

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu ini diambil untuk dijadikan acuan dalam melakukan penelitian ini, yang sekiranya berkaitan dengan judul atau masalah pokok penelitian yang saat ini diteliti. Dari penelitian terdahulu tersebut, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang serupa seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengambil beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperluas bahan kajian pada penelitian ini. Berikut adalah beberapa Jurnal Penelitian yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis :

Rediana, Johan, dan Hendripides (2017:8) dengan judul penelitian “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Di Koperasi Unit Desa (Kud) Palapa Desa Muara Bahan Kecamatan Singingi Hilir Kabupaten Kuantan Singingi”. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan April sampai Juni 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 397 orang petani sawit, sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 orang petani. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan cluster sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear sederhana. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa secara simultan biaya produksi berpengaruh terhadap pendapatan petani di Koperasi Unit Desa Palapa. Hasil analisis uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($1034,471 > 4,08$). Dari perhitungan koefisien determinasi biaya produksi mempengaruhi pendapatan petani sebesar 96,5% dan sisanya 3,5% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Hartono (2013:26) dengan judul jurnal “Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Usaha Pekebunan Kelapa Sawit (*Elaeis guineensis* Jacq) Di Desa Bukit Raya Kecamatan Sepaku Kabupaten Penajam Paser Utara”. Hasil

yang diperoleh pada penelitian ini yaitu pengaruh biaya produksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha perkebunan kelapa sawit di Desa Bukit Raya. Secara parsial atau masing-masing variabel hanya variabel biaya penyusutan yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usaha perkebunan kelapa sawit di Desa Bukit Raya. Variabel biaya pupuk, biaya herbisida dan biaya tenaga kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usaha perkebunan kelapa sawit di Desa Bukit Raya. Keeratan hubungan antara biaya produksi (biaya pupuk, biaya herbisida, biaya tenaga kerja dan biaya penyusutan alat) dengan pendapatan usaha perkebunan kelapa sawit di Desa Bukit Raya memiliki hubungan yang erat dan positif.

Miswar (2017:48) dengan judul jurnal “Analisis Pendapatan Penjahit di Kota Kuala Lumpur”. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kota Kuala Lumpur dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pendapatan bersih dari para penjahit. Hasil penelitian diketahui dari 31 responden, rata-rata jahitan dari seluruh responden dalam sebulan adalah 21 unit dan yang terbanyak adalah 40 unit serta yang terendah memperoleh jahitan adalah sebanyak 11 unit. Jumlah jahitan dan harga jahitan pada setiap penjahit terdapat perbedaan jumlah jahitannya yang disebabkan oleh jumlah pelanggan yang berbeda-beda kemudian harga jahitan per unit. Perbedaan harga pada setiap penjahit disebabkan oleh biaya produksi baik biaya tetap maupun biaya tidak tetap yang berbeda dan hal tersebut menyebabkan perbedaan harga setiap unit jahitannya. Kemudian harga tersebut juga ditetapkan oleh masing-masing penjahit tanpa ada penetapan oleh dinas terkait. Ratarata jahitan dari seluruh responden dalam sebulan adalah 21 unit yang terdiri dari celana 11 unit dan baju 10 unit. Maksimal jahitan adalah 40 unit yang terdiri dari 22 unit celana dan 19 unit baju serta yang terendah memperoleh jahitan adalah sebanyak 11 unit yang terdiri dari 5 unit celana dan 4 unit baju. Biaya produksi jahitan ini yang hanya terdiri dari biaya tetap seperti biaya listrik dan upah tenaga kerja serta biaya bahan seperti benang, kancing, resleting dan kain tambahan untuk setiap penjahit berbeda-beda jumlahnya sesuai dengan jumlah jahitan yang diterima. Biaya tetap yang dikeluarkan para penjahit yang terendah adalah Rp 117.000, hal ini sesuai dengan keadaan penjahit yang belum menggunakan dinamo untuk menjahit atau penjahit ini adalah penjahit perseorangan yang masih

menggunakan mesin jahit manual dan biaya tetap yang dikeluarkan pun sangat sedikit. Pendapatan yang diperoleh oleh penjahit di Kecamatan Kota Kualasimpang bervariasi. Perbedaan pendapatan ini dikarenakan jumlah jahitan yang diterima dan diselesaikan juga berbeda-beda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa antara responden satu dengan responden lainnya memperoleh bahan baku tidak sama jumlahnya. Perbedaan perolehan bahan baku ini disebabkan oleh banyaknya penyedia bahan baku seperti benang dan kancing sementara untuk kain pada umumnya dimiliki para pelanggan. Keterbatasan yang dirasakan oleh setiap penjahit adalah listrik yang bila padam maka jahitan akan terhenti, terbatasnya daya listrik yang diakibatkan padam dan terbatasnya kemampuan tenaga dalam menjalankan usaha. Jumlah jahitan (Q) dan harga jahitan per unit (P) yang ditawarkan oleh setiap penjahit kepada setiap pelanggan atau konsumen.

