

ANALISIS BIAYA PEMASARAN BERDASARKAN PRODUK DAN PENGARUHNYA TERHADAP LABA PADA UMKM HURY AKSESORIS JENITRI

RETNO AYU AFRIYANI
Email : retnoayu1707@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui biaya pemasaran, alokasi biaya pemasaran, dan perolehan laba/rugi pada tasbih, kalung, dan gelang di UMKM “Hury Aksesoris Jenitri” tahun 2014. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif. Penghitungan alokasi biaya bersama (*joint cost*) untuk kegiatan pemasaran menggunakan metode nilai harga jual relatif. Dari hasil perhitungan dalam penelitian ini diketahui produk yang memiliki biaya pemasaran tertinggi adalah produk tasbih sebesar Rp 1.973.684,00 (46%), gelang sebesar Rp 1.861.589,00 (34%), dan kalung sebesar Rp 1.591.463,00 (20%); sedangkan laba yang tertinggi diperoleh dari penjualan tasbih sebesar Rp 4.183.577,00 (48%), laba penjualan gelang Rp 4.167.485,00 (37%), dan laba penjualan kalung sebesar Rp 3.428.152,00 (15%). Hal ini berarti bahwa produk tasbih memberikan kontribusi tertinggi terhadap total laba usaha yang diperoleh perusahaan selama penjualan tahun 2014.

Kata kunci: biaya pemasaran, laba.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine marketing costs, allocation of marketing costs, and profit / loss on beads, necklaces, and bracelets in UMKM "Hury Aksesoris Jenitri" in 2014. The type of research used was quantitative descriptive. Calculation of joint cost allocation for marketing activities is the method of relative selling price value. From the results of calculations in this study it is known that the products having the highest marketing costs were prayer beads of Rp. 1,973,684.00 (46%), bracelets of Rp. 1,861,589.00 (34%), and necklaces of Rp. 1,591,463.00. (20%); while the highest profit was obtained from the sale of prayer beads amounting to Rp 4,183,577.00 (48%), sales profit of bracelets amounting to Rp 4,167,485.00 (37%), and sales profit of necklaces amounting to Rp 3,428,152.00 (15%). It means that prayer beads provide the highest contribution to the total operating profit obtained by the company during 2014 sales.

Keywords: marketing costs, profits

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM memiliki peran yang sangat besar terhadap perekonomian nasional. Adapun fungsi dan peran UMKM diantaranya adalah sebagai penyedia barang dan jasa, penyerap tenaga kerja, pemerataan pendapatan, nilai tambah bagi produk daerah, dan peningkatan taraf hidup. Melihat perannya yang begitu besar maka pembinaan dan pengembangan UMKM bukan saja penting sebagai jalur ke arah pemerataan hasil-hasil pembangunan, tetapi juga sebagai unsur pokok dari seluruh struktur industri di Indonesia.

Menurut Kementerian Perindustrian (KEMENPERIN) tahun 2015, kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dari lima tahun terakhir, UMKM juga memberi kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sebanyak 97,22 persen dari 96,99 persen. Dalam menghadapi persaingan di era globalisasi yang bergulir, UMKM di Indonesia dituntut untuk melakukan restrukturisasi dan reorganisasi dengan tujuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin spesifik, dinamis, berkualitas tinggi dan harga yang kompetitif.

Perkembangan bisnis UMKM yang signifikan juga telah berpengaruh hampir di seluruh kabupaten di Indonesia tidak terkecuali di Kabupaten Kebumen. Hal ini memberikan efek yang cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Kebumen dan juga meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat. Berikut data

jumlah UMKM di Kabupaten Kebumen.

Tabel I.1
Data UMKM Kabupaten Kebumen

No	Tahun	Jumlah UMKM
1	2012	42.784
2	2013	42.990
3	2014	43.134
4	2015	43.452
5	2016	44.000

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kebumen, 2016

Suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya perlu mempertimbangkan biaya pengeluarannya salah satunya adalah biaya pemasaran. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk atau barang dagangan sampai ke tangan konsumen. Sedangkan profitabilitas yaitu penghasilan yang diinginkan oleh perusahaan dalam menjual produknya pada periode akuntansi tertentu. Analisis biaya pemasaran dan profitabilitas diperlukan dalam perusahaan untuk mengetahui laba dari masing-masing produksi.

Salah satu UMKM yang mendukung perekonomian daerah Kabupaten Kebumen adalah usaha Hury Aksesoris Jenitri di Kelurahan Kutosari Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. UMKM ini memproduksi berbagai jenis aksesoris dari bahan baku jenitri yang dipasarkan di wilayah Kebumen, Purworejo, Banyumas, Yogyakarta dan Solo.

UMKM “Hury Aksesoris Jenitri” mampu memproduksi aksesoris jenitri sekitar 100 buah aksesoris dalam waktu satu minggu yang terdiri dari 30 pcs kalung, 30 pcs tasbih, dan 40 pcs gelang dengan harga Rp 75.000,- untuk tasbih dan kalung, sedangkan Rp 20.000,- untuk gelang. *Output* tersebut dihasilkan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya teknologi yang dimiliki UMKM “Hury Aksesoris Jenitri”. Tenaga kerja pada UMKM “Hury Aksesoris Jenitri” memproduksi aksesoris jenitri dengan menggunakan alat produksi yang modern dan jumlahnya yang mencukupi sehingga pemilik belum mempertimbangkan biaya pemasaran ketika permintaan meningkat. Permintaan produk meningkat ketika banyak usaha-usaha baru yang mulai berdiri, dan mendekati hari-hari raya, atau hari libur tertentu. Dalam proses produksi diperlukan adanya perencanaan agar proses produksi dapat berjalan dengan baik, sehingga produk yang dihasilkan memiliki kuantitas dan kualitas yang baik.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis mengambil judul penelitian “Analisis Biaya Pemasaran Berdasarkan Produk dan Pengaruhnya terhadap Laba pada UMKM Hury Aksesoris Jenitri”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yang dapat menjadi obyek penelitian sebagai berikut;

