

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**ANALISIS PENERAPAN TARGET PENJUALAN SMARTPHONE
DENGAN METODE COST PLUS PRICING DI GERAI
ZAM-ZAM CELL BRONDONG**

Tahun Ke 1 dari Rencana 1 Tahun

TIM PENGUSUL:

Ira Megasyara, S.E., M.Ak	(0725089202)
Ninik Mas'adah, SE. M.Ak	(0722028701)
Anggra Yanuarta	(20163101067)

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI**

2021

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN DOSEN PEMULA**

Judul Penelitian : Analisis Penerapan Target Penjualan Smartphone Dengan Metode Cost Plus Pricing Di Gerai Zam-Zam Cell Brondong

Bidang Penelitian : Akuntansi

Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap : Ira Megasyara,S.E.,M.Ak
- b. NIDN : 0725089202
- c. Jabatan Fungsional : Tenaga Pendidik
- d. Program Studi : Akuntansi
- e. Nomor HP : 081331777976
- f. Alamat email : iramegasyara@gmail.com

Anggota Peneliti (1)

- a. Nama Lengkap : Ninik Mas'adah, SE. M.Ak
- b. NIDN : 0722028701
- c. Fakultas/prodi : Akuntansi

Anggota Peneliti (2)

- a. Nama Lengkap : Anggra Yanuarta
- b. NIM : 20163101067
- c. Fakultas/prodi : Akuntansi

Biaya Penelitian : Rp. 14.500.000,-

Lamongan, 09 Februari 2021

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi



Hendrix Irawan, SE., M.M.
NIDN. 9907000243

Ketua Peneliti



Ira Megasyara,S.E.,M.Ak
NIDN. 0725089202

Menyetujui
Ketua LPPM



Abdul Rokhman, S.Kep. Ns. M.Kes.
NIDN. 0720108801

RINGKASAN

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

Tujuan adanya penelitian ini yang pertama, untuk mencapai target dalam penjualan *smartphone* di Gerai Zam-Zam Cell Brondong. Kedua, untuk mengetahui hubungan penerapan target penjualan *smartphone* terhadap peningkatan biaya di Gerai Zam-Zam Cell Brondong.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan Uji Hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan penerapan target penjualan *smartphone* terhadap peningkatan biaya di Gerai Zam-Zam Cell Brondong.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat, taufiq dan hidayahnya, sehingga penullis dapat menyampaikan proposal penelitian ini dengan judul “Analisis Penerapan Target Penjualan *Smartphone* Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Di Gerai Zam-Zam Cell Brondong” hasil penelitian ini disusun dengan melibatkan banyak pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak atas kerjasamanya dalam penyusunan hasil penelitian ini, yaitu :

1. Suyitno, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Lamongan, yang telah memberikan persetujuan dan fasilitas kegiatan penelitian melalui LPPM yang terus semakin berkembang.
2. Abdul Rohman, S.Kep. Ns. M.Kep., selaku Ketua LPPM Universitas Muhammadiyah Lamongan yang telah mengkoordinasi dan sebagai penanggung jawab kegiatan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, maka segala saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Harapan penulis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak. Akhirnya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya jika ada kesalahan selama penyusunan hasil penelitian ini.

Lamongan, 09 Februari 2021

Penulis



(Ira Megasyara, S.E., M.Ak)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
GAMBAR TABEL	vii
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Urgensi Penelitian.....	1
BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA	2
2.1 Landasan Teori.....	2
2.1.1 Teori Biaya.....	2
2.1.2 Konsep Biaya	2
2.1.3 Pengertian Akuntansi Biaya.....	3
2.1.4 Tujuan Akuntansi Biaya	3
2.1.5 Pengertian Harga Jual	4
2.1.6 Sasaran Penetapan Harga Jual	5
2.1.7 Kerangka Konseptual.....	7
BAB 3: TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	10
3.1 Tujuan	10
3.2 Manfaat Penelitian	10
BAB 4: METODE PENELITIAN	11
4.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian.....	11
4.2 Populasi dan Sampel	11
4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	12
4.4 Alur Penelitian	14
BAB 5: HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	15
5.1 Hasil	15
5.2 Pembahasan.....	23
5.3 Luaran yang Dicapai	25

BAB 6: RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....	26
6.1 Rencana Tahapan Berikutnya	26
BAB 7: KESIMPULAN DAN SARAN	27
7.1 Kesimpulan	27
7.2 Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	29
Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian	30
Lampiran 2. Realisasi Anggaran Penelitian.....	32
Lampiran 3. Susunan Organisasi dan Pembagian Tugas Tim Peneliti	35
Lampiran 4. Biodata Ketua dan Anggota	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Peta Jalan Penelitian.....	7
Gambar 4. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	7

GAMBAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 5. 1 Biaya Penuh.....	15
Tabel 5. 2 Perhitungan Harga Jual Menurut Perusahaan.....	15
Tabel 5. 3 Biaya Perhitungan 2019.....	16
Tabel 5. 4 Perhitungan Taksiran Total Biaya Penuh	17
Tabel 5. 5 Taksiran BOP.....	18
Tabel 5. 6 Laba Yang Diharapkan	19
Tabel 5. 7 <i>Mark Up</i>	20
Tabel 5. 8 % <i>Mark Up</i>	20
Tabel 5. 9 Perhitungan Harga Jual Menurut Teori	21
Tabel 5. 10 Harga Jual Menurut Perusahaan Dan Teori.....	21
Tabel 5. 11 <i>Correlation</i>	21
Tabel 5. 12 Status Capaian Penelitian Dasar	25
Tabel 6. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	26

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Smartphone adalah sebuah perangkat komunikasi atau produk teknologi terbaru dengan memiliki fitur lebih lengkap dari ponsel biasa yang hanya di gunakan untuk keperluan komunikasi. fitur tersebut dapat di gunakan untuk mengakses internet, chatting dan e-mail. Kini kehadiran smartphone sudah tidak asing lagi di masyarakat, bahkan penggunaannya sudah beredar luas di manapun. Keberadaannya sudah tidak di anggap sebagai barang mewah, tetapi sudah menjadi kebutuhan yang sangat penting untuk menunjang aktifitas sehari-hari.

Indonesia merupakan pasar terbesar untuk penjualan smartphone karena setiap tahun tingkat permintaannya selalu meningkat. Terdapat berbagai macam merek saling bersaing di pasar Indonesia dengan menawarkan keunggulan masing-masing produknya. Dalam persaingan ini terdapat perusahaan yang mengalami peningkatan penjualan, namun ada pula perusahaan yang mengalami penurunan penjualan setiap tahunnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini diharapkan mampu menjawab rumusan masalahnya yaitu:

- a. Apakah penerapan metode *cost plus pricing* dapat mencapai target dalam penjualan smartphone di Gerai Zam Zam Cell Brondong?
- b. Apakah ada hubungan penerapan target penjualan smartphone terhadap peningkatan biaya di Gerai Zam-Zam Cell Brondong?

1.3 Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana metode *cost plus pricing* dapat mencapai target dalam penjualan smartphone di Gerai Zam Zam Cell Brondong.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Biaya

Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu dilakukan untuk suatu proses produksi, yang dinyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi. Menurut Carter (2009:30), mendefinisikan “biaya sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat”.

Menurut Abdullah (2012:4) menyatakan bahwa, Akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi manajemen dimana merupakan salah satu dari bidang khusus akuntansi yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya. Sedangkan dalam pengelolaan perusahaan, akuntansi biaya merupakan bagian penting dari ilmu akuntansi dan telah berkembang menjadi *tools of management*, yang berfungsi menyediakan informasi biaya bagi kepentingan manajemen agar dapat menjalankan fungsinya dengan baik. Menurut Siregar (2013:23) “biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang”.

Berdasarkan definisi biaya diatas dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dengan satuan uang, untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini maupun akan datang.

2.1.2 Konsep Biaya

Menurut Mulyadi (2015:18) dalam arti luas biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dengan dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi oleh tujuan tertentu. Dalam arti sempit biaya dapat di artikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktifa.

Halim, (2013:21) menyatakan bahwa sebagian besar keputusan yang diambil oleh manajemen memerlukan informasi biaya yang didasarkan oleh perilakunya. Oleh karena itu perlu diketahui penggolongan biaya atas perilakunya.

Menurut Mulyadi (2012:8) menyatakan bahwa biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam arti sempit yaitu biaya dapat diartikan sebagai

pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Ada empat unsur pokok dalam definisi biaya tersebut di atas:

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
2. Diukur dalam satuan uang.
3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi.
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

Sedangkan menurut Simamora (2012:136) bahwa: “perilaku biaya berarti bagaimana suatu biaya bereaksi atau merespon perubahan yang dilakukan perusahaan”.