Muttaqin (2013:21) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Purnomo Tailor”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Purnomo Tailor Surabaya. Sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi linier berganda guna menunjukkan besarnya pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Purnomo Tailor Surabaya. Hasil pengujian yang dilakukan secara simultan (Uji F) menunjukkan variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pada Purnomo Tailor Surabaya adalah signifikan yang diindikasikan dengan nilai signifikansi masih dibawah $\alpha = 5\%$. Hasil ini juga didukung dengan perolehan koefisien korelasi berganda sebesar 86,6 % yang mengindikasikan hubungan antara variabel bebas tersebut secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pada Purnomo Tailor Surabaya memiliki hubungan yang kuat. Hasil pengujian secara parsial (uji t) untuk variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara partial masing-masing

mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pada Purnomo Tailor Surabaya. Hasil ini diindikasikan dengan perikahan tingkat signifikan masing-masing variabel tersebut masih dibawah $\alpha = 5\%$. Variabel yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan konsumen adalah variabel keandalan karena mempunyai koefisien korelasi partialnya (r^2) paling besar yaitu sebesar 13,25 % dibandingkan variabel lainnya. Hasil pengujian koefisien determinasi parsial menunjukkan variabel keandalan memiliki nilai koefisien determinasi yang tertinggi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Purnomo Tailor Surabaya.

Zakaria (2017:16) penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan” dengan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam model penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga masing-masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi Blue Bird di Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi Blue Bird di Surabaya, maka dapat disimpulkan ; 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif (searah) terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi Blue Bird di Surabaya. Hal ini mencerminkan bahwa kualitas pelayanan yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. 2) Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif (searah) terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi Blue Bird di Surabaya. Hal ini mencerminkan apabila kualitas suatu produk semakin baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. 3) Harga berpengaruh signifikan dan positif (searah) terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi Blue Bird di Surabaya. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.

Jahanshahi (2011:253) “Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty” Dalam penelitian ini membahas pertanyaan-pertanyaan apakah ada hubungan antara layanan pelanggan

dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dan kesetiaan dalam konteks industri otomotif India dan bagaimana hubungan antara keempat variabel ini. Industri otomotif di India adalah salah satu yang terbesar di dunia dan salah satu yang berkembang pesat secara global. Kepuasan pelanggan dan loyalitas adalah faktor paling penting yang mempengaruhi industri otomotif. Di sisi lain, layanan Pelanggan dapat dianggap sebagai elemen bawaan produk industri. Kualitas layanan pelanggan, kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan kesetiaan dapat diukur pada berbagai tahap, misalnya, pada awal pembelian, dan satu atau dua tahun setelah pembelian. Populasi penelitian adalah semua pemilik mobil Tata Indica di Pune. Hipotesis penelitian akan dianalisis menggunakan regresi dan ANOVA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi positif yang tinggi antara konstruk layanan pelanggan dan kualitas produk dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Halid, Boekoesoe dan Mohune (2017:60) dengan judul jurnal “The influence of cost at production inputs on farmer income at chili pepper commodity in Sub-District Dungaliyo Gorontalo Regency”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pendapatan petani cabai di Kecamatan Dungaliyo di Kabupaten Gorontalo dan untuk menganalisis penggunaan biaya produksi berpengaruh pada pendapatan cabai petani di Kecamatan Dungaliyo Kabupaten Gorontalo. Populasi pada penelitian seluruh petani cabai di Kecamatan Dungaliyo Kabupaten Gorontalo, yang sampelnya sekitar 42 orang. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis pendapatan petani cabai. Model regresi berganda digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pertanian. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa biaya sarana produksi berdampak pada lada hasil pertanian di Kecamatan Dungaliyo seperti biaya sewa peralatan dan mesin pertanian (X1) nilai signifikan <0,01 sangat signifikan, biaya pupuk (X2) nilai signifikan <0,01 sangat signifikan, Obat Biaya - obat (X3) nilai signifikan <0,05 signifikan, dan biaya benih (X4) nilai signifikan <0,01 sangat signifikan dalam bercocok tanam cabai.

Halim, Swasto, dan Firdaus (2014:159) yang berjudul “The Influence of Product Quality, Brand Image, and Quality of Service to Customer Trust and

Implication on Customer Loyalty (Survey on Customer Brand Sharp Electronics Product at the South Kalimantan Province)” Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan pada Kepercayaan Pelanggan, yang kedua menguji Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan pada Loyalitas Pelanggan, dan Kepercayaan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan. Desain Penelitian kausal digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel. Sampel yang diambil sebanyak 200 pelanggan Sharp Electronics dipilih secara accidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Pengujian hipotesis model struktural dilakukan dengan GeSCA (Generalized Structured Component Analysis). Hasilnya menunjukkan ada pengaruh yang signifikan terhadap Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan pada Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, sedangkan Citra Merek dan Kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepercayaan Pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

2.2. Landasan Teori

Seseorang yang mendirikan sebuah usaha ingin mencapai sebuah keberhasilan dalam usahanya tersebut. Keberhasilan dapat diraih tergantung kepada ketersediaan seseorang untuk bertanggung jawab atas usahanya itu sendiri. Harus banyak belajar dan menguasai tentang berwirausaha jika ingin mencapai yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Kekuatan orang datang dari tindakan-tindakan diri sendiri bukan dari tindakan orang lain. Menjadi seorang wirausaha berarti memadukan perwatakan pribadi, keuangan, dan sumber-sumber daya didalam lingkungannya. Setiap wirausaha memiliki perwatakan yang unik dan berbeda-beda.

Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan menemukan dan mengevaluasi peluang-peluang, mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan-keuntungan dari peluang-peluang itu. Wirausaha harus meluangkan sebagian besar waktunya

untuk merencanakan kegiatan-kegiatan bisnis. Semakin berkembangnya perusahaan, kebutuhan perencanaan juga semakin besar. Seorang wirausaha perlu mengelola waktunya dengan efektif, dan penggunaan waktu yang terletak dalam manajemen yang baik.

Menghadapi era persaingan yang semakin ketat, seseorang dituntut untuk memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi sehingga dapat menjalankan usahanya dengan baik. Seperti beberapa pemilik usaha yang berada di Pasar Sunan Giri, pasar yang saat ini menjadi kalangan para penjahit dan toko tekstil mampu bersaing dengan kecanggihan media online yang membuat para penjahit harus bekerja keras mengembangkan keahliannya agar tidak tersaingi oleh media online yang sangat praktis. Namun penjahit pada pasar tersebut masih banyak diminati para pelanggan, karena sebagian orang lebih mementingkan kualitas nyata dibandingkan hanya dilihat melalui media online yang hasilnya belum tentu sesuai keinginan. Maka dengan demikian penjahit harus dapat melihat peluang-peluang dan keinginan pasar dilihat dari segi kebutuhan serta nilai jual yang akan kita tawarkan kepada pelanggan. Oleh karena itu, kita harus membuat usaha yang memiliki nilai jual yang baik dan pastinya dibutuhkan secara berkesinambungan oleh pasar dan konsumen.

2.2.1. Kinerja

2.2.1.1. Pengertian Kinerja

Mangkunegara (2016:67) istilah kinerja berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual Performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang). Pengertian kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Edison (2016:190) mengemukakan Kinerja adalah hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Roziqin (2010:41) menyatakan bahwa kinerja dapat diartikan sebagai keseluruhan proses bekerja dari individu yang hasilnya dapat digunakan landasan untuk menentukan apakah pekerjaan individu tersebut baik atau tidaknya.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kinerja sebagai hasil kerja yang dicapai oleh individu yang disesuaikan dengan peran atau tugas individu tersebut dalam suatu organisasi yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu dari organisasi dimana individu bekerja.

2.2.1.2. Faktor-faktor Kinerja

Mangkunegara (2016:67) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja antara lain :

a. Faktor Kemampuan

Secara psikologis, kemampuan pegawai terdiri dari kemampuan potensi dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka ia lebih mudah mencapai kinerja yang diharapkan.

b. Faktor Motivasi

Motivasi berbentuk dari sikap seseorang pegawai dalam menghadapi situasi motivasi merupakan kondisi, yang menggerakkan dari pegawai yang terarah untuk mencapai tujuan kerja.

2.2.1.3. Dimensi Kinerja

Edison dkk. (2016:195) dimensi kinerja terdiri dari :

a. Target

Target merupakan indikator terhadap pemenuhan jumlah barang, pekerjaan, atau jumlah uang yang dihasilkan.

b. Kualitas

Kualitas merupakan elemen penting, karena kualitas yang dihasilkan menjadi kekuatan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

c. Waktu Penyelesaian

Penyelesaian yang tepat waktu membuat kepastian distribusi dan penyerahan pekerjaan menjadi pasti, hal ini merupakan modal untuk membuat kepercayaan pelanggan.

d. Taat Asas

Tidak saja harus memenuhi target, kualitas dan tepat waktu tapi juga harus dilakukan dengan cara yang benar, transparan dan dapat dipertanggung jawabkan.

2.2.1.4. Indikator Kinerja

Setiawan (2014:147) mengemukakan bahwa untuk mengukur kinerja dapat menggunakan indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Ketepatan penyelesaian tugas
- b. Kesesuaian jam kerja
- c. Tingkat kehadiran
- d. Kerjasama antar karyawan
- e. Kepuasan kerja

2.2.2. Sistem Operasi

Sistem Operasi/Produksi adalah suatu sistem yang melakukan perhitungan terhadap besarnya biaya produksi, proses produksi, dan hasil produksi. Dalam sistem informasi produksi, hasil yang dibutuhkan oleh pengguna pada awalnya adalah menentukan biaya jasa produksi yang harus dibayarkan oleh pelanggan dari permintaan yang diberikan. Karena untuk setiap jenis permintaan memiliki karakteristik tersendiri maka pengusaha harus dapat memperhitungkan biaya bahan, biaya operasional, dan keuntungan yang akan diperoleh dari hasil produksi untuk setiap permintaan tersebut.

