

**ANALISIS BIAYA PEMASARAN MENURUT JENIS PRODUK
TERHADAP LABA PADA PERUSAHAAN ROTI
MEGA SARI BAKERY KEBUMEN**

IKA NENI KRISTANTI, SE.,M.Sc

Email : kris_tanty@yahoo.com

ABSTRACT

Marketing costs include all costs incurred since the finished product until the product produced is converted back to cash. Thus marketing costs include the costs of warehousing, advertisement, sale, packaging and packing, credit and billing, accounting and marketing. Therefore, the cost of marketing the company became an important part of the overall costs incurred by the company, because of the importance of marketing costs for the company, the author helps the company to know which products are higher marketing costs and remedy know which product is better in improving the company's net profit according to types of products.

Authors conducted a study on company Mega Sari Bakery Kebumen. The company sells ten bakery products with different prices. therefore great to find a great marketing costs and profits of each product cost analysis by type of product marketing at the company Mega Sari Bakery Kebumen, so that the product is known to have the highest marketing costs of ten products are bales while the highest profit on a cream product jumbo cheese because of high levels of sales proceeds.

Keywords: Marketing Costs, Profit.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Keadaan perekonomian di Indonesia yang tidak stabil membuat perusahaan harus mampu membuat strategi dan langkah yang tepat dalam menghadapi masalah perekonomian. Produk yang dihasilkan perusahaan disesuaikan dengan kebutuhan atau keinginan konsumen seperti harga, manfaat, jenis dan kualitas produk yang dihasilkan. Perusahaan dalam kegiatan memasarkan produk tersebut juga mempertimbangkan potensi pembelian

produk mana yang paling diminati konsumen.

Salah satu produk yang sering dijumpai konsumen adalah roti, banyak beragam roti yang beredar dipasaran. Perusahaan roti di Jawa Tengah salah satunya adalah Mega Sari Bakery Kebumen, perusahaan roti yang kegiatan pemasarannya dengan menghasilkan produk roti basah yang memiliki macam yang berbeda. Perusahaan tersebut terletak di desa Kedawung Rt 05 Rw 03 kecamatan Pejagoan, kabupaten Kebumen. Produk yang dihasilkan yaitu berbagai roti dengan varian rasa yang berbeda. Ada 10 produk roti yang dipasarkan

keberbagai wilayah di Jawa Tengah (Kebumen, Purworejo, Banjarnegara, dan Cilacap).

Perusahaan yang menghasilkan produk bersama pada umumnya menghadapi masalah pemasaran berbagai macam produknya, karena masing-masing produk tertentu mempunyai masalah pemasaran dan harga jual yang berbeda, sehingga untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing produk bersama tersebut terhadap seluruh penghasilan perusahaan (Mulyadi:2007). Kegiatan perusahaan tersebut dalam memasarkan produknya tidak terlepas dari berbagai biaya pemasaran seperti biaya gaji penjualan, biaya iklan, biaya promosi dan biaya pengiriman. Biaya pemasaran tersebut perlu diperhatikan dalam mengalokasikannya, karena agar biaya yang dikeluarkan tidak terlalu banyak dan tidak berpengaruh besar terhadap laba perusahaan.

Biaya pemasaran tersebut perlu diperhatikan dalam mengalokasikannya, karena agar biaya yang dikeluarkan tidak terlalu banyak dan tidak berpengaruh besar terhadap laba perusahaan, oleh karena itu perlu diadakan analisis biaya pemasaran menurut jenis produk. Karena maju mundurnya perusahaan tergantung dari baik tidaknya kegiatan pemasaran yang dilakukan. Dengan menganalisis biaya pemasaran perusahaan mendapat informasi dan mampu mengambil keputusan langkah yang akan dijalankan untuk memaksimalkan laba.

Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis biaya pemasaran terhadap laba yang dihasilkan pada perusahaan roti Mega Sari Bakery Kebumen.

Kajian Pustaka

Pengertian Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2007:488) dalam arti luas biaya pemasaran meliputi semua biaya yang terjadi saat sejak produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai produk tersebut diubah kembali dalam bentuk tunai.