2.1.3 Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. Dalam perusahaan manufaktur, akuntansi biaya berperan dalam menyediakan informasi biaya yang akan digunakan untuk membantu menetapkan harga pokok produksi suatu perusahaan. Akuntansi biaya dibutuhkan oleh perusahaan baik yang berorientasi pada laba atau perusahaan nirlaba. Kegunaan dari akuntansi biaya yaitu sebagai alat pelaporan kepada pihak internal dan pihak eksternal perusahaan.

Menurut Mulyadi (2010:07) menyebutkan bahwa Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk dan jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya.

Menurut pandangan Bustami (2010:4), Akuntansi biaya merupakan perangkat yang dibutuhkan manajemen untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas, meningkatkan efisiensi serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun yang bersifat strategis.

Menurut Siregar (2014:10) Akuntansi biaya dapat didefinisikan sebagai proses pengukuran, penganalisisan, perhitungan dan pelaporan biaya, profitabilitas, dan kinerja operasi untuk kepentingan internal perusahaan.

Berdasarkan definisi akuntansi biaya tersebut, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa dari pengertian di atas akuntansi biaya adalah suatu bidang akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan melaporkan tentang informasi biaya yang digunakan dan bagaimana manajemen memerlukan alat untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian.

2.1.4 Tujuan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan pelaporan biaya pabrikan, dan penjualan produk dan jasa, dengan cara-cara tertentu, serta

penafsiran terhadap hasil-hasilnya. Adapun dari tujuan akuntansi biaya menurut para ahli sebagai berikut.

Menurut Bustami (2010:11), akuntansi biaya bertujuan untuk Menyajikan informasi biaya yang akurat dan tepat bagi manajemen dalam mengelola perusahaan atau divisi secara efektif. Oleh karena itu biaya perlu dikelompokkan sesuai dengan tujuan apa informasi biaya tersebut digunakan, sehingga dalam pengelompokan biaya dapat digunakan suatu konsep “Different Cost Different Purpose” artinya berbeda biaya berbeda tujuan.

Selanjutnya Menurut Mulyadi (20010:7) mendefinisikan terdapat tiga tujuan pokok yang dimiliki akuntansi biaya yaitu:

1. Penentuan harga pokok produksi

Untuk memenuhi tujuan penentuan harga pokok produksi, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan dan meringkas biaya-biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa.

2. Pengendalian biaya

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut.

3. Pengambilan keputusan

Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi yang akan datang. Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, melainkan hasil suatu proses peramalan.

Disisi lain Siregar (2014:12), menyatakan “akuntansi biaya bertujuan untuk menghitung harga pokok penjualan dalam suatu periode. Harga pokok penjualan kemudian akan dibandingkan dengan pendapatan untuk menghitung laba”.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan akuntansi biaya adalah untuk memberikan informasi bagi manajemen yaitu dalam melakukan perencanaan, pengawasan dan pengendalian biaya yang diperlukan dalam membuat produk dengan menganalisis data biaya dan pendapatan yang telah dikumpulkan dan dicatat manajemen dapat menghitung laba bersih perusahaan secara tepat.

2.1.5 Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga

produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Menurut Hansen dan Mowen (2001:633) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Menurut Mulyadi (2001:78) “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2.1.6 Sasaran Penetapan Harga Jual

Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Menurut Boone dan Kurtz (2002:70) “ada empat kategori dasar atau sasaran penetapan harga, yaitu: 1) profitabilitas, 2) volume, 3) tingkat kompetisi, dan 4) prestige”.

1. Sasaran profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Para pemasar mengerti bahwa laba diperoleh dari selisih pendapatan dan beban. Dan juga pendapatan merupakan harga jual dikalikan dengan jumlah yang terjual. Berbagai teori ekonomi mendasari prinsip maksimalisasi keuntungan (*profit maximization*). Akan tetapi pada kenyataannya prinsip ini masih sulit diterapkan. Maka banyak perusahaan beralih pada sasaran profitabilitas yang lebih sederhana, yaitu *Target Return Goal*, dimana perusahaan menetapkan harga dengan tingkat profitabilitas yang diinginkan sebagai pengembalian finansial atas penjualan ataupun investasi.

2. Sasaran volume

Pendekatan yang lain dalam strategi penetapan harga disebut maksimalisasi penjualan (*sales maximization*), para manajer menetapkan tingkat minimum profitabilitas yang dapat diterima dan kemudian menetapkan harga yang akan menghasilkan volume penjualan tertinggi tanpa menyebabkan laba turun di bawah level itu. Strategi ini

memandang ekspansi penjualan sebagai suatu prioritas yang lebih penting bagi posisi persaingan jangka panjang perusahaan daripada laba jangka pendek.

3. Tingkat Kompetisi

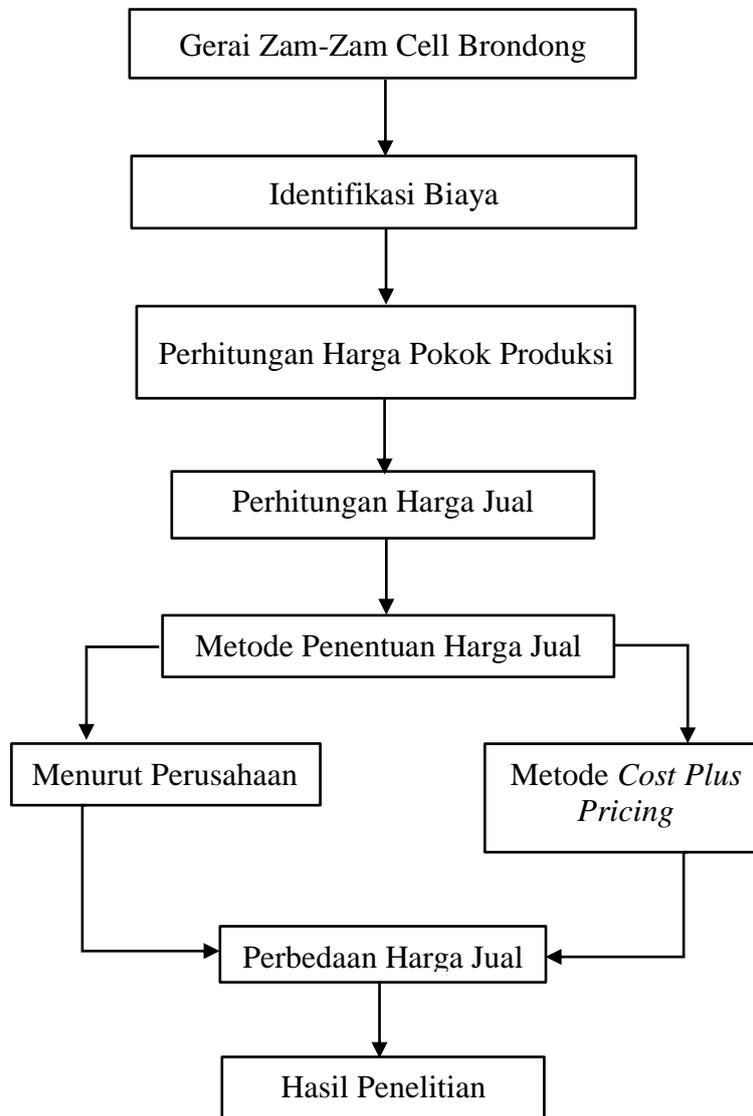
Sasaran penetapan harga ini hanyalah untuk menyamakan harga dengan pesaing. Jadi perusahaan berusaha untuk menghindari perang harga dengan tidak menekankan elemen harga dari bauran pemasaran dan memfokuskan usaha persaingannya pada variabel selain harga seperti menambah nilai, meningkatkan kualitas, mendidik konsumen, dan menciptakan hubungan.

4. Sasaran Prestise

Pengaruh harga pada prestise membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan dan menjaga sebuah citra dari kualitas dan eksklusivitas.

2.1.7 Kerangka Konseptual

Kerangka berfikir di gunakan dalam mendeskripsikan tahapan tahapan yang ada di dalam penelitian ini tahapan di mulai dari perusahaan ZAM ZAM Cell, identifikasi biaya, perhitungan harga pokok produksi, perhitungan harga jual dan membandingkan perhitungan menurut perusahaan dan *cost plus pricing*.