Alat bantu kerja yang akan digunakan dalam mengerjakan pesanan tersebut harus ditentukan jadwal penggunaannya terlebih dahulu agar tidak terjadi perebutan alat kerja antar karyawan dalam mengerjakan pesanan yang berbeda atau terjadi karyawan yang menunggu antrian penggunaan alat kerja, yang dapat menyebabkan karyawan tidak dapat bekerja dengan cepat sesuai dengan target yang telah ditentukan. Perusahaan juga harus menentukan karyawan dari bagian mana saja yang akan mengerjakan pesanan dari pelanggan serta perusahaan menentukan target yang harus diselesaikan oleh karyawan. Setiap pesanan dikerjakan oleh suatu kelompok karyawan tertentu yang ditentukan oleh perusahaan agar seluruh karyawan dapat terorganisir dengan baik dalam suatu kelompok dan setiap kelompok akan bertanggung jawab terhadap pekerjaannya masing-masing.

Berdasarkan sistem tersebut maka perusahaan akan dapat mengambil keputusan dalam memberikan pekerjaan dan target yang merata terhadap masing-masing karyawan sesuai dengan bagiannya.

2.2.3. Pengertian Penjahit Busana (Tailor)

Penjahit atau tailor adalah seseorang yang menjahit busana atau pakaian seperti kemeja, celana, rok, jas, dan lain-lain. Saat melakukan pekerjaannya, penjahit perlu menggunakan tangan ataupun dengan mesin jahit. Sedangkan menjahit adalah pekerjaan menyambung (melepit, mengelim, melekatkan) kain/bahan menggunakan jarum dan benang baik dengan mesin atau dengan keahlian tangan. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa segala kegiatan yang berkaitan dengan kain, jarum, dan benang dapat dikatakan sebagai kegiatan menjahit.

Adapun pengertian lebih khusus tentang menjahit adalah proses pembuatan busana yang dimulai dengan mengukur, membuat pola, merancang bahan, memotong, memindahkan garis pola, menyambung dan penyelesaian.

Pengertian pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penjahit adalah orang yang mata pencahariannya menjahit pakaian, tas, dan sebagainya.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan penjahit atau tailor adalah orang yang melakukan proses pembuatan berbagai busana untuk konsumen yang berbeda sesuai keinginannya.

2.2.4. Biaya

2.2.4.1. Pengertian Biaya

Mulyadi (2015:8) mengemukakan bahwa “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu”.

Bastian, Bustami, dan Nurlela (2012:7) mengemukakan bahwa “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu”.

Sedangkan Firdaus mengatakan (2012:22) mengemukakan bahwa “Biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi tahunan”.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat diketahui bahwa biaya merupakan pengorbanan ekonomis untuk mencapai tujuan tertentu yang dilakukan untuk memperoleh barang dan jasa serta pengorbanan dari sumber ekonomi tersebut diukur dengan satuan uang untuk masa yang akan datang dan mempunyai manfaat melebihi satu periode.

2.2.4.2. Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya merupakan proses penggolongan biaya berdasarkan tujuan dari informasi biaya yang disajikan untuk memudahkan dalam melakukan pencatatan biaya dan menyusun laporan keuangan, serta memberikan gambaran informasi yang akurat kepada pihak manajemen dalam pengambilan kebijakan atas biaya.

Bustami dan Nurlela (2012:12) mengemukakan bahwa “Klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokan biaya secara

sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memqqqberikan informasi yang lebih tingkas dan penting”.

Bustami dan Nurlela (2012:12), menyatakan bahwa klasifikasi biaya yang umum digunakan adalah sebagai berikut :

1. Biaya dalam hubungan dengan produk.

Dikelompokkan menjadi biaya produksi dan biaya nonproduksi. Biaya produksi, adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi terdiri atas:

- a. Biaya bahan baku langsung, adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.
- b. Biaya tenaga kerja langsung, adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.
- c. Biaya overhead pabrik, adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk jadi.

2. Biaya dalam hubungan dengan volume produksi.

Biaya dalam hubungan dengan volume atau perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi elemen:

- a. Biaya variabel, adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan, tetapi secara per-unit tetap.
- b. Biaya tetap, adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relevan tertentu, tetapi secara per-unit berubah.
- c. Biaya semi, adalah biaya di dalamnya mengandung unsur tetap dan memperlihatkan karakter tetap dan variabel.
- d. Biaya semi tetap, adalah biaya yang berubah dan volume secara bertahap.