1. Berapakah besar biaya pemasaran menurut jenis produk pada UMKM Hury Aksesoris Jenitri tahun 2014?

2. Berapakah besar laba yang dihasilkan dari tiap jenis produk berdasarkan tahun 2014?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak menyimpang dari judul yang telah ditentukan dan untuk mempermudah pembahasan, maka ruang lingkup dan pembatasan dibatasi pada analisis biaya pemasaran menurut jenis produk terhadap laba pada UMKM Hury Aksesoris Jenitri tahun 2014. Untuk membantu menghitung analisis tersebut penulis menggunakan salah satu metode biaya bersama yaitu metode nilai jual relatif.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui biaya pemasaran yang dikeluarkan UMKM Hury Aksesoris Jenitri tahun 2014.

Untuk mengetahui laba UMKM Hury Aksesoris Jenitri pada setiap jenis produk tahun 2014.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan memperluas pengetahuan tentang analisis biaya pemasaran menurut jenis produk terhadap laba yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan referensi atau rujukan untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan sebagai sumbangan pemikiran bagi UMKM Hury Aksesoris Jenitri agar dapat dipergunakan sebagai bahan

pertimbangan untuk mengelola biaya pemasaran secara efektif.

b. Bagi Akademik

Menambah informasi dan referensi tentang analisis biaya pemasaran menurut jenis produk terhadap laba di perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Putra Bangsa Kebumen.

c. Bagi Penulis

1. Sebagai sarana untuk mentransformasikan teori-teori yang didapat di bangku kuliah khususnya Akuntansi Biaya dan Akuntansi Manajemen.

2. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan khususnya bagi penulis.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen

2.1.1 Pengertian Manajemen

Manajemen dalam bahasa Inggris berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur, mengelola, menjalankan, membina, mengurus, dan memimpin. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen. Ada beberapa pengertian manajemen menurut para ahli, yaitu sebagai berikut:

- a. Menurut Follett dikutip dari (Handoko, 2009:8), mendefinisikan manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.
- b. Menurut Siswanto (2005:2), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan sebagai pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan

seluruh sumber daya organisasi lainnya demi tercapainya tujuan organisasi.

2.1.2 Produksi

Manajemen produksi adalah salah satu cabang ilmu manajemen yang kegiatannya mengatur proses produksi agar dapat menciptakan dan menambah kegunaan suatu barang atau jasa.

2.1.3 Pengertian Produksi

Produksi yaitu mencakup setiap usaha manusia yang menghasilkan barang atau jasa yang secara langsung atau tidak langsung berguna untuk memenuhi suatu kebutuhan manusia (Gilarso, 2002:68).

2.1.4 Proses Produksi

Menurut Yamit (2003:67), produksi dapat diartikan sebagai integrasi sekuensial dari tenaga kerja, material, informasi, metode kerja, dan mesin atau peralatan dalam suatu lingkungan yang kompetitif di pasar. Proses produksi juga dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan dengan melibatkan manusia, bahan serta peralatan untuk menghasilkan produk yang berguna.

2.1.5 Biaya Produksi

Biaya menurut Purwaji *et al.* (2016:15-21) :

1. Biaya Produksi
Biaya produksi adalah biaya yang terkait dengan fungsi produksi, yaitu biaya yang timbul dalam pengolahan bahan baku menjadi produk jadi sampai akhirnya produk tersebut siap untuk dijual. Biaya produksi memiliki tiga elemen, yaitu :
 - Biaya bahan

- Biaya tenaga kerja langsung
 - Biaya *overhead* pabrik
2. Biaya Non Produksi
Biaya non produksi adalah beban yang dikeluarkan tidak memiliki keterkaitan dengan proses produksi. Biaya non produksi memiliki dua elemen, yaitu beban pemasaran, serta beban administrasi dan umum.

2.2 Pemasaran

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Perreault dan Mc Carthy (2008:8), pemasaran (*marketing*) adalah suatu aktifitas yang bertujuan untuk mencapai sasaran perusahaan. Hal ini dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen.

2.2.3 Produk Bersama

Biaya produk bersama (*join product cost*) adalah biaya yang dikeluarkan sejak bahan baku diolah sampai dengan berbagai bahan produk dapat dipisahkan identitasnya. Menurut Mulyadi (2010:335), biaya bersama dapat dialokasikan kepada tiap-tiap produk bersama dengan menggunakan salah satu dari 4 metode dibawah ini :

1. Metode nilai jual relatif
2. Metode rata-rata biaya persatuan
3. Metode rata-rata tertimbang

2.2.4 Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2007:487), dalam arti sempit biaya pemasaran sering kali dibatasi, artinya biaya penjualan yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk

kepasar. Dalam arti sempit ini biaya pemasaran hanya meliputi biaya-biaya yang dikeluarkan sejak produk jadi dikirimkan kepada pembeli sampai produk diterima oleh pembeli.

