

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENETAPAN HARGA JUAL TELUR DI PT CAHAYA MARIO BROTHER GROUP

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DETERMINATION PRICE FOR SELLING EGGS AT PT CAHAYA MARIO BROTHER GROUP

Indra Aldahlia Nur, Harifuddin, Nurjannah Bando
Jurusan Peternakan, Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan
Jln. Poros Makassar-Parepare Km.83, Pangkep, 90652
***Email Koresponden : indraaldahlianur@gmail.com**

ABSTRAK

Telur dikenal sebagai bahan pangan sumber protein berkualitas tinggi. Telur memiliki banyak keunggulan misalnya, kandungan gizi telur yang tinggi, harganya relatif murah dibanding dengan sumber protein lainnya. Faktor permasalahan dalam suatu perusahaan adalah penetapan harga dimana ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual telur di PT Cahaya Mario Brother Group. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2022 yang berlokasi di PT Cahaya Mario Brother Group, Kabupaten Sidrap. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kriteria sampel internal yang terdiri dari pihak perusahaan PT Cahaya Mario Brother Group yaitu berjumlah 6 orang. Teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, wawancara, observasi, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan Uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan faktor biaya produksi (0.023) mempengaruhi penetapan harga jual telur ayam sedangkan permintaan (0.469) dan harga pasar (0.158) tidak mempengaruhi penetapan harga jual telur ayam berdasarkan uji yang dilakukan. Berdasarkan hasil koefisien determinan, pengaruh biaya produksi, permintaan dan harga pasar terhadap penetapan harga jual telur sebesar 95,9% dan 4,1% terdapat pengaruh faktor-faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga jual telur yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.

Kata kunci: Harga jual, telur, biaya produksi, permintaan, harga pasar

ABSTRACT

Eggs are known as food sources of high quality protein. Eggs have many advantages, for example, the high nutritional content of eggs, the price is relatively cheap compared to other protein sources. The problem factor in a company is pricing where the company must determine the price for the first time. Pricing is a critical task that supports the successful operation of both for-profit and nonprofit organizations. Price is the only element of the marketing mix that generates revenue for the company. Companies must consider many factors in formulating pricing policies. The purpose of this study was to analyze the factors that influence the determination of the selling price of eggs at PT Cahaya Mario Brother Group. This research was conducted in June 2022, located at PT Cahaya Mario Brother Group, Sidrap Regency. The sample used in this study is the internal sample criteria consisting of the company PT Cahaya Mario Brother Group, which is 6 people. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling technique. Data collection techniques used in this study are survey methods, interviews, observations, and questionnaires. The data analysis technique used in this research is quantitative analysis using multiple linear regression tests. The results showed that the production cost factor (0.023) affected the determination of the selling price of chicken eggs, while the demand (0.469) and the market price (0.158) did not affect the determination of the selling price of chicken eggs based on the tests carried out. Based on the results of the determinant coefficient, the

effect of production costs, demand and market prices on the determination of the selling price of eggs is 95.9% and 4.1% there is the influence of other factors that influence the determination of the selling price of eggs which are not included in the research variables.

Keywords: Selling price, eggs, production cost, demand, market price

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang menghasilkan telur ayam ras yang melimpah, populasi ayam ras petelur semakin meningkat dari tahun ke tahun dikarenakan semakin meningkatnya permintaan masyarakat akan telur konsumsi.

Ayam ras petelur umumnya bertelur pada umur 16-20 minggu. Ayam petelur ringan rata-rata mampu bertelur lebih dari 260 butir pertahun, sedangkan ayam petelur medium bertelur pada usia 18 minggu. Produksi telur rata-rata adalah 102 butir perekor (Cahyono, 1995).

Telur merupakan salah satu produk hewani yang berasal dari ternak unggas dan telah dikenal sebagai bahan pangan sumber protein yang berkualitas tinggi. Telur sebagai bahan makanan memiliki banyak keunggulan misalnya, kandungan gizi telur yang tinggi, harganya relatif murah jika dibandingkan dengan sumber protein lainnya (Idayanti dkk, 2009).