3. Biaya dalam hubungan dengan departemen produksi.
Pengelompokan biaya dalam hubungannya dengan departemen produksi yaitu:
 - a. Biaya langsung departemen, adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan.
 - b. Biaya tidak langsung departemen, adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan.
4. Biaya dalam hubungan dengan periode waktu.
Hubungan dengan periode waktu biaya dapat dikelompokkan menjadi:
 - a. Biaya pengeluaran modal, adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat di masa depan dan dalam jangka waktu yang panjang dan dilaporkan sebagai aktiva.
 - b. Biaya pengeluaran pendapatan, adalah biaya yang memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban.
5. Biaya dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan. Biaya dalam pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi:
 - a. Biaya relevan, adalah biaya masa akan datang yang berbeda dalam beberapa alternatif yang berbeda. Biaya ini harus direncanakan terlebih dahulu karena akan mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan dimasa mendatang. Biaya relevan terdiri dari:
 - Biaya diferensial, adalah selisih biaya atau biaya yang berbeda dalam beberapa alternatif pilihan.
 - Biaya kesempatan, adalah kesempatan yang dikorbankan dalam memilih suatu alternatif.
 - Biaya tersamar, adalah biaya yang tidak kelihatan dalam catatan akuntansi tetapi mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.
 - Biaya nyata, adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan akibat memilih suatu alternatif.
 - Biaya yang dapat dilacak, adalah biaya yang dilacak kepada produk selesai.

- b. Biaya tidak relevan, adalah biaya yang dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun. Biaya tidak relevan dapat dikelompokkan menjadi elemen:
- Biaya masa lalu, adalah biaya yang sudah dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun.
 - Biaya terbenam, adalah biaya yang tidak dapat kembali.

2.2.5. Biaya Produksi

2.2.5.1. Pengertian Biaya Produksi

Salman (2016:33) mengemukakan bahwa “Biaya Produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa”.

Mahardhika (2018:187) mengemukakan bahwa “Biaya Produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut”.

Sedangkan Sukirno (2016:208) mengemukakan biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut.

Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu :

1. Biaya Eksplisit

Biaya eksplisit adalah pengeluaran-pengeluaran perusahaan yang berupa pembayaran dengan uang untuk mendapatkan faktor-faktor produksi dan bahan mentah yang dibutuhkan.

2. Biaya Tersembunyi

Biaya tersembunyi adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Sukirno (2016:209), telah diterangkan bahwa di dalam menganalisis biaya produksi perlu dibedakan menjadi dua jangka waktu, yaitu :

1. Biaya Produksi Dalam Jangka Pendek

Yaitu jangka waktu dimana sebagian faktor produksi tidak dapat ditambah jumlahnya.

2. Biaya Produksi Dalam Jangka Panjang

Yaitu jangka waktu dimana semua faktor produksi dapat mengalami perubahan.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

2.2.5.2. Unsur-unsur Biaya Produksi

Berdasarkan pengertian biaya produksi diatas dapat disimpulkan yang termasuk dalam unsur-unsur biaya produksi adalah :

Supriyono (2011:193) menyatakan bahwa :

1. Biaya Bahan Baku adalah harga semua harga perolehan dari bahan baku yang dipakai didalam pengolahan produk.
2. Biaya Tenaga Kerja adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Biaya tenaga kerja dibagi menjadi dua yaitu :
 - a. Biaya tenaga kerja langsung, adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Contoh : gaji buruh pabrik
 - b. Biaya tenaga kerja tidak langsung, adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Contoh : gaji mandor, gaji kepala departemen produksi, gaji departemen listrik.
3. Biaya Overhead Pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Elemen-elemen meliputi biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya depresiasi dan

amortisasi aktiva tetap pabrik, biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, biaya listrik dan air pabrik, biaya asuransi, dan biaya overhead pabrik lainnya.

2.2.6. Kualitas Produk

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dapat juga didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan. Sebagai salah satunya yaitu kualitas produk/barang.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tidak adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dalam usahanya. Konsumen akan membeli produk jika merasa cocok, karena itu produk harus di sesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan konsumen agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Kotler dan Amstrong (2012:11) mengemukakan bahwa “Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoperasian, dan reparasi produk, serta atribut produk lainnya”.

Feingenbaum dalam Marwanto (2015:153) menyatakan bahwa :

“Kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan harapan pelanggan”.

Kotler dan Keller (2012:164) mengemukakan bahwa kualitas produk kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan penilaian konsumen tentang kemampuan produk tersebut dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan yang diinginkan oleh

konsumen itu sendiri. Jadi definisi kualitas produk tergantung pada persepsi dan pandangan setiap konsumen terhadap produk. Karena itu, pengertian kualitas produk bisa saja berlainan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lain.

Kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan harapan konsumen. Maka, perusahaan penyedia produk dapat memberikan kinerja yang baik untuk mencapai kepuasan konsumen melalui cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalisir pengalaman yang kurang menyenangkan konsumen dalam menggunakan produk. Apabila kinerja dari suatu yang diterima dan dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas produk yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan konsumen.