2.2.5 Karakteristik Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2007:489), biaya pemasaran memiliki karakteristik yang berbeda dengan biaya produksi. Karakteristik biaya pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Banyak ragam kegiatan pemasaran ditempuh oleh perusahaan dalam memasarkan produknya
2. Kegiatan pemasaran seringkali mengalami perubahan sesuai dengan tuntutan perubahan kondisi pasar
3. Kegiatan pemasaran berhadapan dengan konsumen merupakan variabel yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan
4. Dalam biaya pemasaran terdapat biaya tidak langsung dan biaya bersama (*join cost*) yang lebih sulit pemecahannya bila dibandingkan dengan yang terdapat dalam biaya produksi

$$\text{Biaya Pemasaran} = \text{Biaya Iklan} + \text{Biaya Pergudangan} + \text{Biaya Gaji Bagian Pemasaran}$$

2.2.6 Analisis Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2007:490), analisis biaya pemasaran bertujuan untuk menentukan harga pokok produk, pengendalian biaya, perencanaan dan pengarahan kegiatan pemasaran. Cara analisis biaya pemasaran dapat digolongkan menjadi 3, yaitu :

1. Analisis biaya pemasaran menurut jenis biaya atau obyek pengeluaran.
 2. Analisis biaya pemasaran menurut fungsi pemasaran.
 3. Analisis biaya pemasaran menurut usaha pemasaran
- Analisis biaya pemasaran menurut usaha pemasaran dapat dibagi sebagai berikut:
- a. Menurut jenis produk.
 - b. Menurut daerah pemasaran
 - c. Menurut besar pesanan
 - d. Menurut saluran distribusi

Menurut Mulyadi (2007:493), analisis biaya pemasaran dapat dilakukan menurut jenis produk, analisis ini bermanfaat untuk :

1. Menentukan kemampuan tiap-tiap jenis produk dalam menghasilkan laba.
2. Membantu dalam memperkirakan pengaruh perubahan produk dan metode penjualan produk terhadap biaya dan laba.
3. Memberikan informasi biaya untuk pengambilan keputusan penentuan harga jual produk

2.2.7 Manfaat Analisis Biaya Pemasaran Menurut Jenis Produk

Berikut ini adalah salah satu contoh analisis biaya pemasaran berdasarkan jenis produk :

PT. Eliona Sari menjual 3 macam produk : A, B, dan C. biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam bulan Juli 2011

FUNGSI	JUMLAH
Penjualan	Rp xxx
Biaya Iklan	Rp xxx
Biaya Pergudangan	Rp xxx
Biaya Gaji Bagian Pemasara	Rp xxx

Data Dasar Alokasi	Jenis Produk		
	A	B	C
Harga jual per unit	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Harga pokok produksi per unit	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Jumlah produk yang terjual	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Berat produk per unit	xxx unit	xxx unit	xxx unit
Frekuensi produk tercantum dalam faktur penjualan	xxx unit	xxx unit	xxx unit
Frekuensi pesanan	xxx unit	xxx unit	xxx unit

Data mengenai data jual, harga pokok, jumlah, berat, dan transaksi tiap-tiap jenis produk.

FUNGSI PEMASARAN	Data Dasar Alokasi
Penjualan	Harga jual per unit
Biaya Iklan	Harga pokok produksi per unit
Biaya Pergudangan	Jumlah produk yang terjual
Biaya Gaji Bagian Pemasaran	Berat produk per unit
	Frekuensi produk tercantum dalam faktur penjualan
	Frekuensi pesanan

Tarif Alokasi Biaya Pemasaran

Fungsi Pemasaran	Jumlah Biaya Pemasaran	Jumlah Biaya Pemasaran	Jumlah Biaya Pemasaran
	1	2	(1:2)
Penjualan	Rp xxx	Rp xxx	xxx %
Biaya Iklan	Rp xxx	Rp xxx	xxx %
Biaya Pergudangan	Rp xxx	Rp xxx	xxx %
Biaya Gaji Bagian Pemasaran	Rp xxx	Rp xxx	xxx %

Perhitungan tarif alokasi biaya pemasaran :

1	Produk A = (Rp xxx).(Rp xxx)	Rp xxx
	Produk B = (Rp xxx).(Rp xxx)	Rp xxx
	Produk C = (Rp xxx).(Rp xxx)	Rp xxx
	Jumlah	Rp xxx
2	Produk A = (Rp xxx).(xxx Kg)	Rp xxx
	Produk B = (Rp xxx).(xxx Kg)	Rp xxx
	Produk C = (Rp xxx).(xxx Kg)	Rp xxx
	Jumlah	Rp xxx
3	Produk A	xxx Unit
	Produk B	xxx Unit
	Produk C	xxx Unit
	Jumlah	xxx Unit
4	Produk A	xxx Unit
	Produk B	xxx Unit
	Produk C	xxx Unit
	Jumlah	xxx Unit
5	Produk A	xxx kali
	Produk B	xxx kali
	Produk C	xxx kali
	Jumlah	xxx kali
6	Produk A	xxx kali
	Produk B	xxx kali
	Produk C	xxx kali
	Jumlah	xxx kali

Analisis biaya pemasaran menurut jenis produk dalam laporan rugi-laba.

PT. ELIANA SARI

Laporan Rugi-Laba Menurut Jenis Produk

Bulan Juli 2011

	Jumlah	Jenis Produk		
		A	B	C
Hasil penjualan				
Harga pokok penjualan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Laba kotor	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Biaya distribusi :	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Penjualan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Pergudangan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Pembungkusan dan pengiriman	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Advertensi	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Kredit dan penagihan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Akuntansi pemasaran	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Jumlah	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Laba (rugi) bersih	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx

2.3 Laba

2.3.1 Pengertian Laba

Menurut Gade dan Wasif (2005:16), laba yang diperoleh perusahaan adalah selisih pendapatan dan biaya. Perhitungan laba atau rugi perusahaan, dilakukan dengan membandingkan antara pendapatan dalam suatu periode tertentu dengan biaya-biaya untuk memperoleh pendapatan tersebut. Selisih dari pendapatan dan biaya pengeluaran merupakan laba atau rugi untuk periode tersebut. Jika terjadi selisih lebih pendapatan atas biaya pengeluaran yang terjadi berarti perusahaan mendapatkan laba, sedangkan jika terjadi selisih kurang pendapatan atas biaya pengeluaran yang terjadi maka perusahaan mengalami kerugian.

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini penulis memilih UMKM Hury Aksesoris Jenitr yang terletak di Kelurahan Kutosari, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen sebagai objek tempat penelitian mengenai analisis biaya pemasaran menurut jenis produk terhadap laba.

