

Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Omset Penjualan Telur (Studi Kasus di CV Tani Ternak Ngudi Rahayu Pati)

Yunike Ameliasari^{1*}, Ahmad Dwi Nurdiyanto²

¹⁻² Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Semarang, Indonesia

Abstract. *The purpose of this study: 1). To determine the effect of production costs on sales turnover, 2). To determine the effect of selling prices on sales turnover, 3). To determine the simultaneous effect of production costs and selling prices on sales turnover. This study was conducted by sampling, with purposive sampling technique, with saturated sampling. The analysis technique used was multiple linear regression, descriptive statistical methods, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results of the study can be concluded that: 1). Production costs have a significant effect on sales turnover, 2). Selling prices have a significant effect on sales turnover, 3). Production costs and selling prices have a simultaneous effect on sales turnover.*

Keywords: *Production Cost, Selling Price, Sales Turnover.*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini : 1). Mengetahui pengaruh biaya produksi terhadap omset penjualan, 2). Mengetahui pengaruh harga jual terhadap omset penjualan, 3). Mengetahui pengaruh simultan biaya produksi dan harga jual terhadap omset penjualan. Penelitian ini dilakukan secara sampling, dengan Teknik purposive sampling, dengan sampling jenuh. Teknik analisis yang digunakan regresi linier berganda metode statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : 1). Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap terhadap omset penjualan, 2). Harga jual berpengaruh signifikan terhadap terhadap omset penjualan, 3). Biaya produksi dan harga jual berpengaruh secara simultan terhadap terhadap omset penjualan.

Kata Kunci: Biaya Produksi, Harga Jual, Omset Penjualan.

1. PENDAHULUAN

Di dalam pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia telah banyak berkembang berbagai usaha dari usaha kecil menengah sampai usaha yang berskala besar. Pemilik usaha saling berlomba untuk menawarkan produknya. Dari mulai produk jasa sampai produk barang. Para pemilik usaha saling mengatur strategi supaya produk mereka diminati oleh banyak konsumen. Dengan adanya usaha baru yang berkembang dimasyarakat bisa mengurangi pengangguran yang berada di lingkungan sekitar usaha.

Pada dasarnya memperoleh pendapatan yang maksimal tidak dapat dipisahkan antara masalah penjualan peningkatan dan penentuan harga jual. Pendapatan merupakan kemampuan setiap usaha untuk memenuhi kebutuhan materialnya dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan dapat diukur dalam rupiah yang diterima dari pembeli atau konsumen (Nuryadi, 2022).

Untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu menghasilkan pendapatan penjualan adalah dengan cara meminimalkan biaya-biaya yang terjadi dalam proses produksi sampai proses penjualan sehingga biaya yang dikeluarkan efektif dan efisien. Syahputra (2018) mengatakan bahwa pendapatan pada perusahaan tidak lepas dari yang namanya biaya, karena biaya

merupakan suatu pengorbanan perusahaan dalam rangka memperoleh pendapatan. Peningkatan atau penurunan pendapatan mungkin dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut adalah biaya produksi, kualitas serta volume penjualan. Dalam beberapa faktor tersebut biaya adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi meningkat atau menurunnya pendapatan yang didapat. Kualitas dan volume penjualan hanya memberikan informasi tentang pendapatan bisnis, sementara biaya produksi, biaya pemasaran dan biaya kualitas dapat memberikan gambaran mengenai pengeluaran perusahaan dan kinerja operasional perusahaan.

Penetapan biaya produksi dan harga jual memerlukan berbagai pertimbangan yang saling berintegrasi. Dari biaya produksi, biaya promosi, biaya operasional, target omset yang akan dicapai dan masih banyak lagi. Oleh karena itu penentu harga akan dipertimbangkan secara matang oleh perusahaan. Kebijakan harga yang dipilih oleh perusahaan akan berpengaruh secara langsung terhadap berhasil tidaknya perusahaan tersebut dalam mencapai suatu tujuannya.