Harga jual atau nilai produk serta kegunaan produk perusahaan merupakan hal-hal yang sangat berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Barang-barang dan jasa mempunyai harga atau nilai tukar karena barang diperlukan oleh pembeli, ada manfaatnya, langka dan oleh perusahaan tidak dapat disediakan dalam jumlah yang tidak terbatas. Masyarakat yang sudah menggunakan uang sebagai alat tukar menukar atau pengukur nilai, pertukaran barang dinyatakan dalam satuan uang. Jumlah yang dipergunakan dalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang. Harga jual merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap perusahaan, salah satunya yaitu tingkat pendapatan yang diperoleh perusahaan, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap perkembangan operasional perusahaan (Rudianto, 2013).

Faktor permasalahan dalam suatu perusahaan adalah penetapan harga dimana ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan bagi perusahaan. Perusahaan haruslah mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan menetapkan harga.

Dalam penetapan harga jual perlu dipertimbangkan yang mendalam dan teliti guna memperoleh harga jual yang benar-benar sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Penetapan harga jual yang tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kelanjutan usaha suatu perusahaan. Ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan resiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produk di gudang karena macetnya pemasaran. Untuk ini setiap perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena harga merupakan unsur pokok pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut Abdul Halim dan Bambang Supomo (2001) yang menyatakan bahwa dalam jangka panjang harga jual produk atau jasa yang ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan dan menghasilkan laba bagi

perusahaan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, peneliti menganggap penting untuk membahas tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual Telur Di PT Cahaya Mario Brother Group”.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2022 yang berlokasi di PTCahaya Mario Brother Group, Kabupaten Sidrap.

Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner, pulpendan kamera untuk dokumentasi kegiatan dalam proses penelitian.

Jenis Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016) bahwa Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Alasan peneliti menggunakan teknik purposive sampling karena semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik purposive sampling yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif meliputi pendapat responden terhadap pernyataan mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga produksi telur. Data kualitatif adalah jenis data non-numerik atau tidak dapat diproses dalam bentuk angka. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau bilangan sehingga menghasilkan suatu informasi. Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau bilangan sehingga diolah secara numerik dengan akurat.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data utama dalam penelitian ini yang berasal dari hasil wawancara dengan responden dan pengamatan langsung di lokasi penelitian. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui penelusuran studi pustaka dari berbagai literatur dari buku dan lain sebagainya yang dapat digunakan sebagai perbandingan dalam penyusunan skripsi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, wawancara, observasi dan kuesioner. Survey adalah metode untuk mengumpulkan informasi dari kelompok yang mewakili sebuah populasi. Wawancara adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Observasi adalah pengamatan secara langsung di PT Cahaya Mario Brother Group, Sidrap tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga produksi telur di PT Cahaya Mario Brother Group, Sidrap. Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data yang dapat berupa pernyataan tertulis yang tujuannya untuk memperoleh informasi dari responden tentang faktor apa saja yang mempengaruhi penetapan harga. Adapun skala ukuran yang digunakan

untuk jawaban skor responden yaitu menggunakan skala likert.

Kategori dari penilaian skala likert :

SS	= Sangat Setuju	diberi skor 5
S	= Setuju	diberi skor 4
KS	= Kurang Setuju	diberi skor 3
TS	= Tidak Setuju	diberi skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	diberi skor 1

Manfaat penggunaan Skala Likert yaitu keragaman skor (*variability of score*) dengan menggunakan skala tingkat 1-5.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan regresi linear berganda. Regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Gambaran Umum Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Umur