Kegiatan pemasaran produk dimulai jauh sebelum produk selesai diproduksi. Setelah produk selesai diproduksi kegiatan pemasaran dilaksanakan melalui serangkaian tindakan berikut ini : penyimpanan produk digudang, penjualan, pembungkusan pengiriman dan pencatatan transaksi penjualan. Dengan demikian dalam arti luas biaya pemasaran tidak hanya meliputi biaya penjualan saja tetapi termasuk biaya advertensi, biaya pergudangan, biaya pembungkusan dan pengiriman, biaya kredit dan penagihan, dan biaya akuntansi pemasaran.

Cara Analisis Biaya Pemasaran

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

1. Analisis biaya pemasaran menurut jenis biaya atau objek pengeluaran
2. Analisis Biaya Pemasaran Menurut Fungsi Pemasaran
Fungsi pemasaran adalah suatu kegiatan pemasaran yang memerlukan pengeluaran biaya. Analisis biaya pemasaran menurut fungsi pemasaran bertujuan untuk pengendalian

biaya, dan untuk analisis biaya pemasaran menurut usaha pemasaran.

3. Analisis Biaya Pemasaran Menurut Usaha Pemasaran

Analisis biaya pemasaran menurut jenis biaya dan fungsi pemasaran berguna untuk pengendalian biaya, tetapi untuk membantu dalam mengarahkan dalam kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran tidak akan efektif jika tidak ada pengarahan yang baik, oleh karena itu perlu diadakan analisis biaya pemasaran yang dapat menyajikan informasi kepada manajemen mengenai kemampuan usaha pemasaran tertentu dalam menghasilkan laba.

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.

Manfaat Biaya Analisis Biaya Pemasaran

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.

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-biaya akan merupakan laba atau rugi untuk periode tersebut. Jika terjadi selisih lebih pendapatan atas biaya-biaya yang terjadi berarti perusahaan mendapatkan laba, sedangkan jika terjadi selisih kurang pendapatan atas biaya-biaya yang terjadi maka perusahaan menderita kerugian.

Analisis Biaya Pemasaran Menurut Jenis Produk

- 1. Menggolongkan biaya pemasaran menurut fungsinya

Tabel 1 Data Biaya Menurut Fungsi Pemasaran

Fungsi	Jumlah
Penjualan	Rp xxx
Pergudangan	Rp xxx
Pembungkusan dan pengiriman	Rp xxx
Advertensi	Rp xxx
Kredit dan Penagihan	Rp xxx
Akuntansi Pemasaran	Rp xxx
Total	Rp xxx

(Mulyadi, 2010:494)

2. Menghitung harga pokok produk bersama

Tabel 2 Produk Bersama

produk bersama	Harga Jual/ unit	Jumlah Produk yang dihasilkan (unit)	Nilai Jual (1) X (2)	nilai jual relatif (3):jumlah (3)	alokasi biaya bersama (4) x Jumlah alokasi biaya bersama	harga pokok produk bersama / unit (5):(1)
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
A	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	xxx	Rpxxx	xx %
B	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	xxx	Rpxxx	xx %
C	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	xxx	Rpxxx	xx %
D	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	xxx	Rpxxx	xx %
jumlah	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	xxx	Rpxxx	100 %

(Mulyadi, 2010:337)

3. Menyiapkan data dasar alokasi

Tabel 3 Data Dasar Alokasi

Keterangan	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	... unit	... unit	... unit
Berat produk per unit	... kg	... kg	... kg
Frekuensi produk tercantum dalam faktur penjualan	... kali	... kali	... klai
Frekuensi pesanan dari langganan	... kali	... kali	... kali

Data mengenai harga jual, harga pokok, jumlah, berat, dan transaksi tiap- tiap jenis produk. (Mulyadi, 2010:494)

4. Menghitung tarif alokasi biaya pemasaran

Tabel 4 Tarif Alokasi Biaya Pemasaran

Fungsi Pemasaran	Jumlah biaya pemasaran (1)	Jumlah dasar alokasi (2)	Tarif alokasi biaya pemasaran (1) : (2)
Penjualan	Rp xxx	Rp xxx ^(a)	%
Pergudangan	Rp xxx	xxx kg ^(b)	Rp xxx
Pembungkusan dan pengiriman	Rp xxx	xxx unit ^(c)	Rp xxx
Advertensi	Rp xxx	xxx unit ^(d)	Rp xxx
Kredit dan penagihan	Rp xxx	xxx kali ^(e)	Rp xxx
Akuntansi pemasaran	Rp xxx	xxx kali ^(f)	Rp xxx