CV Tani Ternak Ngudi Rahayu bergerak di sektor peternakan yang bertempat di daerah kecamatan Kayen, Kabupaten Pati tepatnya di desa Beketel. Perusahaan ini di didirikan oleh Bapak Triyono pada tahun 2018, dengan alasan peluang untuk membangun usaha ini sangatlah besar karena untuk pertama kali usaha peternakan ayam di desa beketel di didirikan. Jumlah peternak ayam ras di daerah

Pati berjumlah 369, dan peternak di desa Beketel membuat kelompok Tani bernama "CV Tani Ternak Ngudi Rahayu". Pendistribusian hasil produksi telur perusahaan melalui dua cara yaitu, dengan cara produksi telur diambil secara langsung oleh konsumen dan melalui pemesanan sales langganan.

Apabila dilihat dari prospek usaha dalam pemenuhan protein masyarakat, peternak ayam menjadi usaha yang potensial. Karena itu tentunya perlu mempertimbangkan penunjang penting dalam usaha peternakan yakni pendapatan. Pendapatan usaha ialah salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan ketika menilai keberhasilan. Ssetiap pemilik usaha berharap menghasilkan uang agar tetap beroperasi. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pendapatan yang diperoleh maka peternak mendapatkan keuntungan.

Tabel 1. Pendapatan Produksi Ayam di CV Tani Ternak Ngudi Rahayu

Tahun	Produksi (ekor)	Pendapatan
2020	5918	237.720.000
2021	7180	287.200.000
2022	8191	327.740.000

2023	5817	232.780.000
------	------	-------------

Sumber: data dari CV Tani Ternak Ngudi Rahayu

Menurut tabel di atas produksi dan pendapatan ayam ini mengalami peningkatan pada tahun 2021-2022 akan tetapi pada tahun 2023 mengalami penurunan yang disebabkan oleh melambungnya harga pakan dikarenakan kelangkaan bahan baku pembuatan pakan ternak.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Omset Penjualan

Menurut Solicha (2021) omset penjualan merupakan suatu kegiatan penjualan berupa produk maupun jasa yang berakumulasi serta dapat dihitung secara menyeluruh dalam kurun waktu tertentu secara kontinu dalam sebuah proses akuntansi. Menurut Indah (2022) omset penjualan adalah seluruh jumlah penjualan pada suatu produk yang diukur dalam waktu tertentu, dan yang dihitung berdasarkan dengan jumlah uang yang diterima oleh penjualan pada setiap penjualan per harinya. Sedangkan menurut Nurfitriia (2021) menjelaskan bahwa omset penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang didapatkan dari hari penjualan suatu barang maupun jasa dalam kurun waktu tertentu. Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa omset penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan dengan jumlah uang yang diperoleh oleh penjual.

Biaya Produksi

Menurut Harahap (2019), biaya produksi merupakan suatu biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi ini berkaitan dengan pembuatan barang maupun biaya penyediaan jasa. Menurut Hansen dan Mowen (2013:50) menjelaskan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Sedangkan menurut Mulyadi (2013:14), menjelaskan bahwa biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk yang siap untuk dijual. Berdasarkan beberapa pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa biaya produksi merupakan bagian dari semua faktor produksi yang dikorbankan untuk menghasilkan produk dalam proses produksi. Dalam kegiatan perusahaan, biaya produksi dihitung berdasarkan dengan jumlah produk yang akan dijual. Biaya produksi sering disebut sebagai ongkos produksi.

Harga Jual

Menurut Sukiman (2011), menjelaskan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan oleh perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Menurut Ari Santi (2019) menjelaskan bahwa harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan kepada pembeli. Sedangkan menurut Allen (2023) menjelaskan bahwa harga jual merupakan harga yang ditetapkan oleh produsen atau penjual untuk menjual suatu produk atau jasa kepada konsumen. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, harga jual merupakan sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan oleh perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik konsumen yaitu dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang akan dijual.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, metode tersebut digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode simple random sampling. Pengambilan sampel menggunakan metode ini yaitu mengambil sampel anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono, 2016). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 79 responden. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode skala likert yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan sudah ditanggapi oleh responden. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, dan persepsi seseorang terkait suatu objek atau fenomena tertentu (Sugiyono, 2019).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil perhitungan yang telah diperoleh dengan menggunakan program SPSS

