

## Analisis Tingkat Penjualan Kue Dengan Mekanisme Penjualan Konsiyasi di Toko Al-Khidmah Nurzaman Metro Lampung

Fellita Nur Faizah<sup>1</sup>; Hendri Irawan<sup>2</sup>; Laili Zakiya<sup>3</sup>;  
Mila Santi<sup>4</sup>; Nabila Maharani<sup>5</sup>; Carmidah<sup>6</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Metro  
[felitanurfaizah8@gmail.com](mailto:felitanurfaizah8@gmail.com)<sup>1</sup>; [irawan3238@gmail.com](mailto:irawan3238@gmail.com)<sup>2</sup>;  
[lailizakiya0@gmail.com](mailto:lailizakiya0@gmail.com)<sup>3</sup>; [millasantii693@gmail.com](mailto:millasantii693@gmail.com)<sup>4</sup>;  
[nblmaharani20@gmail.com](mailto:nblmaharani20@gmail.com)<sup>5</sup>; [carmidah@metrouniv.ac.id](mailto:carmidah@metrouniv.ac.id)<sup>6</sup>

Alamat: Jl. Ki Hajar Dewantara No.15A, Iringmulyo,  
Kec. Metro Tim., Kota Metro, Lampung 34112  
Korespondensi penulis: [carmidah@metrouniv.ac.id](mailto:carmidah@metrouniv.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze the level of cake sales with a consignment sales mechanism at Al-Khidmah Nurzaman Store in Cendrawasih Market Metro Lampung. The research used a field study method with interview data collection techniques. The results showed that the level of cake sales with the consignment system was higher than regular sales. The consignment sales rate grew 56% while regular sales were only 44%. The commission sharing system between cake owners (pengamanat) and shop owners (commissioners) is adjusted based on the agreement, which is 10-20% of the selling price per product. The consignment system is effective for both parties because the commissioner does not need additional capital and the pengamanat can expand marketing, although the pengamanat must apply specific criteria to avoid losses due to damage or unsold products.*

**Keywords:** *Consignment, sales level, commission*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat penjualan kue dengan mekanisme penjualan konsinyasi di Toko Al-Khidmah Nurzaman di Pasar Cendrawasih Metro Lampung. Penelitian menggunakan metode studi lapangan dengan teknik pengumpulan data wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penjualan kue dengan sistem konsinyasi lebih tinggi dibandingkan penjualan reguler. Tingkat penjualan konsinyasi tumbuh 56% sedangkan penjualan reguler hanya 44%. Sistem pembagian komisi antara pemilik kue (pengamanat) dengan pemilik toko (komisioner) disesuaikan berdasarkan kesepakatan, yaitu 10-20% dari harga jual per produk. Sistem konsinyasi efektif bagi kedua belah pihak karena komisioner tidak perlu modal tambahan dan pengamanat dapat memperluas pemasaran, meskipun pengamanat harus menerapkan kriteria khusus agar tidak rugi akibat kerusakan atau tidak terjualnya produk.

**Kata kunci:** konsinyasi, tingkat penjualan, komisi.

### LATAR BELAKANG

Pada era persaingan usaha menurut data survei terbaru KPPU (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) pada tahun 2022 mencapai presentase 4,87. (KPPU, 2019) Semakin tingginya tingkat persaingan maka akan membawa dampak positif bagi perekonomian di Indonesia, tidak mengesampingkan masyarakat sebagai konsumen, yang mana dengan adanya persaingan maka konsumen memiliki kebebasan dalam memilih produk dengan harga yang beragam. persaingan usaha menjadi semakin berkembang, sehingga masyarakat juga ikut mengalami

---

Received November 3, 2023; Accepted November 30, 2023; Published Desember 30, 2023

\* Carmidah, [carmidah@metrouniv.ac.id](mailto:carmidah@metrouniv.ac.id)

perkembangan ekonomi baik dari sisi produksi, konsumsi, ataupun dari sisi penjualannya, oleh karena itu dibutuhkan strategi untuk menghadapi persaingan usaha.