(Mulyadi, 2010:495)

Perhitungan tarif ini dapat dihitung sebagai berikut:

- a) Hasil penjualan :
Unit produk terjual x harga jual per unit
- b) Pergudangan :
Unit produk terjual x berat produk terjual
- c) Pembungkusan dan pengiriman :
Unit produk terjual
- d) Advertensi :
Unit produk terjual
- e) Kredit dan penagihan :
Frekuensi pesanan dari pelanggan
- f) Akuntansi pemasaran :
Frekuensi produk tercantum dalam faktur penjualan

Laporan rugi laba menurut jenis produk

1. Menggolongkan penghasilan penjualan ke dalam setiap jenis produk:
Hasil penjualan ini digolongkan menurut jenis produk.
2. Menggolongkan harga pokok penjualan kesetiap jenis produk :
Perhitungan harga pokok ini dapat dicari dengan mengalikan harga pokok penjualan dengan hasil penjualan.
3. Menghitung laba kotor atas penjualan :
Laba kotor atas penjualan ini dapat dihitung dengan mengurangi hasil penjualan dengan harga pokok penjualan.
4. Mengalokasikan biaya pemasaran setiap fungsi pada setiap jenis produk :
Biaya pemasaran yang telah didistribusikan kedalam setiap fungsi dialokasikan pada setiap jenis produk.
5. Menghitung laba atau rugi bersih setiap jenis produk
Laba atau rugi bersih dapat dihitung dengan mengurangi dari laba kotor dengan biaya pemasaran setiap fungsi.

Tabel 5 Laporan Rugi Laba Tiap Jenis Produk

Keterangan	Jumlah	Produk		
		A	B	C
Hasil penjualan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Harga pokok penjualan	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Laba kotor	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx	Rp xxx
Biaya distribusi :				
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	<u>Rp xxx</u>	<u>Rp xxx</u>	<u>Rp xxx</u>	<u>Rp xxx</u>

HASIL LAPORAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah Perusahaan Mega Sari Bakery Kebumen

Mega Sari Bakery atau yang biasa disebut MS Bakery merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri dan usaha dagang. Awal mula Mega Sari Bakery dimulai saat Otong Suhandi selaku pemilik MS Bakery bekerjanya dipabrik roti setelah beberapa tahun. Karena keinginannya untuk berwirausaha sendiri kemudian dia mendirikan usaha roti yang diberi nama Mega Sari Bakery di desa Sruweng, kecamatan Sruweng kabupaten Kebumen. Pada tahun 2007 Mega Sari Bakery pindah di desa Kedawung Rt 05 Rw 03, kecamatan Pejagoan, kabupaten Kebumen. Perjalanan Mega Sari tidaklah mudah, mulai dari kegiatan pengenalan produk yang awalnya sulit diterima konsumen karena produknya yang baru merambah pasaran hingga masalah ekonomi, karena belum mampu menembus pasaran perusahaan hanya memiliki sedikit tenaga kerja dan tidak banyak modal yang dimiliki. Setelah usahanya mulai berkembang Mega Sari Bakery Kebumen mulai menambah modal dengan bekerjasama dengan beberapa pihak serta menambah tenaga kerja yang berjumlah 27 orang hingga sekarang. Untuk memasarkan produknya perusahaan menggunakan lima mobil dan produknya mulai diminati konsumen.

Hasil Penelitian

Tabel 6 produk yang dipasarkan

Produk	Keterangan	Berat	Harga jual
Cream Keju Jumbo	bentuk roti balok, parutan keju diatas, dan coklat dibagian tengah	450 g	Rp 7.000
Cream Mesis Keju	bentuk persegi, cream manis dan mesis didalamnya, dan rasa keju.	450 g	Rp 6.500
Jumbo Spesial	bentuk persegi panjang, rasa coklat dan vanilla	400 g	Rp 6.000
Bal- Bal	bentuk bulat, rasa vanilla dan coklat	450 g	Rp 5.500
Kombinasi	bentuk persegi, degan rasa coklat dan ada sedikit cream vanilla.	350 g	Rp 4.500
Krumpul	bentuk melingkar, rasa coklat dan strawbery	400 g	Rp 5.000
Gir Spesial	bentuk melingkar dan selai coklat	400 g	Rp 6.500
Kotak Kombinasi	bentuk kotak, tiga macam rasa didalamnya	400 g	Rp 7.000
Sobek Kombinasi Kecil	bentuk lebih kecil diantara produk lainnya dan rasa coklat	300 g	Rp 3.000
Kepang	bentuk melingkar, dan rasa coklat	400 g	Rp 5.500

