

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Harga jual tidak berpengaruh terhadap laba usaha secara parsial.
2. Biaya endorsement tidak berpengaruh terhadap laba usaha secara parsial.
3. Volume penjualan berpengaruh terhadap laba usaha secara parsial.
4. Harga jual, biaya endorsement dan volume penjualan berpengaruh secara simultan terhadap laba usaha.

5.2 Saran

1. Pelaku UMKM sebaiknya dapat memperhatikan penetapan harga jual karena harga jual berdampak terhadap peningkatan laba usaha UMKM. Semakin baik cara menetapkan harga jual maka UMKM berpeluang memperoleh laba usaha yang lebih besar.
2. Pelaku UMKM dapat menggunakan endorsement untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat namun harus mempertimbangkan kemampuan UMKM sehingga lebih baik untuk dapat menekan biaya promosi sebab jika terlalu mahal maka dapat mengurangi perolehan laba.
3. Pelaku UMKM dapat meningkatkan volume penjualan produk sebab volume penjualan berdampak pada perolehan laba. Semakin tinggi volume penjualan maka semakin besar peluang UMKM untuk menutupi biaya sehingga bisa memperoleh laba.
4. Pelaku UMKM harus dapat memperoleh laba untuk kelangsungan usaha

melalui peningkatan volume penjualan melalui kegiatan penjualan yang lebih efektif, menetapkan harga jual yang tepat dengan mempertimbangkan harga produk di pasaran dan harga pokok pembelian produk dan serta menekan biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran produk seperti biaya endorsement.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, T. (2013). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Abdullah, T., & Francis, T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Armanto, W. (2006). *Akuntansi Biaya* (1st ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asriyanti, E. (2017). *Pengaruh Harga Jual , Volume Penjualan dan Biaya Operasional Terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT . Prisma Danta Abadi (Tahun 2014-2016)*. 11(1), 33-50.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2012). *Strategi Marketing*. Jakarta Salemba Empat.
- Dharmawan, T., & Supriatna, N. (2016). Pengaruh Implementasi Sistem Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah (Studi Kasus Pada Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Kota Bandung). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 941–948.
- Fitrihartini, A. (2014). The Influence Of Sales Volume And Operating Cost.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Hansen, D., & Mowen, M. (2011). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, S. S. (2008). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Harahap, S. S. (2016). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan* (1st–10th ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Hartono, J. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2009) *Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (Revisi 2011). *Aset Tetap*. Dewan Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta.

- Imelda, S. (2013). Pengaruh Keputusan Bauran Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Nomor Perdana Telkom Flexi di Kota Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 1(2), 259–280.
- Jumingan. (2005). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Andi.
- Kelemu-principal, N. (2017). The Role of Marketing Strategy for Sales Volume : A Case Study on Ethiopian Textile Firms , Ethiopia. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 40(1960), 33–42.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran* (tiga belas). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan IBM SPSS 20.2*. Bandung: ALFABETA.
- Manik, C. D. (2017). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik Pada PT. Cakra Raya Teknologi Di Tangerang Kota. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(1). 110–126.
- M, Syukriadi. (2016). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi Jurusan Akuntansi UIN Alauddin Makassar*. website: repositori.uin-alauddin.ac.id
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya* (5th ed.). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mulyadi. (2017). *Akuntansi Biaya* (5th ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mutmainah, I. (2015). Effectiveness of Empowerment Micro Enterprise Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 16(1), 85–101.
- Prasasti, W., & Yogyakarta, U. A. (2014). Pengaruh Celebrity Endoser Terhadap Niat Beli Konsumen : Studi Pada Produk Sticker Aplikasi Jejaring Sosial LINE. *UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA*.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif* (1th ed). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Rangkuti, F. (2010). *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Rantung, D. (2014). Penerapan Biaya Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli atau Memproduksi Sendiri Pada RM. Pangsit Tompasu. *EMBA*, 2(3), 30–37.
- Rini, E. S., & Astuti, D. W. (2012). Pengaruh Agnes Monica Sebagai Celebrity Endorses Terhadap Pembentukan Brand Image Honda Vario. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 1-12.
- Risyana, R., & Suzan, L. (2018). *The Influence Of Sales Volume And Operating Cost On Net Income. E-Proceeding of Management*, 5(2), 2449–2459.
- Royan, F. M. (2014). *Marketing Selebritis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Setiana, N. D., & Yuliani, N. L. (2018). Pengaruh Pemahaman dan Peran Perangkat Desa Terhadap Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa. *University Research Colloquium 2017*.
- Simamora, Henry. (2000). *Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Slamet, A., & Sumarli. (2002). *Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi Dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Kecil Genteng Pres. Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 11(2), 45-56
- Soleman, C., Sondakh, M., & Londa, J. w. (2015). Pengaruh Endorser Dian Sastro Iklan Zwitsal Terhadap Pembelian Produk Pada Toko Swalayan Di Kota Manado. *E-Journal "Acta Diurna," IV(3)*.
- Stice, J. D., Stice, E. K., & Skousen, K. F. (2004). *Akuntansi Intermediate (15th ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Subramanyam, K. R. dan John J. Wild. (2013). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi 10. Buku 2. Yang dialihbahasakan oleh Dewi Yanti. Jakarta: Salemba Empat*.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (2nd ed.). Ghalia Indonesia.

Suwardjono. (2014). *Manajemen Laba dan Standar Akuntansi*. Jakarta: Gramedia.

Swastha, B. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku*. Yogyakarta: BPEE.

Warren, Reeve, E. Duchac, Suhardianto, Kalanjati, Jusuf, D. Djakman. (2014). *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.

Wiwin Juliyanti. 2015. *Analisis Pengaruh Biaya Operasional, Harga Jual, dan Volume Penjualan Terhadap Profitabilitas pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.* Skripsi, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.

Wulandari, Sri Ayu. (2017). *Pengaruh Penggunaan Endorsement Terhadap Omzet Penjualan Usaha Online Shop Di Palangkaraya*. Skripsi Jurusan Ekonomi Islam Intitut Agama Islam Negeri Palangka Raya. website: digilib.iain-palangkaraya.ac.id.