Strategi digunakan untuk mempertahankan eksistensi kelangsungan usaha maka para pelaku usaha wajib memiliki strategi dalam penjualan. Salah satu strategi atau upaya yang dilakukan dalam penjualan yaitu dengan melakukan penjualan dengan jenis penjualan konsinyasi yaitu perjanjian atau kerjasama yang dilakukan oleh pemilik usaha untuk mempermudah menjalankan perekonomiannya. (Jalaluddin, 2020)

Penjualan yang dilakukan dengan menggunakan sistem perjanjian konsinyasi, merupakan opsi lain yang dapat digunakan dalam usaha selain penjualan reguler, Banyak pelaku usaha yang menggunakan penjualan dengan konsinyasi karena sistem penjualan ini memiliki resiko yang terbilang rendah. Sebab penerima barang titipan tidak perlu menyiapkan modal yang besar. Penerima titipan barang hanya perlu menyediakan tempat, dan mempunyai utang kepada yang menitipkan barang saja. oleh karena itu, penjualan dengan menggunakan perjanjian konsinyasi berbeda dengan penjualan reguler, maka diperlukan strategi yang berbeda untuk penjualan dengan system perjanjian konsinyasi ini, dengan penjualan reguler, sehingga informasi yang disajikan dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya sesuai dengan faktanya dan tidak menimbulkan informasi yang salah.

Praktik penjualan konsinyasi juga diterapkan di pasar tradisional atau pedagang kaki lima (PKL) sampai pasar modern. Berdasarkan data yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, persentase usaha tradisional yang melakukan penjualan konsinyasi sebesar 25%, sedangkan persentase usaha modern yang melakukan penjualan konsinyasi sebesar 45%. Sehingga dengan adanya praktik penjualan konsinyasi dapat mempermudah dan mendorong masyarakat untuk terjun dalam dunia usaha. Salah satu pelaku usaha yang menerapkan praktik penjualan konsinyasi pada toko Kue Khidmah Nurjaman di Pasar Cendrawasih Metro.

Penelitian ini dilakukan untuk menentukan perbandingan tingkat penjualan konsinyasi dengan penjualan reguler agar dapat mengetahui apakah mekanisme

penjualan konsinyasi lebih efektif dibandingkan penjualan reguler, dan menghitung pembagian komisi antara komisioner dengan pengamanat, serta strategi yang digunakan dalam penjualan konsinyasi. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Analisis tingkat penjualan kue dengan mekanisme penjualan konsinyasi di toko al-khidmah nurzaman metro lampung”

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka rumusan masalah penelitian adalah bagaimana perbandingan antara tingkat penjualan konsinyasi dengan penjualan reguler?

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Penjualan konsinyasi**

Penjualan konsinyasi merupakan sebuah sistem penjualan di mana barang atau produk yang dimiliki oleh pihak penjual diserahkan kepada pihak konsinyi untuk dijual kepada konsumen. Dalam penjualan konsinyasi, konsinyi bertindak sebagai agen atau perantara yang menjual barang atas nama konsinyor. Prinsip utama penjualan konsinyasi adalah perpindahan barang dari penjual kepada pembeli tidak diiringi dengan perpindahan hak milik dari barang itu. Dengan demikian, meskipun secara fisik barang itu berpindah tangan, namun haknya tetap berada di tangan penjual (konsinyor) sampai pembeli (konsinyi) dapat menjualnya kepada konsumen atau pihak lain.(Akuntansi et al., 2013)

Menurut (Theodoridis & Kraemer, n.d.) penjualan konsinyasi merupakan suatu perjanjian atau kerjasama antara pemilik barang dengan pihak lain untuk menjualkan barangnya dengan pemberian komisi tertentu. Pihak-pihak yang terlibat dalam konsinyasi adalah, ada pihak Pengamanat (consignor) yaitu, pihak yang menitipkan barang atau pemilik barang. Pengamanat akan tetap mencatat barang yang tititipkannya sebagai persediaan selama barang yang dititipkan belum terjual atau menunggu laporan dari konsinyi, dan pihak yang kedua adalah Komisioner (consignee) yaitu, pihak yang menerima titipan barang penjualan konsinyasi atau yang biasa dikenal dengan barang titipan.