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian

Berikut ini merupakan tabel penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Krisnawati (2013)	Penetapan harga jual dengan <i>cost plus pricing</i> menggunakan pendekatan <i>full costing</i> pada UD. Gladys Bakery	Hasilnya menunjukkan harga jual dari UD. Gladys Bakery hanyalah harga jual <i>relatife</i> yaitu harga jual yang mengikuti harga pasar. Harga jual dengan metode <i>cost plus pricing</i> lebih rendah dibandingkan dengan metode yang telah dipakai perusahaan sebelumnya. Penelitian ini tidak untuk membandingkan metode yang tepat untuk menurunkan harga jual, tetapi metode <i>cost plus pricing</i> digunakan untuk menyusun harga jual yang dapat mewakili estimasi biaya yang tepat dan target keuntungan yang di inginkan perusahaan.
2	Woran (2014)	Penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> pada UD. Vanela”	hasilnya menunjukkan UD. Vanela menetapkan harga jual produknya masih menggunakan metode tradisional. Metode tradisional dalam hal ini ialah metode yang memasukkan semua unsur biaya. Pemahaman sederhana dalam mengidentifikasi biaya yang terkandung dalam setiap produk, sehingga harga pokok penjualan semakin tinggi. Meningkatnya harga pokok penjualan menjadikan penekanan penentuan markup. Maka metode tepat adalah metode yang dapat menggambarkan

			<p>unsur biaya dan keuntungan yang realistis. Membandingkan antara kedua metode tersebut. Disarankan bagi perusahaan sebaiknya menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> dalam mengidentifikasi biaya-biaya produksi dan menghitung harga jual produk yang dicapai dapat bersaing dengan <i>competitor</i> dengan usaha sejenis.</p>
--	--	--	--

BAB 3

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mencapai target dalam penjualan smartphone di Gerai Zam Zam Cell Brondong dan untuk mengetahui hubungan penerapan target penjualan smartphone di Gerai Zam-Zam Cell Brondong.

3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak baik akademisi, bagi pemerintah dan bagi masyarakat desa.

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi dalam menghitung harga pokok produksi dan penentuan harga jual secara akurat.

b. Bagi universitas

Hasil penelitian ini dapat di jadikan tambahan referensi dan informasi bagi orang yang membaca dan pihak lain yang mengambil tema yang sama dalam penelitian selanjutnya

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan dan pengalaman serta lebih memahami teori-teori yang akan di dapat dalam peneliti selanjutnya, serta dapat menambah pengetahuan tentang penentuan harga jual dengan membandingkan antara kajian teori dngan keadaan sebenarnya.

BAB 4

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. dalam metode ini peneliti menggunakan metode studi kasus yaitu dengan cara peninjauan, pengamatan, serta mengambil data dan informasi secara langsung dilapangan dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Menurut Sugiyono (2017:7) menarik kesimpulan sebagai berikut: Bahwa metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistic. Karena berlandaskan pada filsafat positivise. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional. Dan sistematis. Metode ini juga disebut sebagai metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Menurut Teguh (2005:125) kuantitatif adalah data statistik yang berbentuk angka-angka, baik secara langsung maupun tidak langsung yang digali dari prinsip penelitian maupun hasil pengolahan data kualitatif menjadi kualitatif.

Adapun Spesifikasi penelitian ini adalah bersifat Deskriptif yaitu untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi sekarang (ketika penelitian berlangsung) dan penyajiannya apa adanya.

4.2 Populasi dan Sampel

Dalam penentuan subyek penelitian, maka istilah-istilah yang digunakan adalah istilah sampel. Untuk memperjelas langkah yang akan kami lakukan maka akan kami bahas satu persatu pengertiannya:

a. Populasi

Menurut sugiyono (2017:80) menarik kesimpulan sebagai berikut: populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudia ditarik

kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar Jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Menurut Sujarweni (2015:80) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah analisis penerapan target penjualan smartphone.

b. Sampel

Menurut Sugiono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ini adalah target penjualan smartphone yang terpilih berdasarkan metode (random sampling) artinya peneliti menentukan sendiri sampel yang dipilih dengan harapan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2003:74-78) random sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel.

4.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2002: 197) yang dimaksud dengan teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data penelitiannya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah suatu aktivitas pengamatan terhadap suatu objek secara cermat dan langsung di lokasi penelitian, serta mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti. Proses observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian. Kegiatan ini direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikendalikan keandalannya (reliabilitas) dan kesahihannya (validitas).

Menurut Riduwan (2004:104) Menyatakan bahwa observasi adalah teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.observasi yang dilakukan

dalam penelitian ini yaitu, pengamatan target penjualan smartphone di Gerai Zam-Zam Cell.

Tujuan dari kegiatan observasi ini adalah untuk menggambarkan suatu objek dan segala yang berhubungan dengan objek peneliti melalui pengamatan dengan menggunakan panca indra, untuk mendapatkan suatu kesimpulan mengenai objek yang diamati, dimana kesimpulan tersebut disusun dalam sebuah laporan yang relevan dan bermanfaat bagi bahan pembelajaran, dan untuk menambah suatu data atau informasi yang dapat dibagikan kepada pihak lain dalam bentuk karya ilmiah atau non-ilmiah.

b. Wawancara

Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan keterangan secara mendalam dari masalah-masalah yang dikemukakan. Wawancara ini dilakukan dengan cara Tanya jawab dan saling bertatap muka antara peneliti dan informan yang bertujuan untuk melengkapi data sehingga data yang diperoleh semakin valid.

c. Pengumpulan data sekunder

Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data tambahan mendukung penelitian ini agar memperkuat data primer.

d. Studi pustaka

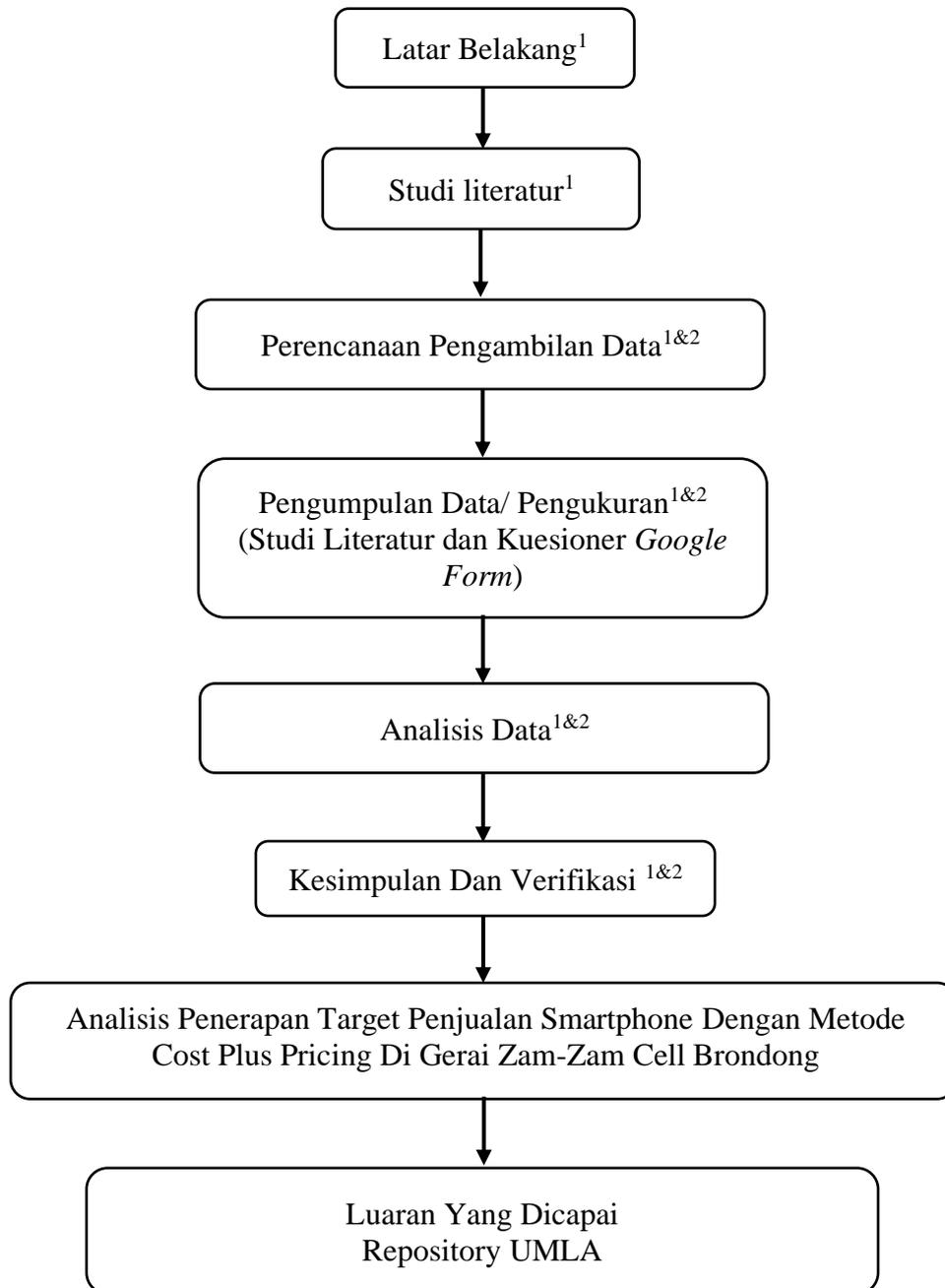
Studi pustaka dalam penelitian ini adalah pengumpulan data tambahan mendukung penelitian ini agar memperkuat data primer.

e. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

4.4 Alur Penelitian

Secara sistematis alur metode penelitian akan ditunjukkan pada diagram alir dibawah ini:



Gambar 4. 2 Alur Penelitian

Keterangan

- 1) = tugas ketua pengusul
- 2) = tugas anggota pengusul
- 1 & 2) = tugas ketua dan anggota pengusul

BAB 5
HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Hasil

Tabel 5.1
Biaya penuh

Bulan	Biaya Stok (Rp) (a)	Biaya Pengeluaran (Rp) (b)	Biaya penuh (Rp) (c = a+b)
Januari	233.756.570	6.504.500	240.261.070
Februari	299.487.625	17.892.750	317.380.370
Maret	343.996.375	19.778.950	363.775.325
April	368.205.810	22.103.650	390.309.460
Mei	358.160.330	17.951.650	376.111.980
Juni	335.361.100	18.098.800	353.459.900
Juli	440.138.160	14.676.400	454.814.560
Agustus	542.443.030	14.137.850	556.580.880
September	224.454.820	13.418.600	237.873.420
Oktober	314.531.450	13.418.600	322.838.950
November	205.242.800	13.055.500	218.298.300
Desember	254.481.930	10.417.200	264.899.130
Jumlah	3.920.260.000	176.343.350	4.096.603.350

Sumber: Data dari PT. Zam-Zam Cell

PT. Zam Zam Cell Memiliki kebijakan sendiri dalam menentukan harga jualnya. PT. Zam Zam Cell menentukan harga jualnya dengan cara menambah biaya penuh dengan laba yang diharapkan. Besarnya laba yang diharapkan ditentukan berdasarkan kebijakan dan dengan pertimbangan kondisi pasar.

Tabel 5.2
Penghitungan Harga jual menurut perusahaan.

Bulan	Biaya Stok (Rp) (a)	Biaya Pengerluan (Rp) (b)	Biaya penuh (Rp) (c = a+b)	Laba (Rp)	Total harga Jual (Rp) (e = c+d)	Jumlah Stok (unit) (f)	Harga jual (Rp) (e:f)
Jan	233.756.570	6,504.500	240.261.070	48.052.214	288.313.284	147.819	1.950,45
Feb	299.487.625	17.892.750	317.380.375	63.476.075	380.856.450	241.791	1.575,15
Mar	343.996.375	19.778.950	363.775.325	72.755.065	436.530.390	292.590	1.491,95

Apr	368.205.810	22.103.650	390.309.460	78.061.892	468.371.352	187.300	2.500,65
Mei	358.160.330	17.951.650	376.111.980	75.222.396	451.334.376	173.921	2.595,05
Jun	335.361.100	18.098.800	353.459.900	70.691.980	424.151.880	167.287	2.535,47
Jul	440.138.160	14.676.400	454.814.560	90.962.912	545.777.472	223.971	2.436,82
Agt	542.443.030	14.137.850	556.580.880	111.316.176	667.897.056	262.639	2.543,02
Sep	224.454.820	13.418.600	237.873.420	47.574.684	285.448.104	95.098	3.000,62
Okt	314.531.450	8.307.500	322.838.950	64.567.790	387.406.740	141.132	2.745,00
Nov	305.242.800	13.055.500	218.298.300	43.659.600	261.957.960	79.062	3.313,32
Des	254.481.930	10.417.200	264.899.130	52.979.826	317.878.956	98.003	3.243,56
juml	3.920.260.000	176.343.350	4.096.603.3 50	819.320.670	4.915.924.020	2.110.613	

Sumber: Data dari Perusahaan.

Tabel 5.3

Biaya Penuh Tahun 2019

Bulan	Biaya Stok (Rp)	BTK (Rp)	BOP (Rp)	Biaya Penuh (Rp)
Januari	233.756.570	26.980.000	6.504.500	267.241.070
Februari	299.487.625	28.120.000	17.892.750	345.500.375
Maret	343.996.375	27.930.000	19.778.950	391.705.325
April	368.205.810	28.500.000	22.103.650	418.809.460
Mei	358.160.330	31.730.000	17.951.650	407.841.980
Juni	335.361.100	21.660.000	18.098.800	375.119.900
Juli	440.138.160	30.305.000	14.676.400	485.119.560
Agustus	542.443.030	30.970.000	14.137.850	587.550.880
September	224.454.820	28.975.000	13.418.600	266.848.420
Oktober	314.531.450	24.320.000	13.418.600	352.270.050
November	205.242.800	24.130.000	13.055.500	242.428.300
Desember	254.481.930	26.220.000	10.417.200	291.119.130
Jumlah	3.920.260.000	356.820.000	176.343.350	4.453.423.350

Sumber: Data diolah.

a. Menghitung total biaya

Tabel 5.4

Perhitungan taksiran total biaya penuh

Bulan	BTK (Rp) (a)	Taksiran BOP (Rp) (b)	Biaya Adm & Umum (Rp) (c)	Biaya Pemasaran (Rp) (d)	Biaya Penuh (Rp) (f = a+b+c+d)
Jan	26.980.000	51.581.440,05	75.000	6.429.500	85.065.940
Feb	28.120.000	84.372.969,45	150.000	17.742.750	130.385.719
Mar	27.930.000	102.099.280,5	310.750	19.468.200	149.808.230
Apr	28.500.000	65.358.335	407.000	21.696.650	115.961.985
Mei	31.730.000	60.689.732,95	1.952.900	15.998.750	110.371.382
Jun	21.660.000	58.374.798,65	469.200	17.629.600	98.133.598
Jul	30.305.000	78.154.680,45	25.000	14.651.400	123.136.080
Agt	30.970.000	91.647.879,05	111.400	14.026.450	136.755.729
Sep	28.975.000	33.184.447,1	68.200	13.350.400	75.578.047
Okt	24.320.000	49.248.011,4	25.000	8.282.500	81.875.511
Nov	24.130.000	27.588.684,9	35.000	13.020.500	64.774.184
Des	26.220.000	34.198.146,85	56.700	10.360.500	70.835.346
jumlah	356.820.000	736.500.753,64	3.686.150	172.657.200	1.242.681.751

Sumber: PT Zam Zam Cell

Dalam perhitungan harga jual berdasarkan teori, biaya overhead perusahaan yang dipakai adalah biaya overhead perusahaan dibebankan yang dihitung berdasarkan tarif. Besarnya tarif BOP dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 \text{Tarif BOP per satuan} &= \frac{\text{Anggaran BOP}}{\text{Taksiran volume produksi}} \\
 &= \frac{736.500.750}{2.110.613} \\
 &= 348,95
 \end{aligned}$$

Besarnya biaya overhead Perusahaan dibebankan dihitung dengan mengalikan besarnya tarif biaya overhead perusahaan per satuan dengan satuan produksi, hasil perhitungannya adalah sebagai berikut:

Tabel 5.5
Taksiran BOP

Bulan	Anggaran volume Produksi (Unit) (a)	Taksiran BOP per Bulan (Rp) (b = a x 348,95)
Januari	147.819	51.581.440,05
Februari	241.791	84.372.969,45
Maret	292.590	102.099.280,5
April	187.300	65.358.335
Mei	173.921	60.689.732,95
Juni	167.287	58.374.798,65
Juli	223.971	78.154.680,45
Agustus	262.639	91.647.879,05
September	95.098	33.184.447,1
Oktober	141.132	49.248.011,4
November	79.062	27.588.684,9
Desember	98.003	34.198.146,85
Jumlah	2.110.613	736.498.406,4

Sumber: Data Diolah

- b. Menentukan besarnya Markup dengan pendekatan ROI.

Dalam menentukan harga jual menurut kajian teori dilakukan dengan menambahkan biaya produksi dengan besarnya mark-up yang telah dihitung dengan pendekatan ROI. Untuk menentukan besarnya mark-up dilakukan dengan menambah return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan dengan biaya non produksi, kemudian dibagi dengan biaya produksi. Besarnya prosentase ROI dihitung dengan cara laba bersih operasi dibagi dengan besarnya investasi. Aktiva yang ditanamkan pada tahun 2018 sebesar Rp795.655.323 dan besarnya laba bersih operasi tahun 2018 sebesar Rp437.981.590.

