

## ANALISIS HARGA POKOK PENJUALAN PADA TOKO SINAR KUMALA ELEKTRONIK DITENGGARONG

Oleh: Nini Astuti, Iskandar, Sabran

Penulis adalah Mahasiswadan Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Kutai Kartanegara

### *Abstract:*

*one of the businesses in Tenggarong is the Sinar Kumala Electronic, which is engaged in the sale of electronic goods such as refrigerators, televisions, air conditioners and others. As for the items contained in the Sinar Kumala Electronic shop originating from the city of Samarinda, Surabaya and Jakarta.*

*Data analysis tool that used to find out the cost of goods sold at the Sinar Kumala Electronic shop in Tenggarong by using inventory and sales data as well as repurchase of goods made. Based on the research note that the hypothesis that has been stated "that the cost of goods sold by the entrepreneur is smaller than the researcher version in May 2017" then the hypothesis proposed by the researcher is accepted and proven to be true*

**Keyword:** *Cost Of Goods Sold, Full Costing*

### PENDAHULUAN

Kondisi persaingan dalam usaha bisnis yang semakin ketat di jaman ini mengharuskan setiap usaha bisnis untuk meningkatkan kegiatan usahanya dalam setiap bidang. Hal ini dimaksudkan supaya tujuan utama dari usaha bisnis tersebut dapat tercapai, dimana hampir setiap usaha bisnis yang ada, baik dalam skala kecil maupun besar memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan laba sebaik mungkin yang diupayakan untuk perluasan dari usaha tersebut. Sehubungan dengan tujuan dari usaha bisnis tersebut yang dihubungkan dengan persaingan usaha yang semakin ketat, maka banyak sekali usaha-usaha bisnis yang mulai melakukan peningkatan-peningkatan dalam setiap aspek bidang usaha, baik yang berhubungan dengan produk atau jasa yang dihasilkan ataupun didalam internal usaha tersebut.

Kebijakan ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk menetapkan harga jual yang tepat dengan laba yang ingin diperoleh perusahaan, sehingga perusahaan tersebut dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis. Hal ini tentunya tidak terlepas dari tujuan didirikannya perusahaan yaitu agar modal yang ditanamkan dapat terus berkembang atau dengan kata lain mendapatkan Penentuan harga jual yang salah bisa berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan tersebut seperti kerugian terus menerus. Perubahan

harga jual mempunyai tujuan untuk menyesuaikan agar harga baru yang ditetapkan dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau biaya masa depan (*future cost*), return yang diinginkan oleh perusahaan, reaksi pesaing dan sebagainya (Mulyadi 2001:77).

Satu hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana perusahaan secara cermat dan tepat menentukan harga karena persaingan harga yang ketat menentukan eksistensi perseroan. Kesalahan dalam perhitungan harga pokok penjualan dapat mengakibatkan harga jual pada suatu perusahaan menjadi terlalu tinggi atau terlalu rendah. Kedua kemungkinan tersebut dapat mengakibatkan keadaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan, karena dengan harga jual yang terlalu tinggi dapat mengakibatkan produk yang ditawarkan perusahaan akan sulit bersaing dengan produk sejenis yang ada dipasar, sebaliknya jika harga jual produk terlalu rendah akan mengakibatkan laba yang diperoleh perusahaan kecil. Kedua hal tersebut dapat diatasi dengan penentuan harga pokok produksi dan harga jual yang tepat. Pengertian harga pokok sejumlah biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, ditambah dengan biaya-biaya, sampai barang berada dipasar". (Winardi, 2005;130). Jadi harga pokok merupakan sebuah pengorbanan sejumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memperoleh aktiva, dengan ditambah biaya-biaya

untuk memperoleh penghasilan setelah barang itu ada dipasar.

Obyek penelitian ini adalah Toko Sinar Kumala Elektronik yang bergerak dibidang penjualan barang-barang elektronik seperti kulkas, televisi, AC dan lain sebagai yang beralamat dijalan Maduningrat Rt. 02. No 26 Kelurahan Melayu Kecamatan Tenggarong dengan jumlah karyawan sebanyak 2 orang. Adapun barang-barang yang terdapat pada Toko Sinar Kumala Elektronik berasal dari Kota Samarinda, Surabaya dan Jakarta.