Kotler (2012:203) mengatakan ada beberapa mengenai dimensi kualitas produk, antara lain apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar maka perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Oleh karena itu, kualitas produk dapat dimasukkan pada 9 dimensi yaitu sebagai berikut :

1. *Bentuk*, produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.
2. *Ciri-ciri produk*, karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. *Kinerja*, berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
4. *Ketepatan dan kesesuaian*, berkaitan dengan tingkat persaingan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

Kesesuaian ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

5. *Daya tahan*, berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan tanpa menimbulkan masalah pada saat penggunaan.
6. *Keandalan*, berkaitan dengan kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
7. *Kemudahan perbaikan*, berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika mengalami kerusakan. Pada dasarnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.
8. *Gaya*, penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk.
9. *Desain*, keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

2.2.7. Kualitas Pelayanan

2.2.7.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kosasih (2009:145) mengemukakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah bentuk pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang sering disebut sebagai customer service, atau sales service”. Pelayanan yang diberikan tersebut meliputi keramahan, kesopanan, keterampilan dalam memperbaiki, kecekatan dalam melayani konsumen dan sebagainya. Kalau konsumen membeli suatu produk, yang dibeli konsumen itu sebenarnya bukan produknya saja tetapi juga senyum pelayanannya. Jadi akan menjadi sia-sia jika menyediakan produk yang bagus namun tidak disertai dengan keramahannya dalam pelayanannya, karena akan menyebabkan konsumen akan menjauh.

Tjiptono (2011:59) menyatakan bahwa : “Kualitas Pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Selain definisi pelayanan diatas kotler pun ikut mendefinisikan pelayanan sebagai “Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak

terikat pada suatu produk secara fisik” (Kotler dalam Lukman) dalam buku Daryanto (2014:135).

Karakteristik yang harus diperhitungkan dalam perbaikan kualitas jasa pelayanan ada 10 dimensi antara lain sebagai berikut :

1. Kepastian waktu pelayanan

Ketepatan waktu yang diharapkan berkaitan dengan waktu proses atau penyelesaian, pengiriman, penyerahan, jaminan atau garansi dan menanggapi keluhan.

2. Akurasi pelayanan

Akurasi pelayanan berkaitan dengan realibitas pelayanan, bebas dari kesalahan-kesalahan.

3. Kesopanan dan keramahan

Memberikan pelayanan personil yang berada digaris depan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan harus dapat memberikan sentuhan pribadi yang menyenangkan. Sentuhan pribadi yang menyenangkan tercermin melalui penampilan, bahasa tubuh, dan tutur kata yang sopan, ramah, lincah, dan gesit.

4. Tanggung jawab

Tanggung jawab dalam penerimaan pesan atau permintaan dan penanganan keluhan pelanggan eksternal.

5. Kelengkapan

Kelengkapan pelayanan menyangkut lingkup (cakupan) pelayanan ketersediaan sarana pendukung.

6. Kemudahan mendapatkan pelayanan

Kemudahan mendapatkan pelayanan berkaitan dengan banyaknya petugas yang melayani dan fasilitas yang mendukung.

7. Pelayanan pribadi

Pelayanan pribadi berkaitan dengan ruang/tempat pelayanan, kemudahan, ketersediaan, data/informasi dan petunjuk-petunjuk.

8. Variasi model pelayanan

Variasi model pelayanan berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola baru pelayanan.

9. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan

Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan berkaitan dengan ruang tunggu pelayanan kemudahan, ketersediaan, data dan informasi, serta petunjuk-petunjuk.

10. Atribut pendukung pelayanan

Atribut pendukung pelayanan yang dimaksud dalam hal ini adalah sarana dan prasarana yang diberikan dalam proses pelayanan.

2.2.7.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa dimensi atau faktor yang digunakan konsumen atau pengguna jasa dalam menentukan kualitas pelayanan, menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam buku Tjiptono (2012:174-175) menyatakan bahwa ada lima dimensi pokok yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi. *Tangibles* banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam rangka untuk meningkatkan imagenya, memberikan kelancaran kualitas kepada para pelanggannya.
2. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dalam pengertian yang lebih luas *reliability* dapat diartikan bahwa perusahaan menyampaikan

janji-janjinya mengenai penyampaian jasa, prosedur pelayanan, pemecahan masalah dan penentuan harga. Para pelanggan biasanya ingin sekali melakukan kerja sama dengan perusahaan yang bisa memenuhi janji-janjinya terutama mengenai sesuatu yang berhubungan dengan jasa.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Dimensi ini menekankan pada perhatian penuh dan kecepatan dalam melakukan hubungan dengan para pelanggan baik itu permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah-masalah.
4. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Merupakan dimensi terpenting dari suatu pelayanan dimana para pelanggan harus bebas dari bahaya resiko yang tinggi atau bebas dari keragu-raguan dan ketidakpastian.
5. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal terpenting dari empati adalah cara penyampaian baik secara personal maupun biasa. Para pelanggan dianggap sebagai orang yang penting dan khusus.

Kelima dimensi diatas dapat dipenuhi dengan sebaik-baiknya dalam memberikan pelayanan untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik.

