudkan.

2.2.1 Definisi Produksi

Produksi adalah sesuatu yang di hasilkan oleh suatu perusahaan baik berbentuk barang (*gods*) maupun jasa (*services*) dalam suatu periode waktu yang selanjutnya dihitung sebagai nilai tambah bagi perusahaan. Bentuk hasil produksi dengan kategori barang (*goods*) dan jasa (*services*) sangat tergantung pada kategori aktivitas bisnis yang dimiliki perusahaan yang bersangkutan. Jika perusahaan manufaktur (pabrik) sudah jelas produksi yang dihasilkan dalam bentuk barang, sedangkan untuk bisnis perhotelan, travel, pendidikan adalah berbentuk jasa. Barang bersifat *tangible assets* dan jasa bersifat *intangible asset*.

Jika ditelaah lebih lanjut, pengertian produksi dapat ditinjau dari dua sudut, yaitu:

1. pengertian produksi dalam arti sempit, yaitu mengubah bentuk barang menjadi barang baru, ini menimbulkan *form utility*.
2. pengertian produksi dalam arti luas, yaitu usaha yang menimbulkan kegunaan karena *place, time, dan possession*.

Pada saat suatu organisasi dituntut untuk memiliki produksi *continue*, maka artinya organisasi tersebut harus memiliki daya saing di pasar, jika tidak maka organisasi tersebut tidak menempatkan konsep produksi secara sesungguhnya. Karena organisasi produksi memiliki konsep yang berhubungan

dengan pencarian bahan baku, pengolahan bahan baku, dan akhirnya pada pencapaian nilai-nilai ekonomis yang dimaksud.

Ini sebagaimana dikatakan oleh Faisal Afif dkk dalam Irham Fahmi (2016:2). Bahwa, organisasi produksi merupakan suatu kesatuan organisasi yang berdiri sendiri secara ekonomis, dimana kelangsungan hidup organisasi akan terjamin, bila seluruh biaya produksinya (seperti biaya pembelian bahan baku, bahan pembantu, upah, penyusutan, jasa pihak ketiga, pajak) dapat ditutup dari pendapatan penjualan produk yang dihasilkannya; kecuali organisasi produksi yang dapat subsidi biaya, seperti organisasi produksi milik Negara.

Kemampuan suatu organisasi dalam menghasilkan produktivitas tinggi artinya memperlihatkan kemampuan manajer bagian produksi dalam mengkoordinasikan seluruh elemen yang ada dalam usaha mendukung terbentuknya produktivitas, dan produktivitas yang baik adalah yang memiliki nilai jual di pasar. John Kendrick dalam Irham Fahmi (2016:3) mendefinisikan produktivitas sebagai keluaran (*output* = O) berupa barang dan jasa dengan masukan (*input* = I) berupa sumberdaya, manusia atau bukan, yang digunakan dalam proses produksi; hubungan tersebut biasanya dinyatakan dengan bentuk rasio O/I .

2.2.2 Pengertian Volume Produksi

Volume adalah ukuran fisik unit atau rupiah dari pendapatan penjualan. Fisik unit dapat berupa unit keluaran atau unit yang dijual. Pengertian produksi diartikan sebagai kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan atau manfaat atau ciptaan faedah baru. Produksi juga merupakan aktivitas pengubahan bahan baku

menjadi hasil produksi untuk menghaikan produk yang baik dari segi kualitas dan kuantitas, perlu adanya perencanaan dalam membuat suatu produk mengenai berapa volume produksi yang akan dihasilkan, agar produk tersebut sesuai dengan yang ditargetkan.

Volume produksi merupakan jumlah outpt total yang dihasilkan dari suatu proses produksi (Charter, 2009). Sedangkan menurut Soediono Reksoprayitno (2000) hasil produksi (*output*) merupakan jumlah produksi yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu sebagai pemakaian sejumlah faktor-faktor produksi dalam proses produksi untuk jangka yang sama.

Salah satu kriteria proses produksi dikatakan berhasil jika suatu proses produksi itu menghasilkan barang-barang yang dapat dijual. Sesuai pendapat Trijoko (2004) hasil produksi merupakan tingkat produksi yang dinyatakan dalam unit barang yang diproduksi dan dijual. Dalam hal ini di asumsikan, barang-barang sudah diproduksi dapat dijual.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa hasil produksi adalah total barang yang dihasilkan oleh unit jasa/perusahaan setelah pemakaian faktor-faktor produksi tertentu. Hasil produksi merupakan keluaran atau output yang diperoleh dari pengelolaan input produksi (sarana produksi atau sering disebut masukan) suatu usaha.

Dalam hal ini yang dimaksud dengan hasil produksi adalah semua keluaran di peroleh atau sejumlah hasil yang di peroleh dari produksi. Setelah dilakukan pengelolaan input produksi dalam satu kali proses produksi.

2.2.3 Fungsi Produksi

Dalam ilmu ekonomi, kita kenal apa yang disebut fungsi produksi. Oleh Mubyarto dalam Nani (1992) bahwa fungsi produksi yaitu suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil produksi pisik (*output*) dengan faktor-faktor produksi (*input*). Menurut pengertian lain, yang dikemukakan Sudarmo dalam Nani (1992) yang dimaksud fungsi produksi adalah hubungan teknis yang menghubungkan antara faktor produksi yang disebut masukan (*input*) dan hasil produksinya (*output*). Kemudian oleh M. Caspteck dalam Nani (1992) mengartikan fungsi produksi itu sebagai berikut : (1) *Land* (lahan), (2) *Labour* (Tenaga kerja), (3) *Capital* (modal).

Dari pengertian fungsi produksi yang dikemukakan tersebut di atas, dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa besarnya produksi yang dihasilkan tergantung dari banyaknya atau kurangnya faktor produksi (*input*) yang digunakan dalam proses produksi secara fungsional itu dapat dinyatakan sebagai berikut :

$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$ dimana

Y = Hasil Produksi (*output*) sedangkan

X_1, X_2, \dots, X_n adalah faktor-faktor produksi (*input*).

Input-input inilah yang dipakai untuk menghasilkan barang yang berlaku untuk semua faktor yang telah di sebutkan yaitu lahan atau tanah, modal dan tenaga kerja. Gambaran tersebut adalah gambaran secara umum mengenai hubungan antara produksi dan faktor produksi. Dengan menggunakan faktor-faktor produksi tersebut berarti petani, bisa meramalkan dan menentukan produksinya. Apabila kita memperhatikan tentang ruang lingkup dari pada

produksi, maka timbullah dalam pemikiran kita tentang fungsi dan tujuan daripada produksi yaitu untuk memenuhi kebutuhan manusia baik kebutuhan sekarang maupun untuk masa yang akan datang.

Seperti diketahui bahwa produksi adalah merupakan hasil kerja sama (kombinasi) dari beberapa macam faktor produksi, demikian juga dalam produksi pertanian, khususnya tanaman pangan misalnya padi faktor penunjang peningkatan produksi disebabkan oleh adanya kombinasi dari beberapa faktor produksi seperti tanah, tenaga kerja, pengairan, modal dan skill. Faktor-faktor produksi tersebut adalah merupakan satu kesatuan yang satu sama lainnya sulit dipisahkan dalam proses usaha tani, karena salah satu saja tidak ada diantara faktor produksi tersebut maka sulit bagi petani mencapai hasil yang diinginkan, sebab kesemuanya itu adalah merupakan faktor utama dalam menentukan produksi yang hendak dicapai pada setiap hektar tanaman padi untuk menghasilkan gabah. Oleh karena itu penulis menguraikan faktor-faktor produksi sebagai berikut :

a. Tanah/lahan

Tanah atau lahan adalah merupakan salah satu produksi hal ini dapat dianalisa dalam beberapa segi yaitu karena keadaannya, letaknya, dan kesuburannya yang paling utama dimana hal inilah yang akan menentukan tingkat produksi yang dapat disumbangkan kepada petani. Sebagaimana kita ketahui bahwa tingkat kesuburan tanah yang tinggi akan dapat memberikan hasil pertanian yang lebih baik, tanpa banyak mengeluarkan biaya sebagai tambahan input lain misalnya pupuk dan hal ini berbeda dengan tingkat kesuburan tanah

yang rendah. Oleh karena itu tanah adalah merupakan satu-satunya faktor produksi yang tidak dapat diciptakan oleh manusia dan berfungsi sebagai tempat menanam berbagai macam tanaman sekaligus menjadi tempat tinggal dan lain-lain.

b. Pengairan

Pengairan sebagai faktor produksi, maksud khususnya untuk petani padi sangat bergantung akan air untuk proses pengolahan tanah dan proses penanaman, karena pada umumnya padi yang ditanam membutuhkan tanah yang berbenutk pecek atau lembab agar padi dapat tumbuh dengan subur, oleh karena pengairan sangat penting di lakukan oleh petani di areal lahan persawahannya. Setelah mendekati masa panen barulah pengairan dihentikan atau areal tanah dikeringkan dengan cara pengairan dihentikan dengan maksud agar padi cepat tua dan siap untuk dipanen.

c. Modal

Modal sebagai faktor produksi, maksudnya disini adalah termasuk tanah dan tenaga kerja. Jadi modal merupakan investasi dalam sektor pertanian, dalam pengertian ekonomi modal adalah barang atau uang yang sama-sama faktor produksi, tanah dan tenaga kerja menghasilkan barang. Dalam hal ini yang dimaksud adalah hasil pertanian dan dan apabila barang berupa modal itu tidak tersedia maka petani akan mengalami kesulitan dalam upaya meningkatkan produksinya, dimana kita ketahui pula bahwa modal dapat pula diasumsikan sebagai alat untuk memupuk pendapatan maka ada minat atau dorongan untuk

menciptakan modal. Penciptaan modal oleh petani berarti menyisihkan kekayaan atau sebagian hasil produksi untuk maksud yang produktif.

d. Tenaga kerja

Tenaga kerja sebagai faktor produksi seperti yang dikemukakan di atas adalah merupakan unsur modal dalam sektor pertanian. Tenaga kerja merupakan faktor penunjang faktor produksi lainnya, karena petani selain menyumbangkan tenaga juga sebagai pemimpin usaha taninya yang mengatur organisasi produksi secara keseluruhan. Dalam hal ini petani melakukan fungsi manajemen, petani sudah mengadakan perhitungan-perhitungan ekonomi misalnya menentukan berapa jumlah pupuk yang akan dipakai apakah menggunakan tenaga kerja dari luar disamping tenaga dari keluarga sendiri. Dan tentunya kita sependapat dengan apa yang dikemukakan oleh pakar ilmu ekonomi Sumitro Djojohadikusumo dalam Nani (1992) bahwa syarat mutlak untuk membangun ekonomi adalah tenaga kerja harus lebih produktif bagi negara-negara sedang berkembang dimana dimaklumi bahwa salah satu cara untuk meningkatkan produksi adalah menambah jam kerja.

e. Skill

Skill sebagai faktor produksi seperti yang dikemukakan oleh Sumitro dalam Nani (1992) bahwa yang dimaksud dengan skill itu ada tiga macam, dimana ketiga macam adalah sebagai berikut :

1. Managerial (*Entrepreneurial skill*) yaitu kemampuan untuk mempergunakan kesempatan-kesempatan (potensi) secara efektif serta

kecakapan untuk memimpin usaha-usaha yang penting dalam pembangunan.

2. *Tecnological skill* adalah berhubungan dengan keahlian khusus yang bersifat ekonomis teknis.
3. Organitational skill yaitu kecerdasan untuk mengatur berbagai rupa usaha, baik didalam hal-hal interen di dalam suatu perusahaan ataupun untuk kegiatan lain-lainnya maupun megenai usaha-usaha institusional.

Ketiga pengertian dimaksud tersebut di atas adalah merupakan syarat mutlak untuk melaksanakan pembangunan. Sehingga dengan demikia kita dapat menyimpulkan bahwa tanpa adanya syarat mutlak ini maka pembangunan akan tetap (konstan), dan bahkan mengalami penurunan dimasa yang akan datang.

2.2.4 Perencanaan Produksi Dan Menghitung Perencanaan Produksi

dalam ilmu manajemen disebutkan bahwa perencanaan (planning) merupakan dasar pijakan dari langkah-langkah selanjutnya kualitas pekerjaan sangat dipengaruhi oleh kualitas perencanaan yang dibangun. Beberapa bukti nyata telah memperlihatkan bahwa perusahaan yang tumbuh menjadi besar hingga bersifat multinasional terjadi karena bagus, sistematis, dan komprehensifnya perencanaan yang dibangun. Dan tidak bisa dikesampingkan peran ilmu manajemen keuangan yang berkualitas dan *sustainable*. Sebuah perencanaan yang baik telah menempatkan perusahaan tersebut tahan terhadap berbagai kondisi hantaman resesi ekonomi manapun.

Joel G. Seigel dan Jae K. Shim dalam Irham Fahmi (2016:9) mendefinisikan perencanaan adalah pemilihan tujuan jangka pendek dan panjang serta merencanakan taktik dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam suatu organisasi perencanaan memiliki posisi penting dari langkah-langkah berikutnya. Kematangan dan kesalahan dalam perencanaan mampu memberi pengaruh positif dan negative pada masa yang akan datang, sehingga suatu perencanaan yang dibuat adalah selalu memikirkan dampak jangka panjang yang mungkin akan dialami.

pada dasarnya perencanaan produksi merupakan suatu proses penetapan tingkat output manufacturing secara keseluruhan guna memenuhi tingkat penjualan yang direncanakan dan inventori yang diinginkan. Secara realita seorang manajer produksi harus bisa memperhatikan ketersediaan inventori secara stabil setiap waktunya, apalagi jika menghubungkannya dengan kondisi-kondisi yang tidak diinginkan yang mana itu bisa saja terjadi. Adapun formula yang kita pakai untuk rencana produksi adalah sebagai berikut:

$$\text{Rencana Produksi} = (\text{permintaan total-inventori awal}) + \text{inventori akhir}$$

pada penyimpanan inventori akhir sebagai tindakan pengamanan untuk menjaga kemungkinan hasil produksi actual lebih rendah dari permintaan total.