Suatu usaha dapat dipandang sebagai suatu sistem yang memproses suatu masukan untuk menghasilkan keluaran. Perusahaan yang bertujuan mencari laba maupun yang tidak bertujuan mencari laba mengolah masukan berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan keluaran berupa sumber ekonomi lain yang nilainya harus lebih tinggi daripada nilai masukan. Oleh karena itu baik dalam usaha bermotif laba maupun yang tidak bermotif laba, manajemen selalu berusaha agar nilai keluaran lebih tinggi dari nilai masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran. Omzet pendapatannya sendiri pada Toko Sinar Kumala Elektronik sebesar 275.500.000 pertahunnya dan omzet pada bulan Mei 2017 sebesar 88.200.000 untuk kelima barang tersebut sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba (untuk perusahaan yang bertujuan mencari laba) atau sisa hasil usaha (untuk perusahaan yang tidak bermotif laba). Dengan laba atau sisa hasil usaha tersebut, perusahaan akan memiliki kemampuan untuk berkembang dan mampu mempertahankan keberadaannya sebagai suatu system di masa yang akan datang.

Berdasarkan pengamatan awal yang peneliti lakukan diketahui bahwa selama ini pengelola usaha Toko Sinar Kumala Elektronik masih sangat sederhana baik dari administrasi maupun dalam laporan keuangan, selain itu juga adanya pemilik usaha dalam melakukan perhitungan hanya menghitung berapa pendapatan yang diterima pada bulan tersebut dan melakukan pemesanan kembali apabila barang hanya sisa 1 unit atau mengalami kehabisan yang akan menyebabkan pemilik sering kehabisan stok barang digudang dimana modal kerja tidak menjadi efisien.

Untuk menjamin bahwa suatu kegiatan usaha akan menghasilkan nilai keluaran yang

lebih tinggi dari pada nilai masukan diperlukan alat untuk mengukur nilai masukan yang dikorbankan dalam menghasilkan keluaran tersebut. Informasi biaya merupakan alat yang berfungsi untuk mengukur pengorbanan nilai masukan, guna menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk mengukur apakah kegiatan usahanya akan menghasilkan laba atau tidak.

### **Manajemen Keuangan**

Fungsi pembelanjaan juga tidak dapat dipisahkan dari fungsi-fungsi lainnya dalam perusahaan. Misalnya kegagalan dalam mendapatkan dana akan menghambat pembelian bahan baku yang selanjutnya akan menghambat produksi dan pemasaran dari produksi itu sendiri. Banyak penulis yang mengambil bidang manajemen pembelanjaan sebagai dasar penulisan yang mengemukakan teori atau pendapat mengenai manajemen pembelanjaan yang berbeda satu sama lain, walaupun sebenarnya mempunyai dasar pengertian yang sama.

Pembelanjaan perusahaan merupakan salah satu fungsi perusahaan yang sangat penting bagi keberhasilan usaha perusahaan. Penerapan prinsip-prinsip pembelanjaan yang sehat serta pelaksanaan fungsi-fungsi pembelanjaan yang efektif dan efisien akan sangat menunjang tercapainya tujuan perusahaan. Dalam membahas masalah keuangan atau dana dalam suatu perusahaan sudah pasti tidak terlepas dari pembicaraan masalah pembelanjaan. Karena salah satu fungsi dari manajemen pembelanjaan adalah perencanaan keuangan (*financial planning*), yang mana manajemen keuangan sangat penting dalam menentukan perkembangan perusahaan dimasa yang akandatang.

### **Pengertian Biaya**

Bagi dunia usaha, biaya sangatlah penting artinya karena biaya harus relevan dengan kegiatan usaha yang sedang dibiayai, sehingga akhirnya nanti dapat tercapai tujuan dari kegiatan usaha itu atau laba. Menurut Wibowo (2007;19-20) biaya adalah suatu nilai tukar, pengorbanan atau prasyarat yang dilakukan guna mendapatkan manfaat. Dalam akuntansi keuangan, prasyarat atau pengorbanan tersebut pada tanggal terjadinya yang dinyatakan dengan pengurangan kas atau harta lainnya pada saat ini dan masa yang akan datang.

Menurut Supriyono (2007;22-23) biaya adalah pengorbanan-pengorbanan yang secara ekonomis tidak dapat dihindarkan untuk memproduksi barang-barang, istilah pengorbanan itu berarti menunjukkan suatu pengorbanan nilainya yang belum ditentukan apakah pengorbanan itu berfaedah (bertujuan) atau tidak, jika pengorbanan itu ada mempunyai tujuan maka baru dapat dikatakan bahwa pengorbanan itu adalah biaya. Sedangkan menurut Mulyadi (2009;8) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis suatu sumber merupakan sumber ekonomis jika memiliki sifat adanya kelangkaan, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Beberapa pengertian biaya tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa, biaya merupakan suatu pengorbanan untuk dikeluarkan dalam memproduksi barang atau jasa, untuk biaya kegiatan usaha, pengorbanan, yang diukur dengan satuan uang dan dapat memberikan manfaat secara ekonomis, pada saat-saat tertentu untuk menghasilkan pendapatan yang diharapkan.