Kemampuan peternak dalam menjalankan usahanya salah satunya dipengaruhi oleh umur. Makatita dkk (2014), menyatakan bahwa mempengaruhi adopsi inovasi baru. Hal ini dikarenakan umur mempengaruhi kemampuan fisik dalam bekerja, pola pikir dan kemampuan menerima inovasi baru dalam mengelola usaha. Berikut data karakteristik berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	26 Tahun	1 Orang	16,7
2.	30 Tahun	1 Orang	16,7
3.	31 Tahun	1 Orang	16,7
4.	35 Tahun	1 Orang	16,7
5.	43 Tahun	1 Orang	16,6
6.	52 Tahun	1 Orang	16,6
Total		6 Orang	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa responden yang berumur 26 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 16,7%, responden yang berumur 30 tahun berjumlah 1

orang dengan persentase 16,7%, responden yang berumur 31 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 16,7%, responden yang beumur 35 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 16,7%, responden yang berumur 43 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 16,6% dan responden yang berumur 52 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 16,6%.

2. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan berperan penting dalam meningkatkan kemampuan pola pikir peternak dalam menerima berbagai informasi dan teknologi. Berikut data karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD/Sederajat	0	0
2.	SMP/Sederajat	0	0
3.	SMA/Sederajat	1 Orang	16,7
4.	Perguruan Tinggi	5 Orang	83,3
Total		6 Orang	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden dengan tingkat pendidikan Perguruan Tinggi berjumlah 5 orang dengan persentase 83,3% sedangkan responden dengan tingkat pendidikan SMA/Sederajat berjumlah 1 orang dengan persentase 16,7%.

Gambaran Deskripsi Jawaban Responden

Distribusi hasil jawaban responden yang diperoleh dari penyebarankuesioner adalah sebagai berikut :

1. Variabel Penetapan Harga

Tanggapan responden tentang variabel penetapan harga dapat dilihat padatabel 3. berikut :

Tabel 3. Variabel Penetapan Harga (Y)

Pernyataan	Frekuensi					Total	Jawaban					Total
	SS	S	KS	TS	STS		SS	S	KS	TS	STS	
Y1	6	0	0	0	0	6	100	0	0	0	0	100
Y2	0	6	0	0	0	6	0	100	0	0	0	100
Y3	1	5	0	0	0	6	16,7	83,3	0	0	0	100
Y4	5	1	0	0	0	6	83,3	16,7	0	0	0	100
Y5	2	4	0	0	0	6	33,3	66,7	0	0	0	100
Y6	0	6	0	0	0	6	0	100	0	0	0	100

Jumlah	14	22	0	0	0	36	38,9	61,1	0	0	0	100
--------	----	----	---	---	---	----	------	------	---	---	---	-----

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 3. diketahui bahwa responden yang menjawab setuju sebesar 61,1, responden yang menjawab sangat setuju sebesar 38,9, atas variabel penetapan harga. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yang menjawab setuju lebih besar dibanding responden yang menjawab sangat setuju. Hal ini berarti bahwa responden setuju dengan variabel penetapan harga.

2. Variabel Faktor-faktor Penetapan Harga Jual Telur Harga Biaya Produksi (X1)

Tanggapan responden tentang variabel faktor-faktor penetapan harga, yaitu biaya produksi dapat dilihat pada tabel 4. berikut :

Tabel 4. Variabel Biaya Produksi (X1)

Pernyataan	Jawaban											
	Frekuensi					Total	Persentase (%)					Total
	SS	S	KS	TS	STS		SS	S	KS	TS	STS	
X1.1	1	5	0	0	0	6	16,7	83,3	0	0	0	100
X1.2	4	2	0	0	0	6	66,7	33,3	0	0	0	100
X1.3	0	0	6	0	0	6	0	0	100	0	0	100
X1.4	0	0	6	0	0	6	0	0	100	0	0	100
X1.5	0	6	0	0	0	6	0	100	0	0	0	100
X1.6	0	6	0	0	0	6	0	100	0	0	0	100
X1.7	0	6	0	0	0	6	0	100	0	0	0	100
X1.8	0	6	0	0	0	6	0	100	0	0	0	100
Jumlah	5	31	12	0	0	48	10,4	64,6	25	0	0	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4., diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebesar 10,4% atas variabel faktor-faktor penetapan harga, yaitu biaya produksi, responden yang menjawab setuju sebesar 64,6%, dan responden yang menjawab kurang setuju 25%. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yang menjawab setuju lebih besar dibanding responden yang menjawab sangat setuju dan kurang setuju. Hal ini berarti bahwa responden setuju dengan variabel faktor-faktor penetapan harga, yaitu biaya produksi.