Perhitungan alokasi biaya pemasaran bulan September 2013

Tabel 7 Perhitungan Alokasi Biaya Pemasaran Bulan September 2013

Produk	harga jual	produk yang terjual (unit)	berat produk (kg)	produk yang tercantum dlm faktur	tarif alokasi					penjualan (Rp)
					penjualan (Rp)	pergudangan (Rp)	pengiriman (Rp)	advertisensi (Rp)	akuntansi pemasaran (Rp)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1x2x5
Cream Keju Jumbo	Rp7.000	3.600	0,45	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	1.522.389
Cream Mesis Keju	Rp6.500	3.480	0,45	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	1.366.526
Jumbo Spesial	Rp6.000	3.900	0,4	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	1.413.647
Bal- Bal	Rp5.500	4.130	0,45	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	1.372.265
Kombinasi	Rp4.500	4.020	0,35	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	1.092.858
Krumpul	Rp5.000	3.180	0,4	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	960.555
Gir Spesia	Rp6.500	3.400	0,4	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	1.335.111
Kotak Kombinasi I	Rp7.000	3.350	0,4	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	1.416.668
Sobek Kombinasi Keci	Rp3.000	4.270	0,3	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	773.881
Kepang	Rp5.500	3.660	0,4	3.900	6%	28,70	548,84	133,71	13,46	1.216.099
Jumlah		36.990		39.000						12.470.000

Perhitungan Rugi- Laba bulan September 2013

Tabel 8 Laporan Rugi- Laba Bulan September 2013

Keterangan	Jumlah	Produk						
		cream keju jumbo	cream mesis keju	jumbo special	bal- bal	kombinasi	krumpul	gir special
Hasil penjualan	206.415.000	25.200.000	22.620.000	23.400.000	22.715.000	18.090.000	15.900.000	22.100.000
pendapatan lain- lain	32.068.810	4.222.800	4.117.680	3.166.800	3.967.775	2.239.380	3.543.330	2.614.400
Harga pokok penjualan	103.763.708	12667904	11.370.952	11763054	11418708	9093746	7992844	11109551
Laba kotor	134.720.102	16.754.896	15.366.728	14.803.746	15.264.067	11.235.634	11.450.486	13.604.849
Biaya distribusi :								
Penjualan	12470000	1.522.389	1.366.526	1.413.647	1.372.265	1.092.858	960.555	1.335.111
pergudangan	416.600	46.490	44.940	44.768	41.496	46.145	36.503	39.028
pengiriman	20.301.600	1.975.825	1.909.964	2.140.477	2.266.710	2.206.338	1.745.312	1.866.057
Advertensi	4946000	481.363	465.317	521.476	552.230	537.521	425.204	454.620
akuntansi pemasaran	525000	52.500	52.500	52.500	52.500	52.500	52.500	52.500
Jumlah biaya pemasaran	38659200	4.078.566	3.839.247	4.172.868	4.285.201	3.935.363	3.220.074	3.747.317
administrasi dan umum	1.200.000	116.788	112.895	126.521	133.982	130.414	103.163	110.300
Laba	<u>94.860.902</u>	<u>12.559.541</u>	<u>11.414.586</u>	<u>10.504.357</u>	<u>10.844.884</u>	<u>7.169.858</u>	<u>8.127.249</u>	<u>9.747.232</u>