Biaya-biaya yang terjadi didalam proses kegiatan industri atau kegiatan perusahaan perorangan, untuk bisa menghasilkan barang-barang produksi atau menjual barang atau jasa kepada konsumen, harus digolongkan berdasarkan orientasi kegiatan yang dilaksanakan. Tujuan pencatatan dan penggolongan biaya itu adalah untuk menentukan harga pokok secara teliti, dan untuk pengendalian serta pembatasan biaya dan untuk keperluan perencanaan masa yang akan datang.

### **Penggolongan Biaya Berdasarkan Fungsi Pokok Perusahaan**

Perusahaan mempunyai fungsi pokok berupa fungsi produksi dan fungsi non produksi. Fungsi produksi adalah fungsi perusahaan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai yang siap dijual. Fungsi non produksi merupakan fungsi perusahaan yang kegiatannya selain mengolah bahan baku menjadi produk selesai, yakni fungsi pemasaran dan fungsi administrasi dan umum. (Sutrisno, 2007;11)

Mengacu pada fungsi pokok perusahaan tersebut, maka biaya juga dipisahkan mengikuti fungsi tersebut, yakni biaya produksi dan biaya non produksi.

a. Biaya Produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Biaya ini dikeluarkan oleh departemen produksi, yang terdiri dari :

1. Biaya Bahan Baku adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan yang menjadi bagian pokok dari produk selesai.
2. Biaya Tenaga Kerja merupakan biaya yang dikeluarkan untuk membayar tenaga kerja yang langsung menangani proses produksi.
3. Biaya *Overhead* Pabrik Adalah biaya yang dikeluarkan bagian produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Seperti biaya bahan penolong, gaji mandor, gaji pegawai administrasi, perlengkapan pabrik, penyusutan, listrik, air, biaya pemeliharaan dan suku cadang dan lain-lain biaya pabrik

b. Biaya Non Produksi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selain biaya produksi. Biaya non produksi yang juga sering disebut sebagai biaya operasi ini terdiri dari :

1. Biaya Pemasaran, Yaitu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan selain biaya produksi selesai yang dihasilkan oleh perusahaan hingga ke tangan konsumen. Dengan demikian biaya ini terdiri dari biaya gaji bagian pemasaran, komisi, biaya promosi, biaya saluran distribusi, dan biaya lainnya yang berkaitan dengan penjualan produk selesai.
2. Biaya Administrasi dan Umum Yakni biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka mengelola administrasi perusahaan, termasuk gaji direktur, bagian akuntansi, penyusutan peralatan kantor, biaya riset dan pengembangan, dan lainnya selain biaya produksi dan biaya pemasaran. (Sutrisno, 2007;12)

### **Harga Pokok Penjualan**

Pengertian harga pokok adalah: "Jumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memperoleh sesuatu barang, ditambah dengan biaya-biaya, yangse harusnya barang itu ada sampai dipasar". (Manullang, 2005;5).

Pengertian harga pokok yang lain adalah: "Sejumlah biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, ditambah dengan biaya-biaya, sampai barang berada dipasar". (Winardi, 2005;130),

Pengertian harga pokok yang lain adalah "Pengorbanan sumber ekonomis baik yang sudah

terjadi mau pun yang secara potensial akan terjadi". (Mulyadi, 2009: 26).

Dari beberapa pengertian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa harga pokok merupakan pengorbanan sejumlah biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memperoleh aktiva, dengan ditambah biaya-biaya untuk memperoleh penghasilan setelah barang itu ada dipasar.

Harga jual adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Soeprihanto, dikutip dalam Samsul, 2013: 368). Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen. Hidup matinya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan *pricing* ini (Sodikin, 2015: 158). Keputusan penentuan harga jual sangat penting, karena selain mempengaruhi laba yang ingin dicapai perusahaan juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, dalam menentukan harga jual produk tidak dapat dilakukan sekali saja, tetapi harus selalu dievaluasi dan disesuaikan dengan kondisi yang sedang dihadapi perusahaan.