Terdapat Ciri-ciri dalam penjualan konsinyasi:

1. Pemilikan atas barang yang dijual-belian masih menjadi hak milik pengamanat sampai barang tersebut laku terjual

2. Pengamanat bertanggung jawab atas barang yang dijual dan biaya yang dikeluarkan untuk barang konsinyasi sejak barang dikirim sampai barang terjual oleh konsinyi.
3. Konsinyi berkewajiban menjaga keamanan barang yang dijual sampai barang tersebut habis terjual.

Transaksi dengan cara penjualan konsinyasi mempunyai keuntungan tertentu dibandingkan dengan penjualan secara langsung. Salah satu keuntungan penjualan konsinyasi adalah perusahaan dapat memperluas daerah pemasaran produknya. Semakin luas daerah pemasaran, maka semakin terbuka peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan penawaran atas produknya. Selanjutnya, hal ini memungkinkan bagi perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan produk. Secara tidak langsung, penjualan konsinyasi mendorong pengembangan usaha bagi perusahaan, karena peningkatan jumlah penjualan merupakan salah satu indikator dalam pengembangan usaha. (Hadori Yunus dan Harnanto, 2009)

Selain strategi penjualan dan terdapat aspek yang harus senantiasa dijaga oleh perusahaan dalam penjualan yaitu kualitas (Fauzi, 2017) menyebutkan "kualitas akan membuat produk atau jasa dikenal, dan hal ini akan membuat perusahaan atau organisasi yang menghasilkan produk atau menawarkan jasa juga dikenal dan dipercaya masyarakat luas. Dengan demikian, tingkat kepercayaan pelanggan dan masyarakat umumnya akan bertambah dan organisasi atau perusahaan tersebut mengalami perkembangan dalam tiap produksinya. Hal ini akan menimbulkan fanatisme tertentu dari para konsumen terhadap produk apapun yang ditawarkan oleh perusahaan atau organisasi tersebut.

Perbedaan antara penjualan biasa dengan konsinyasi, pada penjualan biasa umumnya hak milik barang telah berpindah tangan jika barang telah dikirim oleh penjual kepada pembeli, sedangkan pada penjualan konsinyasi hak milik barang tetap berada ditangan pengamanat. Hak baru berpindah tangan jika barang telah terjual oleh komisioner kepada pihak lainnya. Perbedaan yang lain yaitu dalam hal biaya operasi yang berhubungan dengan barang yang dijual. Dalam transaksi penjualan biasa, semua biaya operasi yang berhubungan dengan barang yang dijual ditanggung oleh pihak penjual. Tetapi dalam penjualan konsinyasi semua

biaya yang berhubungan dengan barang konsinyasi akan ditanggung oleh pihak pengamanat (pemilik barang). (Allan R. Drebin, 1966)

### **Kelebihan dari sistem konsinyasi**

Kelebihan sistem penjualan konsinyasi menurut (Nur Fauziah dan Rosyidah, 2022):

1. Dari pihak pengirim produk (consignore):
  - a. Peluang barang laris lebih besar
  - b. Mudah mengetahui Tidak Perlu membayar penyimpanan
  - c. barang laku atau tidak laku
2. Dari pihak penerima (Consignee):
  - a. Tidak perlu membayar barang
  - b. Barang tidak laku bisa dikembalikan
  - c. Terhindar dari kehabisan stok

### **Kekurangan dari sistem konsinyasi**

Kekurangan sistem penjualan konsinyasi menurut:

1. Dari pihak pengirim produk (consignore):
  - a. Tidak mendapat bayaran di awal
  - b. Jika barang tidak laku akan mengalami kerugian
  - c. Harus mengambil barang yang tidak laku
2. Dari pihak penerima (Consignee):
  - a. Harus menyediakan tempat atau ruang
  - b. Dapat muncul konflik apabila jenis barang konsinyasi sama
  - c. Pengirim barang tidak mau menanggung kerusakan