Rumus penghitungan ROI adalah:

$$\begin{aligned}
 \text{ROI} &= \frac{\text{Laba}}{\text{Investasi}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp}437.981.590}{\text{Rp}795.655.323} \times 100\% \\
 &= 55,05\%
 \end{aligned}$$

Selanjutnya adalah menghitung besarnya laba yang diharapkan, dengan cara mengalikan besarnya total aktiva penuh pada awal tahun 2019 yaitu sebesar Rp 842.981.425 dengan prosentase ROI, sehingga diketahui besarnya laba yang diharapkan tahun 2019 adalah Rp464.061.274 Laba tersebut adalah laba yang diharapkan selama satu

tahun, sedangkan penghitungan harga jual dilakukan per bulan maka akan dihitung besarnya laba yang diharapkan per bulan. Besarnya laba per bulan dihitung dengan dasar prosentase total biaya tiap bulan terhadap total biaya satu tahun. Besarnya laba yang diharapkan dihitung dengan cara mengalikan prosentase total biaya per bulan terhadap total biaya setahun dengan laba yang diharapkan untuk tahun 2019, yaitu sebesar Rp464.061.274.

Berikut adalah hasil perhitungan besarnya laba yang diharapkan:

Tabel 5.6

Laba yang diharapkan.

Bulan	Anggaran Biaya Penuh Tahun 2019 (Rp)	% terhadap Biaya Penuh Tahun 2019 (%)	Laba yang Diharapkan (Rp)
Jan	85.065.940	5,34	24.790.858,07
Feb	130.385.719	8,09	37.564.492,89
Mar	149.808.230	9,87	45.783.178,32
Apr	115.961.985	10,16	47.144.019,92
Mei	110.371.382	9,69	44.968.868,71
Jun	98.133.598	8,95	41.553.069,44
Jul	123.136.080	11,71	54.344.187,28
Agt	136.755.729	13,83	64.165.357,01
Sep	75.578.047	4,70	21.792.066,63
Okt	81.875.511	6,80	31.557.453,58
Nov	64.774.184	4,49	20.831.847,49
Des	70.835.346	6,37	29.583.875,15
Jumlah	1.242.681.751	100	464.061.274,50

Sumber: Data Diolah

Keterangan:

Laba yang diharapkan tahun 2019 = Rp 464.061.274,50
 Laba yang diharapkan per bulan = % terhadap biaya penuh tahun 2019 x laba yang diharapkan tahun 2019
 Setelah diketahui besarnya laba yang diharapkan untuk tiap bulannya, selanjutnya adalah menghitung besarnya mark-up. Besarnya prosentase *mark-up* dihitung dengan cara menambah besarnya laba yang diharapkan dengan biaya non produksi kemudian dibagi dengan biaya produksi.

Tabel 5.7

Mark up

Bulan	Laba yang Diharapkan (Rp) (a)	Biaya Pengeluaran (Rp) (b)	Biaya Stok (Rp) (c)	Mark up (%) (d=(a+b):c)
Jan	24.790.858,07	6.504.500	212.582.010,05	14,72
Feb	37.546.492,89	17.892.750	313.920.294,45	17,66
Mar	45.783.178,32	19.778.950	384.824.905,50	17,04
Apr	47.144.019,92	22.103.650	394.526.495,00	17,55
Mei	44.968.868,71	17.951.650	365.016.862,95	16,59
Jun	41.553.069,44	18.098.800	367.070.898,65	17,09
Jul	54.344.187,28	14.676.400	465.584.440,45	14,82
Agt	64.165.357,01	14.137.850	552.916.509,05	14,16
Sep	21.792.066,63	13.418.600	181.166.417,10	19,65
Okt	31.557.453,58	8.307.500	260.578.061,40	14,73
Nov	20.831.847,49	13.055.500	171.043.684,90	19,81
Des	29.538.875,15	10.417.200	251.027.076,85	15,93
Jumlah	464.061.274,5	176.343.350	3.924.447.656,35	

Sumber: Data Perusahaan

Tabel 4.8

% Mark Up

Bulan	Harga Jual Perusahaan	Biaya Penuh	% Mark Up
Januari	288.313.284	267.241.070	7,88%
Februari	380.856.450	345.500.375	10,23%
Maret	436.530.390	391.705.325	11,44%
April	468.371.352	418.809.460	11,83%
Mei	451.334.376	407.841.980	10,66%
Juni	424.151.880	375.119.900	13,07%
Juli	545.777.472	485.119.560	12,50%
Agustus	667.897.056	587.550.880	13,67%
September	285.448.104	266.848.420	6,97%
Oktober	387.406.740	352.270.050	9,97%
November	261.957.960	242.428.300	8,05%
Desember	317.878.956	291.119.130	9,19%
Jumlah	4.915.924.020	4.453.423.350	

Sumber: Data Diolah

- c. Menghitung besarnya harga jual Smartfone per unit untuk tiap bulannya berdasarkan metode cost plus pricing.

Berikut adalah perhitungan harga jual per unit untuk tahun 2019:

Tabel 5.9

Penghitungan harga jual berdasarkan teori

Bulan	Biaya Stok (Rp) (a)	Mark up (Rp) (b)	Harga jual (Rp) (c =a+b)	Volume Produksi (Unit) (d)	Harga jual Per unit (Rp) (e = c:d)
Jan	212.582.010,05	31.292.071,88	243.874.081,93	147	1.659,07
Feb	313.920.294,45	55.438.324,00	369.358.618,45	241	1.532,60
Mar	384.824.905,50	65.574.163,90	450.399.069,40	292	1.542,46
Apr	394.526.495,00	69.239.399,87	463.765.894,87	187	2.480,03
Mei	379.155.832,95	62.901.952,69	442.057.785,64	173	2.555,24
Jun	349.121.928,65	59.664.937,61	408.786.866,26	167	2.447,82
Jul	465.584.440,45	68.999.614,07	534.584.054,52	223	2.397,23
Agt	552.916.509,05	78.292.977,68	631.209.486,73	262	2.409,19
Sep	179.166.417,10	35.206.200,96	214.372.618,06	95	2.256,55
Okt	270.578.061,40	39.856.148,44	310.434.209,84	141	2.201,66
Nov	171.043.684,90	33.883.753,98	204.927.438,88	79	2.594,01
Des	251.027.076,85	39.988.613,34	291.015.690,19	98	2.969,54
Juml	3.924.447.656,35	640.338.158,42		2.105	

Sumber: Data Diolah

- d. Membandingkan harga jual yang dibuat oleh PT. Zam-Zam Cell dengan harga jual menurut metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing.

Tabel 5.10

Harga jual menurut perusahaan dan menurut teori

Bulan	Harga jual menurut Perusahaan (Rp)	Harga jual menurut Teori (Rp)
Januari	1.950,45	1.659,07
Februari	1.575,15	1.532,60
Maret	1.491,95	1.542,46
April	2.500,65	2.480,03
Mei	2.595,05	2.555,24
Juni	2.535,47	2.447,82
Juli	2.436,82	2.397,23
Agustus	2.534,02	2.409,19
September	3.001,62	2.256,55
Oktober	2.745,00	2.201,66

November	3.313,32	2.594,01
Desember	3.243,56	2.969,54

Sumber: Data diolah

j. Analisis Data

a). Uji Kolerasi Sederhana (*Bivariate Correlation*)

Pada uji kolerasi sederhana ini digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel perencanaan usaha dengan tingkat keberhasilan usaha.

Uji Kolerasi pearson

Tabel 5.11
Correlations

	X	Y
X Pearson Correlation	1	.883**
Sig. (2-tailed)		.000
N	24	24
Y Pearson Correlation	.883**	1
Sig. (2-tailed)	.000	
N	12	12

Sumber: Hasil SPSS

Berdasarkan nilai signifikan dari tabel output di atas diketahui nilai sig. (2-tailed) antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,01$, yang berarti terdapat kolerasi yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Berdasarkan nilai r hitung untuk mengetahui hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) adalah sebesar $0,883 > r$ tabel $0,708$, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan atau kolerasi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Karena r hitung atau Pearson Correlation dalam analisis ini bernilai positif maka itu artinya hubungan antar dua variabel tersebut adalah searah.

Kemudian melakukan uji signifikansi koefisien kolerasi sederhana (uji t) dengan cara:

a). Menentukan hipotesis

Ho: tidak ada hubungan penerapan target penjual smartphone terhadap *cost plus pricing* di Gerai Zam-Zam Cell Brondong.