2.3 Pengertian Biaya Produksi

Produksi dan biaya produksi bagaikan keping mata uang logam berisi dua. Jika produksi berbicara tentang nilai fisik penggunaan tentang faktor produksi,

biaya mengukurnya dengan nilai uang. Dalam ekonomi yang sudah moderen, di mana peranan uang amat penting, maka ukuran efisiensi yang paling baik (walaupun bukan paling lengkap) adalah uang. Sesuatu yang efisien secara teknis, belum tentu secara finan-sial dan ekonomi menguntungkan.

Sebagai contoh, untuk memproduksi jagung yang efisien secara teknis (pengolahan tanah bagus, tepat waktu dan menggunakan sedikit tenaga kerja) dapat dicapai dengan menggunakan peralatan pertanian moderen (traktor, alat semprot hama mekanis dan lain-lain). Tetapi biaya per unit baru akan menjadi murah jika skala produksinya minimal 200 hektar. Padahal kemampuan keuangan petani hanya untuk 2-5 hektar. Untuk skala produksi sekecil itu, penggunaan peralatan pertanian moderen walaupun efisien secara teknis, menimbulkan biaya produksi jagung per kilogram yang sangat tinggi. Petani lebih memilih teknik produksi dengan peralatan sederhana.

Asumsi-asumsi yang digunakan menurut Rahardja dan Manurung (2008:117) adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan bergerak di pasar persaingan sempurna. Harga output ditentukan oleh pasar dan berapa pun yang diproduksi akan terjual habis. Perusahaan tidak perlu merencanakan strategi penjualan. Yang harus dipikirkan hanyalah menentukan tingkat output agar biaya produksi per unit dapat diminimumkan.
2. Faktor produksi atau input yang digunakan adalah barang modal dan tenaga kerja. Dalam jangka pendek hanya tenaga kerja yang bersifat variabel.

Biaya produksi adalah akumulasi dari semua biaya-biaya yang dibutuhkan dalam proses produksi dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produk atau barang. Biaya-biaya ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional barang/pabrik, dan lain-lain sebagainya.

Menurut Hansen dan Moen (2004) biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dengan penyediaan jasa. Menurut M. Nafarin (2009) biaya produksi adalah semua biaya yang berkaitan dengan produk (barang) yang diperoleh, dimana didalamnya terdapat unsur biaya produk berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

Kemudian menurut Sutrisno (2012) biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Biaya ini dikeluarkan oleh departemen produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Selain itu, menurut Mulyadi (2012) biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengelola bahan baku menjadi produksi jadi yang siap untuk dijual. Ardios (2010) dalam kamus besar akuntansi, *production cost* (biaya produksi) adalah biaya yang terjadi untuk menghasilkan suatu produk atau jasa, biaya-biaya ini dapat di klarifikasikan dalam tiga jenis:

1. Bahan langsung (*derec material*)
2. Tenaga kerja langsung (*derec labour*).

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi yang digunakan untuk

mengelola bahan baku menjadi barang jadi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Kemudian menurut Sukirno (2013:208) biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang di produksi perusahaan tersebut.

Sedangkan menurut Bustami dan Nurlela (2009:12) biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik

2.3.1. Konsep biaya

Pengertian biaya dalam ilmu ekonomi adalah biaya kesempatan (Rahardja dan Manurung, 2008:117). Konsep ini tetap dipakai dalam analisis teori biaya produksi. Berkaitan dengan konsep tersebut, kita mengenal biaya eksplisit (*explicit cost*) dan biaya implisit (*implicit cost*). Biaya adalah biaya-biaya yang secara eksplisit terlihat, terutama melalui laporan keuangan. Biaya listrik, telepon dan air, demikian juga pembayaran upah buruh dan gaji karyawan merupakan biaya eksplisit. Kita dapat melihatnya dalam laporan keuangan. Biaya implisit adalah biaya kesempatan (*opportunity cost*).

1. Biaya tenaga kerja adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk menggunakan tenaga kerja per orang per satuan waktu. Harga tenaga kerja adalah upahnya (per jam atau per hari). Bagi ekonom upah pekerja adalah biaya eksplisit, dengan asumsi upah yang dibayarkan adalah sama besar dengan upah yang diterima tenaga kerja bila bekerja

di tempat yang lain. Asumsi ini terpenuhi di pasar tenaga kerja persaingan sempurna. Notasi untuk upah adalah w .

2. Biaya barang modal

Ada perbedaan konsep antara ekono dan akuntan dalam perhitungan biaya barang modal. Akuntan menggunakan konsep biaya historis (*historical cost*). Ekonom melihat biaya barang modal sebagai biaya implisit. Biaya ekonomi penggunaan barang modal bukanlah berapa besar uang yang harus dikeluarkan untuk menggunakannya, melainkan berapa besar pendapatan yang di peroleh bila mesin di sewakan kepada pengusaha lain. Karena itu biaya barang modal diukur dengan harga sewa mesin di notasikan r .

3. Biaya kewirausahawan

Kewirausahawan (pengusaha) adalah orang yang mengombinasikan berbagai faktor produksi untuk ditransformasi menjadi output berupa barang dan jasa. Dalam upaya tersebut, dia harus menanggung risiko, pengusaha mendapat balas jasa berupa laba ekonomi (*economic profit*), yaitu kelebihan pendapatan yang diperoleh dibanding jika memilih alternatif lain.

2.3.2. sifat biaya

Biaya merupakan sejumlah pengorbanan yang dapat diduga sebelumnya, dapat dihitung, dan tidak dapat dihindarkan (Mubarok, 2015:139). Tidak setiap biaya adalah pengeluaran, contohnya penyusutan. Begitu juga, tidak semua pengeluaran adalah biaya, contohnya pengeluaran akibat kelalaian.

Dilihat dari perilakunya, biaya terdiri dari biaya variabel (*variabel cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*). Biaya variabel adalah biaya yang dipengaruhi oleh volume kegiatan, misal biaya bahan baku, upah tenaga kerja, biaya transportasi dan sebagainya. Biaya tetap adalah biaya yang tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan, misal gaji top managemen, bangunan pabrik, peralatan mesin dan sebagainya.

Biaya tetap terdiri dari biaya yang dikeluarkan dari kantong (*cash out of packet*). *Cash of packe*, yaitu biaya tetap yang harus dikeluarkan dari suku setiap periode yang tidak dapat ditunda, misal gaji pimpinan puncak. Sedangkan *uncash out of packet*, yaitu biaya tetap yang pembebanannya dalam periode tertentu dapat ditunda, misal depresiasi atau penyusutan. Biaya penyusutan aktiva tetap dalam pengambilan keputusan jangka pendek bukan biaya keluar dari saku.

Biaya dalam perusahaan dibedakan kepada dua jenis, yaitu biaya eksplisit (*eksplicit cost*) dan biaya tersembunyi (*imputed cost*). Biaya eksplisit, adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan berupa pembayaran untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan. Sedangkan biaya tersembunyi, adalah taksiran pengeluaran atas faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Misal pembayaran untuk kewirausahaan, modalnya sendiri yang digunakan dalam perusahaan dan bangunan yang dimilikinya. Cara menaksir pengeluaran untuk itu, adalah dengan melihat pendapatan yang paling tinggi yang yang diperoleh jika ia bekerja di perusahaan lain, modalnya diinvestasikan dalam kegiatan lain, dan bangunan yang dimilikinya jika disewakan kepada pihak lain. Selai itu, dalam pengambilan keputusan

penanaman modal, pimpinan perusahaan konsep *relevant cost*, *incremental cost*, dan *sunk cost*.

2.3.3. Produksi, Produktivitas, dan Biaya

Keputusan tingkat produksi senantiasa berkaitan dengan tingkat produktivitas faktor-faktor produksi yang digunakan. Teori produksi, kita melihat bahwa produktivitas yang tinggi menyebabkan tingkat produksi yang sama dapat dicapai dengan biaya yang lebih rendah. Dengan kata lain, produktivitas dan biaya mempunyai hubungan terbalik. Jika produktivitas makin tinggi, biaya produksi akan makin rendah. Begitu pula sebaliknya.

Perilaku biaya juga berhubungan dengan periode produksi. Dalam jangka pendek ada faktor produksi tetap yang menimbulkan biaya tetap, yaitu biaya produksi yang besarnya tidak bergantung pada tingkat produksi. Dalam jangka panjang, karena semua faktor produksi adalah variabel. Artinya, besarnya biaya produksi dapat disesuaikan dengan tingkat produksi.

Dalam jangka panjang, perusahaan akan lebih mudah meningkatkan produktivitas dibanding dalam jangka pendek. Itu sebabnya ada perusahaan yang mampu menekan biaya produksi, sehingga setiap tahun biaya produksi per unit makin rendah. Pola pergerakan biaya rata-rata ini berkaitan dengan karakter fungsi produksi jangka panjang. Untuk perusahaan yang ber "skala hasil menaik" (*increasing return to scale* atau IRS), penambahan tingkat produksi justru menurunkan biaya produksi. Sebaliknya dengan perusahaan yang ber "skala hasil menurun" (*decreasing return to scale* atau DRS).

2.4 Pengertian Penjualan Dan Jumlah Penjualan

2.4.1. Apa yang dimaksud dengan penjualan

Kadang-kadang orang mempunyai salah pengertian tentang istilah penjualan yang dianggap sama dengan istilah pemasaran. Misalnya seorang wiraniaga atau manajer penjualan membicarakan pemasaran, tetapi sebenarnya masalah yang dibicarakan adalah penjualan. Kedua istilah tersebut mempunyai ruang lingkup yang berbeda. Pemasaran meliputi kegiatan yang luas, sedangkan penjualan hanyalah merupakan satu kegiatan saja di dalam pemasaran. Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas, baiklah ditinjau lebih dulu tentang definisi pemasaran berikut :

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi (Swastha, 2017:8). Menurut Tjiptono secara umum ada dua definisi formal tentang pemasaran yang paling banyak di acu, yakni: (1) **Pemasaran** adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum “(*American Marketing Association*). (2) **Pemasaran** adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, dan menyediakan apa yang dikehendaki pelanggan secara efisien dan menguntungkan “(*UK Chartered Institute Of Marketing*).

Dari definisi tersebut kita dapat melihat bahwa proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, tidak dimulai pada saat produksi selesai, juga tidak berakhir dengan penjualan. Semua keputusan yang diambil di bidang pemasaran harus ditujukan untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya, serta promosinya. Yang penting, pengusaha harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaannya. Jaminan yang lebih baik atas barang dan jasa dapat dilakukan sesudah penjualan.

Jadi jelas bahwa penjualan itu hanya merupakan satu kegiatan saja di dalam pemasaran. Sekarang, apa yang dimaksud dengan penjualan ? sebenarnya, definisi penjualan ini cukup luas. Beberapa ahli menyebutnya sebagai ilmu dan beberapa yang lain menyebutnya sebagai seni. Ada pula yang memasukkan masalah etik dalam penjualan. Pada pokoknya, istilah *menjual* dapat diartikan sebagai berikut :

Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkannya.

Jadi, adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dengan pembeli. Di dalam perekonomian kita (ekonomi uang), seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dengan alat penukar berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya; dan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan. Jarak yang jauh tidak menjadi masalah bagi penjual.

Semakin pandai seseorang untu menjual akan semakin cepat pula mencapai sukses dalam melaksanakan tugas-tugasnya, sehingga tujuan yang diinginkan akan segera terlaksana. Dalam segala bidang dan tingkatan, taktik penjualan harus digunakan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan. Dengan kepuasan ini diharapkan mereka dapat menjadi langganan atau sahabat yang baik.

Dalam melakukan penjualannya, penjual dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang. Tidaklah mudah untuk mengarahkan kemauan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapatnya.

Ada definsi lain tentang penjualan yang dikemukakan oleh William G. Nickels dalam Swasta (2017:10) yang menyebutnya dalam istilah penjualan tatap muka (*personal selling*).

Penjualan tatap muka adalah interaksi antara individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Jadi, penjualan tatap muka merupakan komunikasi orang secara individu yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya, yaitu meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang. Dalam hal ini, perusahaan memerlukan tenaga-tenaga penjualan atau wiraniaga untuk melakukannya. Tugas-tugas yang mereka lakukan cukup luwes karena

secara langsung dapat mengetahui keinginan, motivasi dan perilaku konsumen; dan sekaligus dapat melihat reaksi konsumen sehingga mereka langsung dapat mengadakan penyesuaian seperluanya.

Para wiraniaga ini dapat pula membantu manajemen dengan memberikan informasi, misalnya tentang penjualan kredit, sikap konsumen; dan juga sebagai petugas lapangan dalam riset pemasaran. Tetapi di lain pihak, kegiatan penjualan tatap muka ini akan memerlukan beban ongkos yang semakin besar apabila penggunaannya sangat luas; dan sulit sekali diperoleh tenaga penjualan yang betul-betul kualifait.

2.4.2. Jenis-jenis penjualan

Tugas-tugas wiraniaga sering digolongkan menurut jenis hubungan pembeli yang terlibat dalam penjualan. Dalam hal ini, jenis-jenis penjualan dikelompokkan menjadi: (1) *trade seling* (2) *missionary selling* (3) *technical seling* (4) *new business selling* (5) *responsive selling*.

1. Trade selling

Trade selling dapat terjadi bilaman produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru. Jadi titik beratnya adalah pada “penjualan melalui” penyalur dari pada” penjualan ke” pembeli akhir.

2. Missionary selling

Dalam missionary selling, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Di sini, wiraniaga lebih cenderung pada “penjualan untuk” penyalur. Jadi, wiraniaga sendiri tidak menjual secara langsung produk yang ditawarkan, misalnya penawaran obat kepada dokter.