Penjualan konsinyasi memiliki prosedur dengan tahapan yakni (Trivena et al., 2021):

1. Menerima barang konsinyasi yang telah dikirimkan dan selanjutnya diperiksa pada bagian gudang.
2. Melakukan aktivitas penjualan barang konsinyasi kepada konsumen.
3. Pembagian komisi antara pengamanat dengan komisioner.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi penelitian**

Peneliti melakukan penelitian di Toko Al-Khidmah Nurzaman yang berlokasi di pasar cendrawasih, kota metro pusat Lampung, lokasi ini dipilih karena tenpatnya strategis yang mudah dijangkau oleh banyak orang serta memiliki peluang untuk usaha.

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini ialah studi lapangan (field research). Penelitian ini membahas mengenai analisis tingkat penjualan kue dengan mekanisme penjualan konsinyasi pada toko kue pasar cendrawasih.

### **Sumber Data**

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian yaitu data primer, data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu ataupun perorangan seperti hasil dri wawancara yang biasa dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan wawancara terstruktur yang mana sebelum melakukan wawancara, peneliti menulis dan mengumpulkan pertanyaan yang disusun berurutan untuk kemudian diajukan kepada nara sumber. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu pemilik toko kue, peneliti melakukan wawancara pada pemilik toko hingga mendapat data yang cukup.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian dengan cara wawancara. Jenis wawancara yang di gunakan dalam penelitian pada kasus ini yaitu wawancara semi terstruktur. Dalam wawancara ini peneliti harus mendengarkan dan mencatat secara teliti hal hal apa saja yang di informasikan oleh narasumber pada toko kue tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Toko kue al-khidmah nurzaman yang bertepatan di pasar metro pusat menerapkan system konsinyasi atau penitipan yaitu penitipan berbagai macam kue. Toko Al-Khidmah Nurzaman menyediakan kue basah. Berikut tabel penjualan konsinyasi dengan penjualan reguler.

**Tabel 1. Data Penjualan Konsinyasi pada  
Toko Al-Khidmah Nurjaman Pasar Cendrawasih Metro Lampung**

No	Nama Barang	Jumlah Barang Per Hari							Total Barang	Harga/ biji	Total harga
		1	2	3	4	5	6	7			
1.	Brownies	25	25	35	37	50	20	32	224	1000	224000
2.	Agar-agar	17	20	15	17	35	25	35	164	1000	164000
3.	Lapis	20	39	43	50	35	40	40	388	1000	388000
4.	Legit	45	50	35	30	30	25	30	245	2500	612500
5.	Bakpao	7	15	10	20	15	26	10	103	2000	206000
6.	Putri ayu	30	33	40	47	35	50	30	265	1000	265000
7.	Bolu gulung	25	32	40	43	20	35	25	220	2000	440000
8.	Puding	15	10	20	22	15	20	25	127	1500	190500
9.	Gabin	30	33	22	40	48	15	26	214	1000	214000
10.	Risol	40	35	50	45	33	27	45	275	1000	275000
11.	Klepon	25	15	28	19	20	30	22	159	1000	159000
12.	Onde-onde	18	35	20	27	32	30	23	185	1000	185000
13.	Dadar Gulung	15	20	25	30	25	37	29	181	1000	181000
14.	Pastel	25	47	35	21	40	27	27	222	1000	222000
15.	Donat	20	10	15	15	15	15	10	100	1000	100000
16.	Apem	10	10	15	20	18	23	14	110	1000	110000
17.	Kue Pei	35	35	27	50	48	40	45	280	1000	280000
18.	Arem-arem	25	25	38	20	30	35	25	198	1000	198000
19.	Lemper	30	25	20	45	37	22	40	219	1000	219000
20.	Soes	35	45	25	37	20	35	20	217	1000	217000
21.	Bika Ambon	20	35	23	38	15	25	30	186	2000	372000
22.	Kue Pandan	30	22	45	33	15	24	30	199	1000	199000
23.	Piscok	50	40	40	35	45	25	35	270	1000	270000
24.	Tahu Crispy	27	35	20	30	30	25	30	197	1000	197000
25.	Wajik	10	15	15	25	10	27	15	117	1000	117000
26.	Bolu Kukus	16	20	30	27	15	25	10	143	1000	143000
27.	Getuk	12	25	15	30	30	20	10	142	1000	142000
28.	Lambang Sari	10	25	16	30	15	20	20	136	1000	136000
29.	Lemet	15	30	22	10	20	23	15	135	1000	135000
30.	Martabak Mini	25	20	20	15	18	25	15	138	1000	138000
31.	Bolu Pisang	30	35	25	20	40	15	20	185	1000	185000
32.	Dodol	10	5	7	15	20	13	8	78	3000	234000
33.	Roti Goreng	11	22	17	20	15	18	10	113	1000	113000
34.	Lumpia S.	32	32	44	36	28	15	20	207	1000	207000
35.	Bolu Rainbow	26	20	25	20	30	35	25	181	1500	271500
	Jumlah										7709500