Permintaan (X2)

Tanggapan responden tentang variabel faktor-faktor penetapan harga, yaitu permintaan dapat dilihat pada tabel 5. berikut :

Tabel 5. Variabel Permintaan (X2)

Jawaban

Pernyataan	Frekuensi					Total	Persentase (%)					Total
	SS	S	KS	TS	STS		SS	S	KS	TS	STS	
X2.1	5	1	0	0	0	6	83,3	16,7	0	0	0	100
X2.2	2	4	0	0	0	6	33,3	66,7	0	0	0	100
X2.3	0	0	6	0	0	6	0	0	100	0	0	100
X2.4	0	0	6	0	0	6	0	0	100	0	0	100
X2.5	0	6	0	0	0	6	0	100	0	0	0	100
X2.6	0	6	0	0	0	6	0	100	0	0	0	100
X2.7	1	5	0	0	0	6	16,7	83,3	0	0	0	100
X2.8	0	6	0	0	0	6	0	100	0	0	0	100
Jumlah	8	28	12	0	0	48	16,7	58,3	25	0	0	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebesar 16,7% atas variabel faktor-faktor penetapan harga, yaitu permintaan, responden yang menjawab setuju sebesar 58,3% dan responden yang menjawab kurang setuju sebesar 25%. Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang menjawab setuju lebih besar dibanding responden yang menjawab sangat setuju dan kurang setuju. Hal ini berarti bahwa responden setujudengan variabel faktor-faktor penetapan harga, yaitu harga pasar.

Harga Pasar (X3)

Tanggapan responden tentang variabel faktor-faktor penetapan harga, yaitu permintaan dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 6. Variabel Harga Pasar (X3)

Pernyataan	Frekuensi					Total	Persentase (%)					Total
	SS	S	KS	TS	STS		SS	S	KS	TS	STS	
X3.1	6	0	0	0	0	6	100	16,7	0	0	0	100
X3.2	5	1	0	0	0	6	83,3	16,7	0	0	0	100
X3.3	4	2	0	0	0	6	66,7	33,3	0	0	0	100
X3.4	4	2	0	0	0	6	66,7	33,3	0	0	0	100
X3.5	1	5	0	0	0	6	16,7	83,3	0	0	0	100
X3.6	5	1	0	0	0	6	83,3	16,7	0	0	0	100
X3.7	1	5	0	0	0	6	16,7	83,3	0	0	0	100
X3.8	5	1	0	0	0	6	83,3	16,7	0	0	0	100
Jumlah	31	17	0	0	0	48	64,6	35,4	0	0	0	100

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 6., diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebesar 64,6% atas variabel faktor-faktor penetapan harga, yaitu harga pasar. Sedangkan

responden yang menjawab setuju sebesar 35,4%. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yang menjawab sangat setuju lebih besar dibanding responden yang menjawab setuju. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan variabel faktor-faktor penetapan harga, yaitu harga pasar.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya $>0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal. Uji normalitas data menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov test*. Berikut hasil output uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut :

Tabel 7. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		6
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.26093123
	Absolute	.243
Most Extreme Differences	Positive	.243
	Negative	-.188
Kolmogorov-Smirnov Z		.595
Asymp. Sig. (2-tailed)		.871

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.7, diperoleh nilai signifikansi Asymp.sig. (2-tailed) pada variabel X1 (Biaya Produksi), variabel X2 (Permintaan), variabel X3 (Harga Pasar), dan variabel Y (Penetapan Harga) sebesar $0.871 > 0.005$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual pada variabel X1, X2, X3, dan Y di PT Cahaya Mario Brother Group berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah sebuah uji yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Berikut hasil output uji normalitas dapat dilihat pada tabel 8. berikut :