Penentuan harga jual yang salah bisa berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan tersebut seperti kerugian terus menerus. Perubahan harga jual mempunyai tujuan untuk menyesuaikan agar harga baru yang ditetapkan dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau biaya masa depan (*future cost*), return yang diinginkan oleh perusahaan, reaksi pesaing dan sebagainya (Mulyadi 2001: 77).

Perusahaan-perusahaan berlomba untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermutu dengan harga yang terjangkau dengan demikian akan terjadi persaingan yang sehat dan sangat "kompetitif". 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 *markup*". Jika menggunakan pendekatan *full costing* dalam penentuan *cost* produksinya, *full cost* merupakan total biaya produksi (biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung + biaya overhead pabrik variabel + biaya overhead pabrik tetap) ditambah dengan total biaya non produksi (biaya administrasi & umum + biaya pemasaran).

Dua bentuk strategi yang data diterapkan perusahaan untuk menentukan harga jual produk atau jasa baru yaitu (Pricilia, 2014: 1080) :

1. *Strimming pricing*, merupakan bentuk strategi penentuan harga jual produk atau jasa baru, dengan cara menentukan harga jual mula-mula relatif tinggi. Tujuan strategi ini adalah agar perusahaan memperoleh laba yang maksimum dalam jangka pendek.

2. *Penetration pricing*, merupakan bentuk strategi penentuan harga jual dengan cara menentukan harga jual mula-mula relatif rendah, sehingga perusahaan dapat meraih pangsa pasar yang lebih besar untuk produk atau jasa tersebut dalam jangka pendek.

## HIPOTESIS

Sehubungan dengan pokok masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini, maka berdasarkan uraian yang telah dibahas sebelumnya dapat dibuat sebuah hipotesisnya sebagai berikut : "Bahwa Harga Pokok Penjualan Pada Toko Sinar Kumala Elektronik Versi Peneliti Lebih Besar Dari Versi Pemilik Usaha Pada Bulan Mei 2017".

## BAHAN DAN METODE

Pada penelitian ini obyek yang akan diteliti yaitu Toko Sinar Kumala Elektronik yang bergerak dibidang penjualan barang-barang elektronik seperti kulkas, televisi, AC dan lain sebagai yang beralamat di jalan Maduningrat Rt. 02. No 26 Kelurahan Melayu Kecamatan Tenggarong dengan jumlah karyawan sebanyak 2 orang. Adapun barang-barang yang terdapat pada Toko Sinar Kumala Elektronik berasal dari Kota Samarinda, Surabaya dan Jakarta.

Data pendukung pembahasan masalah yang diteliti, maka peneliti dalam hal ini memerlukan data yang diambil dari obyek penelitian yaitu modal kerja pada Toko Sinar Kumala Elektronik yang meliputi data sebagai berikut :

1. Laporan Persediaan pada bulan Mei 2017
2. Pembelian Barang pada bulan Mei 2017
3. Data penjualan bulan Mei 2017
4. Data – lain yang mendukung penelitian ini.

Secara umum metode yang digunakan untuk menghitung besarnya modal kerja yang dibutuhkan adalah dengan terlebih dahulu mengetahui besarnya kebutuhan modal kerja dan besarnya jumlah kas minimal yang dibutuhkan.

Kebutuhan modal kerja dapat diketahui dengan melakukan perhitungan terhadap berbagai unit produk yang terjual dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Dan juga harus melakukan perhitungan terhadap harga pokok penjualan dengan menggunakan rumus.

## HASIL PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Modal Kerja rata-rata yang dihasilkan pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 794.080.000. dan modal kerja rata-rata pada tahun 2016 adalah sebesar Rp.1,335.274.875. atau naik sebesar Rp. 541.194.875. Hal ini berarti secara rata-rata modal kerja yang dimiliki oleh Toko Bangunan Sukarame mengalami kenaikan sebesar 54,1%. Dikarenakan penjualan mengalami peningkatan di tahun 2016.
2. Kecepatan perputaran modal kerja yang dihasilkan pada Toko Bangunan Sukarame pada tahun 2015 adalah sebanyak 1.75 kali dan tahun 2016 adalah sebanyak 1.24 kali atau lebih lambat sebesar 0,51 kali. Perbedaan kecepatan perputaran modal kerja disebabkan karena pada tahun 2015 modal kerja Toko Bangunan Sukarame banyak mengalami piutang yang relatif besar dan pencairannya cukup lama yang membuat perputaran modal kerja sedikit mengalami keterlambatan.
3. Lamanya perputaran modal kerja yang dihasilkan Toko Bangunan Sukarame pada tahun 2015 adalah sebanyak 205 hari dan lamanya perputaran modal kerja pada tahun 2016 adalah sebanyak 290 hari atau lebih lambat sebanyak 85 hari. Lambatnya perputaran modal kerja dikarenakan persentase kenaikan penjualan pada tahun 2016 sebesar 54,1% dimana terjadi penjualan yang cukup besar tetapi tidak langsung dibelanjakan kembali uang tersebut sehingga kas pada tahun 2016 menjadi tidak efisien.
4. Kebutuhan modal kerja yang diperlukan Pada Toko Bangunan Sukarame pada tahun 2015 perharinya adalah sebesar Rp.6.775.604 dan kebutuhan modal kerja tahun 2016 perharinya adalah sebesar Rp.5.727.586.- atau turun sebesar Rp.1.048.018 atau turun sebesar 5.46%. Berdasarkan hasil penganalisaan modal kerja yang telah dilakukan tersebut