Ha: ada hubungan penerapan target penjual terhadap *cost plus pricing* di Gerai Zam-Zam Cell Brondong.

b). Menentukan tingkat signifikansi

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha = 1\%$ (uji dilakukan dua sisi untuk mengetahui ada atau tidak hubungan signifikan, jika 1 sisi digunakan untuk mengetahui hubungan lebih kecil atau lebih besar).

Tingkat signifikansi dalam hal ini berarti peneliti mengambil resiko salah dalam mengambil keputusan untuk menolak hipotesa yang benar sebanyak-banyaknya 1% (signifikansi 1% atau $0,05$ adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

c). Menentukan t hitung dengan rumus:

$$\begin{aligned} t \text{ hitung} &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ t \text{ hitung} &= \frac{0,883 \sqrt{12-2}}{\sqrt{1-0,883^2}} \\ &= \frac{0,883 \sqrt{10}}{\sqrt{1-0,780}} \\ &= \frac{2,792}{0,220} \\ &= 12,691 \end{aligned}$$

d). Menentukan t tabel

Mengacu pada tabel t dengan nilai t untuk taraf signifikansi (α) sebesar $0,01$ atau 1% dan dengan derajat kebebasan $dk = n - 2$ adalah $12 - 2 = 10$, maka berdasarkan tabel t ditemukan nilai sebesar $2,76377$.

e). Kriteria pengujian

- Jika nilai t hitung $> t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan jika nilai t hitung $< t_{tabel}$, maka H_0 diterima.
- H_0 diterima jika signifikansi $> 0,01$, dan H_0 ditolak jika signifikansi $< 0,01$.

f). Membandingkan t hitung dengan t tabel dan signifikansi

Berdasarkan nilai t hitung $12,691 > t_{tabel} 2,76377$, dan nilai signifikansi $0,000 < 0,01$, maka H_0 ditolak.

5.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan (H_a) diterima. Hal ini berarti bahwa ada hubungan yang signifikan antara penerapan target penjual terhadap *cost plus pricing* di Gerai Zam-Zam Cell Brondong.

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

Sebelum melakukan uji hipotesis, peneliti membandingkan antara penentuan harga jual yang dibuat oleh PT. Zam-Zam Cell dengan harga jual yang dihitung sesuai dengan kajian teori ternyata terdapat perbedaan antara penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan penentuan harga jual menurut kajian teori. Perbedaan ini timbul karena adanya konsep penghitungan yang berbeda. Perusahaan dalam menghitung harga jualnya langsung menambahkan biaya penuh (biaya produksi dan biaya non produksi) dengan besarnya laba yang diharapkan atas biaya yang dikeluarkan tersebut, yaitu sebesar 20% untuk setiap bulannya. Sedangkan dalam teori besarnya harga jual ditentukan dengan menambah biaya produksi dengan *mark-up* yang penghitungannya berdasarkan pada pendekatan ROI. Besarnya prosentase ROI dihitung dengan cara laba bersih operasi tahun 2018 dibagi dengan aktiva yang ditanamkan pada tahun 2018, sehingga didapat prosentase return yang diharapkan pada tahun 2019 sebesar 55,05%. Prosentase tersebut kemudian dikalikan dengan total aktiva pada tahun 2019 sebesar Rp 842.981.425,- maka dapat diketahui besarnya laba yang diharapkan untuk tahun 2019 sebesar Rp 464.061.274.

Setelah membandingkan antara penentuan harga jual yang dibuat oleh PT. Zam-Zam Cell dengan harga jual yang dihitung sesuai dengan kajian teori kemudian dilakukan dengan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 16. Pada uji analisis korelasi sederhana (*bivariate correlation*), pada dasarnya analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan uji dari pengelolaan SPSS 16 menghasilkan nilai r hitung sebesar 0,883 lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,708 (r hitung 0,883 > r tabel 0,708) dengan tingkat signifikansi 0,000 sampai 0,01 sehingga berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berhubungan terhadap variabel terikat, yang artinya, penerapan target penjualan berhubungan terhadap cost plus pricing di Gerai Zam-Zam Cell Brondong.

Hasil pengujian hipotesis dijelaskan sebagai berikut hubungan antara penerapan target penjualan terhadap cost plus pricing di Gerai Zam-Zam Cell Brondong. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji T diketahui bahwa penerapan target penjualan berhubungan terhadap cost plus pricing di Gerai Zam-Zam Cell Brondong. terbukti dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,01 ($\text{sig. } 0,000 < 0,01$) dan T hitung

sebesar 12,691 yang lebih besar dari 2,76377 (t hitung 12,691 > t tabel 2,76377). Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan target penjualan berhubungan positif signifikan terhadap cost plus pricing di Gerai Zam-Zam Cell Brondong. Hal ini berarti jika target penjualan mengalami peningkatan maka cost plus pricing juga mengalami peningkatan, dan sebaliknya jika target penjualan mengalami penurunan maka *cost plus pricing* juga mengalami penurunan

5.3 Luaran yang Dicapai

Hasil penelitian diterbitkan pada Repository UMLA. Adapun target capaian penelitian dasar sebagai berikut:

Tabel 5.12 Status Capaian Penelitian Dasar

No	Jenis Luaran	Status Indikator Capaian	
		TS ¹⁾	
1.	Publikasi Ilmiah ²⁾	Internasional	-
		Nasional terakreditasi	-
		Repository UMLA	<i>Published</i>
2.	Pemakalah dalam temu ilmiah ³⁾	Internasional	-
		Nasional	-
3.	<i>Invited speaker</i> dalam temu ilmiah ⁴⁾	Internasional	-
		Nasional	-
4.	<i>Visiting Lecturer</i> ⁵⁾	Internasional	-
5.	Hak Kekayaan Intelektual ⁶⁾	Paten	-
		Paten sederhana	-
		Hak cipta	-
		Merek dagang	-
		Rahasia dagang	-
		Desain produk industri	-
		Indikasi geografis	-
		Perlindungan varietas	-
		Perlindungan topografi	-
6.	Buku Ajar (ISBN) ⁸⁾		-

BAB 6
RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

6.1 Rencana Tahapan Berikutnya

Penelitian ini telah berlangsung pada 2021, dan tahap berikutnya akan dilaksanakan sesuai dengan tabel di bawah ini.

Tabel 6. 1 Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Tahun ke-1											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pengumuman Pengusulan Proposal		■										
2	Penerimaan Pengusulan		■										
3	Rapat Tim Pengusul		■										
4	Survei Pendahuluan dan Pengurusan Perizinan Penelitian		■										
5	Pengumpulan data penelitian			■	■	■	■	■					
6	Analisis data dan penyusunan hasil penelitian					■	■	■					
7	Laporan Kemajuan Penelitian								■				
8	Penyempurnaan laporan hasil penelitian									■			
9	Laporan akhir/monitoring Ke-II										■		
10	Perbaiki laporan akhir dari monitoring ke-II										■	■	
11	Unggah Laporan akhir											■	
12	Publikasi Luaran											■	

Keterangan:

■ : Sudah terealisasi

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan terdapat adanya perbedaan dalam penentuan harga jual yang ditentukan oleh perusahaan dengan harga jual yang dihitung berdasarkan teori. Selisih yang terjadi itu disebabkan karena adanya perbedaan dalam pembebanan mark up dan penghitungan besarnya *mark up*. Perusahaan membebankan mark up pada biaya penuh sedangkan menurut teori mark up dibebankan pada biaya produksi. Mark up yang ditentukan perusahaan ditentukan berdasarkan kebijakan yang ditentukan sendiri oleh perusahaan, sedangkan berdasarkan teori mark up dihitung berdasarkan rumus dengan pendekatan ROI.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan penerapan target penjualan smartphone terhadap peningkatan biaya atau *cost plus pricing* di Gerai Zam-Zam Cell. berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwasanya:

- a. Perusahaan dalam menghitung harga jualnya langsung menambahkan biaya penuh (biaya produksi dan biaya non produksi) dengan besarnya laba yang diharapkan atas biaya yang dikeluarkan tersebut, yaitu sebesar 20% untuk setiap bulannya. Sedangkan dalam teori besarnya harga jual ditentukan dengan menambah biaya produksi dengan mark-up yang penghitungannya berdasarkan pada pendekatan ROI. Besarnya prosentase ROI dihitung dengan cara laba bersih operasi tahun 2018 dibagi dengan aktiva yang ditanamkan pada tahun 2018, sehingga didapat prosentase return yang diharapkan pada tahun 2019 sebesar 55,05%. Prosentase tersebut kemudian dikalikan dengan total aktiva pada tahun 2019 sebesar Rp 842.981.425,- maka dapat diketahui besarnya laba yang diharapkan untuk tahun 2019 sebesar Rp 464.061.274.
- b. Berdasarkan hasil uji hipotesis bahwa antara penerapan target penjualan berhubungan terhadap *cost plus pricing* di Gerai Zam-Zam Cell Brondong. Pada uji kolerasi pearson

menghasilkan r hitung sebesar $0,883 > r$ tabel sebesar $0,708$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,01$ sehingga dapat disimpulkan bahwa penerapan target penjualan berhubungan terhadap *cost plus pricing* di Gerai Zam-Zam Cell Brondong. Sedangkan uji pengujian hipotesisi uji t pada signifikansi 1% . Dengan demikian, diketahui T hitung $12,691 > T$ tabel $2,76377$ dan $\text{sig. } 0,000 < 0,01$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya penerapan target ada hubungan terhadap *cost plus pricing* di Gerai Zam-Zam Cell Brondong.