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a	
---------------------------	--

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7.617	15.138		.503	.665		
1							
BIAYA							
PRODUKSI	-.064	.269	-.093	-.237	.835	.829	1.206
PERMINTAAN	-.021	.399	-.021	-.053	.962	.801	1.248
HARGA							
PASAR	.574	.282	.837	2.035	.179	.754	1.326

a. Dependent Variable: PENETAPAN HARGA

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

a. Berdasarkan Nilai Tolerance

Tolerance > 0.10 = Tidak terjadi
 Multikolinearitas Tolerance < 0.10 = Terjadi
 Multikolinearitas

b. Berdasarkan Nilai VIF

VIF < 10.00 = Tidak terjadi
 Multikolinearitas VIF > 10.00 = Terjadi
 Multikolinearitas

Berdasarkan uji multikolinearitas pada Tabel 8, diperoleh nilai variabel X1 berdasarkan nilai tolerance sebesar 0.829 > 0.10, variabel X2 berdasarkan nilai tolerance sebesar 0.801 > 0.10, variabel X3 berdasarkan nilai tolerance sebesar 0.754 > 0.10. Berdasarkan uji multikolinearitas pada variabel X1 dilihat dari nilai VIF sebesar 1.206 < 10.000, variabel X2 dilihat dari nilai VIF sebesar 1.248 < 10.000, variabel X3 dilihat dari nilai VIF sebesar 1.326 < 10.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatanyang lain. Berikut hasil output uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 9. berikut :

Tabel 9. Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
Beta					
(Constant)	4.154	2.300		1.806	.213
1					
BIAYA PRODUKSI	-.045	.041	-.430	-1.107	.384
PERMINTAAN	.042	.061	.271	.687	.563
HARGA PASAR	-.103	.043	-.981	-2.407	.138

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada tabel 9 diperoleh nilai pada variabel X1 (Biaya Produksi) sebesar $0.384 > 0.05$, variabel X2 (Permintaan) sebesar $0.563 > 0.05$, variabel X3 (Harga Pasar) sebesar $0.138 > 0.05$. Sehingadapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada variabel X1, X2, X3.

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel 10. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.617	15.138		.503	.665
1					
BIAYA PRODUKSI	-.064	.269	-.093	-.237	.835
PERMINTAAN	-.021	.399	-.021	-.053	.962
HARGA PASAR	.574	.282	.837	2.035	.179

a. Dependent Variable: PENETAPAN HARGA

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 7.617 + 0.835X_1 + 0.962X_2 + 0.179X_3 + e$. Dengan variabel biaya produksi (X1) menunjukkan uji t hitung sebesar $-0.237 < 4.303$ dengan nilai sig $0.835 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel biaya produksi terhadap penetapan harga (Y). Variabel permintaan (X2) menunjukkan uji t hitung sebesar $-0.053 < 4.303$ dengan nilai sig $0.962 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel permintaan terhadap penetapan harga (Y). Variabel harga pasar (X3) menunjukkan uji t hitung sebesar $2.035 < 4.303$ dengan nilai sig. $0.179 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga pasar terhadap penetapan harga (Y).

Uji t

Uji t (parsial) adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 11, 12, 13 berikut :

a. Variabel Biaya Produksi (X1)

Tabel 11. Uji t pada Variabel Biaya Produksi (X1)

Coefficients ^a					
---------------------------	--	--	--	--	--

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	33.588	9.937		3.380	.028
	BIAYA PRODUKSI	-.235	.322	-.343	-.730	.506

a. Dependent Variable: PENETAPAN HARGA

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada Tabel 11. diperoleh nilai signifikansi $0.506 > 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penetapan harga.

b. Variabel Permintaan (X2)

Tabel 12. Uji t pada Variabel Permintaan (X2)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	18.500	15.171		1.219	.290
	PERMINTAAN	.250	.484	.250	.516	.633

a. Dependent Variable: PENETAPAN HARGA

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada Tabel 12. diperoleh nilai signifikansi $0.633 > 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa permintaan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penetapan harga.

c. Variabel Harga Pasar (X3)

Tabel 13. Uji t pada Variabel Harga Pasar (X3)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.471	6.560		.681	.533
	HARGA PASAR	.588	.176	.857	3.333	.029

a. Dependent Variable: PENETAPAN HARGA

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada Tabel 13. diperoleh nilai signifikansi $0.029 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga pasar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penetapan harga.

Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 14. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	.993	3	.331	1.944	.357 ^b
1	Residual	.340	2	.170		
	Total	1.333	5			

a. Dependent Variable: PENETAPAN HARGA

b. Predictors: (Constant), HARGA PASAR, BIAYA PRODUKSI, PERMINTAAN

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan pengujian terhadap 6 responden, terbukti dari hasil perhitungan secara simultan diperoleh Fhitung sebesar 1.944 sedangkan Ftabel 19.00 yang berarti tidak ada pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui sejauh manakeseluruhan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Apabila angka determinasi semakin kuat, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R square) yang lebih kecil berarti kemampuan variabel menjelaskan variabel dependen adalah terbatas.

Tabel 15. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.745	.362	.413

a. Predictors: (Constant), HARGA PASAR, BIAYA PRODUKSI, PERMINTAAN

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil koefisien determinan pada Tabel 4.15 diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0.863. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinan (R square) sebesar 0.745 yang artinya bahwa pengaruh biayaproduksi, permintaan, dan harga pasar terhadap penetapan harga sebesar 74,5%.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh pada saat melakukan kegiatan observasi adalah faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga pada perusahaan PT. Cahaya Mario Brother Group, yaitu biaya produksi, permintaan, dan harga pasar. Adapun hasil pengujian pada aplikasi SPSS versi 20 sebagai berikut:

1. Biaya Produksi

Pengujian hipotesis diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh biaya produksi terhadap penetapan harga sebesar $0.506 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti, tidak terdapat pengaruh biaya produksi yang signifikan terhadap penetapan harga jual telur. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Simbolon, D.E.S (2019) yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil pengujian diperoleh t_{Hitung} sebesar 46.043, maka dapat diketahui bahwa $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ ($46.043 > 1.690$) dan signifikan $0,000 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga jual.

Berdasarkan hasil koefisien determinan, diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0.863. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinan (R square) sebesar 0.745 yang artinya bahwa pengaruh biaya produksi, permintaan, dan harga pasar terhadap penetapan harga sebesar 74,5% dan 25,5% terdapat pengaruh faktor-faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga jual telur yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini. Secara uji F diketahui nilai signifikan pengaruh biaya produksi, permintaan dan harga pasar terhadap penetapan harga jual telur sebesar $0.357 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh biaya produksi, permintaan, dan harga pasar yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap penetapan harga jual telur.

2. Permintaan

Pengujian hipotesis diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh permintaan terhadap penetapan harga sebesar $0.633 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti, tidak terdapat pengaruh permintaan yang signifikan terhadap penetapan harga jual telur. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Muhajirin dan Maryam (2019) yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh untuk variabel penetapan harga terhadap permintaan yaitu sebesar $0.000 < 0.005$ yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel penetapan harga terhadap variabel permintaan. Berdasarkan hasil koefisien determinan, diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0.863. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinan (R square) sebesar 0.745 yang artinya bahwa pengaruh biaya produksi, permintaan, dan harga pasar terhadap penetapan harga sebesar 74,5% dan 25,5% terdapat pengaruh faktor-faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga jual telur yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini. Secara uji F diketahui nilai signifikan pengaruh biaya produksi, permintaan dan harga pasar terhadap penetapan harga jual telur sebesar $0.357 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh biaya produksi, permintaan, dan harga pasar yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap penetapan harga jual telur.