Perhitungan alokasi biaya pemasaran bulan Oktober 2013

Tabel 9 Perhitungan Alokasi Biaya Pemasaran Bulan Oktober 2013

Produk	harga jual	produk yang terjual (unit)	berat produk (kg)	produk yang tercantum dlm faktur (kali)	tarif alokasi					alokasi	
					penjualan	pergudang	pengiriman	advertensi	akuntansi	penjualan	pergudang
					5	6	7	8	9	1x2x5	2x3
Cream Keju Jumbo	Rp7.000	3.720	0,45	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	1.394.085	42.40
Cream Mesis Keju	Rp6.500	4.020	0,45	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	1.398.904	45.81
Jumbo Spesial	Rp6.000	3.840	0,4	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	1.233.476	38.90
Bal- Bal	Rp5.500	5.390	0,45	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	1.587.084	61.43
Kombinasi	Rp4.500	4.260	0,35	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	1.026.291	37.76
Krumpul	Rp5.000	4.380	0,4	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	1.172.445	44.37
Gir Spesial	Rp6.500	3.750	0,4	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	1.304.947	37.99
Kotak Kombinasi	Rp7.000	3.800	0,4	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	1.424.066	38.49
Sobek Kombinasi	Rp3.000	4.620	0,3	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	742.013	35.10
Kepang	Rp5.500	4.200	0,4	3.900	5%	25,33	499,09	132,63	13,97	1.236.689	42.55
Jumlah		41.980		39.000						12.520.000	416.60

Perrhitungan Laporan Rugi Laba bulan Oktober 2013
Tabel 10 Laporan Rugi Laba Bulan Oktober 2013 (Rp)

Keterangan	Jumlah	Produk							
		cream keju	cream mesis keju	jumbo special	bal- bal	kombinasi	krumpul	gir special	kotak kombi:
Hasil penjualan	233.860.000	26.040.000	26.130.000	23.040.000	29.645.000	19.170.000	21.900.000	24.375.000	26.600.000
pendapatan lai-lain	25.170.475	4.011.660	3.235.320	3.257.280	2.225.825	1.967.940	2.035.530	2.042.500	2.111.400
Harga pokok penjualan	117.560.163	13.090.168	13.135.410	11.582.084	14.902.382	9.636.656	11.009.012	12.253.181	13.371.600
Laba kotor	141.470.312	16.961.492	16.229.910	14.715.196	16.968.443	11.501.284	12.926.518	14.164.319	15.339.700
Biaya distribusi :									
Penjualan	12.520.000	1.394.085	1.398.904	1.233.476	1.587.084	1.026.291	1.172.445	1.304.947	1.424.000
Pergudangan	416.600	42.400	45.819	38.904	47.795	43.159	44.375	37.992	38.490
Pengiriman	20.951.600	1.856.597	2.006.323	1.916.487	2.690.070	2.126.103	2.185.994	1.871.570	1.896.500
Advertensi	5.568.000	493.401	533.191	509.317	714.900	565.023	580.939	497.380	504.010
Akuntansi pemasaran	545.000	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500
Jumlah	40.001.200	3.840.983	4.038.736	3.752.685	5.094.348	3.815.077	4.038.253	3.766.389	3.917.600
administrasi dan umum	1.200.000	106.336	114.912	109.767	154.073	121.772	125.202	107.194	108.620
Laba	100.269.112	13.014.173	12.076.262	10.852.744	11.720.021	7.564.435	8.763.062	10.290.736	11.313.500

Perhitungan alokasi biaya pemasaran bulan November 2013

Tabel 11 Perhitungan Alokasi Biaya Pemasaran Bulan November 2013

produk	harga jual	produk yang terjual (unit)	berat produk (kg)	produk yang tercantum dlm faktur (kali)	tarif alokasi					penjualan (Rp)
					penjualan	pergudangan (Rp)	pengiriman (Rp)	advertensi (Rp)	akuntansi pemasaran (Rp)	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1x2x5
Cream Keju Jumbo	Rp7.000	4.080	0,45	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	1.533.874
Cream Mesis Keju	Rp6.500	3.960	0,45	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	1.382.420
Jumbo Spesial	Rp6.000	4.020	0,4	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	1.295.415
Bal- Bal	Rp5.500	5.250	0,45	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	1.550.792
Kombinasi	Rp4.500	4.200	0,35	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	1.015.064
Krumpul	Rp5.000	3.960	0,4	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	1.063.400
Gir Spesial	Rp6.500	3.800	0,4	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	1.326.565
Kotak Kombinasi	Rp7.000	3.700	0,4	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	1.391.013
Sobek Kombinasi Kecil	Rp3.000	4.550	0,3	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	733.102
Kepang	Rp5.500	4.260	0,4	3.900	5%	25,41	497,88	129,06	13,97	1.258.357
Jumlah		41.780		39.000						12.550.000