3. *Technical selling*

Technical selling berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya. Dalam hal ini, tugas utama wiraniaga adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

4. *New business selling*

New business selling berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai oleh perusahaan asuransi.

5. *Responsive selling*

Setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap pembeli. Dua jenis penjualan utama disini adalah *route driving* dan *retailing*. Para pengemudi yang menghantarkan susu, roti, gas untuk keperluan rumah tangga; para pelayan di toko serba ada, toko pakaian, toko spesial, merupakan contoh dari jenis penjualan ini. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar

meskipun layanan yang dan hubungan pelanggan menyenangkan dapat menjurus ke pembelian ulang.

2.4.3. Manajemen penjualan

Peranan manajemen penjualan adalah mengadministrasikan fungsi penjualan tatap muka dalam marketing mix. Peranan administratif ini mencakup perencanaan, manajemen dan pengendalian program-program penjualan, disamping juga penarikan, pelatihan, pengkompensasian, pemotivasian dan pengevaluasian personalia penjualan lapangan. Jadi, manajemen penjualan dapat didefinisikan sebagai berikut : **manajemen penjualan** adalah perencanaan , pelaksanaan, dan pengendalian program-program tatap muka yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan (Basu Swastha, 2017:26).

Definisi tersebut menyarankan bahwa manajemen penjualan itu berkaitan dengan pengambilan keputusan strategis, disamping pelaksanaan rencana-rencana pemasaran. Sebagai contoh, eksekutif penjualan dapat terlibat dalam perancangan dan pengembangan program-program pemasaran perusahaan. Disamping itu juga dapat ikut dalam pengambilan keputusan menyangkut perubahan-perubahan product line, penetapan harga dan penentuan saluran distribusi. Para manajer penjualan beserta wiraniaga-wiraniaga yang dibawahnya mempunyai posisi yang bagus dalam mendapatkan informasi tentang kebutuhan konsumen, aplikasi produk dan kondisi pasar, sehingga mereka dapat memberikan sumbangan banyak dan penting dalam pengambilan keputusan perusahaan. Keterlibatan eksekutif penjualan dalam menyusun strategi pemasaran perusahaan tidaklah sama antara

satu perusahaan dengan perusahaan yang lain, pada umumnya eksekutif penjualan senior lebih berperan dibanding manajer angkatan penjualan lapangan.

Disamping definisi manajemen penjualan yang telah diberikan dimuka, berikut ini juga akan dikemukakan definisi lain yang pada prinsipnya sama meskipun lebih mendetail, yaitu Asosiasi pemasaran Amerika (American marketing Association)

Manajemen Penjualan adalah perencanaan, pengarahan dan pengawasan penjualan tatap muka, termasuk penarikan, pemilihan, pelengkapan, penugasan, penentuan rute, supervisi, pembayaran dan pemotivasian sebagai tugas yang diberikan pada para tenaga penjualan.

Dari definisi tentang manajemen penjualan tersebut dapat diketahui bahwa tugas manajer penjualan cukup luas. Dapat dikatakan pula bahwa tugas manajer penjualan itu adalah sebagai administrator dalam penjualan tatap muka, sehingga tugas utamanya banyak berkaitan dengan personalia penjualan,

Bagian lain dari tugas manajer penjualan adalah berkaitan dengan pengorganisasian kegiatan penjualan baik dalam maupun di luar perusahaan. Di dalam perusahaan, ia menyusun struktur organisasi yang dapat menciptakan komunikasi secara efektif tidak hanya di dalam departemen penjualan it sendiri, tetapi juga dengan departemen-departemen lainnya. Ia juga merupakan penghubung yang paling penting antara perusahaan dengan pembeli dan masyarakat lain, secara bertanggung jawab untuk menciptakan dan mempertahankan jaringan distribusi yang efektif.

Selain tugas-tugas tersebut, menejer penjualan masih mempunyai tugas yang lain, yaitu menggunakan dan berpartisipasi dalam mempersiapkan informasi untuk pengambilan keputusan pemasaran, seperti penentuan anggaran, kuota dan daerah penjualan. Juga berpartisipasi dalam pengambilan keputusan tentang produk, saluran pemasaran dan politik distribusi, promosi, serta penetapan harga.

Jadi dapat dikatakan bahwa manajer penjualan itu selain sebagai administrator kegiatan penjualan tatap muka, juga sebagai anggota kelompok manajer yang ikut mengambil keputusan pemasaran.

Jika dibandingkan antara kedua definisi di muka, dalam definisi ke dua tidak tercantum dari tujuan manajemen penjualan meskipun definisi tersebut lebih mendetail. Untuk selanjutnya definisi manajemen penjualan yang akan digunakan dalam buku ini mengambil unsur-unsur dari kedua definisi di muka dengan prinsip yang sama. Definisinya adalah sebagai berikut:

Manajemen penjualan adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program kontak tatap muka, termasuk pengalokasian, penarikan, pemilihan, pelatihan dan pemotifasian yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan.

2.4.4. Pengertian Volume Penjualan

Volume adalah tingkat aktivitas perusahaan baik produksi maupun penjualan. Volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus dicapai. Dalam suatu perusahaan tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang menguntungkan dalam arti dapat

menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba. Berikut ini akan dikemukakan definisi volume penjualan menurut para ahli, yaitu: Simamora, Hendry (2000:575) mendefinisikan volume penjualan sebagai berikut : volume penjualan adalah jumlah unit produk dan jasa yang dapat dijual. Kemudian menurut Mulyadi (2005:239) mendefinisikan volume penjualan sebagai ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan adalah besarnya unit produk yang dijual yang dinyatakan dalam jumlah unit yang harus dicapai dalam penjualan produk. Salah satu tujuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya yaitu tercapainya tingkat volume penjualan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut baik berupa barang atau jasa. Dengan volume penjualan perusahaan dapat menghasilkan pendapatan dan memperoleh laba yang diharapkan. Sehingga peningkatan volume penjualan sangat diperlukan oleh perusahaan agar dapat mencapai laba serta kelangsungan hidupnya dapat dipertahankan.

2.4.5. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan

Menurut Basuswashta (2001:129) dalam praktek, volume penjualan perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Kondisi dan kemampuan penjualan

Disini penjualan harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud

tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu :

- 1). Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- 2). Harga produk syarat penjualan, seerti pembayaran, pengantaran, pelayanan purnajual, garansi, dan sebagainya.

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

b. Kondisi pasara

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu dipehatikan adalah:

1. Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah atau pasar internasional.
2. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
3. Daya belinya
4. Frekuensi pembeliannya
5. Kebutuhan dan keinginan.

c. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti, penjual harus memperkenalkan terlebih dahulu atau membawa barangnya ketempat pembelian. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha seperti alat transportasi, tempat peragaan baik di dalam 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 yang ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil di mana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena 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 peninpin dan tidak berkaitan kepada orang lain

e. Faktor-faktor lain

Faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi penjualan adalah periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, dan sebagainya. Namun untuk

dilaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini jarang dilakukan

Menurut Buchari, Alma (2007:99) faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan:

1. Kondisi produsen

Perusahaan atau produsen adalah faktor penentu peningkatan penjualan dalam hal ini perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien serta menarik hati konsumen, selain strategi pemasaran, modal, dan layanan-layanan yang disediakan konsumen harus bisa menunjang kebutuhan dan kepuasan konsumen.

2. Kondisi konsumen

Dalam hal ini konsumen sendiri adalah penentu pemasukan perusahaan, dalam kondisi tertentu konsumen bisa membeli lebih banyak atau lebih sedikit, kondisi pasar yang berbeda-beda menjadi penentu konsumen dalam mengambil keputusan.

3. Pemerintah

Dalam kondisi tertentu peran pemerintah sangat menunjang kenaikan penghasilan produsen, dengan kebijakan-kebijakan pemerintah produsen bisa diuntungkan atau pun bisa saja dirugikan, stabilitas keamanan negara, dan stabilitas ekonomi negarapun tak luput dari hal-hal yang bisa menaikkan dan menurunkan pendapatan produsen.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan, faktor-faktor tersebut ada yang bisa ditanggulangi oleh perusahaan ada juga yang sukar ditanggulangnya. Perusahaanpun harus jeli melihat keadaan atau kondisi, keinginan konsumen dan perekonomian negara.

2.5 Penelitian Terdahulu

2.5.1. Rifky Rahman (2006)

Judul penelitiannya “Analisis Pengaruh Harga Jual Kopi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Kopi Setia Di Makassar”. Alat analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh positif dan kuat terhadap volume penjualan kopi pada perusahaan kopi setia di Makassar.

2.5.2. Rary Nilasari Rauf (2004)

Judul penelitiannya “Analisis Penetapan Harga Jual Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Minuman Botol Pada PT. Coca-Cola Botling Indonesia Unit Makassar”. Alat analisis yang digunakan adalah regresi sederhana.

Hasil penelitiannya adalah kebijaksanaan penetapan harga jual yang diterapkan oleh Perusahaan Coca-Cola Botling Indonesia Unit Makassar telah memperhitungkan segala aspek yang ada, utamanya biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan. Selain itu, perusahaan juga telah memperhitungkan proses untuk mempertahankan keberadaan dan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini dapat dilihat dari margin yang diperoleh perusahaan. Penetapan harga jual sangat besar pengaruhnya dalam peningkatan volume penjualan. Hal ini dapat dilihat

dalam hasil analisis data, di mana 99% peningkatan volume penjualan ditentukan oleh penetapan harga jual sedangkan pengaruh dari faktor-faktor lain hanya 1%, itupun sebagai faktor penunjang. Hal ini menunjukkan penentuan harga jual yang jitu dan tepat dalam perusahaan sangat diperlukan sehingga dapat memberikan keuntungan maksimal.

2.5.3. Nani (2001)

Judul penelitiannya “ Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Genteng Beton Pada Perusahaan UD. Tulung Agung Kabupaten Gowa”. Alat analisis yang digunakan regresi sederhana. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh negatif atau lemah terhadap volume penjualan pada Perusahaan UD. Tulung Agung Kabupaten Gowa.

2.5.4. Anwar (2000)

Judul penelitiannya “ Analisis Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan PT. Raja Indo Di Makassar”. Alat analisis yang digunakan adalah metode *Cost Plus Pricing*. Dimana hasil analisis mengenai penetapan harga jual menunjukkan bahwa harga jual sebelum ditetapkan sebesar Rp 19. 350 yang selanjutnya diturunkan menjadi Rp 13. 625 Per lembar. Dari penetapan harga jual tersebut maka harga jual per lembar sedikitnya sama dengan harga jual saingan. Dengan demikian terbukti bahwa kecenderungan perubahan harga jual berpengaruh positif terhadap volume penjualan perusahaan.

2.5.5. Inne Hernawaty (2000)

Judul penelitiannya “ Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Raja Indo Di Makassar”. Alat analisis regresi

sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dengan tingkat volume penjualan sebesar 92% yang berarti bahwa adanya kenaikan harga jual akan mendorong peningkatan volume penjualan.

2.6. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono, (2013) mengemukakan bahwa kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti.

Menurut Simamora (2001) pengertian harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) harga merupakan sejumlah uang yang dibebaskan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut William J Stanton (1993) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

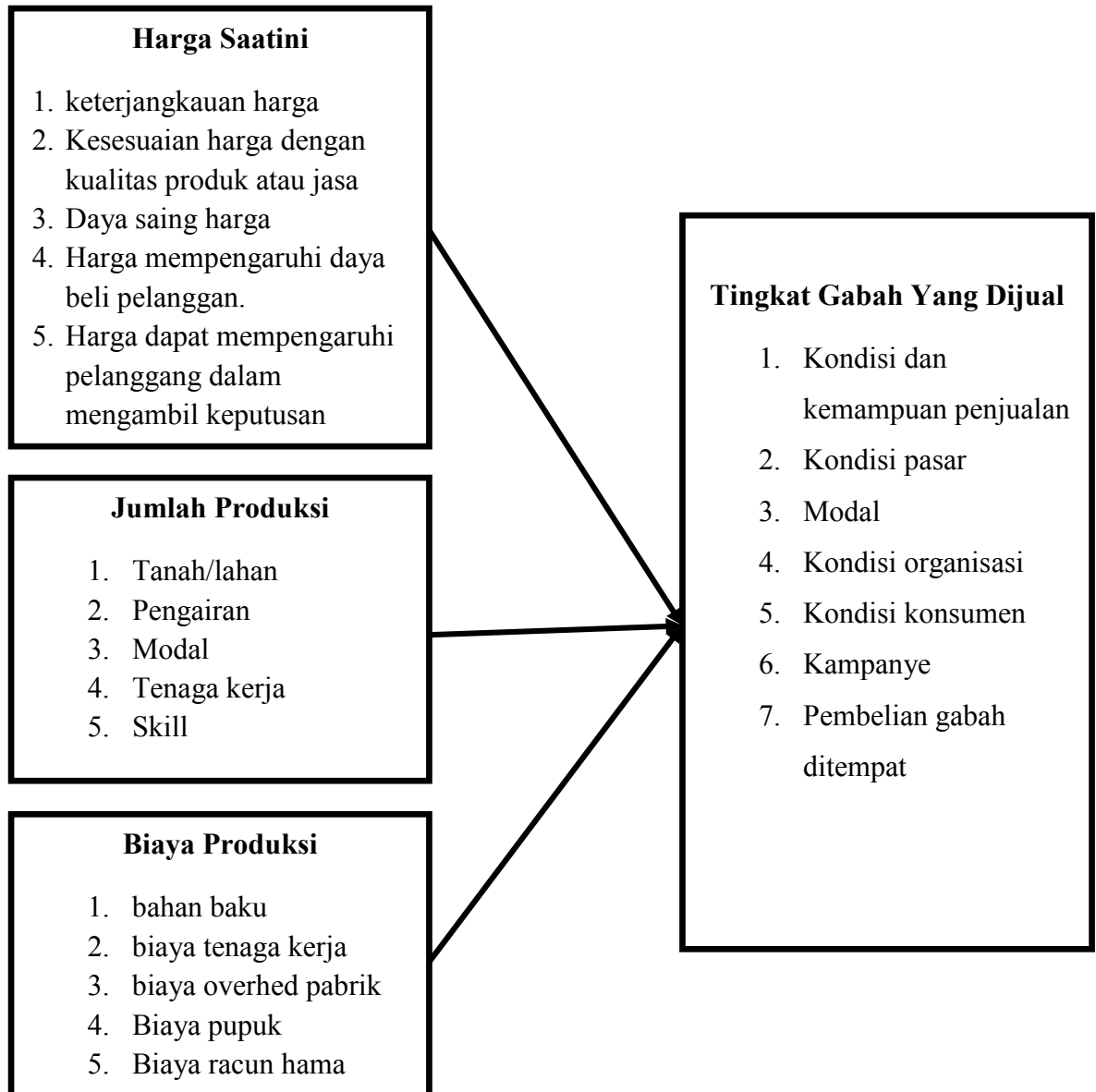
Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan atau memiliki manfaat serta penggunaannya. Dengan demikian harga yang dimaksud disini adalah jumlah harga gabah yang dijual pada saat sekarang oleh petani kepada pembeli gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa dalam penelitian ini.