(Sumber: Hasil Observasi di Toko Kue Al-Khidmah Nurjaman, Pasar Cendrawasih Metro, Lampung pada November 2023)

ANALISIS TINGKAT PENJUALAN KUE DENGAN MEKANISME PENJUALAN  
KONSINYASI DI TOKO AL-KHIDMAH NURJAMAN METRO LAMPUNG

**Tabel 2.** Data Penjualan Reguler pada  
Toko Al-Khidmah Nurjaman Pasar Cendrawasih Metro Lampung

No	Nama Barang	Jumlah Barang Per Hari							Total Barang	Harga/ biji	Total harga
		1	2	3	4	5	6	7			
1.	Brownies	40	45	25	30	38	20	28	226	1000	226000
2.	Agar-agar	15	20	15	17	15	15	20	117	1000	117000
3.	Lapis	10	12	20	25	15	27	25	343	1000	343000
4.	Legit	25	30	15	20	22	20	30	162	2500	405000
5.	Bakpao	7	15	10	20	15	20	10	97	2000	194000
6.	Putri ayu	20	27	15	25	35	30	28	180	1000	180000
7.	Bolu gulung	25	25	30	22	15	15	25	157	2000	314000
8.	Puding	15	10	20	22	15	20	20	122	1500	183000
9.	Gabin	25	33	22	20	25	15	20	160	1000	160000
10.	Risol	30	35	25	30	30	25	30	205	1000	205000
11.	Klepon	20	15	15	15	20	20	25	130	1000	130000
12.	Onde-onde	20	20	20	25	25	22	15	147	1000	147000
13.	Dadar Gulung	10	22	20	20	25	15	15	127	1000	127000
14.	Pastel	25	20	25	25	30	25	27	177	1000	177000
15.	Donat	20	10	15	15	20	15	10	105	1000	105000
16.	Apem	10	10	15	20	10	20	15	100	1000	100000
17.	Kue Pei	20	15	20	20	27	30	30	162	1000	162000
18.	Arem-arem	20	25	25	20	15	15	25	145	1000	145000
19.	Lemper	25	25	20	22	30	20	30	172	1000	172000
20.	Soes	20	20	25	15	15	20	20	135	1000	135000
21.	Bika Ambon	20	30	14	14	15	20	20	133	2000	266000
22.	Kue Pandan	15	15	22	20	25	20	15	132	1000	132000
23.	Piscok	30	30	35	35	25	25	30	210	1000	210000
24.	Tahu Crispy	25	30	20	30	35	25	30	195	1000	195000
25.	Wajik	10	10	15	20	10	20	15	100	1000	100000
26.	Bolu Kukus	10	20	20	25	15	20	20	130	1000	130000
27.	Getuk	20	25	15	20	25	20	15	140	1000	140000
28.	Lambang Sari	10	22	18	25	15	20	20	130	1000	130000
29.	Lemet	15	25	22	10	20	20	15	127	1000	127000
30.	Martabak Mini	20	20	20	15	18	20	20	133	1000	133000
31.	Bolu Pisang	22	25	30	20	30	20	20	167	1000	167000
32.	Dodol	10	5	7	15	15	13	8	73	3000	219000
33.	Roti Goreng	11	22	17	17	15	18	10	110	1000	110000
34.	Lumpia S.	15	15	20	25	28	15	20	138	1000	138000
35.	Bolu Rainbow	15	20	25	22	20	20	20	142	1500	213000
	<b>Jumlah</b>										<b>6137000</b>