Perhitungan Rugi- Laba bulan November 2013

Tabel 12 Laporan Rugi- Laba Bulan November 2013

Keterangan	Jumlah	Produk						
		cream keju jumbo	cream mesis keju	jumbo special	bal- bal	kombinasi	krumpu	gir spec
Hasil penjualan	233.675.000	28.560.000	25.740.000	24.120.000	28.875.000	18.900.000	19.800.000	24.700.000
pendapatan lain-lain	25.216.875	3.378.240	3.333.360	2.985.840	2.419.375	2.035.800	2.563.260	1.960.800
Harga pokok penjualan	117.467.162	14.356.958	12.939.359	12.124.994	14.515.307	9.500.928	9.953.353	12.416.500
Laba kotor	141.424.713	17.581.282	16.134.001	14.980.846	16.779.068	11.434.872	12.409.907	14.244.200
Biaya distribusi :								
Penjualan	12.550.000	1.533.874	1.382.420	1.295.415	1.550.792	1.015.064	1.063.400	1.326.500
Pergudangan	416.600	46.647	45.275	40.855	46.698	42.684	40.245	38.619
Pengiriman	20.801.600	2.031.367	1.971.621	2.001.494	2.613.892	2.091.113	1.971.621	1.891.900
Advertensi	5.392.000	526.552	511.066	518.809	677.549	542.039	511.066	490.410
Akuntansi pemasaran	545.000	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500	54.500
Jumlah	39.705.200	4.192.941	3.964.882	3.911.072	4.943.431	3.745.400	3.640.832	3.802.000
administrasi dan umum	1.200.000	117.185	113.739	115.462	150.790	120.632	113.739	109.140
Laba	100.519.513	13.271.156	12.055.380	10.954.312	11.684.847	7.568.840	8.655.337	10.333.000

Berdasarkan tabel laporan rugi laba, maka diketahui biaya pemasaran dari setiap produk dan laba bersih sebelum pajak dari setiap produk, dari yang tertinggi hingga terendah.

Tabel 13 Biaya pemasaran setiap jenis produk bulan September 2013

Produk	Jumlah
Bal- Bal	Rp 4.297.039
Jumbo Spesial	Rp 4.172.868
Cream Keju Jumbo	Rp 4.078.566
Kombinasi	Rp 3.929.595
Cream Mesis Keju	Rp 3.839.247
Kepang	Rp 3.808.753
Kotak Kombinasi	Rp 3.794.172
Sobek Kombinasi Kecil	Rp 3.777.640
Gir Spesial	Rp 3.747.317
Krumpul	Rp 3.220.074
Jumlah	Rp 38.659.200

Tabel 14 Laba setiap jenis produk bulan September 2013

produk	jumlah
Cream Keju Jumbo	Rp 12.559.541
Cream Mesis Keju	Rp 11.414.586
Bal- Bal	Rp 10.844.884
Kotak Kombinasi	Rp 10.662.137
Jumbo Spesial	Rp 10.504.357
Gir Spesial	Rp 9.747.232
Kepang	Rp 9.318.320
Krumpul	Rp 8.127.249
Kombinasi	Rp 7.169.858
Sobek Kombinasi Kecil	Rp 4.512.738
Jumlah	Rp 94.860.902

Produk Mega Sari Bakery Kebumen yang memiliki biaya pemasaran tertinggi adalah Bal- Bal karena tingkat penjualan yang diperoleh paling tinggi diantara sepuluh produk tersebut. Sedangkan krumpul memiliki tingkat penjualan yang terendah sehingga biaya pemasarannya rendah.

Sedangkan yang memperoleh laba tertinggi Cream Keju Jumbo karena dari hasil penjualan yang tinggi maka akan diperoleh laba yang tinggi, dan sobek kombinasi kecil memiliki laba yang terendah karena hasil penjualannya rendah, sedangkan biaya yang dikeluarkan kesepuluh produk tersebut proporsinya hampir sama besar.