Sedangkan menurut Soediono Reksoprayitno (2000) hasil produksi (*output*) merupakan jumlah produksi yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu sebagai pemakaian sejumlah faktor-faktor produksi dalam proses produksi untuk jangka yang sama. Artinya bahwa jumlah hasil panen gabah yang dihasilkan oleh petani dalam satu periode atau satu kali masa tanam dengan menggunakan faktor-faktor produksi yang sama pada saat pengelolaan atau selama melaksanakan aktivitas produksinya.

Kemudian mengenai biaya produksi maka menurut M. Nafarin (2009) biaya produksi adalah semua biaya yang berkaitan dengan produk (barang) yang diperoleh, dimana di dalamnya terdapat unsur biaya produk berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa biaya untuk melaksanakan aktivitas pertanian untuk menghasilkan gabaha maka biaya yang dikeluarkan yaitu biaya bibit, pupuk, racun hama, peralatan dan perlengkapan pengolahan, biaya tenaga kerja langsung dan biaya oerasional kelompok tani.

Menurut Mulyadi (2005:239) mendefinisikan volume penjualan sebagai ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Dari teori ini maka yang dimaksud volume (jumlah) penjualan yaitu banyaknya atau besarnya jumlah gabah yang dijual oleh petani padi kepada pembeli gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.

Dari teori di atas mengenai harga, jumlah produksi, biaya produksi dan jumlah penjualan maka dapatlah disusun kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian Tahun 2018.

2.6.1. Hubungan Antara Harga Dengan Penjualan Gabah.

Pengaruh harga terhadap penjualan sangat berperan dalam suatu bisnis dalam melakukan penjualan. Menurut Hanafie (2010), dalam ilmu ekonomi istilah penawaran (supply) mempunyai arti jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada berbagai kemungkinan harga, dalam jangka waktu tertentu, ceteris

paribus. Penawaran menunjukkan jumlah (maksimum) yang mau dijual pada berbagai tingkat harga atau berapa harga (minimum) yang masih mendorong penjual untuk menawarkan berbagai jumlah dari suatu barang.

Hubungan antara harga per satuan dan jumlah yang mau dijual dirumuskan dalam hukum penawaran: *ceteris paribus*, produsen atau penjual cenderung menghasilkan dan menawarkan lebih banyak pada harga yang tinggi dari pada harga yang rendah.

Seperti Hukum Permintaan Hukum Penawaran pada hakikatnya juga merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa : Hubungan antara barang yang ditawarkan dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu: ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang ditawarkan akan Meningkat dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang ditawarkan akan menurun.

Dari penjelasan mengenai hukum penawaran antara harga dengan jumlah penjualan maka dapat kita lihat pada penelitiannya, Rifky Rahman (2006) Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh positif dan kuat terhadap volume penjualan kopi pada perusahaan kopi setia di Makassar. Putu Agus Semara Jaya hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga jual berpengaruh positif secara parsial terhadap volume penjualan dupa pada putra mas di desa bulian tahun 2010-2014.

2.6.2. Hubungan Antara Jumlah Produksi Dengan Penjualan Gabah

Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran menurut Daniel (2004), perubahan pada penawaran bisa terjadi karena adanya pengaruh dari beberapa faktor, diantaranya adalah teknologi, harga input, harga produksi komoditas lain, jumlah produksi, dan harapan produksi.

Teknologi, apabila terjadi perubahan atau peningkatan pada teknologi dalam proses produksi maka akan terjadi perubahan pada produksi yang cenderung meningkat pula. Penggunaan teknologi baru tersebut menuntut perubahan pada biaya produksi yang biasanya relatif lebih tinggi. Apabila produksi meningkat karena perubahan teknologi berarti penawaran pun akan meningkat.

Harga input yaitu Besar kecilnya harga input juga akan mempengaruhi besar kecilnya jumlah input yang dipakai. Apabila harga faktor produksi meningkat, kecenderungan pengurangan penggunaannya berdampak pada hasil yang juga akan turun. Turunnya hasil secara otomatis menyebabkan turunnya penawaran.

Selain penjelasan tersebut dapat pula kita lihat pada penelitian sebelumnya terkait pengaruh jumlah produksi terhadap volume atau jumlah penjualan.

2.6.3. Hubungan Antara Biaya Produksi Dengan Penjualan Gabah

Perusahaan atau produsen membutuhkan berbagai factor produksi untuk dapat menghasilkan suatu barang dan jasa. Factor-faktor produksi tersebut harus dibeli oleh perusahaan atau produsen dari para pemilik factor produksi tersebut.

Oleh karena itu, semakin murah harga faktor-faktor produksi maka biaya produk akan semakin rendah, sehingga perusahaan atau produsen dapat lebih banyak memproduksi barang yang akan ditawarkan, sebaliknya.

Jika harga factor menjadi tinggi, maka barang yang ditawarkan perusahaan atau produsen akan semakin turun untuk setiap tingkat harganya.

Tingkat teknologi, teknologi yang digunakan memiliki peran yang sangat penting dan menentukan dalam kegiatan produksi suatu barang dan jasa. Perusahaan yang menggunakan teknologi yang lebih canggih atau lebih maju dapat meningkatkan hasil produksinya dengan lebih efisien, sehingga biaya produksi yang digunakan secara keseluruhan menjadi semakin murah.

Peningkatan hasil produksi dan biaya produksi yang semakin murah akan menyebabkan jumlah barang yang di tawarkan suatu barang semakin banyak pada tingkat.

Jika factor-faktor produksi naik maka biaya produksi naik dengan demikian produsen mengurangi hasil produksi dampaknya penawaran barang akan berkurang.

Kemudian kemajuan teknologi juga dapat mempengaruhi kegiatan produksi yaitu mengurangi biaya produksi sehingga penawaran barangpun akan menungkat. Selain itu kemajuan teknologi menimbulkan efek yaitu (1) produksi dapat di tambah lebih cepat dan juga akan mengurangi biaya produksi sehingga menjadi semakin murah.

Dengan demikian jika biaya produksi petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa rendah maka jumlah produksi mereka akan meningkat dan

penawaranpun naik. Apabila dalam kegiatan produksi kelompok petani di kecamatan bontonompo kabupaten gowa menggunakan teknologi mulai proses pengelolaan sawahnya sampai masa panen maka akan menguntungkan petani karena biaya produksinya rendah sehingga mereka mampu mendapatkan keuntungan yang diharapkan.

Dari penjelasan di atas dapat juga dilihat melalui peneliti sebelumnya yang meneliti tentang pengaruh biaya produksi terhadap jumlah penjualan. Yuman Arizona (2006) Judul penelitian "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Kertas Padalarang". Metode penelitian adalah deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan maka digunakan alat analisis sederhana hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat dan negatif antara variable independen dan variabel dependen yang artinya semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan, semakin rendah penjuaklan yang diperoleh perusahaan. Sebaliknya, semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan, semakin tinggi vulime penjualan yang diperoleh perusahaan. Kesimpulan dari analisis statistic tersebut adalah H_0 ditolak H_a diterima, artinya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara biaya produksi terhadap volume penjualan.

2.7. HipotesisS

Hipoteis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok perm asalahan serta tujuan penelitian. Maka dari teori dan penelitian

terdahulu yang ada dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Di duga bahwa harga dapat mempengaruhi jumlah gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.
2. Di duga bahwa jumlah produksi dapat mempengaruhi jumlah gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.
3. Di duga bahwa biaya produksi mempengaruhi jumlah gabah yang di jual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.1.1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan pada desa –desa yang terdaftar dan yang mempunyai kelompok tani pada Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.

3.1.2. Waktu penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan setelah seminar proposal selesai dan semenjak dikeluarkannya surat penelitian.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan ini, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Observasi, melakukan pengamatan secara langsung terhadap petani padi di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa sesuai dengan objek-objek tertentu yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.
2. Wawancara, yaitu peneliti mengadakan komunikasi langsung dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan kepada setiap kelompok petani di kecamatan bontonompo kabupaten gowa yang berkaitan dengan factor-faktor yang diteliti serta yang berhubungan dengan penelitian ini.
3. Dokumentasi, yaitu peneliti mengambil laporan nama-nama kelompok tani yang telah dicatat pada kantor Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis data
 - a. Data kualitatif adalah data yang sumbernya berasal dari data yang sifatnya tidak berupa angka-angka dan bisa dihitung, sehingga analisisnya berdasarkan analisis deskriptif.
 - b. Data kuantitatif adalah data yang sumbernya berasal dari data yang sifatnya berupa angka-angka.
2. Sumber data
 - a. Data primer, yaitu data yang bersumber atau yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian dan diolah sendiri oleh peneliti yakni kelompok tani melalui wawancara langsung oleh peneliti dengan responden berdasarkan factor-faktor yang dijadikan variable dalam penelitian.
 - b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari data secara tertulis merupakan data dan informasi pendukung yang dibutuhkan dalam penelitian atau data yang berkaitan yang sudah diolah oleh orang dan peneliti lain dan kemudian dijadikan data oleh peneliti, melalui penelusuran terhadap sumber informasi berupa literatur-literatur, dokumen-dokumen, tulisan-tulisan, foto, dan hasil rekaman lainnya yang dianggap relevan dengan permasalahan yang diteliti termasuk data kelompok tani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:62). Jadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kelompok tani yang ada di desa-desa pada Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa sebanyak 282 kelompok tani.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2013:63). Dalam penelitian ini sampel yang diambil hanya sebagian kelompok tani yang berjumlah 74 kelompok tani dari jumlah populasi 282 kelompok tani dengan tingkat kesalahan sebesar 10% atau tingkat keyakinan kebenaran atas penelitian ini sebesar 90%, yang mana penentuan sampel penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + n(d^2)}$$

Keterangan rumus:

n : besarnya sampel

N : jumlah populasi 282 kelompok tani

d : besarnya penyimpangan (error) yang masih dapat diterima, umumnya dipakai 10% atau 0,1

Dari hasil hitungan besarnya sampel (n) adalah:

$$n = \frac{282}{1 + 282 (0,1)^2} = \frac{282}{1 + 282 \times 0,01} = \frac{282}{1 + 2,82} = \frac{282}{3,82} n$$

$$= 73,821$$

= 73,821 atau di bulatkan menjadi 74 kelompok tani yang dijadikan sampel.

Tabel 3.1

Daftar Sampel

No	Desa/kelurahan	Kelompok Tani	Sampel
1	Manjapai	21	6
	Bontolangkasa Sealatan	25	7
3	Barembang	25	7
4	Bontolangkasa Utara	20	5
5	Kalase'rena	21	6
6	Bontonompo	19	5
7	Tamallayang	23	6
8	Kalebarembeng	26	7
9	Katangka	17	4
10	Bontobiraeng Selatang	21	5
11	Bontobiraeng Utara	16	4
12	Bategulung	12	3
13	Romanglasa	16	4
14	Bulogading	20	5
	Total	282	74

3.5 Metode Analisis

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data maka, data tersebut diolah dengan menggunakan teknis analisis data tertentu dengan permasalahan yang diteliti. Teknis analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis regresi linear berganda, teknis ini digunakan karena untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Teknik analisis dalam penelitian ini akan menggunakan program *SPSS* pada komputer. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik yang terdiri atas:

3.5.1 Analisa Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2014:277) analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) yang terdiri dari Harga (X1), Jumlah Produksi (X2) dan Biaya Produksi (X3) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Jumlah Gabah Yang Dijual.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Tingkat Pejualan

a = Nilai Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = Premater Koefisien Regresi

X_1 = Harga

X_2 = Jumlah Produksi

X_3 = Biaya Produksi

e = Standar Error

3.5.2 Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji validasi adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur salah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika dipertanyakan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut sugiyono (2014:168) validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti ingin mengukur kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam praktik belum tentu data yang terkumpulkan adalah data yang valid.

Skala pengukuran yang tidak valid maka tidak memberikan manfaat bagi peneliti karena tidak mengukur yang seharusnya dan melakukan yang seharusnya dilakukan, dengan criteria sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{table}$, maka valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{table}$, maka tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas memiliki nama lain seperti kepercayaan, kehandalan, dan kestabilan. Tujuan pengujian reabilitas adalah untuk apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. jika variable penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Uji reliabilitas ini akan dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden yang terdapat pada kuesioner. Uji ini dilakukan setelah uji validitas dan yang di uji merupakan pertanyaan yang sudah valid. Spss memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji Cronbach Alpha (α) suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cornbach Alpha lebih besar dari 0,40 dengan tingkat reabilitas rendah.