3.2 Sumber Data

3.2.1 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari berbagai buku atau literatur-literatur yang dapat mendukung serta dapat melengkapi masalah pokok bahasan yang diteliti.

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang tepat sangat diperlukan dan penting untuk menentukan baik buruknya suatu penelitian. Pengumpulan data disini merupakan suatu usaha untuk memperoleh keterangan serta kenyataan yang benar-benar nyata dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan selama penelitian, metode, yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Observasi
2. Metode Wawancara
3. Metode Dokumentasi
4. Studi Kepustakaan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah UMKM Hury Aksesoris Jenitri

UMKM “Hury Aksesoris Jenitri” merupakan usaha kecil menengah yang bergerak dalam pembuatan aksesoris

jenitri. Perusahaan ini merupakan perusahaan yang terletak di Kelurahan Kutosari Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen.

Perusahaan ini merupakan perusahaan keluarga yang dikelola oleh keluarga. Pemilik perusahaan saat ini tercatat atas nama Bapak Nanang. Dalam proses produksinya, UMKM “Hury Aksesoris Jenitri” merekrut karyawan dari penduduk lingkungan tempat tinggal Bapak Nanang.

Menurut Bapak Nanang, perusahaan keluarga ini sudah ada sejak tahun 2011. Pada saat ini UMKM “Hury Aksesoris Jenitri” memperkerjakan sekitar tujuh orang karyawan yang diambil dari penduduk lingkungan tempat tinggal Bapak Nanang, baik yang bekerja di lokasi maupun pekerja borongan yang mengerjakan pekerjaannya di rumah dan menyetorkan hasil pekerjaan tersebut ke rumah pemilik usaha.

Tabel IV.1 data produksi aksesoris Jenitri Tahun 2014

No.	Bulan	Jenis Produk			Jumlah
		Tasbih (unit)	Kalung (unit)	Gelang (unit)	
1	Januari	150	150	750	1.050
2	Februari	150	150	750	1.050
3	Maret	150	150	600	900
4	April	150	100	500	750
5	Mei	150	100	500	750
6	Juni	200	150	550	900
7	Juli	200	150	550	900
8	Agustus	150	150	500	800
9	September	100	150	500	750
10	Oktober	150	150	600	900
11	November	150	150	650	950
12	Desember	150	150	700	1.000
Jumlah		1.850	1.700	7.150	10.700

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.2 Data Penjualan Aksesoris Tahun 2014

No.	Bulan	Kuantitas (unit)	Tasbih Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Kuantitas (unit)	Kalung Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)	Kuantitas (unit)	Tasbih Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Januari	100	75.000	7.500.000	80	75.000	6.000.000	350	20.000	7.000.000
2	Februari	90	75.000	6.750.000	95	75.000	7.125.000	455	20.000	9.100.000
3	Maret	80	75.000	6.000.000	70	75.000	5.250.000	350	20.000	7.000.000
4	April	100	75.000	7.500.000	50	75.000	3.750.000	300	20.000	6.000.000
5	Mei	90	75.000	6.750.000	70	75.000	5.250.000	350	20.000	7.000.000
6	Juni	120	75.000	9.000.000	100	75.000	7.500.000	200	20.000	4.000.000
7	Juli	100	75.000	7.500.000	70	75.000	5.250.000	170	20.000	3.400.000
8	Agustus	80	75.000	6.000.000	70	75.000	5.250.000	340	20.000	6.800.000
9	September	80	75.000	6.000.000	70	75.000	5.250.000	300	20.000	6.000.000
10	Oktober	100	75.000	7.500.000	70	75.000	5.250.000	400	20.000	8.000.000
11	November	100	75.000	7.500.000	90	75.000	6.750.000	350	20.000	7.000.000
12	Desember	110	75.000	8.250.000	80	75.000	6.000.000	340	20.000	6.800.000
Jumlah		1.150	900.000	86.250.000	915	900.000	68.625.000	3.905	240.000	78.100.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.3 Biaya Produksi Bulan Januari 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	150	3.000.000
Kalung	100	200	20.000	150	3.000.000
Gelang	30	200	6.000	750	4.500.000
Total BBB					10.500.000

BTK					
Total BTK					3.000.000

BOP					
Listrik dan Air	350.000				
Benang	250.000				
Plastik	150.000				
Total BOP					750.000
Jumlah Biaya Produksi					14.250.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.4 Biaya Produksi Bulan Februari 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	99	200	19.800	150	2.970.000
Kalung	99	200	19.800	150	2.970.000
Gelang	30	200	6.000	750	4.500.000
Total BBB					10.440.000

BTK					
Total BTK					3.000.000

BOP					
Listrik dan Air	350.000				
Benang	250.000				
Plastik	150.000				
Total BOP					750.000
Jumlah Biaya Produksi					14.190.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.5 Biaya Produksi Bulan Maret 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	150	3.000.000
Kalung	100	200	20.000	150	3.000.000
Gelang	30	200	6.000	600	3.600.000
Total BBB					9.600.000

BTK

Total BTK	3.000.000
-----------	-----------

BOP

Listrik dan Air	300.000
Benang	200.000
Plastik	100.000

Total BOP	600.000
Jumlah Biaya Produksi	13.200.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.6 Biaya Produksi Bulan April 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	150	3.000.000
Kalung	100	200	20.000	100	2.000.000
Gelang	30	200	6.000	500	3.000.000
Total BBB					8.000.000

BTK

Total BTK	3.000.000
-----------	-----------

BOP

Listrik dan Air	300.000
Benang	180.000
Plastik	100.000

Total BOP	580.000
Jumlah Biaya Produksi	11.580.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.7 Biaya Produksi Bulan Mei 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	150	3.000.000
Kalung	100	200	20.000	100	2.000.000
Gelang	30	200	6.000	500	3.000.000
Total BBB					8.000.000