7.2 Saran

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dan jalan keluar bagi Gerai Zam-Zam Cell Brondong agar dapat lebih mudah melakukan strategi penargetan penjualannya. Hal-hal yang perlu diperhatikan meliputi menempatkan seseorang yang ahli dan paham tentang akuntansi serta laporan keuangan untuk mengelola keuangan, sistem pelaporan keuangan Gerai yang masih dilakukan secara manual harus di rubah dengan menggunakan sistem digital, mengadakan training mengenai akuntansi untuk membantu pengelola menyampaikan laporan keuangan secara terbuka dan bertanggung jawab, bersikap transparan dan akuntabel bagi pengurus keuangan dan mengadakan pemeriksaan internal keuangan. Riset ini hanya berokus pada satu subjek saja, bagi penelitian selanjutnya mempertimbangkan objek penelitian yang lebih luas untuk memperoleh jawaban yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyono, A, 2007. Prosedur Penetapan Harga Jual. <http://ilmumanajemen.wordpress.com/2007/06/15/penetapan-harga-jual/>. Diakses tanggal 27 februari 2018
- Drs. Amin Widjaja Tunggal, Ak, MBA, 2005. Target Costing dan Kaizen Costing Harvarindo, Jakarta
- Gaspersz Vincent. 2011. Ekonomi Manajerial (Managerial Economics). Niaga Swadaya. Jakarta
- Hansen & Mowen, 2001. Manajemen Biaya, Buku II, Terjemahan benyamin Molan, Penerbit Selemba Empat, Jakarta , hal 633.
- Kotler, Philip, 1994. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian, Penerbit Selemba Empat.
- Kotler, Phiip & Gary Armstrong, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Mulyadi. 2001. Akuntansi Biaya. Sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Mulyadi. 2009. Akuntansi Biaya. Sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN. Yogyakarta
- Mulyadi. 2015 Akuntansi Biaya Edisi ke-5. Sekolah tinggi ilmu manajemen YKPN. Yogyakarta
- Priyadi, M. P. 2006. Akuntansi Biaya. Pendekatan Tradisional dan Kontemporer. Edisi Kedua. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya
- Rahayu Mar'ih, Suci. 2015. Manajemen Penjualan dan Marketing untuk Amatir. Gema buku nusantara. Bandung.
- Samryn, L.M. 2012. Akuntansi manajemen. Kenacana predana media grub. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2015. Akuntansi Biaya, Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sulastiningsih, dan Zulkifli. 2006. Akuntansi Biaya: Dilengkapi Isu-isu Kontemporer. Edisi Kedua. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Supriyono, R.A. 2001. Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok. Buku I, Ed. Ke-2, Cet. Ke-12 Juli. Yogyakarta BPFYOGYAKARTA.
- Sukmawati melakukan .2012 .Analisis Penggunaan Bahan Baku Dan Efektifitas Biaya Produksi Serta Penentuan Harga Jual Pada Penggilingan Beras (PB) Usaha Setia Di Kabupaten Sidrap". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Parepare

Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian

1. Bahan Habis Pakai				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Bahan	Biaya cetak	5 Bendel	30.000	150.000
Bahan	Kertas A4 (ATK)	5 Rim	60.000	300.000
Bahan	Kuitansi (ATK)	5 Buah	25.000	125.000
Bahan	Map Kertas (ATK)	3 Pack	30.000	90.000
Bahan	Amplop (ATK)	5 Box	12.000	60.000
Bahan	Materai 10 Ribu (ATK)	4 Buah	12.000	48.000
Bahan	FC Proposal	5 Buah	10.000	50.000
Bahan	Paket data internet (2 anggota)	2 Paket	40.000	80.000
Bahan	Transport Wawancara	10 Orang	100.000	1.000.000
Bahan	Transport Penelitian	10 Orang	100.000	1.000.000
Bahan	Konsumsi	5 Hari (10 orang)	500.000	2.500.000
Bahan	Bolpoint Faster	5 Pack	23.000	115.000
Bahan	Penggaris	5 Pack	40.000	200.000
Bahan	Klip	1 Pack	11.000	14.000
Bahan	Souvenir Penelitian	2 Buah	500.000	1.000.000
Bahan	Buku Panduan Teori	2 Buah	150.000	300.000
SUB TOTAL (Rp)				7.032.000
2. Pengumpulan Data				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti (HR Mahasiswa Pengumpulan Data)	4 orang	200.000	800.000
Pengumpulan Data	FGD Persiapan Penelitian	8 Paket	70.000	560.000
Pengumpulan Data	Uang Harian Rapat didalam Kantor	4 orang	160.000	640.000
Pengumpulan Data	Biaya Pembuatan Set Data	1 Set	250.000	250.000
Pengumpulan Data	Surat Menyurat Untuk Penelitian	6 Surat	38.500	308.000
SUB TOTAL (Rp)				2.558.000

3. Analisa Data				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Analisis Data	Biaya Analisis Data (Pengolahan Data/ Reduksi Data)	4 Paket	200.000	800.000
Analisis Data	Honorarium Pengolah Data (Biaya olah data HR Mahasiswa untuk konfirmasi data)	4 Paket	200.000	800.000
SUB TOTAL (Rp)				1.600.000
4. Pelaporan, Luaran Wajib, Luaran Tambahan				
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)
				Tahun Sekarang
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Konsumsi Rapat	Lembur 5 Hari (5 Dosen)	250.000	1.250.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Uang Harian Rapat Di Luar Kantor	Lembur 10 Hari (2 Mahasiswa)	580.000	1.160.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Konsumsi Rapat Di Luar Kantor	Lembur 10 Hari (2 Mahasiswa)	40.000	400.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Dokumentasi	Paket Foto dan Video	500.000	500.000
SUB TOTAL (Rp)				3.310.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SETIAP TAHUN (Rp)				14.500.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SELURUHNYA (Rp)				14.500.000

Lampiran 2. Realisasi Anggaran Penelitian

Dana yang masuk pada termin 1 senilai Rp. 14.500.000,-

1. Bahan Habis Pakai					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Bahan	Biaya cetak	5 Bendel	30.000	150.000	150.000
Bahan	Kertas A4 (ATK)	5 Rim	60.000	300.000	300.000
Bahan	Kuitansi (ATK)	5 Buah	25.000	125.000	125.000
Bahan	Map Kertas (ATK)	3 Pack	30.000	90.000	90.000
Bahan	Amplop (ATK)	5 Box	12.000	60.000	60.000
Bahan	Materai 10 Ribu (ATK)	4 Buah	12.000	48.000	48.000
Bahan	FC Proposal	5 Buah	10.000	50.000	50.000
Bahan	Paket data internet (2 anggota)	2 Paket	40.000	80.000	80.000
Bahan	Transport Wawancara	10 Orang	100.000	1.000.000	1.000.000
Bahan	Transport Penelitian	10 Orang	100.000	1.000.000	1.000.000
Bahan	Konsumsi	5 Hari (10 orang)	500.000	2.500.000	2.500.000
Bahan	Bolpoint Faster	5 Pack	23.000	115.000	115.000
Bahan	Penggaris	5 Pack	40.000	200.000	200.000
Bahan	Klip	1 Pack	11.000	14.000	14.000
Bahan	Souvenir Penelitian	2 Buah	500.000	1.000.000	1.000.000
Bahan	Buku Panduan Teori	2 Buah	150.000	300.000	300.000
SUB TOTAL (Rp)				7.032.000	7.032.000
2. Pengumpulan Data					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti (HR Mahasiswa Pengumpulan Data)	4 orang	200.000	800.000	800.000