3.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil regresi berganda tersebut, maka selanjutnya dapat dianalisis koefisien determinasinya (R^2) yaitu koefisien determinasi parsial untuk mengukur secara terpisah dampak variabel independent (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel Y, dengan bantuan program SPSS pada komputer. Sugiyono, (2010:286)

jika (R^2) yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika (R^2) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.5.4 Uji f (Uji Serempak)

Uji f ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara bersama-sama variable independen, yaitu menentukan pengaruh dan tingkat signifikan digunakan $\alpha = 0,1$ atau 10% melalui program SPSS Versi 16.0.

3.5.5 Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara bersendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Menurut Imam Ghazali, (2011:98) apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan serta tingkat signifikannya ($p\text{-value}$) $< 10\%$, maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6 Definisi Operasional

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini adalah Harga, jumlah produksi, dan Biaya Produksi (X_1 , X_2 dan X_3).
2. Variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi variabel independen dalam penelitian ini adalah Jumlah gabah yang dijual (Y).

Tabel 3.2
Defenisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Harga (X ₁)	adalah sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan kekonsumen untuk mendapatkan atau memiliki manfaat serta penggunaannya.	1. keterjangkauan harga	Kotler (2008)
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa.	
		3. Daya saing harga.	
		4. Harga mempengaruhi daya beli pelanggan.	
		5. Harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan	
Jumlah Produksi (X ₂)	Volume produksi merupakan jumlah outpt total yang dihasilkan dari suatu proses produksi.	1. Tanah/lahan	Charter, 2009
		2. Pengairan	
		3. Modal	
		4. Tenaga kerja	
		5. Skill	
Biaya Produksi(X ₃)	Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi.	1. bahan baku	Bustami dan Nurlela (2009:12)
		2. biaya tenaga kerja	

		3. biaya overhed pabrik	
		4. Biaya pupuk	
		5. Biaya racun hama	
Jumlah gabah yang dijual (Y)	Volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus dicapai	1. Kondisi dan kemampuan penjualan	Basuswashta (2001:129)
		2. Kondisi pasar	
		3. Modal	
		4. Kondisi organisasi	
		5. Kondisi konsumen	
		6. Kampanye	
		7. Pembelian gabah ditempat	

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kecamatan Bontonompo merupakan satu dari 18 kecamatan di kabupaten Gowa, provinsi Sulawesi Selatan. Terletak di bagian selatan Sungguminasa, ibu kota kabupaten Gowa, dengan jarak 17 km searah jalan nasional menuju Takalar dan Jeneponto. Bontonompo terdiri atas 14 desa/kelurahan yang dibagi kedalam tiga kelurahan dan 11 desa.

Berikut 14 desa dan kelurahan di Bontonompo:

1. Kelurahan Bontonompo
2. Kelurahan Tamallayang
3. Kelurahan Kalase'rena
4. Desa Bontolangkasa
5. Desa Bontolangkasa Selatan
6. Desa Barembeng
7. Desa Kalebarembeng
8. Desa Bategulung
9. Desa Manjapai
10. Desa Katangka

11. Desa Bontobiraeng Selatan
12. Desa Bontobiraeng
13. Desa Romanglasa
14. Desa Bulogading

Dibentuk berdasarkan Perda Nomor 7 Tahun 2005. Ibukota kecamatan Bontonompo adalah Tamallaeng. Bontonompo berbatasan dengan beberapa wilayah di Gowa dan Takalar. Pada sebelah timur berbatasan dengan kecamatan Pombangkeng Utara kabupaten Takalar, sebelah selatan dengan kecamatan Bontonompo Selatan, sebelah barat dengan Bajeng Barat dan kecamatan Galesong, sebelah utara dengan kecamatan Bajeng.

Jumlah penduduk kecamatan Bontonompo pada tahun 2013 sebesar 39.936 jiwa, terdiri dari 19.924 jiwa laki-laki dan 21.680 jiwa perempuan. Dari jumlah itu 99,97 persen beragama Islam.

4.2 Deskripsi Data

Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden kelompok tani yang terdapat di Kabupaten Gowa Kecamatan Bontonompo. Proses pengumpulan data dilakukan kurang lebih satu bulan yaitu mulai dari Januari 2019 sampai dengan Februari 2019. Total semua jumlah kuesioner yang dibagikan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 4.1
Rincian penyebaran kuesioner

No	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
1	Distribusi Kuesioner	74	100%
2	Kuesioner kembali	74	100%
3	Kuesioner yang cacat/tidak dapat diolah	0	0%
4	Kuesioner yang dapat diolah	74	100%
<i>n</i> sampel yang kembali = 74			
<i>Responden Rate</i> = (74/74)x100% = 100%			

Sumber: Data Primer, 2019

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa semua kuesioner dapat diolah, Dan tidak ada kuesioner yang cacat.

Tabel 4.2
Jumlah Produksi Kelompok Tani

No	Jumlah Produksi
1	50 ton
2	30 ton
3	64 ton
4	30 ton
5	60 ton
6	54 ton
7	35 ton
8	35 ton
9	35 ton
10	54 ton
11	34 ton
12	30 ton
13	56 ton
14	45 ton
15	65 ton
16	67 ton
17	43 ton
18	65 ton
19	67 ton
20	56 ton
21	70 ton
22	56 ton

23	67 ton
24	80 ton
25	80 ton
26	65 ton
27	40 ton
28	65 ton
29	45 ton
30	45 ton
31	34 ton
32	40 ton
33	78 ton
34	35 ton
35	40 ton
36	30 ton
37	34 ton
38	45 ton
39	45 ton
40	64 ton
41	65 ton
42	63 ton
43	75 ton
44	77 ton
45	83 ton
46	35 ton
47	35 ton
48	45 ton
49	63 ton
50	37 ton
51	30 ton
52	45 ton
53	35 ton
54	35 ton
55	65 ton
56	34 ton
57	34 ton
58	87 ton
59	44 ton
60	34 ton
61	65 ton
62	43 ton
63	56 ton
64	67 ton
65	34 ton
66	65 ton
67	70 ton

68	56 ton
69	65 ton
70	45 ton
71	87 ton
72	45 ton
73	34 ton
74	56 ton
Jumlah	3.553 ton

Sumber: Data primer,2019

Dari data diatas menunjukkan bahwa jumlah produksi gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa dari 74 kelompok tani yang dijadikan sampel sebesar 3.553 ton dan sangat bervariasi antara kelompok tani yang di pengaruhi oleh banyak faktor, seperti luas lahan yang diolah, biaya penanaman, dan biaya perawatan sampai pada saat pemanenan sangat berpengaruh semua terhadap produksi yang akan didapatkan. Dari jumlah produksi yang dihasilkan tidak semuanya akan dijual tapi dari beberapa tanggapan dari petani menjawab bahwa dari hasil panen cuma sebagian akan dijual karena akan dikonsumsi sendiri dan yang dijual hanya untuk menutupi biaya yang telah dikeluarkan selama proses produksi gabah, dan ada juga yang menjawab jumlah gabah yang dijual dipengaruhi oleh harga gabah dipasaran.

4.3.Karakteristik Responden

4.3.1 Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
Laki-laki	74	100%
Jumlah	74	100%

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, yakni deskripsi identitas responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa semua responden adalah laki laki yaitu sebanyak 74 orang. Dari angka tersebut menggambarkan bahwa semua anggota kelompok tani di kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa adalah laki-laki.

4.3.2 Usia

Tabel 4.3
Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase
25-35 tahun	8	11%
36-45 tahun	34	46%
46-60 tahun	32	43%
Jumlah	74	100%

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 74 kelompok tani jadi sampel dalam penelitian ini, responden yang berusia 25-35 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 11%, sedangkan usia antara 36-45 tahun sebanyak 34 orang atau 46%, dan usia 46-60 tahun sebanyak 32 orang atau 43%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar kelompok tani di Kabupaten Gowa Kecamatan Bontonompo adalah yang berusia 36-45 tahun, yaitu sebanyak 34 orang atau 46% dan yang berusia 46-60 tahun, yaitu sebanyak 32 orang atau 43%

4.3.3 Pendidikan terakhir

Tabel 4.4
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase
SD	27	36%
SMP	13	18%
SMA	34	46%
S1	0	0%
Jumlah	74	100%

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa pendidikan terakhir dari responden, yaitu dengan pendidikan terakhir SD untuk responden sebanyak 27 orang dengan persentase 36%, pendidikan terakhir SMP sebanyak 13 orang atau 18%, kemudian dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 34 orang atau dengan persentase 46%. Pendidikan terakhir dari responden yang mendominasi dalam penelitian ini adalah dengan pendidikan SMA sebanyak 34 orang atau 46%.

4.3.4 Lama kerja

Tabel 4.5
Karakteristik responden berdasarkan lama kerja

Lama kerja	Frekuensi (Orang)	Persentase
5-10 Tahun	5	7%
11-20 Tahun	38	51%
21-40 Tahun	31	42%
Jumlah	74	100%

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan table 4.5 menunjukkan bahwa responden sudah lama bekerja sebagai petani dan diketahui bahwa lama kerja dari responden berkisar antara 5-10 Tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 7%, 11-20 Tahun sebanyak 38 orang atau 51%, kemudian 21-40 Tahun sebanyak 31 orang atau dengan persentase 42%.

4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrumen dianggap valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis apabila Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0.192 yang didapatkan dari rumus $df = n - k$ atau $df = 74 - 2 = 72$ dengan taraf signifikan 0,01 jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka indikator dikatakan valid. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected item-total correlation	Ket.
Harga(X_1)	P1	0,515	Valid
	P2	0,398	Valid
	P3	0,531	Valid
	P4	0,362	Valid
	P5	0,476	Valid
Jumlah Produksi (X_2)	P1	0,302	Valid
	P2	0,698	Valid
	P3	0,661	Valid
	P4	0,737	Valid
	P5	0,816	Valid
Biaya Produksi (X_3)	P1	0,356	Valid
	P2	0,625	Valid
	P3	0,359	Valid
	P4	0,462	Valid
	P5	0,610	Valid
Jumlah Gabah Yang Dijual(Y)	P1	0,431	Valid
	P2	0,259	Valid
	P3	0,274	Valid
	P4	0,649	Valid
	P5	0,312	Valid
	P6	0,777	Valid
	P7	0,660	Valid

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan table hasil uji validitas di atas dapat diketahui semua nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , yang artinya semua item kuesioner tersebut dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik cronbach's alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach's alpha > 0.60. Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Harga (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,597	6

Sumber: Output SPSS, 2019

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X_1 di atas, 5 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha yang hampir mendekati 0.6 yaitu sebesar 0.597. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliable.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Jumlah Produksi (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,754	6

Sumber: Output SPSS, 2019

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X_2 di atas, 5 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0.6 yaitu sebesar 0.754. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliable.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Biaya Produksi (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,638	6

Sumber: Output SPSS, 2019

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X_3 di atas, 5 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0.6 yaitu sebesar 0.638. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliable.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Jumlah Gabah Yang Dijual (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,698	8

Sumber: Output SPSS, 2019

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Y di atas, 7 item indikator memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0.6 yaitu sebesar 0.698. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliable.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel Harga, Jumlah Produksi, dan Biaya Produksi terhadap tingkat penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. Adapun hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS versi 22.0 dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2,033	5,946		-,342	,733
Harga	,491	,185	,280	2,655	,010
Jumlah Produksi	,209	,104	,207	2,013	,048
Biaya Produksi	,762	,249	,322	3,056	,003

a. Dependent Variable: : Tingkat Gabah Yang Dijual

Sumber: Output SPSS , 2019

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -2,033 + 0.491 X_1 + 0.209 X_2 + 0.762 X_3$$

Persamaan di atas dijelaskan sebagai berikut:

$a = -2,033$ merupakan nilai konstanta, jika nilai X_1 , X_2 , X_3 , dianggap 0 maka nilai dari keputusan penjualan gabah adalah sebesar $-2,033$

$\beta_1 = 0.491$ artinya variabel *Harga* berpengaruh positif terhadap penjualan gabah dan apabila variable harga meningkat satu satuan, maka penjualan gabah akan meningkat sebesar 0.491 satuan.

$\beta_2 = 0.209$ artinya variabel *Jumlah Produksi* berpengaruh positif terhadap penjualan gabah dan apabila variable jumlah Produksi meningkat satu satuan, maka penjualan gabah akan meningkat sebesar 0.209 satuan.

$\beta_3 = 0.762$ artinya variabel *Biaya produksi* berpengaruh positif terhadap penjualan gabah dan apabila variabel kualitas *Biaya Produksi* satu satuan, maka penjualan gabah akan meningkat sebesar 0.762 satuan.

4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*)

Tabel 4.12
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,512 ^a	,262	,230	1,68735

a. Predictors: (Constant), Harga, Jumlah Produksi, Biaya Produksi

Sumber: Output SPSS, 2019

Berdasarkan tabel menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R2*) = 0.230, artinya variabel *Harga*, *Jumlah Produksi*, dan *Biaya Produksi* secara bersama-sama mempengaruhi variabel jumlah penjualan gabah sebesar 23,0% sisanya sebesar 77,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.5.3 Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Ghozali (2005).

Tabel 4.13

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	70,660	3	23,553	8,273	,000 ^b
Residual	199,299	70	2,847		
Total	269,959	73			

a. Dependent Variable: Tingkat Gabah Yang Dijual

b. Predictors: (Constant), Harga, Jumlah Produksi, Biaya Produksi

Sumber: Output SPSS 22, 2019

Dasar pengambilan keputusan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ (2.163) dan nilai sig < 0.1 maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y atau dengan kata lain H2 diterima.

Berdasarkan hasil uji simultan dari tabel diatas ditunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 8,273, sedangkan hasil F_{tabel} pada tabel distribusi dengan tingkat kesalahan 10% (0.1) adalah sebesar 2.163. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ (8,273 $>$ 2.163). Pada tabel di atas kita juga dapat melihat bahwa nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.1, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.1 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat beli konsumen atau

dapat dikatakan bahwa Harga, Jumlah Produksi, dan Biaya Produksi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa, atau dengan kata lain H2 diterima.