23.0 *For Windows*, hasil analisa regresi linier berganda yang akan dihitung disini adalah untuk mengetahui standar koefisien regresi yang dimiliki oleh variabel bebas untuk menentukan tingkat signifikansi terhadap variabel terikat, berikut hasil analisis koefisien regresi

linier berganda:

Tabel 2. Analisis Persamaan Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.045	1.806		2.240	0.028		
Biaya Produksi(X1)	0.205	0.055	0.264	3.748	0.000	0.786	1.273
Harga Jual(X2)	0.535	0.055	0.683	9.684	0.000	0.786	1.273

a. Dependent Variable: Omset Penjualan (Y) Sumber : Data primer diolah SPSS 23

Hasil diatas dibuat analisa koefisien persamaan regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 4.045 + 0,205 X_1 + 0,535 X_2 + e$$

Konstanta dengan nilai 4,045 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen, yaitu Biaya Produksi dan harga jual diasumsikan bernilai nol, maka Omset Penjualan akan bernilai 4,045.

Koefisien regresi linear untuk Biaya Produksi sebesar 0,205 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam variabel Biaya Produksi akan meningkatkan Omset Penjualan sebesar 0,205, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap bernilai nol. Koefisien regresi linear untuk Harga Jual sebesar 0,535 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam variabel Harga Jual akan meningkatkan omset penjualan sebesar 0,535, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap bernilai nol.

Secara keseluruhan, semakin baik penerapan Biaya Produksi dan harga jual yang dirasakan oleh Produsen CV. Tani Ternak Ngudi Rahayu, semakin baik pula Omset Penjualan tersebut.

Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara pengujian setuju secara parsial (Uji t), simultan (Uji F) dan Koefisien determinasi.

Uji t (parsial)

Pengujian uji t dengan melihat nilai signifikansi yang akan dibandingkan dengan level nilai signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05 (5%), serta membandingkan thitung lebih besar ttabel. Nilai thitung dapat dilihat pada hasil regresi dan nilai ttabel di dapat melalui sig.

$\alpha = 0,05$ yaitu $df = 79 - 2 = 77$ atau 1,664. Berikut hasil uji t variabel bebas pada tabel :

Tabel 3. Hasil Uji t

Model	nstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.045	1.806		2.240	0.028
Biaya Produksi (X1)	0.205	0.055	0.264	3.748	0.000
Harga Jual(X2)	0.535	0.055	0.683	9.684	0.000

Coefficients^a

a. Dependent Variable: Omset Penjualan (Y) Sumber : Data primer diolah SPSS 23
Dari hasil data di atas dapat ditentukan perhitungan ttabel sebagai berikut: $T_{tabel} = t$

$(\alpha/2 ; n-2)$

$$= t (0,05/2 ; 79-2)$$

$$= 0,025 ; 77$$

$$= 1,664$$

Jadi untuk ttabel dalam penelitian ini yaitu $t_{tabel} = 1,664$ Nilai thitung untuk variabel Biaya Produksi adalah 3.748 dan ttabel dengan $\alpha = 0,05$ diketahui sebesar 1,664 dengan demikian thitung 3.748 lebih besar dari ttabel 1,664 dan nilai signifikan Biaya Produksi sebesar $0,000 < 0,05$ artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_1 diterima) menunjukkan bahwa Biaya Produksi berpengaruh signifikan terhadap Omset Penjualan.

Untuk ttabel dalam penelitian ini yaitu $t_{tabel} = 1,664$ Nilai thitung untuk variabel Harga Jual adalah 9.684 dan ttabel dengan $\alpha = 0,05$ diketahui sebesar 1,664 dengan demikian thitung 9.684 lebih besar dari ttabel 1,664 dan nilai signifikan Harga Jual sebesar $0,000 < 0,05$ artinya dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak (H_1 diterima) menunjukkan Harga Jual berpengaruh signifikan terhadap Omset Penjualan.