3. Harga Pasar

Pengujian hipotesis diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh harga pasar terhadap penetapan harga sebesar $0.029 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti, terdapat pengaruh harga pasar yang signifikan terhadap penetapan harga

jual telur. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Irfan Nahar (2019) yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil pengujian diperoleh untuk variabel pasar sebesar $0.741 > 0.05$ yang dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel pasar terhadap penentuan harga.

Berdasarkan hasil koefisien determinan, diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0.863. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinan (R square) sebesar 0.745 yang artinya bahwa pengaruh biaya produksi, permintaan, dan harga pasar terhadap penetapan harga sebesar 74,5% dan 25,5% terdapat pengaruh faktor-faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga jual telur yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini. Secara uji F diketahui nilai signifikan pengaruh biaya produksi, permintaan dan harga pasar terhadap penetapan harga jual telur sebesar $357 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh biaya produksi, permintaan, dan harga pasar yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap penetapan harga jual telur.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Adapun faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual telur pada perusahaan PT. Cahaya Mario Brother Group, yaitu harga pasar.
2. Pengaruh biaya produksi terhadap penetapan harga jual telur sebesar $0.506 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh biaya produksi terhadap penetapan harga jual telur.
3. Pengaruh permintaan terhadap penetapan harga jual telur sebesar $0.633 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh permintaan terhadap penetapan harga jual telur.
4. Pengaruh harga pasar terhadap penetapan harga jual telur sebesar $0.029 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh harga pasar terhadap penetapan harga jual telur.
5. Berdasarkan hasil koefisien determinan, diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0.863. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinan (R square) sebesar 0.745 yang artinya bahwa pengaruh biaya produksi, permintaan, dan harga pasar terhadap penetapan harga sebesar 74,5% dan 25,5% terdapat pengaruh faktor-faktor lain yang mempengaruhi penetapan harga jual telur yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini. Secara uji F diketahui nilai signifikan pengaruh biaya produksi, permintaan dan harga pasar terhadap penetapan harga jual telur sebesar $0.357 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh biaya produksi, permintaan, dan harga pasar yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap penetapan harga jual telur.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, B. 1995. *Ayam Ras Petelur (Gallus sp)*. Penerbit Pustaka Nusatama. Yogyakarta.
- Idayanti., S. Darmawati, U. Nurullita. 2009. *Perbedaan Variasi Lama Simpan Telur Ayam pada Penyimpanan Suhu Almari Es dengan Suhu Kamar terhadap Total Mikroba*. Jurnal Kesehatan 1(12): 19-26.
- Kotler dkk. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga : Jakarta.
- Krisno, R, D. 2013. *Kelayakan Usaha Budidaya Ayam Petelur (Analisis Biaya Manfaat dan BEP pada Keanu Farm, Kendal*. Semarang. [Skripsi]. Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mauliyah Ika Nur dan Kirom Aslichatul Eny. 2018. *Strategi Penentuan Harga Jual Sayuran Pada Pedagang Pasar Tradisional*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 3, No. 1, Februari 2018.

- Muhajirin, F, dkk. *Pengaruh Jenis Produk Pakaian dan Penetapan Harga terhadap Permintaan Konsumen di Kota Palangkaraya*. Palangkaraya.2019.
- Mulyadi, Hary. 2017. “*Analisis Penetapan Harga PD*”. Jasa Saudara Textile. “*Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 12, No. 2, Februari 2017: 101-102.
- Rasyaf, M. 1997. *Peternak Ayam Broiler*. Penerbit Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rudianto, 2013. *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*. Jakarta : Erlangga
- Saladin, Djaslim, 2003. “*Intisari Pemasaran dan Unsur-nsur Pemasaran*”.CetakanKetiga. Bandung : Linda Karya.
- Simbolon, D.E.S. *Pengaruh Biaya Produksi terhadap Penentuan Harga Jualpada UD Martabe Kacang Sihobuk di Kecamatan Sipoholon Kabupaten Tapanuli Uatara*. Medan. 2019.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung :Alvabeta CV.