4.5.4 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari setiap variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2,033	5,946		-,342	,733
1 Harga	,491	,185	,280	2,655	,010
Jumlah Produksi	,209	,104	,207	2,013	,048
Biaya Produksi	,762	,249	,322	3,056	,003

a. Dependent Variable: Tingkat Gabah Yang Dijual

Sumber: Output SPSS 22, 2019

Dasar pengambilan keputusan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1.293) dan nilai sig < 0.1 maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y atau dengan kata lain H1 diterima.

Berdasarkan tabel di atas, berikut ini dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial:

1. *Harga (X₁)*

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variable Harga (X₁) terhadap tingkat penjualan gabah (Y) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,655$ dengan tingkat signifikansi 0,010. Dengan batas signifikansi (α) = 0,1, maka nilai batas signifikansi α (0.1) > tingkat signifikansi 0,010. Hal ini berarti variable harga(X₁) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penjualan gabah (Y), dengan kata lain hipotesis (H1) diterima.

2. *Jumlah Produksi(X₂)*

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variable Jumlah Produksi (X₂) terhadap tingkat penjualan gabah (Y) diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,013$ dengan tingkat signifikansi 0,048. Dengan batas signifikansi (α) = 0.1, maka nilai batas signifikansi α (0.1) > tingkat signifikansi 0,048. Hal ini berarti variabel jumlah produksi (X₂) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penjualan gabah (Y), dengan kata lain hipotesis (H1) diterima.

3. *Biaya Produksi (X₃)*

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Biaya Produksi(X₃) terhadap tingkat penjualan gabah(Y) diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,056$ dengan tingkat signifikansi 0,003. Dengan batas signifikansi (α) = 0.1, maka nilai batas signifikansi α (0.1) > tingkat signifikansi 0.003. Hal ini berarti variabel Biaya Produksi (X₃) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penjualan gabah (Y), dengan kata lain hipotesis (H1) diterima.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga jumlah produksi dan biaya produksi terhadap jumlah gabah yang dijual dengan SPSS diperoleh persamaan $Y = -2,033 + 0.491 X_1 + 0.209 X_2 + 0.762 X_3$, menyatakan bahwa jika ada Harag (X_1), Jumlah Produksi (X_2), dan Biaya Produksi (X_3), maka jumlah penjualan gabah akan sama dengan 2,033 dan 0,762 menyatakan bahwa setiap penambahan satu poin biaya produksi (X_3) maka akan menambah jumlah penjualan gabah (Y) sebesar -2,033.

Uji t untuk mengetahui pengaruh signifikan variable harga, jumlah produksi dan biaya produksi terhadap jumlah gabah yang dijual oleh petani di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa, perhitungan menggunakan SPSS. Kriteria pengujiannya adalah H_1 apabila tingkat signifikan $t_{hitung} > t_{tabel} = 0,1$. Berdasarkan pengujian hipotesis yang pertama diperoleh pada variable harga menghasilkan signifikan sebesar 0,491 tingkat signifikansi $0.491 < 0.1$ maka dapat diketahui bahwa hipotesis harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penjualan gabah.

4.6.1 Harga, Jumlah Produksi, Dan Biaya Produksi Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Tingkat Gabah yang Dijual

Adapaun hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan hasil uji F yaitu sebesar 8,273 dengan tingkat probalitas $0.000 < 0.1$ sehingga variable harga, jumlah produksi, dan biaya produksi yang berarti seluruh variable bebas berpengaruh secara

simultan terhadap tingkat penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.

4.6.2 Harga, Jumlah Produksi, Dan Biaya Produksi Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Tingkat Penjualan Gabah

Hasil analisis untuk variable harga menunjukkan bahwa nilai konstanta pada uji t menghasilkan signifikan sebesar 0.010. tingkat signifikan $0.010 < 0.1$ maka dapat diketahui bahwa hipotesis harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap jumlah penjualan gabah di Bontonompo Kabupaten Gowa. Harga menjadi salah satu point penting yang dapat mempengaruhi petani dalam menjual gabah yang dilakukan dan memiliki respon positif dari responden tentang harga tentunya berdampak baik bagi petani karena dengan harga yang tinggi maka akan memberikan keuntungan yang banyak.

Hasil analisis variable jumlah produksi menunjukkan bahwa nilai konstanta pada uji t menghasilkan signifikan sebesar 0.048. tingkat signifikan $0.048 < 0.1$ maka dapat diketahui bahwa hipotesis jumlah produksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. Tanah/lahan, pengairan, modal, tenaga kerja, dan *skil* adalah aspek dalam variable jumlah produksi yang berhasil mempengaruhi tingkat penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. Variable ini menjelaskan bahwa jumlah produksi berperang penting dalam memberikan pengaruh bagi petani dalam menjual gabah.

Hasil analisis untuk variable biaya produksi menunjukkan bahwa nilai konstanta pada uji t menghasilakan signifikan sebesar 0.003. tingkat signifikan 0.003 < 0.1 maka dapat diketahui bahwa hipotesis biaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. Biaya prduksi menjadi salah satu point penting yang dapat mempengaruhi petani dalam menjual gabah .

Penelitan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tembesi Citra Neisia (2018). Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga secara positif mempunyai pengaruh terhadap pembelian sepatu merek adidas, sesuai dengan variable harga yang mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap pembelian sepatu merek adidas.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nairony Busyro (2016). Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah pengaruh modal, tenaga krja, jam kerja, dan jumlah produksi secara positif mempunyai pengaruh terhadap pendapatan di UD. Warga teknik nagari, sesuai dengan variabeel haga jumlah produksi yang mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap pendapatan di UD. Warga teknik nagari.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irvak Maulana (2016). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil penjualan katering sebagai variabel dependen sedangkan variabel independen yang digunakan adalah biaya produksi, biaya pemasaran, dan gaji karyawan secara signifikan, mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap hasil penjualan

catering, sesuai dengan dengan variable biaya produksi yang berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan catering.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tommy Wijaya (2015). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah penjualan sebagai variabel dependen sedangkan variabel independen yang digunakan adalah kualitas produk dan harga. Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan Martabak Atet.

Pandangan para petani diKecamatan Bonbtonompo Kabupaten Gowa tentang Harga, jumlah produksi, dan biaya produksi yang merupakan hal yang sangat penting dalam strategi penjualan gabah yang dilakukan para petani. Dapat diketahui bahwa petani akan mempertimbangkan beberapa hal dalam menjual gabah tetapi yang paling dominan dipertimbangkan adalah biaya produksi dibandingkan harga dan jumlah produksi.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) secara luas pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Pemasaran memiliki dua hal, yaitu yang pertama pemasaran merupakan filosofi, sikap, perspektif dan orientasi manajemen yang menekankan pada kepuasan

konsumen. Kedua, pemasaran adalah sekumpulan aktivitas yang digunakan untuk mengimplementasikan filosofi.

Manajemen penjualan adalah perencanaan , pelaksanaan, dan pengendalian program-program tatap muka yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan (Basu Swastha, 2017:26).

4.6.3 Variabel yang Paling Berpengaruh Dominan Terhadap Minat Beli

Konsumen

Berdasarkan tabel 4.14, dapat dikemukakan bahwa nilai t hitung dari setiap variabel yaitu, harga 2.655, jumlah produksi 2.013, dan biaya produksi 3.056. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variable berpengaruh terhadap jumlah penjualan gabah tetapi variable yang paling dominan terhadap jumlah penjualan gabah adalah variabel biaya produksi dengan nilai t hitung sebesar 3.056.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, jumlah produksi, dan biaya produksi terhadap jumlah penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. Berdasarkan analisis serta pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji simultan (uji F) Harga, jumlah produksi, dan biaya produksi berpengaruh secara simultan terhadap jumlah penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. Hal ini dapat disimpulkan jika nilainya tinggi atau rendah maka akan tetap berpengaruh pada tingkat penjualan gabah.
2. Berdasarkan uji parsial (uji T) harga, jumlah produksi, dan biaya produksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jika variabel harga, jumlah produksi, dan biaya produksi berpengaruh terhadap jumlah penjualan gabah di Kecamatan Bontonompo kabupaten Gowa.
3. Hasil analisis dapat diketahui bahwa variable independen yang paling dominan berpengaruh adalah biaya produksi (X3) yang memiliki nilai uji T yang lebih tinggi dibandingkan dengan variable harga(X1) dan jumlah

Produksi(X2), akan tetapi semua variable independen berpengaruh positif terhadap keputusan petani dalam menjual gabah di Kecamatan Bontompo Kabupaten Gowa.

5.2 Saran

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberi tambahan kajian dan ilmu pengetahuan mengenai masalah yang terkait dengan harga, jumlah produksi, dan biaya produksi serta memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama proses perkuliahan dan dapat memperdalamnya lebih luas lagi.

2. Bagi Petani

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, saran, maupun masukan bagi petani mengenai strategi penjualan/pemasaran yang dilakukan sangat dipengaruhi biaya produksi. Untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal kurangi pengeluaran biaya produksi tetapi mendapatka jumlah produksi yang banyak dan untuk menjual gabah memilih harga yang paling memberikan keuntungan.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan juga tambahan referensi dikalangan akademik dalam melakukan penelitian sejenis dan mengembangkannya dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, 2000. Analisis Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan PT. Raja Indo Di Makassa. Skripsi, Fakultas Ekonomi. Universitas Muslim Indonesia Makassar.
- Alfian, 2018. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa *clasica barbe rshop*. Skripsi, konsentrasi bisnis dan perdagangan internasional program studi manajemen sekolah tinggi ilmu ekonomi nobel Indones, Makassar.
- Ardios, 2010. Kamus Besar Akuntansi. Jakarta: Citra Harta Prima.
- Basu Swastha, 2001. Manajemen Pemasaran Moderen. Yogyakarta: BPFPE.
- Basu Swastha, 2017. Manajemen Penjualan. Edisi ke tiga, cetakan ke sepuluh. BPFPE-Yogyakarta.
- Buchari Alma, 2007. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi, Bandung CV. Alfabeta.
- Bustami dan Nurlala, 2009. Akuntansi biaya. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Carter.K William. 2009. Akuntansi Biaya. Buku 1. Edisi Keempat Belas, Jakarta: Salemba Empat
- E. Saifuddin Mubarak, 2015. Ekonomi Manajerial Dan Strategi Bisnis. Cetakan ke dua. Penerbit In Media.
- Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, 2006. Pengantar manajemen. Jakarta: kencana.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2016. Pemasaran Esensi Dan Aplikasi. Edisi satu. Penerbit CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Hansen dan Moen, 2004. Manajemen Biaya. Edisi Bahasa Indonesia. Buku Kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Hendruy Simamora, 2000. Basis Pengambilan Keputusan Bisnis. Salemba Empat. Jakarta.
- Irham Fahmi, 2016. Manajemen Produksi Dan Operasi. Cetakan ketiga. Penerbit, Alfabeta. Bandung.

- Inne Hernawati, 2000. Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Raja Indo Di Makassar. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Muslim Indonesia Makassar.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS".
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali Imam, 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi ketujuh. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Kotler, Amstrong, 2001. Prinsip-Prinsip Pemasara. Edisi Ke Dua Belas, Jilid satu. Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip, 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Dua Belas, Jilid dua. Jakarta Indeks.
- Marius p. angipora, 2002. Dasar-dasarpemasaran. PT RajaGraphindoPersada, Jakarta.
- Mulyadi, 2005. Akuntansi Biaya. Edis Ke Lima. Yogyakarta; UPPAMP YKPN. Universitas Gadjah Mada.
- M. Nafarin, 2009. Penganggaran Perusahaan. Jakarta. Salemba Empat.
- Nani, 1992. Analisis Peningkatan Produksi Kacang Tanah Melalui Intensifikasi Usahatani Di Kecamatan Kahu Kabupaten Bone. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Indonesia Makassar.
- Nani, 2001. Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Genteng Beton Pada Perusahaan Tulung Agung. Skripsi, Fakultas Ekonomi. Universitas Muslim Indonesia Makassar.
- Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, 2008. Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi Dan Makroekonomi). Edisi Ke tiga. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Prasetyo Trijoko, 2004. Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Jenis Laba. Jurnal Ekonomi Bisnis.
- Rary Nilasari Rauf, 2004. Analsis Penetapan Harga Jual Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Minuman Botol Pada PT. Coca-Cola Botlng Indonesia Unit Makassar. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Muslim Indonesia Makassar.

- Reksoprayitno Soediono, 2000. *Ekonomi Makro*. Yogyakarta: BPF E.
- Rifky Rahman, 2006. *Analisis Pengaruh Harga Jual Kopi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Kopi Setia Di Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Muslim Indonesia Makassar.
- Riska Fitria Putri Utami, 2018. *Analisis Penetapan Harga Jual Produk Coklat Terhadap Laba Bersih Pada PT. Mars Indonesia Di Kota Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Muslim Indonesia Makassar.
- Stanton, William. J. 1993. *Prinsip pemasaran*, Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga.
- Stanton, William. J. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson, 2001. *Memenangkan Pasar: Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2011. *Metodologi Penelitian Administrasi*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2013. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2014.
- Sutrisno, 2012. *Manajemen keuangan teori, Konsep Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sukirno, Sodono, 2013. *Makro Ekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kosiener Penelitian

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Para Ketua Kelompok Tani Di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa

Di,-

Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan obyek penelitian saya pada Kelompok-Kelompok Tani yang ada pada Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa, maka dengan hormat saya memohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i meluangkan waktu sejenak dengan tidak mengganggu pekerjaannya untuk mengisi daftar pernyataan yang telah disediakan dalam rangka penyusunan Skripsi saya dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Petani Dalam Menjual Gabah Di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa.