BTK

Total BTK 3.000.000

BOP

Listrik dan Air 300.000
Benang 200.000
Plastik 100.000

Total BOP 600.000

Jumlah Biaya Produksi 11.600.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.8 Biaya Produksi Bulan Juni 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	200	4.000.000
Kalung	100	200	20.000	150	3.000.000
Gelang	30	200	6.000	550	3.300.000
Total BBB					10.300.000

BTK

Total BTK 3.000.000

BOP

Listrik dan Air 400.000
Benang 250.000
Plastik 150.000

Total BOP 800.000

Jumlah Biaya Produksi 14.100.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.9 Biaya Produksi Bulan Juli 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	200	4.000.000
Kalung	100	200	20.000	150	3.000.000
Gelang	30	200	6.000	550	3.300.000
Total BBB					10.300.000

BTK

Total BTK	3.000.000
-----------	-----------

BOP

Listrik dan Air	400.000
Benang	250.000
Plastik	150.000
Total BOP	800.000
Jumlah Biaya Produksi	14.100.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.10 Biaya Produksi Bulan Agustus 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	150	3.000.000
Kalung	100	200	20.000	150	3.000.000
Gelang	30	200	6.000	500	3.000.000
Total BBB					9.000.000

BTK

Total BTK	3.000.000
-----------	-----------

BOP

Listrik dan Air	250.000
Benang	200.000
Plastik	130.000
Total BOP	580.000
Jumlah Biaya Produksi	12.580.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.11 Biaya Produksi Bulan September 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	100	2.000.000
Kalung	100	200	20.000	150	3.000.000
Gelang	30	200	6.000	500	3.000.000
Total BBB					8.000.000

BTK

Total BTK	3.000.000
------------------	------------------

BOP

Listrik dan Air	200.000	
Benang	200.000	
Plastik	130.000	
Total BOP		530.000
Jumlah Biaya Produksi		11.530.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.12 Biaya Produksi Bulan Oktober 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	150	3.000.000
Kalung	100	200	20.000	150	3.000.000
Gelang	30	200	6.000	600	3.600.000
Total BBB					9.600.000

BTK

Total BTK	3.000.000
------------------	------------------

BOP

Listrik dan Air	250.000	
Benang	200.000	
Plastik	150.000	
Total BOP		600.000
Jumlah Biaya Produksi		13.200.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.13 Biaya Produksi Bulan November 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	150	3.000.000
Kalung	100	200	20.000	150	3.000.000
Gelang	30	200	6.000	650	3.900.000
Total BBB					9.900.000
BTK					
Total BTK					3.000.000

BOP

Listrik dan Air	300.000
Benang	250.000
Plastik	150.000

Total BOP	700.000
Jumlah Biaya Produksi	13.600.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.14 Biaya Produksi Bulan Desember 2014

BBB					
Nama Produk	Jumlah jenitri/ unit produk	Harga jenitri Per Biji (Rp)	Harga Satuan Produk (Rp)	Kuantitas (unit)	Total (Rp)
Tasbih	100	200	20.000	150	3.000.000
Kalung	100	200	20.000	150	3.000.000
Gelang	30	200	6.000	700	4.200.000
Total BBB					10.200.000
BTK					
Total BTK					3.000.000

BOP

Listrik dan Air	350.000
Benang	280.000
Plastik	200.000

Total BOP	830.000
Jumlah Biaya Produksi	14.030.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.15 Biaya Produk Bersama pada bulan Januari 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total	Persentase	Alokasi Biaya Bersama	Harga Pokok Produk	Harga Pokok Produk/
			BBB	Tarif BOP	(BOP+BTK)	Bersama/ unit	Unit
Tasbih	20.000	150	3.000.000	14%	535.714	3.571	23.571
Kalung	20.000	150	3.000.000	14%	535.714	3.571	23.571
Gelang	6.000	750	4.500.000	71%	2.678.571	3.571	9.571
Jumlah	46.000	1050	10.500.000	100%	3.750.000	10.714	56.714

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.16 Biaya Produk Bersama pada bulan Februari 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total	Persentase	Alokasi Biaya Bersama	Harga Pokok Produk	Harga Pokok Produk/
			BBB	Tarif BOP	(BOP+BTK)	Bersama/ unit	Unit
Tasbih	20.000	150	3.000.000	14%	535.714	3.571	23.571
Kalung	20.000	150	3.000.000	14%	535.714	3.571	23.571
Gelang	6.000	750	4.500.000	71%	2.678.571	3.571	9.571
Jumlah	46.000	1050	10.500.000	100%	3.750.000	10.714	56.714

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.17 Biaya Produk Bersama pada bulan Maret 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total	Persentase	Alokasi Biaya Bersama	Harga Pokok Produk	Harga Pokok Produk/
			BBB	Tarif BOP	(BOP+BTK)	Bersama/ unit	Unit
Tasbih	20.000	150	3.000.000	17%	600.000	4.000	24.000
Kalung	20.000	150	3.000.000	17%	600.000	4.000	24.000
Gelang	6.000	600	3.600.000	67%	2.400.000	4.000	10.000
Jumlah	46.000	900	9.600.000	100%	3.600.000	12.000	58.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV. 18 Biaya Produk Bersama pada bulan April 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total BBB	Persentase Tarif BOP	Alokasi Biaya Bersama (BOP+BTK)	Harga Pokok Produk Bersama/ unit	Harga Pokok Produk/ Unit
Tasbih	20.000	150	3.000.000	20%	716.000	4.773	24.773
Kalung	20.000	100	2.000.000	13%	477.333	4.773	24.773
Gelang	6.000	500	3.000.000	67%	2.386.667	4.773	10.773
Jumlah	46.000	750	8.000.000	100%	3.580.000	14.320	60.320