Uji F (simultan)

Pengujian uji F dengan melihat nilai signifikansi yang akan dibandingkan dengan level nilai signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05 (5%), serta membandingkan Fhitung lebih besar Ftabel. Nilai Fhitung dapat dilihat pada hasil regresi dan nilai Ftabel di dapat melalui sig. $\alpha = 0,05$ yaitu $df = 79 - 2 = 77$ atau 2,33. Berikut hasil uji F pada tabel :

Tabel 4. Hasil Uji FANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1582.958	2	791.479	89.983	0.000 ^b
	Residual	668.485	76	8.796		
	Total	2251.443	78			

a. Dependent Variable: Omset Penjualan (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga Jual (X2), Biaya Produksi (X1) Sumber : Data primer diolah SPSS 23

Dari hasil pengolahan data diatas, dapat dilihat bahwa nilai probabilitas Fhitung 89.983 > F_{tabel} 2,33 dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Biaya Produksi dan Harga Jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Omset Penjualan secara bersama-sama pada ayam di CV. Tani Ternak Ngudi Rahayu.

Uji Koefisien Determinasi R²

Pengujian koefisien determinasi untuk menguji goodness of fit dari model regresi. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen akan dikatakan amat terbatas apabila nilai R² kecil. Sebaliknya bila nilai R² mendekati 1 maka dapat dikatakan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi R²Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.839 ^a	0.703	0.695	2.966	1.834

a. Predictors: (Constant), Harga Jual (X2), Biaya Produksi (X1)

b. Dependent Variable: Omset Penjualan (Y) Sumber : Data primer diolah SPSS 23

Tabel diatas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,695 yang berarti bahwa variabel Biaya Produksi dan Harga Jual mampu menjelaskan variasi variabel Omset Penjualan sebesar 69,5%, sedangkan sisanya 30,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti dan dikatakan memiliki korelasi tinggi.

Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Omset Penjualan

Biaya Produksi berpengaruh signifikan terhadap Omset Penjualan pada di CV. Tani Ternak Ngudi Rahayu dengan nilai thitung sebesar $3,748 > t_{tabel}$ sebesar $1,664$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Biaya Produksi pakan ayam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Omset Penjualan. Biaya Produksi yang rendah akan mempengaruhi omset penjualan akan naik.

Biaya produksi mempunyai pengaruh besar terhadap omset penjualan pada perusahaan.

Dengan adanya biaya produksi maka perusahaan akan dapat membandingkan omset penjualan dengan terjualnya semua produk perusahaan dengan biaya yang telah dikeluarkan. Artinya semakin baik pengendalian biaya prodyksi dengan menganggarkan biaya pembelian bahan baku sesuai dengan produk yang diproduksi semakin baik pula omset penjualan yang diterima oleh perusahaan. Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cellvin (2023), William (2022), Indah (2022), dan Harahap (2019) yang menyatakan bahwa Biaya Produksi berpengaruh signifikan dan hubungannya bersifat positif terhadap Omset penjualan.

Pengaruh Harga Jual terhadap Omset Penjualan

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua, pada hasil pada uji t dapat diketahui bahwa nilai t hitung $> t$ tabel dan menandakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis 2 diterima dengan pernyataan Harga Jual (X_2) secara signifikan memberi pengaruh terhadap Omset Penjualan (Y). Nilai koefisien yang bernilai positif mengartikan Harga Jual yang baik di benak produsen, maka omset penjualan akan naik di CV. Tani Ternak Ngudi Rahayu.

Harga Jual berpengaruh signifikan terhadap Omset Penjualan pada di CV. Tani Ternak Ngudi Rahayu dengan nilai thitung sebesar $9,684 > t_{tabel}$ sebesar $1,664$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga Jual pakan ayam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Omset Penjualan. Harga jual yang yang rendah akan mempengaruhi omset penjualan akan naik.

Pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cellvin (2023), William (2022), Indah (2022), dan Harahap (2019) yang menyatakan bahwa Harga Jual berpengaruh signifikan dan hubungannya bersifat positif terhadap Omset penjualan.