Saya sangat menghargai kejujuran Bapak/Ibu, Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini dan menjamin kerahasiaan Bapak/Ibu, Saudar/i. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam rangka pengelolaan bisnis dan perdagangan. Atas kerja sama dan bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya, Peneliti

Muh. Amin Hidayat

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : 1) Laki-laki, 2) Perempuan
3. Usia (Umur) :Tahun
4. Pendidikan Terakhir : 1)SD. 2) SMP. 3) SMA. 4)DIII
5. Lama Kerja :

Petunjuk Pengisian :

Bapak/Ibu, Saudara/i diminta untuk memberi tanda krosir (√) pada salah satu skala 1 sampai 5 yang tersedia pada kolom di samping (pernyataan) untuk menentukan seberapa setuju Bapak/Ibu, Saudara/i mengenai pernyataan-pernyataan tersebut. Jika menurut Bapak/Ibu, Saudara/i tidak ada jawaban yang tepat, maka jawaban dapat diberikan pada pilihan yang paling mendekati. Masing-masing angka menunjukkan persetujuan terhadap nilai yang terdapat pada kolom yang bersangkutan, diantaranya:

Skor 5 = Sangat setuju (SS)

Skor 4 = Setuju (S)

Skor 3 = Cukup Setuju (CS)

Skor 2 = Tidak Setuju (TS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

(.....)

DAFTAR PERNYATAAN

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Petani Dalam Menjual Gabah Di Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa”

Harga (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	<i>Keterjangkauan harga</i> : harga gabah yang kami jual pada pembeli gabah sudah bisa memberikan kami keuntungan.					
2	<i>Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa</i> : harga gabah yang di beli sudah sesuai dengan kualitas gabah.					
3	<i>Daya saing harga</i> : harga gabah yang di beli pada saat penjualan sangat bervariasi namun tetap dapat memberikan keuntungan.					
4	<i>Harga mempengaruhi daya beli</i> : harga gabah yang bervariasi membuat kami petani menjual gabah sangat bervariasi tergantung harga yang paling tinggi.					
5	<i>Harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan</i> : harga gabah yang bervariasi mempengaruhi kami petani dalam mengambil keputusan untuk menjual gabah.					

Jumlah Produksi (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	<i>Tanah/lahan</i> : dalam melakukan pengolahan tanah/lahan untuk					

	menanam padi kami menggunakan lahan sendiri.					
2.	Pengairan : pengairan sangat penting dan digunakan pada saat pengelolaan lahan yaitu meliputi pembibitan, penanaman, dan perawatan padi.					
3.	Modal : dalam proses pengelolaan sampai pemanenan sangat membutuhkan modal yang besar untuk mendapatkan hasil produksi yang maksimal.					
4.	Tenaga kerja : untuk melakukan produksi gabah mulai dari proses pengelolaan yang meliputi pembibitan hingga pemanenan sangat membutuhkan tenaga kerja yang banyak agar dapat mendapatkan hasil yang maksimal.					
5.	Skill : untuk melakukan pengelolaan lahan yaitu mulai dari pembibitan sampai pemanenan sangat membutuhkan tenaga kerja yang sudah terampil, ahli, sabar dan berpengalaman.					

Biaya Produksi (X3)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Biaya bahan baku : biaya bahan baku sangat dibutuhkan untuk memproduksi					

	jumlah gabah yang maksimal.					
2.	Biaya tenaga kerja : untuk melakukan pengelolaan lahan agar dapat menghasilkan gabah yang maksimal maka dibutuhkan biaya tenaga kerja.					
3.	Biaya Overhead pabrik : untuk melakukan pengelolaan lahan sangat dibutuhkan biaya overhead pabrik guna mendukung kelancaran operasional kegiatan petani yang meliputi biaya mesin, transportasi dan pompa air.					
4.	Biaya pupuk : pupuk sangat diperlukan dalam perawatan agar padi bisa tumbuh dengan subur serta dapat memberikan hasil yang maksimal pada saat panen.					
5.	Biaya racun hama : agar padi dapat tumbuh serta terhindar dari serangan hama agar tidak terjadi gagal panen maka diperlukan racun hama pada saat perawatan padi.					

Jumlah Gabah Yang Di Jual (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Kondisi dan kemampuan penjualan : jika jumlah produksi gabah meningkat maka penjualan gabah ikut meningkat.					
2.	Kondisi pasar : kondisi pasar dalam hal ini					

	menyangkut tentang harga gabah yang menguntungkan kami dipasaran sangat mempengaruhi kami petani untuk menjual gabah dalam jumlah yang banyak					
3.	Modal : jika harga gabah dipasaran dapat menutupi modal produksi serta dapat memberikan keuntungan maka akan mempengaruhi petani untuk menjual gabah dalam jumlah yang banyak.					
4.	Kondisi organisasi : kondisi organisasi kelompok tani kami yang baik, nyaman, jujur, anggar, saling percaya, saling menghargai, kerjasama yang baik, serta berada dalam tujuan organisasi sehingga membuat kami sepakat bersama-sama dalam mengambil keputusan pada saat melakukan penjualan gabah dan kondisi ini mempengaruhi jumlah gabah yang akan dijual.					
5.	Kondisi konsumen : jika konsumen padi dipasaran meningkat maka harga juga ikut bervariasi sehingga akan mempengaruhi petani untuk menjual gabah dalam jumlah yang banyak					
6.	Kampanye : dengan dikampanyekan atau dipromosikan harga secara langsung oleh pembeli kepada petani dengan harga yang cukup menguntungkan petani maka akan sangat mempengaruhi petani dalam menjual gabah dengan jumlah yang banyak.					
7.	Pembelian gabah ditempat : jika pembeli					

	gabah datang menjemput gabah ditempat kami untuk langsung di beli, maka akan mempengaruhi jumlah gabah yang kami jual dengan jumlah yang banyak.					
--	--	--	--	--	--	--

Lampiran 2. Deskriptif data

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	74	100,0	100,0	100,0

UMUR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	8	10,8	10,8	10,8
Valid 2,00	34	45,9	45,9	56,8
3,00	32	43,2	43,2	100,0

Total	74	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	27	36,5	36,5	36,5
2,00	13	17,6	17,6	54,1
3,00	34	45,9	45,9	100,0
Total	74	100,0	100,0	

Lama Kerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1,00	5	6,8	6,8	6,8
2,00	38	51,4	51,4	58,1
3,00	31	41,9	41,9	100,0
Total	74	100,0	100,0	

Lampiran 3. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	-,159	,239*	,116	-,104	,515**
	Sig. (2-tailed)		,175	,040	,324	,377	,000
	N	74	74	74	74	74	74
X1.2	Pearson Correlation	-,159	1	,064	-,278*	,113	,398**
	Sig. (2-tailed)	,175		,586	,016	,336	,000
	N	74	74	74	74	74	74
X1.3	Pearson Correlation	,239*	,064	1	,001	,134	,531**
	Sig. (2-tailed)	,040	,586		,992	,256	,000
	N	74	74	74	74	74	74
X1.4	Pearson Correlation	,116	-,278*	,001	1	,039	,362**
	Sig. (2-tailed)	,324	,016	,992		,742	,002
	N	74	74	74	74	74	74
X1.5	Pearson Correlation	-,104	,113	,134	,039	1	,476**
	Sig. (2-tailed)	,377	,336	,256	,742		,000
	N	74	74	74	74	74	74
TOTAL	Pearson Correlation	,515**	,398**	,531**	,362**	,476**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,000	
	N	74	74	74	74	74	74

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	-,072	-,043	,103	,135	,302**
	Sig. (2-tailed)		,540	,719	,385	,252	,009
	N	74	74	74	74	74	74
X2.2	Pearson Correlation	-,072	1	,387**	,251*	,476**	,698**
	Sig. (2-tailed)	,540		,001	,031	,000	,000
	N	74	74	74	74	74	74
X2.3	Pearson Correlation	-,043	,387**	1	,399**	,370**	,661**
	Sig. (2-tailed)	,719	,001		,000	,001	,000
	N	74	74	74	74	74	74
X2.4	Pearson Correlation	,103	,251*	,399**	1	,704**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,385	,031	,000		,000	,000
	N	74	74	74	74	74	74
X2.5	Pearson Correlation	,135	,476**	,370**	,704**	1	,816**
	Sig. (2-tailed)	,252	,000	,001	,000		,000
	N	74	74	74	74	74	74
TOTAL	Pearson Correlation	,302**	,698**	,661**	,737**	,816**	1
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,000	,000	,000	
	N	74	74	74	74	74	74

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,019	-,113	-,197	,270*	,356**
	Sig. (2-tailed)		,873	,340	,092	,020	,002
	N	74	74	74	74	74	74
X3.2	Pearson Correlation	,019	1	,185	,107	,270*	,625**
	Sig. (2-tailed)	,873		,115	,365	,020	,000
	N	74	74	74	74	74	74
X3.3	Pearson Correlation	-,113	,185	1	-,076	,021	,359**
	Sig. (2-tailed)	,340	,115		,522	,859	,002
	N	74	74	74	74	74	74
X3.4	Pearson Correlation	-,197	,107	-,076	1	-,018	,462**
	Sig. (2-tailed)	,092	,365	,522		,877	,000
	N	74	74	74	74	74	74
X3.5	Pearson Correlation	,270*	,270*	,021	-,018	1	,610**
	Sig. (2-tailed)	,020	,020	,859	,877		,000
	N	74	74	74	74	74	74
TOTAL	Pearson Correlation	,356**	,625**	,359**	,462**	,610**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,002	,000	,000	

N	74	74	74	74	74	74
---	----	----	----	----	----	----

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation	1	-,063	,239*	,318**	-,104	,062
	Sig. (2-tailed)		,595	,040	,006	,377	,598
	N	74	74	74	74	74	74
Y2	Pearson Correlation	-,063	1	,211	,107	,040	,138
	Sig. (2-tailed)	,595		,072	,365	,738	,240
	N	74	74	74	74	74	74
Y3	Pearson Correlation	,239*	,211	1	,206	,134	-,080
	Sig. (2-tailed)	,040	,072		,078	,256	,497
	N	74	74	74	74	74	74
Y4	Pearson Correlation	,318**	,107	,206	1	,153	,430**
	Sig. (2-tailed)	,006	,365	,078		,194	,000
	N	74	74	74	74	74	74
Y5	Pearson Correlation	-,104	,040	,134	,153	1	,045
	Sig. (2-tailed)	,377	,738	,256	,194		,703
	N	74	74	74	74	74	74

	Pearson Correlation	,062	,138	-,080	,430**	,045	1
Y6	Sig. (2-tailed)	,598	,240	,497	,000	,703	
	N	74	74	74	74	74	74
	Pearson Correlation	,085	-,042	-,158	,164	,069	,621**
Y7	Sig. (2-tailed)	,472	,725	,179	,161	,556	,000
	N	74	74	74	74	74	74
	Pearson Correlation	,431**	,259*	,274*	,649**	,312**	,777**
TOTAL	Sig. (2-tailed)	,000	,026	,018	,000	,007	,000
	N	74	74	74	74	74	74

Correlations

		Y7	TOTAL
Y1	Pearson Correlation		,085
	Sig. (2-tailed)		,472
	N		74
Y2	Pearson Correlation		-,042
	Sig. (2-tailed)		,725
	N		74
Y3	Pearson Correlation		-,158*
	Sig. (2-tailed)		,179
	N		74

Y4	Pearson Correlation	,164**	,649
	Sig. (2-tailed)	,161	,000
	N	74	74
Y5	Pearson Correlation	,069	,312
	Sig. (2-tailed)	,556	,007
	N	74	74
Y6	Pearson Correlation	,621	,777
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	74	74
Y7	Pearson Correlation	1	,660
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	74	74
TOTAL	Pearson Correlation	,660**	1*
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	74	74

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Lampiran 4. Uji Reabilitas

1. Harga(X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,597	,539	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	34,9324	3,845	,287	.	,570
X1.2	34,7703	4,125	,141	.	,623
X1.3	34,7432	4,111	,402	.	,553
X1.4	35,1216	4,273	,154	.	,610
X1.5	34,9595	4,067	,295	.	,570
TOTAL	19,3919	1,200	1,000	.	-,012 ^a

2. Jumlah Produksi(X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,754	,797	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	33,3919	13,529	,169	.	,779
X2.2	34,0405	10,998	,571	.	,704
X2.3	34,3378	11,925	,563	.	,720
X2.4	34,5135	11,568	,655	.	,704
X2.5	34,4730	11,595	,764	.	,697
TOTAL	18,9730	3,616	1,000	.	,640

3. Biaya Produksi(X3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,638	,588	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	37,2432	2,378	,172	.	,651

X3.2	37,2432	2,104	,485	.	,573
X3.3	37,2568	2,385	,187	.	,647
X3.4	37,1081	2,180	,216	.	,647
X3.5	37,2297	2,097	,458	.	,577
TOTAL	20,6757	,660	1,000	.	,158

4. Tingkat Gabah Yang Dijual

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,698	,683	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	50,5541	13,237	,300	.	,688
Y2	50,2973	14,267	,181	.	,704
Y3	50,3649	14,180	,187	.	,703
Y4	50,1622	12,823	,576	.	,660
Y5	50,5811	13,918	,201	.	,701
Y6	50,8514	10,594	,668	.	,606
Y7	50,8243	11,791	,541	.	,644

TOTAL	27,2027	3,698	1,000	.	,518
-------	---------	-------	-------	---	------

Lampiran 5. Uji Linieritas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	,512 ^a	,262	,230	1,68735	,262	8,273	3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70,660	3	23,553	8,273	,000 ^b
	Residual	199,299	70	2,847		
	Total	269,959	73			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolerance
1	(Constant)	-2,033	5,946		-,342	,733	
	X1	,491	,185	,280	2,655	,010	,950
	X2	,209	,104	,207	2,013	,048	,999
	X3	,762	,249	,322	3,056	,003	,951