(Sumber: Hasil Observasi di Toko Kue Al-Khidmah Nurjaman, Pasar Cendrawasih Metro, Lampung pada November 2023)



Berdasarkan tabel data penjualan konsinyasi dan tabel penjualan reguler diatas, tingkat penjualan konsinyasi meningkat sebesar 56%, sementara itu, tingkat penjualan reguler hanya meningkat sebesar 44%. Presentase diperoleh dari hasil penjualan konsinyasi dan reguler ( $7.709.500 + 6.137.000 = 13.846.500$ ) dan kemudian untuk menghitung presentasinya penjualan konsinyasi ( $7.709.500 : 13.846.500 \times 100 = 56\%$ ), menghitung presentase penjualan reguler ( $6.137.000 : 13.846.500 \times 100 = 44\%$ ). Dapat dilihat perbedaan antara penjualan konsinyasi dengan penjualan reguler seperti pada kue legit dipenjualan konsinyasi sebesar 612.500 sedangkan dipenjualan reguler sebesar 405.000. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penjualan konsinyasi tumbuh lebih pesat daripada tingkat penjualan reguler.

Sistem konsinyasi atau titipan umumnya terdapat komisi dari pemilik barang terhadap komisioner berupa persentase pembagian keuntungan atau komisi penjualan dapat disesuaikan dengan kesepakatan antara komisioner dengan pengamanat diawal akad sebagai berikut:

1. Pihak pemilik toko atau komisioner akan menjual produk dengan harga jual yang lebih tinggi dari harga yang diberikan pengamanat, keuntungan didapat dengan selisih antara harga jual dan harga pokok penjualan.
2. Pemilik produk atau pengamanat sudah menentukan harga jual, pihak toko mendapatkan keuntungan 100-200 Rupiah perproduk jika dipersentasekan 10%-20%.

Strategi penjualan dengan sistem konsinyasi ini sangatlah efektif bagi pihak komisioner ataupun pengamanat. Bagi komisioner tidak perlu membuat suatu produk dan mengeluarkan modal tambahan, hanya perlu menyediakan tempat yang strategis komisioner bisa mendapatkan keuntungan dari pengamanat, bagi pengamanat atau pemilik produk keuntungannya yaitu tidak perlu menyewa toko, dan memperluas pemasaran, Tetapi bagi pemilik barang atau produk harus memiliki kriteria khusus dalam mendistribusikan barang atau produk jika tidak ingin mengalami kerugian seperti barang rusak ataupun hilang dan barang yang tidak laku terjual akan kembali ke pemilik produk.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Tingkat penjualan konsinyasi meningkat 56% sedangkan penjualan reguler hanya 44%. Persentase didapat dari total penjualan konsinyasi dan reguler. Grafik menunjukkan penjualan konsinyasi tumbuh lebih pesat. Sistem konsinyasi umumnya ada komisi berupa persentase keuntungan atau komisi penjualan yang disepakati diawal. Komisioner bisa mendapat keuntungan dari selisih harga jual dan harga pokok penjualan atau komisi tetap per produk. Sistem ini efektif bagi kedua pihak. Komisioner tidak perlu modal besar dan pemilik produk bisa memperluas pemasaran. Namun pemilik produk harus berhati-hati agar barang tidak rusak/hilang karena jika tidak laku akan dikembalikan.