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.19 Biaya Produk Bersama pada bulan Mei 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (Unit)	Total BBB	Persentase Tarif BOP	Alokasi Biaya Bersama (BOP+BTK)	Harga Pokok Produk Bersama/ unit	Harga Pokok Produk/ Unit
Tasbih	20.000	150	3.000.000	20%	720.000	4.800	24.800
Kalung	20.000	100	2.000.000	13%	480.000	4.800	24.800
Gelang	6.000	500	3.000.000	67%	2.400.000	4.800	10.800
Jumlah	46.000	750	8.000.000	100%	3.600.000	14.400	60.400

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.20 Biaya Produk Bersama pada bulan Juni 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total BBB	Persentase Tarif BOP	Alokasi Biaya Bersama (BOP+BTK)	Harga Pokok Produk Bersama/ unit	Harga Pokok Produk/ Unit
Tasbih	20.000	200	4.000.000	22%	844.444	4.222	24.222
Kalung	20.000	150	3.000.000	17%	633.333	4.222	24.222
Gelang	6.000	550	3.300.000	61%	2.322.222	4.222	10.222
Jumlah	46.000	900	10.300.000	100%	3.800.000	12.667	58.667

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.21 Biaya Produk Bersama pada bulan Juli 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total BBB	Persentase Tarif BOP	Alokasi Biaya Bersama (BOP+BTK)	Harga Pokok Produk Bersama/ unit	Harga Pokok Produk/ Unit
Tasbih	20.000	200	4.000.000	22%	844.360	4.222	24.222
Kalung	20.000	150	3.000.000	17%	633.460	4.223	24.223
Gelang	6.000	550	3.300.000	61%	2.322.180	4.222	10.222
Jumlah	46.000	900	10.300.000	100%	3.800.000	12.667	58.667

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.22 Biaya Produk Bersama pada bulan Agustus 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total	Persentase	Alokasi Biaya Bersama	Harga Pokok Produk Bersama/ unit	Harga Pokok Produk/ Unit
			BBB	Tarif BOP	(BOP+BTK)		
Tasbih	20.000	150	3.000.000	19%	671.250	4.475	24.475
Kalung	20.000	150	3.000.000	19%	671.250	4.475	24.475
Gelang	6.000	500	3.000.000	63%	2.237.500	4.475	10.475
Jumlah	46.000	800	9.000.000	100%	3.580.000	13.425	59.425

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.23 Biaya Produk Bersama pada bulan September 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total	Persentase	Alokasi Biaya Bersama	Harga Pokok Produk Bersama/ unit	Harga Pokok Produk/ Unit
			BBB	Tarif BOP	(BOP+BTK)		
Tasbih	20.000	100	2.000.000	13%	470.667	4.707	24.707
Kalung	20.000	150	3.000.000	20%	706.000	4.707	24.707
Gelang	6.000	500	3.000.000	67%	2.353.333	4.707	10.707
Jumlah	46.000	750	8.000.000	100%	3.530.000	14.120	60.120

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.24 Biaya Produk Bersama pada bulan Oktober 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total	Persentase	Alokasi Biaya Bersama	Harga Pokok Produk Bersama/ unit	Harga Pokok Produk/ Unit
			BBB	Tarif BOP	(BOP+BTK)		
Tasbih	20.000	150	3.000.000	17%	600.000	4.000	24.000
Kalung	20.000	150	3.000.000	17%	600.000	4.000	24.000
Gelang	6.000	600	3.600.000	67%	2.400.000	4.000	10.000
Jumlah	46.000	900	9.600.000	100%	3.600.000	12.000	58.000

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.25 Biaya Produk Bersama pada bulan November 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total	Persentase	Alokasi Biaya Bersama	Harga Pokok Produk Bersama/ unit	Harga Pokok Produk/ Unit
			BBB	Tarif BOP	(BOP+BTK)		
Tasbih	20.000	150	3.000.000	16%	584.211	3.895	23.895
Kalung	20.000	150	3.000.000	16%	584.211	3.895	23.895
Gelang	6.000	650	3.900.000	68%	2.531.579	3.895	9.895
Jumlah	46.000	950	9.900.000	100%	3.700.000	11.684	57.684

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.26 Biaya Produk Bersama pada bulan Desember 2014

Produk Bersama	BBB/ Biji Jenitri	Kuantitas (unit)	Total BBB	Persentase Tarif BOP	Alokasi Biaya Bersama (BOP+BTK)	Harga Pokok Produk Bersama/ unit	Harga Pokok Produk/ Unit
Tasbih	20.000	150	3.000.000	15%	574.500	3.830	23.830
Kalung	20.000	150	3.000.000	15%	574.500	3.830	23.830
Gelang	6.000	700	4.200.000	70%	2.681.000	3.830	9.830
Jumlah	46.000	1000	10.200.000	100%	3.830.000	11.490	57.490

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.27 Harga Pokok Produksi Tahun 2014

No.	Bulan	Harga Pokok Produk			Jumlah
		Tasbih	Kalung	Gelang	
1	Januari	2.357.143	1.885.714	3.350.000	7.592.857
2	Februari	2.121.429	2.239.286	4.355.000	8.715.714
3	Maret	1.920.000	1.680.000	3.500.000	7.100.000
4	April	2.477.333	1.238.667	3.232.000	6.948.000
5	Mei	2.232.000	1.736.000	3.780.000	7.748.000
6	Juni	2.906.667	2.422.222	2.044.444	7.373.333
7	Juli	2.422.222	1.695.556	1.737.778	5.855.556
8	Agustus	1.958.000	1.713.250	3.561.500	7.232.750
9	September	1.976.533	1.729.467	3.212.000	6.918.000
10	Oktober	2.400.000	1.680.000	4.000.000	8.080.000
11	November	2.389.474	2.150.526	3.463.158	8.003.158
12	Desember	2.621.300	1.906.400	3.342.200	7.869.900
Jumlah		27.782.101	22.077.087	39.578.080	89.437.268