Lampiran 6. T Distribusi (t Tabel)

$$df=n-k=74-4=70$$

$$t \text{ table} = 1.293$$

Tabel Titik Kritis Distribusi t

α	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0025	0.001
df							
1	3.077684	6.313752	12.706205	31.820516	63.656741	127.321336	318.308839
2	1.885618	2.919986	4.302653	6.964557	9.924843	14.089047	22.327125
3	1.637744	2.353363	3.182446	4.540703	5.840909	7.453319	10.214532
4	1.533206	2.131847	2.776445	3.746947	4.604095	5.597568	7.173182
5	1.475884	2.015048	2.570582	3.364930	4.032143	4.773341	5.893430
6	1.439756	1.943180	2.446912	3.142668	3.707428	4.316827	5.207626
7	1.414924	1.894579	2.364624	2.997952	3.499483	4.029337	4.785290
8	1.396815	1.859548	2.306004	2.896459	3.355387	3.832519	4.500791
9	1.383029	1.833113	2.262157	2.821438	3.249836	3.689662	4.296806
10	1.372184	1.812461	2.228139	2.763769	3.169273	3.581406	4.143700
11	1.363430	1.795885	2.200985	2.718079	3.105807	3.496614	4.024701
12	1.356217	1.782288	2.178813	2.680998	3.054540	3.428444	3.929633
13	1.350171	1.770933	2.160369	2.650309	3.012276	3.372468	3.851982
14	1.345030	1.761310	2.144787	2.624494	2.976843	3.325696	3.787390
15	1.340606	1.753050	2.131450	2.602480	2.946713	3.286039	3.732834
16	1.336757	1.745884	2.119905	2.583487	2.920782	3.251993	3.686155
17	1.333379	1.739607	2.109816	2.566934	2.898231	3.222450	3.645767
18	1.330391	1.734064	2.100922	2.552380	2.878440	3.196574	3.610485
19	1.327728	1.729133	2.093024	2.539483	2.860935	3.173725	3.579400
20	1.325341	1.724718	2.085963	2.527977	2.845340	3.153401	3.551808
21	1.323188	1.720743	2.079614	2.517648	2.831360	3.135206	3.527154
22	1.321237	1.717144	2.073873	2.508325	2.818756	3.118824	3.504992
23	1.319460	1.713872	2.068658	2.499867	2.807336	3.103997	3.484964
24	1.317836	1.710882	2.063899	2.492159	2.796940	3.090514	3.466777
25	1.316345	1.708141	2.059539	2.485107	2.787436	3.078199	3.450189
26	1.314972	1.705618	2.055529	2.478630	2.778715	3.066909	3.434997
27	1.313703	1.703288	2.051831	2.472660	2.770683	3.056520	3.421034
28	1.312527	1.701131	2.048407	2.467140	2.763262	3.046929	3.408155
29	1.311434	1.699127	2.045230	2.462021	2.756386	3.038047	3.396240
30	1.310415	1.697261	2.042272	2.457262	2.749996	3.029798	3.385185
31	1.309464	1.695519	2.039513	2.452824	2.744042	3.022118	3.374899
32	1.308573	1.693889	2.036933	2.448678	2.738481	3.014949	3.365306
33	1.307737	1.692360	2.034515	2.444794	2.733277	3.008242	3.356337
34	1.306952	1.690924	2.032245	2.441150	2.728394	3.001954	3.347934
35	1.306212	1.689572	2.030108	2.437723	2.723806	2.996047	3.340045
36	1.305514	1.688298	2.028094	2.434494	2.719485	2.990487	3.332624
37	1.304854	1.687094	2.026192	2.431447	2.715409	2.985244	3.325631
38	1.304230	1.685954	2.024394	2.428568	2.711558	2.980293	3.319030
39	1.303639	1.684875	2.022691	2.425841	2.707913	2.975609	3.312788
40	1.303077	1.683851	2.021075	2.423257	2.704459	2.971171	3.306878
41	1.302543	1.682878	2.019541	2.420803	2.701181	2.966961	3.301273
42	1.302035	1.681952	2.018082	2.418470	2.698066	2.962962	3.295951
43	1.301552	1.681071	2.016692	2.416250	2.695102	2.959157	3.290890
44	1.301090	1.680230	2.015368	2.414134	2.692278	2.955534	3.286072
45	1.300649	1.679427	2.014103	2.412116	2.689585	2.952079	3.281480
46	1.300228	1.678660	2.012896	2.410188	2.687013	2.948781	3.277098
47	1.299825	1.677927	2.011741	2.408345	2.684556	2.945630	3.272912
48	1.299439	1.677224	2.010635	2.406581	2.682204	2.942616	3.268910
49	1.299069	1.676551	2.009575	2.404892	2.679952	2.939730	3.265079
50	1.298714	1.675905	2.008559	2.403272	2.677793	2.936964	3.261409
51	1.298373	1.675285	2.007584	2.401718	2.675722	2.934311	3.257890
52	1.298045	1.674689	2.006647	2.400225	2.673734	2.931765	3.254512
53	1.297730	1.674116	2.005746	2.398790	2.671823	2.929318	3.251268
54	1.297426	1.673565	2.004879	2.397410	2.669985	2.926965	3.248149
55	1.297134	1.673034	2.004045	2.396081	2.668216	2.924701	3.245149
56	1.296853	1.672522	2.003241	2.394801	2.666512	2.922521	3.242261
57	1.296581	1.672029	2.002465	2.393568	2.664870	2.920420	3.239478
58	1.296319	1.671553	2.001717	2.392377	2.663287	2.918394	3.236795
59	1.296066	1.671093	2.000995	2.391229	2.661759	2.916440	3.234207
60	1.295821	1.670649	2.000298	2.390119	2.660283	2.914553	3.231709

61	1.295585	1.670219	1.999624	2.389047	2.658857	2.912729	3.229296
62	1.295356	1.669804	1.998972	2.388011	2.657479	2.910967	3.226964
63	1.295134	1.669402	1.998341	2.387008	2.656145	2.909262	3.224709
64	1.294920	1.669013	1.997730	2.386037	2.654854	2.907613	3.222527
65	1.294712	1.668636	1.997138	2.385097	2.653604	2.906015	3.220414
66	1.294511	1.668271	1.996564	2.384186	2.652394	2.904468	3.218368
67	1.294315	1.667916	1.996008	2.383302	2.651220	2.902968	3.216386
68	1.294126	1.667572	1.995469	2.382446	2.650081	2.901514	3.214463
69	1.293942	1.667239	1.994945	2.381615	2.648977	2.900103	3.212599
70	1.293763	1.666914	1.994437	2.380807	2.647905	2.898734	3.210789
71	1.293589	1.666600	1.993943	2.380024	2.646863	2.897404	3.209032
72	1.293421	1.666294	1.993464	2.379262	2.645852	2.896113	3.207326
73	1.293256	1.665996	1.992997	2.378522	2.644869	2.894857	3.205668
74	1.293097	1.665707	1.992543	2.377802	2.643913	2.893637	3.204056
75	1.292941	1.665425	1.992102	2.377102	2.642983	2.892450	3.202489
76	1.292790	1.665151	1.991673	2.376420	2.642078	2.891295	3.200964

Lampiran 7. F Distribusi (F Tabel)

Df1=3
Df2=70
F table=2.163

F $\alpha = 0.1$

df2	df1	1	2	3	4	5	6	7
1	39.863458	49.500000	53.593245	55.832961	57.240077	58.204416	58.905953	
2	8.526316	9.000000	9.161790	9.243416	9.292626	9.325530	9.349081	
3	5.538319	5.462383	5.390773	5.342644	5.309157	5.284732	5.266195	
4	4.544771	4.324555	4.190860	4.107250	4.050579	4.009749	3.978966	
5	4.060420	3.779716	3.619477	3.520196	3.452982	3.404507	3.367899	
6	3.775950	3.463304	3.288762	3.180763	3.107512	3.054551	3.014457	
7	3.589428	3.257442	3.074072	2.960534	2.883344	2.827392	2.784930	
8	3.457919	3.113118	2.923796	2.806426	2.726447	2.668335	2.624135	
9	3.360303	3.006452	2.812863	2.692680	2.610613	2.550855	2.505313	
10	3.285015	2.924466	2.727673	2.605336	2.521641	2.460582	2.413965	
11	3.225202	2.859511	2.660229	2.536188	2.451184	2.389067	2.341566	
12	3.176549	2.806796	2.605525	2.480102	2.394022	2.331024	2.282780	
13	3.136205	2.763167	2.560273	2.433705	2.346724	2.282979	2.234103	
14	3.102213	2.726468	2.522224	2.394692	2.306943	2.242559	2.193134	
15	3.073186	2.695173	2.489788	2.361433	2.273022	2.208082	2.158178	
16	3.048110	2.668171	2.461811	2.332745	2.243758	2.178329	2.128003	
17	3.026232	2.644638	2.437434	2.307747	2.218253	2.152392	2.101689	
18	3.006977	2.623947	2.416005	2.285772	2.195827	2.129581	2.078541	
19	2.989900	2.605612	2.397022	2.266303	2.175956	2.109364	2.058020	
20	2.974653	2.589254	2.380087	2.248934	2.158227	2.091322	2.039703	
21	2.960956	2.574569	2.364888	2.233345	2.142311	2.075123	2.023252	
22	2.948585	2.561314	2.351170	2.219274	2.127944	2.060497	2.008397	
23	2.937356	2.549290	2.338727	2.206512	2.114911	2.047227	1.994915	
24	2.927117	2.538332	2.327390	2.194882	2.103033	2.035132	1.982625	
25	2.917745	2.528305	2.317017	2.184242	2.092165	2.024062	1.971376	
26	2.909132	2.519096	2.307491	2.174469	2.082182	2.013893	1.961039	
27	2.901192	2.510609	2.298712	2.165463	2.072981	2.004519	1.951510	
28	2.893846	2.502761	2.290595	2.157136	2.064473	1.995851	1.942696	
29	2.887033	2.495483	2.283069	2.149415	2.056583	1.987811	1.934521	
30	2.880695	2.488716	2.276071	2.142235	2.049246	1.980333	1.926916	
31	2.874784	2.482407	2.269548	2.135542	2.042406	1.973361	1.919825	
32	2.869259	2.476512	2.263453	2.129288	2.036014	1.966845	1.913196	
33	2.864083	2.470990	2.257744	2.123430	2.030027	1.960742	1.906987	
34	2.859225	2.465809	2.252387	2.117934	2.024408	1.955014	1.901158	
35	2.854655	2.460936	2.247350	2.112765	2.019124	1.949626	1.895676	
36	2.850349	2.456346	2.242605	2.107896	2.014147	1.944550	1.890511	
37	2.846285	2.452014	2.238128	2.103302	2.009449	1.939760	1.885635	
38	2.842442	2.447920	2.233896	2.098959	2.005009	1.935231	1.881026	
39	2.838804	2.444044	2.229890	2.094848	2.000805	1.930944	1.876661	
40	2.835354	2.440369	2.226092	2.090950	1.996820	1.926879	1.872522	
41	2.832078	2.436880	2.222486	2.087250	1.993036	1.923019	1.868593	
42	2.828964	2.433564	2.219059	2.083732	1.989439	1.919349	1.864856	
43	2.825999	2.430407	2.215796	2.080384	1.986015	1.915856	1.861300	
44	2.823173	2.427399	2.212688	2.077194	1.982752	1.912527	1.857909	
45	2.820476	2.424529	2.209722	2.074151	1.979639	1.909351	1.854675	
46	2.817901	2.421788	2.206890	2.071244	1.976666	1.906317	1.851585	
47	2.815438	2.419168	2.204182	2.068465	1.973823	1.903416	1.848631	
48	2.813081	2.416660	2.201591	2.065805	1.971103	1.900640	1.845803	
49	2.810823	2.414258	2.199109	2.063258	1.968497	1.897981	1.843094	
50	2.808658	2.411955	2.196730	2.060816	1.965999	1.895431	1.840496	
51	2.806580	2.409745	2.194446	2.058472	1.963601	1.892984	1.838003	
52	2.804584	2.407622	2.192254	2.056221	1.961299	1.890634	1.835609	
53	2.802665	2.405582	2.190146	2.054058	1.959085	1.888375	1.833307	
54	2.800819	2.403620	2.188119	2.051977	1.956956	1.886201	1.831093	
55	2.799043	2.401731	2.186167	2.049974	1.954907	1.884109	1.828961	
56	2.797331	2.399911	2.184287	2.048044	1.952933	1.882094	1.826907	
57	2.795681	2.398157	2.182475	2.046184	1.951030	1.880151	1.824928	
58	2.794089	2.396465	2.180727	2.044390	1.949194	1.878277	1.823018	
59	2.792552	2.394832	2.179040	2.042658	1.947422	1.876468	1.821174	

60	2.791068	2.393255	2.177411	2.040986	1.945710	1.874720	1.819393
61	2.789633	2.391731	2.175836	2.039370	1.944056	1.873032	1.817672
62	2.788246	2.390257	2.174314	2.037807	1.942457	1.871399	1.816007
63	2.786904	2.388831	2.172841	2.036295	1.940910	1.869819	1.814397
64	2.785604	2.387451	2.171415	2.034831	1.939412	1.868289	1.812838
65	2.784346	2.386114	2.170034	2.033414	1.937961	1.866808	1.811328
66	2.783127	2.384818	2.168697	2.032040	1.936556	1.865373	1.809865
67	2.781944	2.383563	2.167399	2.030709	1.935193	1.863981	1.808446
68	2.780797	2.382344	2.166141	2.029417	1.933871	1.862631	1.807070
69	2.779684	2.381163	2.164921	2.028164	1.932589	1.861321	1.805735
70	2.778604	2.380015	2.163735	2.026947	1.931343	1.860049	1.804438
71	2.777554	2.378901	2.162584	2.025766	1.930134	1.858814	1.803179

Lampiran 8. Distribusi r Tabel (r Tabel)

$$Df = n - 2 = 74 - 2 = 72$$

Diketahui r table = 0.1927

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773

72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568