Berdasarkan table laporan rugi laba bulan Oktober 2013, maka diketahui biaya pemasaran dari setiap produk dan laba bersih sebelum pajak dari setiap produk, dari yang tertinggi hingga terendah.

Tabel 15 Biaya pemasaran setiap jenis produk bulan Oktober 2013

Produk	Jumlah
Bal- Bal	Rp 5.107.988
Cream Mesis Keju	Rp 4.038.736
Krumpul	Rp 4.038.253
Kepang	Rp 3.986.964
Kotak Kombinasi	Rp 3.917.600
Cream Keju Jumbo	Rp 3.840.983
Kombinasi	Rp 3.809.682
Gir Spesial	Rp 3.766.389
Jumbo Spesial	Rp 3.752.685
Sobek Kombinasi Kecil	Rp 3.750.164
Jumlah	Rp 40.001.200

Tabel 16 Laba setiap jenis produk bulan Oktober 2013

Produk	Jumlah
Cream Keju Jumbo	Rp 13.014.173
Cream Mesis Keju	Rp 12.076.262
Bal- Bal	Rp 11.720.021
Kotak Kombinasi	Rp 11.313.500
Jumbo Spesial	Rp 10.852.744
Gir Spesial	Rp 10.290.736
Kepang	Rp 9.869.233
Krumpul	Rp 8.763.062
Kombinasi	Rp 7.564.435
Sobek Kombinasi Kecil	Rp 4.804.946
Total	Rp 100.269.112

Produk Mega Sari Bakery Kebumen yang memiliki biaya pemasaran tertinggi adalah Bal- Bal karena tingkat penjualan yang diperoleh paling tinggi diantara sepuluh produk tersebut. Sedangkan sobek kombinasi kecil memiliki tingkat penjualan yang terendah sehingga biaya pemasarannya rendah. Jika dibandingkan dengan bulan September 2013 sebesar Rp 38.659.200, pada bulan Oktober sebesar Rp 40.001.200, sehingga biaya pemasaran mengalami kenaikan disertai kenaikan volume penjualan produk.

Sedangkan yang memperoleh laba tertinggi Cream Keju Jumbo karena dari hasil penjualan yang tinggi maka akan diperoleh laba yang tinggi, dan sobek kombinasi kecil memiliki laba yang terendah karena hasil penjualannya rendah, sedangkan biaya yang dikeluarkan kesepuluh produk tersebut proporsinya hampir sama besar. Jika dibandingkan laba bersih sebelum pajak pada bulan September 2013 sebesar Rp 94.860.902, sedangkan pada bulan Oktober 2013 sebesar Rp 100.269.112, sehingga mengalami kenaikan laba.

Berdasarkan table laporan rugi laba bulan November 2013, maka diketahui biaya pemasaran dari setiap produk dan laba bersih sebelum pajak dari setiap produk, dari yang tertinggi hingga terendah.

Tabel 17 Biaya pemasaran setiap jenis produk bulan November 2013

Produke	Jumlah
Bal- Bal	Rp 4.956.757
Cream Keju Jumbo	Rp 4.192.941
Kepang	Rp 4.026.920
Cream Mesis Keju	Rp 3.964.882
Jumbo Spesial	Rp 3.911.072
Kotak Kombinasi	Rp 3.802.798
Gir Spesial	Rp 3.802.060
Kombinasi	Rp 3.740.065
Sobek Kombinasi Kecil	Rp 3.674.864
Krumpul	Rp 3.640.832
Total	Rp39.705.200

Tabel 18 Laba setiap jenis produk bulan November 2013

produk	jumlah
Cream Keju Jumbo	Rp 13.271.156
Cream Mesis Keju	Rp 12.055.380
Bal- Bal	Rp 11.684.847
Kotak Kombinasi	Rp 11.258.491
Jumbo Spesial	Rp 10.954.312
Gir Spesial	Rp 10.333.040
Kepang	Rp 9.908.140
Krumpul	Rp 8.655.337
Kombinasi	Rp 7.568.840
Sobek Kombinasi Kecil	Rp 4.829.970
Total	Rp100.519.513

Produk Mega Sari Bakery Kebumen yang memiliki biaya pemasaran tertinggi adalah Bal- Bal karena tingkat penjualan yang diperoleh paling tinggi diantara sepuluh produk tersebut. Sedangkan krumpul memiliki tingkat penjualan yang terendah sehingga biaya pemasarannya rendah. Pada bulan September, Oktober, dan November 2013, produk yang biaya penjualannya tinggi adalah Bal-Bal, karena produk tersebut banyak diminati konsumen dengan harga yang ekonomis, dikemas secara menarik dan rasanya lezat.