Sumber: Data diolah, 2018

Rincian perhitungan harga pokok produksi :

Tabel IV.28 Harga Pokok Produksi bulan Januari 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	100	23.571	2.357.143
Kalung	80	23.571	1.885.714
Gelang	350	9.571	3.350.000
Jumlah HPP produk			7.592.857

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.29 Harga Pokok Produksi bulan Februari 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	90	23.571	2.121.429
Kalung	95	23.571	2.239.286
Gelang	455	9.571	4.355.000
Jumlah			8.715.714

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.30 Harga Pokok Produksi bulan Maret 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	80	24.000	1.920.000
Kalung	70	24.000	1.680.000
Gelang	350	10.000	3.500.000
Jumlah			7.100.000

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.31 Harga Pokok Produksi bulan April 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	100	24.773	2.477.333
Kalung	50	24.773	1.238.667
Gelang	300	10.773	3.232.000
Jumlah			6.948.000

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.32 Harga Pokok Produksi bulan Mei 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	90	24.800	2.232.000
Kalung	70	24.800	1.736.000
Gelang	350	10.800	3.780.000
Jumlah			7.748.000

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.33 Harga Pokok Produksi bulan Juni 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	120	24.222	2.906.667
Kalung	100	24.222	2.422.222
Gelang	200	10.222	2.044.444
Jumlah			7.373.333

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.34 Harga Pokok Produksi bulan Juli 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	100	24.222	2.422.222
Kalung	70	24.222	1.695.556
Gelang	170	10.222	1.737.778
Jumlah			5.855.556

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.35 Harga Pokok Produksi bulan Agustus 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	80	24.475	1.958.000
Kalung	70	24.475	1.713.250
Gelang	340	10.475	3.561.500
Jumlah			7.232.750

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.36 Harga Pokok Produksi bulan September 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	80	24.707	1.976.533
Kalung	70	24.707	1.729.467
Gelang	300	10.707	3.212.000
Jumlah			6.918.000

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.37 Harga Pokok Produksi bulan Oktober 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	100	24.000	2.400.000
Kalung	70	24.000	1.680.000
Gelang	400	10.000	4.000.000
Jumlah			8.080.000

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.38 Harga Pokok Produksi bulan November 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	100	23.895	2.389.474
Kalung	90	23.895	2.150.526
Gelang	350	9.895	3.463.158
Jumlah			8.003.158

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.39 Harga Pokok Produksi bulan Desember 2014

Jenis produk	Jumlah Produk Terjual	Harga Pokok Produksi /unit (Rp)	Harga Pokok Produksi (Rp)
Tasbih	110	23.830	2.621.300
Kalung	80	23.830	1.906.400
Gelang	340	9.830	3.342.200
Jumlah			7.869.900

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.40
Data Biaya Pemasaran Menurut Jenis pada Tahun 2014
(Tasbih, Kalung, Gelang)

No	Bulan	Penjualan	Pengiriman	Biaya Iklan	Akuntansi Pemasaran	Total Biaya Pemasaran
1	Januari	3.800.000	250.000	500.000	150.000	4.700.000
2	Februari	3.800.000	250.000	500.000	150.000	4.700.000
3	Maret	3.400.000	400.000	300.000	150.000	4.250.000
4	April	3.500.000	250.000	500.000	150.000	4.400.000
5	Mei	3.500.000	250.000	400.000	150.000	4.300.000
6	Juni	3.450.000	250.000	500.000	150.000	4.350.000
7	Juli	3.400.000	250.000	450.000	150.000	4.250.000
8	Agustus	3.450.000	200.000	450.000	150.000	4.250.000
9	September	3.500.000	300.000	450.000	150.000	4.400.000
10	Oktober	3.500.000	250.000	500.000	150.000	4.400.000
11	November	3.450.000	250.000	400.000	150.000	4.250.000
12	Desember	3.500.000	250.000	500.000	150.000	4.400.000
Jumlah		42.250.000	3.150.000	5.450.000	1.800.000	52.650.000

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.41
Alokasi Biaya Pemasaran Tahun 2014

No.	Bulan	Alokasi Biaya Pemasaran			Jumlah
		Tasbih	Kalung	Gelang	
1	Januari	1.719.512	1.375.610	1.604.878	4.700.000
2	Februari	1.380.849	1.457.563	1.861.589	4.700.000
3	Maret	1.397.260	1.222.603	1.630.137	4.250.000
4	April	1.913.043	956.522	1.530.435	4.400.000
5	Mei	1.527.632	1.188.158	1.584.211	4.300.000
6	Juni	1.909.756	1.591.463	848.780	4.350.000
7	Juli	1.973.684	1.381.579	894.737	4.250.000
8	Agustus	1.412.742	1.236.150	1.601.108	4.250.000
9	September	1.530.435	1.339.130	1.530.435	4.400.000
10	Oktober	1.590.361	1.113.253	1.696.386	4.400.000
11	November	1.500.000	1.350.000	1.400.000	4.250.000
12	Desember	1.724.466	1.254.157	1.421.378	4.400.000
Jumlah		19.579.741	15.466.187	17.604.072	52.650.000

Sumber : Data diolah, 2018

Tabel IV.54 Harga Pokok Penjualan Tahun 2014

No.	Bulan	Harga Pokok Penjualan			Jumlah
		Tasbih	Kalung	Gelang	
1	Januari	4.076.655	3.261.324	4.954.878	12.292.857
2	Februari	3.502.277	3.696.848	6.216.589	13.415.714
3	Maret	3.317.260	2.902.603	5.130.137	11.350.000
4	April	4.390.377	2.195.188	4.762.435	11.348.000
5	Mei	3.759.632	2.924.158	5.364.211	12.048.000
6	Juni	4.816.423	4.013.686	2.893.225	11.723.333
7	Juli	4.395.906	3.077.135	2.632.515	10.105.556
8	Agustus	3.370.742	2.949.400	7.123.000	13.443.142
9	September	3.506.968	3.458.933	6.424.000	13.389.901
10	Oktober	3.990.361	2.793.253	5.696.386	12.480.000
11	November	3.889.474	3.500.526	4.993.593	12.383.593
12	Desember	4.345.766	3.160.557	4.763.578	12.269.900