diketahui bahwa besarnya kebutuhan modal kerja ideal yang dimiliki Toko Bangunan Sukarame pada tahun 2016 lebih kecil dibanding tahun 2015. Dimana pada tahun 2015 Toko Bangunan Sukarame memerlukan modal sebesar Rp. 6.775.604 untuk memenuhi kebutuhan modalnya sedangkan pada tahun 2016 Toko Bangunan Sukarame memerlukan modal kerja sebesar Rp.5.727.586 untuk kebutuhan modal kerja perharinya. Sehingga hipotesis yang diajukan "Bahwa kebutuhan modal kerja pada Pada Toko Bangunan Sukarame tahun 2016 lebih besar dibanding tahun 2015". **Di tolak karena tidak terbukti kebenarannya.**

## SARAN

Berdasarkan dari kesimpulan akan dikemukakan beberapa saran sebagai bahan masukan bagi Toko Bangunan Sukarame dalam mengambil kebijakan selanjutnya, diantaranya :

1. Dalam melaksanakan kegiatan usahanya dimasa mendatang usaha Toko Bangunan Sukarame memanfaatkan kas yang terlalu besar untuk kegiatan usaha, karena kas yang ada sangat besar menunjukkan bahwa ketidak efisienan modal kerja akibatnya keuntungan yang didapat tidak maksimal.
2. Hasil penelitian juga piutang yang semakin meningkat setiap tahunnya, hal ini menjadi pertimbangan untuk pemilik toko agar menjual barang-barangnya secara tunai atau pelunasan piutangnya cukup cepat agar dana tersebut bisa digunakan untuk perputaran kegiatan usaha.
3. Hendaknya pemilik Toko Bangunan Sukarame mengurangi persediaan barang yang cukup besar untuk barang-barang yang terjualnya relatif lambat dan dialihkan kepada barang-barang yang sering terjual, agar keuntungan yang didapat bisa maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Awat, NapaJ, (2005), *Manajemen Keuangan; Pendekatan Matematis*, cetakan pertama, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Ahmad, Kamaruddin, (2007), *Manajemen Keuangan*, cetakan Pertama, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Admosudirjo, Prajudi.S, (2007), *Dasar- Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi kedua, cetakan kedua, penerbit Universitas Muhammadiyah, Malang.
- Amanugrahani, 2006. Pengantar Akuntansi, Edisi 21, Cetakan 1, Buku 1, Salemba Empat, Jakarta.
- Aria Farahmita, 2009. “Pengaruh Hutang Jangka Panjang Terhadap Laba Usaha Pada Perusahaan Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa EfekIndonesia (BEI)”, (Skripsi Akuntansi), Universitas Persada Indonesia, Jakarta
- Anoraga, Panji.(2004). *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Gitosudarmo, Indrio dan Basri,(2005), *Manajemen Keuangan*, edisi keempat, cetakan pertama, BPFE, Yogyakarta.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2002. *Akuntansi Aktiva Tetap*. Bumi Aksara: Jakarta.
- Martono, dan Harjito, Agus, (2005), *Manajemen Keuangan*, edisi pertama, cetakan kedua, Ekonisia, Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.
- Manullang, Marihot. (2005). *Pengantar Manajemen Keuangan*. CV. Andi: Yogyakarta.
- Sutrisno, (2005), *Manajemen Keuangan; Konsep, dan Aplikasi.*, edisi pertama, cetakan pertama, Ekonisia, FE UII, Yogyakarta.
- Siagian, Sondang P. (2000). *Manajemen*, BPFE UGM: Yogyakarta.
- Satriya dan Lestari, 2014. Pengaruh Perputaran Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. Vol.3 No.7 Tahun 2014