Sedangkan yang memperoleh laba tertinggi Cream Keju Jumbo karena dari hasil penjualan yang tinggi maka akan diperoleh laba yang tinggi, dan sobek kombinasi kecil memiliki laba yang terendah karena hasil penjualannya rendah, sedangkan biaya yang dikeluarkan kesepuluh produk tersebut proporsinya hampir sama besar. Pada bulan September, Oktober dan November 2013 laba bersih sebelum pajak mengalami fluktuatif, karena kenaikan laba terjadi pada bulan Oktober 2013, sedangkan penurunan terjadi pada bulan November 2013. Biaya pemasaran yang dikeluarkan tidak dapat dikendalikan, karena biaya pemasaran yang dikeluarkan berbanding lurus dengan kenaikan penjualan. Sedangkan daya beli konsumen tidak dapat diperkirakan seberapa besar tingkat pembeliannya. Namun tingkat efektifitas pemasaran dapat dilihat dari tingkat penjualan produk.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel biaya pemasaran tahun 2013, biaya pemasaran yang dikeluarkan pada bulan September 2013 sebesar Rp 38.659.200, pada bulan Oktober 2013 sebesar Rp 40.001.200 dan pada bulan November 2013 sebesar Rp 39.455.200. biaya yang paling tinggi dikeluarkan pada bulan Oktober 2013, karena biaya yang dikeluarkan untuk fungsi pengiriman cukup besar. Produk yang memiliki biaya pemasaran tertinggi adalah bal- bal, karena bal-bal merupakan produk yang tingkat penjualannya paling tinggi diantara sepuluh produk yang dijual. Sedangkan yang terendah adalah krumpul , karena krumpul unit produk yang terjual paling sedikit. Besarnya biaya pemasaran relatif tidak berbeda jauh untuk tiap produknya.
2. Berdasarkan laporan rugi- laba pada tahun 2013, laba bersih sebelum pajak pada perusahaan Mega Sari Bakery mengalami fluktuatif karena pada bulan September 2013 sebesar Rp 94.860.902, bulan Oktober 2013 sebesar Rp 100.269.111 dan pada bulan November 2013 sebesar Rp 98.549.842. Laba yang tertinggi dicapai pada bulan Oktober 2013. Pada bulan November 2013 mengalami penurunan, hal itu dikarenakan adanya penjualan yang menurun pada bulan November 2013. Sepuluh produk tersebut pada bulan September, Oktober dan November 2013 yang memiliki laba bersih sebelum pajak tertinggi adalah cream keju jumbo dan yang memiliki laba terendah adalah sobek kombinasi kecil karena biaya pemasaran yang dialokasikan pada produk tersebut relatif sama dengan produk lain yang memiliki nilai jual yang tinggi.

SARAN

Saran yang dapat diberikan dari penulis setelah mengadakan penelitian di Mega Sari Bakery Kebumen adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan pemasaran Mega Sari Bakery hendaknya meningkatkan biaya pemasaran salah satunya adalah promosi, yang berkaitan langsung dengan pelanggan yang nantinya akan meningkatkan penjualan.
2. Meningkatkan kinerja karyawan Mega Sari Bakery Kebumen terutama pada bagian penjualan agar pelanggan tetap loyal dan percaya, serta meningkatkan kualitas dan cita rasa produk sesuai yang diinginkan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Gade, Muhammad. 2005. *Teori Akuntansi*. Jakarta: Almahira.
- Halim, Abdul. 2010. *Dasar- Dasar Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: BFPE
- Hansen. Dan Mowen. 2000. *Akuntansi Manajemen jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Mulyadi. 2007. *Akuntansi Biaya edisi 5*. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- . 2010. *Akuntansi Biaya edisi 5*. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.

- Perreault, Dan MC Charty. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rudianto. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Simamora, Henry. 2000. *Akuntansi Biaya Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, Basu. Dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern edisi dua*. Yogyakarta: Liberty.