Pengaruh Simultan Biaya Produksi dan Harga Jual terhadap Omset Penjualan Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel biaya produksi (X_1) dan harga jual (X_2) secara

bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap omset penjualan (Y) dengan $F_{hitung} 89.983 > F_{tabel} 2,33$ dengan nilai $Sig. 0,000 < 0,05$ itu artinya bahwa hipotesis ke-3 dalam penelitian ini terbukti kebenarannya atau dapat di terima.

Biaya produksi merupakan awal kegiatan perusahaan dalam memperhitungkan keuangan perusahaan dalam proses pembelian bahan baku dan harga jual yang sesuai standar yang berguna bagi perusahaan dalam mendistribusi produk yang telah jadi sehingga apabila harga jual yang rendah dan diterima di beberapa produsen, akan mempengaruhi peningkatan omset penjualan. Artinya semakin baik terstruktur biaya produksi dan harga jual maka semakin tinggi pula perusahaan dalam mendapatkan omset penjualan dari produk yang telah terjual. Hal ini diperkuat seperti pada penelitian Cellvin (2023), William (2022), Indah (2022) yang menyatakan bahwa biaya produksi dan harga jual dapat meningkatkan omset penjualan. Variabel yang mempunyai hubungan paling dominan terhadap omset penjualan (Y) adalah variabel biaya produksi (X1), karena biaya produksi merupakan langkah awal perusahaan dalam menentukan modal usaha dengan membeli bahan baku sesuai dengan kebutuhan produksi. Sehingga apabila perusahaan mampu mengalokasikan anggaran tersebut dengan baik dan benar dengan kata lain membeli bahan baku sesuai dengan standarnya atau sesuai dengan barang atau produk yang akan diproduksi, maka produk yang dihasilkan pasti akan diminati banyak masyarakat dan menimbulkan daya beli masyarakat. Sehingga perusahaan akan mendapatkan suatu keuntungan melalui banyaknya omset penjualan pada produk perusahaan.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan dari keseluruhan yaitu bahwa Biaya Produksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Omset Penjualan di CV. Tani Ternak Ngudi Rahayu Pati. Harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap Omset Penjualan di CV Tani Ternak Ngudi Rahayu Pati. Dan Biaya Produksi dan Harga Jual berpengaruh secara simultan terhadap omset penjualan di CV. Tani Ternak Ngudi Rahayu Pati.

Saran dengan adanya hubungan positif dengan biaya produksi yang dikuat, maka sebaiknya untuk CV. Tani Ternak Ngudi Rahayu diharapkan untuk selalu mengatur terstrukturnya biaya produksi semaksimal mungkin sehingga tetap dapat meningkatkan omset penjualan terhadap produk yang dijual oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, G., Ristanto, H., Kusmanto, K., & Rubiyati, R. (2022). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi pada Rocket Chicken Karangjati). *Jurnal Bingkai Ekonomi (JBE)*, 7(2), 1–15.
- Aswad, S., Realize, R., & Wangdra, R. (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna air bersih masyarakat Kampung Air Batam Center. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.681>
- Basu Swastha, & Handoko, T. H. (2015). *Manajemen pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPFPE.
- Cellvin. (2023). Penentuan biaya kualitas dan penentuan harga jual terhadap omzet produsen kemplang di Kota Palembang. *Journal of UKMC*, 2(1).
- Dian. (2023). Pengaruh biaya produksi terhadap omset penjualan kopi Toraja (Studi kasus kopi Salu Sopai di Kecamatan Rantepao). *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Elfahmi, S. H., & Jatmika, D. (2017). Pengaruh inovasi terhadap UKM naik kelas melalui daya saing produk (Studi Indo Burger). *Jurnal X*, (September), 445–454.
- Fandy Tjiptono. (2018). *Strategi pemasaran: Prinsip & penerapan (Edisi 1)*. Yogyakarta: Andi.
- Harahap. (2019). Pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap laba penjualan pada PT Shimano Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2).
- Indah. (2022). Pengaruh biaya produksi dan harga jual terhadap omzet penjualan. *Edunomika*, 6(2).
- Ni Wayan. (2019). Pengaruh harga jual dan volume penjualan terhadap pendapatan UD. Broiler Putra di Dusun Batumulapan Kabupaten Klungkung pada tahun 2015–2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1).