2.2.7.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Tjiptono (2012:174-175) antara lain :

- Keandalan
- Kesadaran
- Perhatian
- Ketepatan
- Konsumen tidak harus menunggu pelayanan lama
- Kemampuan administrasi petugas pelayanan
- Kemampuan teknis petugas pelayanan

- Kemampuan sosial petugas pelayanan
- Keamanan
- Keramahan petugas pelayanan
- Kepedulian petugas pelayanan

2.2.8. Pendapatan

2.2.8.1. Pengertian Pendapatan

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 23 tahun 2017 tentang definisi pendapatan yaitu Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

Mursyidi (2010:30) mengemukakan bahwa “Pendapatan (*revenue*) adalah aliran masuk atau kenaikan lain aktiva suatu badan usaha atau pelunasan utangnya (atau kombinasi keduanya) selama satu periode yang berasal dari penyerahan atau pembuatan barang, penyerahan jasa, atau dari kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama badan usaha”.

Pendapatan hanya meliputi arus masuk bruto dari manfaat ekonomik yang diterima dan dapat diterima oleh entitas untuk entitas itu sendiri. Jumlah yang ditagih untuk kepentingan pihak ketiga, seperti pajak pertambahan nilai dan pajakpenjualan, bukan merupakan manfaat ekonomik yang mengalir ke entitas dan tidak mengakibatkan kenaikan ekuitas. Oleh karena itu, hal tersebut dikeluarkan dari pendapatan.

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus kas masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal.

1. Pendapatan menurut ilmu ekonomi

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.

2. Pendapatan menurut ilmu akuntansi

Banyak konsep pendapatan didefinisikan dari berbagai literatur akuntansi dan teori akuntansi. Namun pada dasarnya konsep pendapatan dapat ditelusuri dari dua sudut pandang, yaitu :

- Pandangan yang menekankan pada pertumbuhan atau peningkatan jumlah aktiva yang timbul sebagai hasil dari kegiatan operasional perusahaan.
- Konsep dasar pendapatan pada dasarnya adalah suatu proses mengenai arus penciptaan barang dan jasa oleh perusahaan selama jangka waktu tertentu.
- Konsep pendapatan sering juga dilihat melalui pengaruhnya terhadap ekuitas pemilik. Berbagai definisi yang timbul sering merupakan kombinasi konsep-konsep tersebut.

2.2.8.2. Pengukuran Pendapatan

Pendapatan diukur dalam satuan nilai tukar produk/jasa dalam suatu transaksi yang bebas. Nilai tukar tersebut menunjukkan ekuivalen kas atau nilai diskonto tunai dari uang yang diterima atau akan diterima dari transaksi penjualan. Dalam beberapa hal, nilai tersebut mungkin ekuivalen dengan harga yang disepakati dari transaksi dengan pembeli. Namun, cadangan tertentu harus dibentuk sampai kas benar-benar diterima. Penjualan pada saat sekarang menghasilkan pendapatan sebesar nilai sekarang. Akan tetapi untuk penjualan yang pembayarannya dilakukan periode berikutnya mungkin akan menghasilkan

pendapatan yang kurang dari saat transaksi. Hal ini dapat terjadi karena kemungkinan adanya potongan yang diberikan pada penjualan tersebut. Apabila periode pengumpulan kas relatif pendek, maka pemotongan dapat dihiraukan. Ada tiga alasan yang mendukung perlakuan ini, yaitu :

- a. Pada tingkat potongan yang rendah, jumlah yang relatif kecil tidak akan mempengaruhi tingkat pendapatan.
- b. Karena potongan dapat diklasifikasikan sebagai bagian dari total pendapatan, pengaruh utamanya ada pada masalah pengakuan. Potongan harus segera dicatat setelah pendapatan diakui. Akan tetapi apabila jumlah potongan tidak material, maka pengaruhnya terhadap laba periode juga tidak terlalu besar.
- c. Penggolongan pendapatan yang timbul dari penjualan yang disertai potongan, dapat diakui sebagai rugi dan akan mengurangi pendapatan.

Ikatan Akuntan Indonesia dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 23 menjelaskan kapan suatu pendapatan diakui adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan dari transaksi penjualan produk diakui pada saat tanggal penjualan, biasanya merupakan tanggal penyerahan produk kepada pelanggan.
2. Pendapatan atas jasa yang diberikan oleh perusahaan jasa diakui pada saat jasa tersebut telah dilakukan dapat dibuat fakturnya. Imbalan yang diperoleh atas penggunaan aktiva sumber-sumber ekonomi perusahaan oleh pihak lain, seperti pendapatan bunga, dan royalty diakui sejalan dengan berlakunya waktu atau pada saat digunakan aktiva yang bersangkutan.
3. Pendapatan dari penjualan aktiva diluar barang dagangan seperti penjualan aktiva tetap atau surat berharga diakui pada saat tanggal penjualan.