## DAFTAR REFERENSI

- Akuntansi, S. P., Akuntansi, J., Banjarmasin, P.N., Pengajar, S., Islam, E., Akuntansi, J., & Banjarmasin, P. N. (2013). *Staf Pengajar Akuntansi et.al., "Konsinyasi Dalam Perspektif Hukum Perjanjian Syariah," No. 1 (2013): 89–95.,” no. 1 (2013): 89–95. https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/download/117/106/211. 1, 89–95.*
- Allan R. Drebin. (1966). *Accounting for Proprietary Research*. 41(3), 413–425.
- BPS. (2022). *Perbandingan Penjualan Konsinyasi dengan Reguler*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/12/19/3220c5de821adde8bd6c7f87/statistik-karakteristik-usaha-2022-.html>
- Cahyana, D., Isnaini, N., & Carmidah. (2023). Mekanisme Penjualan Produk Dengan Sistem Konsinyasi Pada Pelaku Usaha Keripik Singkong Di Desa Sendang Agung Bandar Mataram. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 1–7.
- Fitri, A. (2022). *Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Penerapan Akad Konsinyasi Dalam Praktek Jual Beli Kue Etalase Dijalan Delima Kecamatan Binawidya*.
- Fauzi, I. (2017). *Pengaruh Kebijakan Harga, Penjualan Tunai, Konsinyasi dan Kualitas Produk terhadap Pengembangan Usaha Industri Roti*. 1–153.
- Handayani, S. (2018). Analisis Potensi Hasil Penjualan Terhadap Kelancaran Pembayaran Barang Konsinyasi Pada Toko Pakaian Pd. Pasar Tingkat Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 863. <https://doi.org/10.30736/jpens.v3i3.189>
- Hadori Yunus dan harnanto. (2009). *Akuntansi Keuangan Lanjutan*.

- Iqbal Pratama Supu M. (2023). *Strategi Pemasaran Menggunakan Sistem Konsinyasi terhadap Produk Stik Kelor Desa Tambung*
- Jalaluddin, J. (2020). Penjualan Konsinyasi Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kota Lhokseumawe Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 6(2), 190–211. <https://doi.org/10.24815/jped.v6i2.17293>
- KPPU. (2019). *Indeks Persaingan Usaha*. <https://kppu.go.id/ipu/>
- Lanny. (2001). *Evaluasi Pencatatan Penjualan Konsinyasi*. Mamnunah. (2015). *Pelaksanaan Perjanjian Konsinyasi antara Supplier dengan Distributor*.
- Murad, nur aissa nadia dan. (2022). *Analisis Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi Pada Koperasi 212 Mart Cabang Al Hikmah Bandar Lampung*.
- Noprianti, R. (2023). *Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Praktek Penjualan Krupuk Dengan Sistem konsiyansi (studi kasus didesa ogan lima kecamatan abung barat kabupaten lampung barat)*.
- Nur Fauziah dan Rosyidah. (2022). *Konsinyasi: Pengertian, Kelebihan, Kekurangan, Contoh*.
- Pada, K., & Opina, K. (2001). *Journal of Accounting & Economics. Accounting, Organizations and Society*, 26(4–5), 472. [https://doi.org/10.1016/s0361-3682\(01\)00013-7](https://doi.org/10.1016/s0361-3682(01)00013-7)
- Suzi Suzana. (2022). Akuntansi Penjualan Konsinyasi Terhadap Perolehan Laba Pada Perusahaan Surya Topan Banjarbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(2), 378–385. <https://doi.org/10.35972/jieb.v8i2.771>
- Trivena, M. S., Evelina, Y. T., & Santoso, B. E. (2021). Model Pengembangan Sistem Penjualan Konsinyasi pada UMKM di Kota Malang Guna Meningkatkan Volume Penjualan dan Kelancaran Pembayaran. *Seminar Nasional Administrasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(September), 1–6.
- Yasuda, R., & Augustine, G. J. (2008). Optogenetic probes. *Brain Cell Biology*, 36(1–4), 1–2. <https://doi.org/10.1007/s11068-008-9037-4>
- Zulfa Fauziah Syarif, Ristandela Valentia, Dwi Aprianti, Dilah Berlian Permata, Arni Fransisca, & Carmidah, C. (2022). Mekanisme Pembagian Komisi Penjualan Barang Konsinyasi Produk Gas Lpg Di Toko Yurika Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(3), 231–237. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v1i3.932>