Sumber: Data diolah, 2018

Tabel IV.67 Rekapitulasi Laporan Rugi Laba Tahun 2014

No.	Bulan	Jenis Produk			Jumlah
		Tasbih	Kalung	Gelang	
1	Januari	3.423.345	2.303.152	783.411	6.509.908
2	Februari	3.247.723	3.428.152	2.883.411	9.559.286
3	Maret	2.682.740	2.347.397	1.869.863	6.900.000
4	April	3.109.623	1.554.812	1.237.565	5.902.000
5	Mei	2.990.368	2.325.842	1.635.789	6.952.000
6	Juni	4.183.577	3.486.314	1.106.775	8.776.667
7	Juli	3.104.094	2.172.865	767.485	6.044.444
8	Agustus	2.629.258	2.172.865	4.167.485	8.969.608
9	September	2.493.032	1.791.067	(424.000)	3.860.099
10	Oktober	3.509.639	2.456.747	2.303.614	8.270.000
11	November	3.610.526	3.249.474	2.006.407	8.866.407
12	Desember	3.904.234	2.839.443	2.036.422	8.780.100

Sumber: Data diolah, 2018

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada UMKM “Hury Aksesoris Jenitri” tahun 2014, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada UMKM Hury Aksesoris Jenitri biaya pemasaran tertinggi adalah produk tasbih sebesar Rp 1.973.684,00 , gelang sebesar Rp 1.861.598,00 , dan kalung sebesar Rp 1.591.463,00.
2. Laba yang tertinggi diperoleh dari penjualan tasbih sebesar Rp 4.183.577,00 ,laba penjualan gelang sebesar Rp 4.167.485,00 , dan laba penjualan kalung sebesar Rp 3.428.152,00.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya pemasaran tertinggi adalah produk tasbih. Hal ini berarti bahwa produk tasbih memberikan kontribusi tertinggi terhadap total laba usaha yang diperoleh perusahaan selama penjualan tahun 2014.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan, penulis mempunyai beberapa saran baik untuk UMKM “Hury Aksesoris Jenitri” maupun untuk peneliti selanjutnya antara lain:

1. Untuk memaksimalkan laba keseluruhan, maka perusahaan dapat mengalihkan usaha penjualan ke jenis produk yang lebih menguntungkan perusahaan.
2. Menyesuaikan harga jual dengan pasar dan tetap mengusahakan agar kuantitas atau volume penjualan tidak mengalami penurunan.
3. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada industri yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Abdullah, M. Faisal. 2005. Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Edisi Kedua, Cetakkan Kelima. Malang. Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- Ahmadi, R. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta. AR-RUZZ MEDIA.
- Assauri, S. 2008. Manajemen Pemasaran Edisi pertama. Cetakan Kedelapan. Jakarta. Raja Grafindo.
- Carter, W. K. dan U.F. Milton, 2004. Akuntansi Biaya, Penerjemah: Krista, Buku Edisi 1, Edisi Ketigabelas, Jakarta. Salemba Empat.
- Daft, R. L. 2002. Manajemen edisi kelima, jilid satu. Jakarta. Erlangga.
- Debby dan Muhammad. 2017. Analisis Biaya Pemasaran dan Kemampuan Menghasilkan Laba. Juenal Administrasi Bisnis (JAB) 47 (2).
- Gade, Muhammad. 2005. Teori Akuntansi. Jakarta. Almahira.
- Halim, Abdul. 2010. Dasar-Dasar Akuntansi Biaya. Yogyakarta. BFPE.
- Handoko, T Hani. 2009. Manajemen, Cetakan Duapuluh. Yogyakarta. BPEE.
- Hansen. dan Mowen. 2000. Akuntansi Manajemen Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2001. Budgeting Penganggaran: Perencanaan Lengkap Untuk Membantu Manajemen. Edisi Pertama, Cetakan Kedua. Jakarta. PT Indah Karya

- (Persero) Raja Grafindo Persada.
- Kristanti, I. N. 2014. Analisis Biaya Pemasaran Menurut Jenis Produk Terhadap Laba. *Jurnal Fokus Bisnis* 14(2).
- Kusnadi. 2000. *Akuntansi Keuangan Menengah*. Malang. Universitas Brawijaya.
- M. Kiswanto. 2010. Analisis Laba Penjualan Berdasarkan Jenis Produk Pada PT. PUTRISASKIA. *Jurnal Eksis* 6(2).
- Mulyadi. 2000, *Akuntansi Biaya*, Edisi Kelima, Yogyakarta. UPP-STIM YKPN.
- Perreault, dan Mc Carthy. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta. Salemba 4.
- Purwaji, A. W., dan S. Muslim. 2016. *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Rudianto. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta. PT Grasindo.
- Simamora, H. 2000, *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid 1. Edisi Cetak 1. Jakarta. Salemba Empat.
- Stice et al, 2009, *Akuntansi Keuangan Menengah*, Edisi 16, Buku 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta. PT. Salemba Empat.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukardi. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta. Bumi Aksara.
- Supriyono. 1993. *Akuntansi Manajemen 1: Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*, Edisi Pertama Jilid 1. Yogyakarta. BPFE.
- Swastha, Basu. dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern* Edisi 2. Yogyakarta. Liberty.
- Yamit, Zulian. 2003. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi 2. Yogyakarta. Ekonisia