2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian

2.3.1. Pengaruh Biaya Produksi terhadap Pendapatan

Pengaruh antar variabel penelitian menunjukkan pada biaya produksi, dimana biaya produksi yang dimaksud adalah biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk (bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik)”. Hal ini juga berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh nantinya pada suatu perusahaan. Pendapatan artinya sesuatu yang dihasilkan oleh potensi jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Pendapatan dapat diukur dengan jumlah rupiah aktiva baru yang diterima dari pihak lain. Aktiva baru tersebut merupakan aktiva penukar yang diterima perusahaan atas barang/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan kepada pihak lain. Ketika biaya produksi naik, maka akan diikuti dengan naiknya pendapatan, dengan asumsi kenaikan harga pokok penjualan diimbangi dengan naiknya penjualan. Sebaliknya, jika biaya produksi turun maka akan diikuti dengan turunnya pendapatan, dengan asumsi penurunan harga pokok penjualan diimbangi dengan turunnya penjualan.

2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pendapatan

Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan dalam suatu perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing disebuah pasar. Dikarenakan kemampuan ekonomi dan kecanggihan teknologi, sebagian masyarakat semakin kritis dalam memilih suatu produk. Kalangan masyarakat selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang diinginkan. Namun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya mahal.

2.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pendapatan

Pengaruh antara kualitas pelayanan dengan pendapatan, pelayanan merupakan suatu produk utama yang akan dijual oleh perusahaan jasa. Perusahaan diharapkan dapat selalu memberikan tingkat pelayanan yang baik. Suatu pelayanan dapat dikatakan baik apabila pelayanan tersebut dapat mengenai

sasaran, dalam arti sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan konsumen pemakai jasa. Oleh karena itu, dengan memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dapat menciptakan keyakinan pada konsumen. Kualitas pelayanan yang memuaskan akan mendorong tingkat pendapatan yang diperoleh pada perusahaan tersebut, serta dapat meningkatkan kesetiaan konsumen kembali lagi untuk menggunakan jasa tersebut. Hal tersebut otomatis berpengaruh pada peningkatan pendapatan yang akan diperoleh.

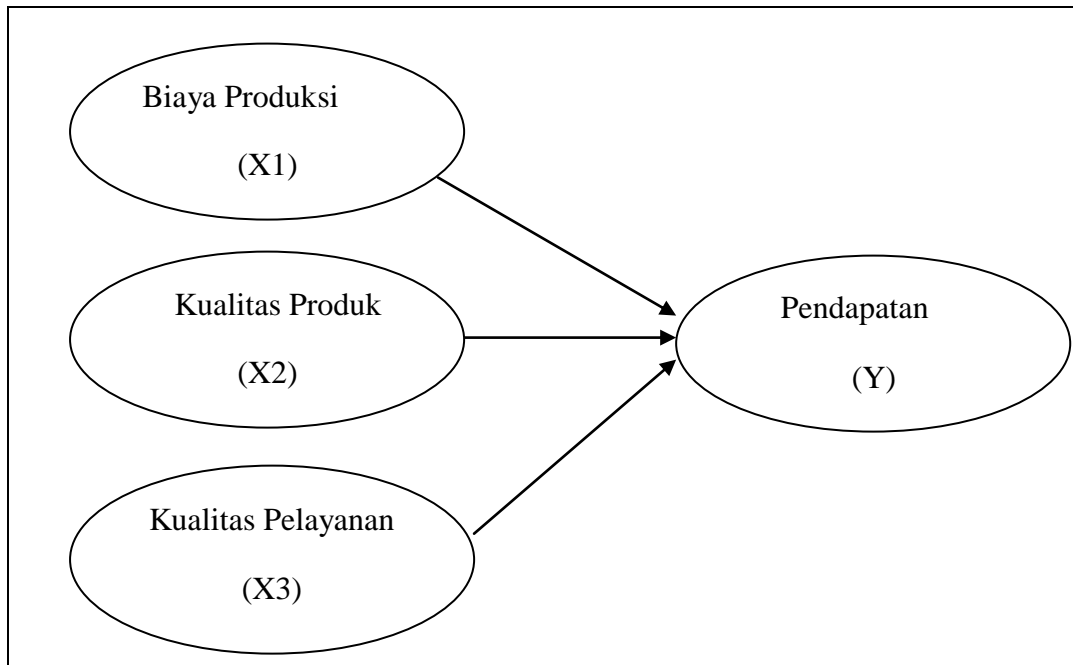
2.3.4. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan peneliti sampai melalui data yang terkumpul. Berdasarkan teori yang ada, maka dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : Biaya produksi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penjahit di pasar sunan giri rawamangun.
- H2 : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penjahit dipasar sunan giri rawamangun.
- H3 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penjahit di pasar sunan giri rawamangun.
- H4 : Biaya produksi, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penjahit dipasar sunan giri rawamangun.

2.4. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian-penelitian terdahulu, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan gambar 2.1 tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian yang akan dilakukan yaitu terkait pengaruh kinerja sistem operasi terhadap pendapatan tailor di Wilayah Pasar Sunan Giri Jakarta Timur maka dapat diukur dari pengaruh biaya produksi terhadap pendapatan, kualitas produk terhadap pendapatan, dan kualitas pelayanan terhadap pendapatan.