Pengumpulan Data	FGD Persiapan Penelitian	8 Paket	70.000	560.000	560.000
Pengumpulan Data	Uang Harian Rapat didalam Kantor	4 orang	160.000	640.000	640.000
Pengumpulan Data	Biaya Pembuatan Set Data	1 Set	250.000	250.000	250.000
Pengumpulan Data	Surat Menyurat Untuk Penelitian	6 Surat	38.500	308.000	308.000
SUB TOTAL (Rp)				2.558.000	2.558.000
3. Analisa Data					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Analisis Data	Biaya Analisis Data (Pengolahan Data/ Reduksi Data)	4 Paket	200.000	800.000	800.000
Analisis Data	Honorarium Pengolah Data (Biaya olah data— HR Mahasiswa untuk konfirmasi data)	4 Paket	200.000	800.000	800.000
SUB TOTAL (Rp)				1.600.000	1.600.000
4. Pelaporan, Luaran Wajib, Luaran Tambahan					
Material	Justifikasi	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (Rp)	Realisasi
				Tahun Sekarang	Tahun Sekarang
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Konsumsi Rapat	Lembur 5 Hari (5 Dosen)	250.000	1.250.000	1.250.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Uang Harian Rapat Di Luar Kantor	Lembur 10 Hari (2 Mahasiswa)	580.000	1.160.000	1.160.000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan	Biaya Konsumsi Rapat Di Luar Kantor	Lembur 10 Hari (2 Mahasiswa)	40.000	400.000	400.000

Luaran Tambahan					
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Dokumentasi	Paket Foto dan Video	500.000	500.000	500.000
SUB TOTAL (Rp)				3.310.000	3.310.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SETIAP TAHUN (Rp)				14.500.000	14.500.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN SELURUHNYA (Rp)				14.500.000	14.500.000

Lampiran 3. Susunan Organisasi dan Pembagian Tugas Tim Peneliti

No	Nama/NIDN	InstansiAsal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu (jam/minggu)	Uraian Tugas
1	Ira Megasyara, S.E.,M.Ak/ 0725089202	Universitas Muhammadiyah Lamongan	Akuntansi	15 jam (Rincian: 1 Hari = 3 Jam Masa Kerja 5 Hari dalam 1 Minggu)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun Latar Belakang 2. Komparasi Studi Literatur 3. Merencanakan Pengambilan Data 4. Pengumpulan Data/ Pengukuran 5. Analisis Data 6. Kesimpulan dan Verifikasi 7. Publikasi Luaran Jurnal
2	Ninik Mas'adah, SE. M.Ak/ 0722028701	Universitas Muhammadiyah Lamongan	Akuntansi	10 Jam (Rincian: 1 Hari = 2 Jam Masa Kerja 5 Hari dalam 1 Minggu)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merencanakan Pengambilan Data 2. Pengumpulan Data/ Pengukuran 3. Analisis Data 4. Kesimpulan dan Verifikasi
3	Anggra Yanuarta/ 20163101067	Universitas Muhammadiyah Lamongan	Akuntansi	10 Jam (Rincian: 1 Hari = 2 Jam Masa Kerja 5 Hari dalam 1 Minggu)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merencanakan Pengambilan Data 2. Pengumpulan Data/ Pengukuran 3. Analisis Data Kesimpulan dan Verifikasi

Lampiran 4. Biodata Ketua dan Anggota

A. Identitas Diri (Ketua Pengusul)

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Ira Megasyara,S.E.,M.Ak
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Tenaga Pendidik
4	NIP/NIK	19920825202003146
5	NIDN	0725089202
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Bojonegoro, 25 Agustus 1992
7	E-mail	iramegasyara@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	081331777976
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan, Plosowahyu, Lamongan
10	Nomor Telepon/Fax	0322-322356
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1=...orang; S-2=...orang; S-3=...orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengantar Akuntansi I 2. Matematika Ekonomi II 3. Pengantar Akuntansi II 4. Akuntansi Sektor Publik 5. Akuntansi Biaya 6. Akuntansi Keuangan Menengah 7. Praktikum Akuntansi Perusahaan Dagang 8. Auditing 1

A. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Negeri Surabaya	Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim
Bidang Ilmu	Akuntansi	Magister Akuntansi
Tahun Masuk-Lulus	2011-2015	2015-2017
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	-	-
Nama Pembimbing/Promotor	-	-

B. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis dan Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2019	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016	Mandiri	
2	2020	Analisis Dampak Perubahan Perilaku Sosial Ekonomi Masyarakat Akibat Covid 19 Di Kecamatan Paciran	Eksternal	

		Kabupaten Lamongan		
3	2020	Analisis Pendapatan Transfer Desa Terhadap Belanja Desa (Studi Pada Desa Sidokumpul Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan)	Mandiri	
4	2021	<i>Comparative Analysis of Financial Performance Upon Automotive Companies Registered in BEI</i>	Mandiri	

*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.

C. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2021	Pelatihan Penggunaan Mailmerger MS. Word pada Karyawan Universitas Muhammadiyah Lamongan		
2	2021	Penyuluhan Pembinaan Ibu-Ibu PKK untuk Mengelola Usaha Kecil RT 03 RW 03 Desa Deket Wetan Lamongan		

*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.

D. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016	EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi	2019
2	Analisis Dampak Perubahan Perilaku Sosial Ekonomi Masyarakat Akibat Covid 19 Di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan	Equilibrium: Jurnal penelitian pendidikan dan ekonomi	2020
3	Analisis Pendapatan Transfer Desa Terhadap Belanja Desa (Studi Pada Desa Sidokumpul Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan)	Jurnal <i>Economics, Management dan Bussiness Research</i>	2020
4	<i>Comparative Analysis of Financial Performance Upon Automotive Companies Registered in BEI</i>	Jurnal <i>Economics, Management dan Bussiness Research</i>	2021

E. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Temu Ilmiah /Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1			
2			
3			

F. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				
2				
3				

G. Perolehan HKI dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				
2				
3				

H. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				
2				
3				

I. Penghargaan dalam 5 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1			
2			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan laporan akhir penelitian dosen pemula tahun 2021.

Lamongan, 09 Februari 2021

Ketua



(Ira Megasyara, S.E., M.Ak)

A. Identitas Diri (Anggota 1)

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Ninik Mas'adah, SE. M.Ak
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK	3524256202870002
5	NIDN	0722028701
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Lamongan, 22 Pebruari 1987
7	E-mail	ninikmasadah6@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	085730311778
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan, Plosowahyu, Lamongan
10	Nomor Telepon/Fax	0322-322356
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1=...orang; S-2=...orang; S-3=...orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	Seminar Proposal

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	STIE KH Ahmad Dahlan Lamongan	Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
Bidang Ilmu	Akuntansi	Akuntansi
Tahun Masuk-Lulus	2012-2016	2017-2019
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	-	-
Nama Pembimbing/Promotor	-	-

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis dan Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2020	Pengaruh Dana Desa Terhadap Peningkatan Daya Beli Masyarakat yang terdampak Covid	Dikti	
2	2020	Peran Dana Desa dalam Meingkatkan Pendapatan Asli Desa	Dikti	
3	2021	<i>Comparative Analysis of Financial Performance Upon Automotive Companies Registered in BEI</i>	Mandiri	

*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2021	Pengelolaan Manajemen Keuangan Bagi Pengelola Bumdes Di Desa Sidorejo Kecamatan Deket Kabupaten Lamongan		

*Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DRPM maupun dari sumber lainnya.

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	<i>Comparative Analysis of Financial Performance Upon Automotive Companies Registered in BEI</i>	<i>International Journal Of Science, Technology & Management (IJTSM)</i>	2021

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Temu Ilmiah /Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1			

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				
2				
3				
4				

H. Perolehan HKI dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				
2				
3				

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				
2				
3				

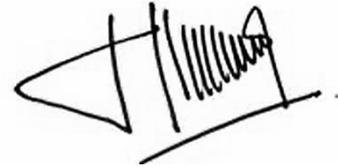
J. Penghargaan dalam 5 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1			
2			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan laporan akhir penelitian dosen pemula tahun 2021.

Lamongan, 09 Februari 2021

Anggota

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of loops and vertical strokes, positioned above the name.

(Ninik Mas'adah, SE. M.Ak)

A. Identitas Diri (Anggota 1)

1	Nama Lengkap	Anggra Yanuarta
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	NIM	20163101067
5	Instansi	Universitas Muhammadiyah Lamongan
6	Riwayat Pendidikan	Universitas Muhammadiyah Lamongan

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan laporan akhir penelitian dosen pemula tahun 2021.

Lamongan, 09 Februari 2021

Anggota



(Anggra Yanuarta)