



ABSTRAK

Analisis Penentuan Harga Jual dengan Pendekatan
Metode *Cost-Plus Pricing*
Studi Kasus: PT. Rumindo Pratama Yogyakarta
Tahun 1995

Eko Pratiwi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan harga jual yang diterapkan oleh PT. Rumindo Pratama sudah tepat atau belum, dengan menggunakan pendekatan metode *cost-plus pricing*.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab perumusan masalah adalah: pertama, mendeskripsikan penentuan harga jual yang diterapkan perusahaan; kedua, menghitung harga jual menurut metode *cost-plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing*; ketiga, menganalisis perbedaan harga jual antara perusahaan dengan kajian teori; keempat, menentukan apakah harga jual yang diterapkan perusahaan sudah tepat atau belum dengan menggunakan kriteria dengan batas toleransi sebagai berikut: Selisih Harga Jual $\leq 5\%$, tepat; Selisih Harga Jual $> 5\%$, tidak tepat.



ABSTRACT

**Analysis of the Selling Price Determination
Based on Cost-Plus Pricing Method:
A Case Study at Rumindo Pratama Co. Ltd. Yogyakarta
1995**

**Eko Pratiwi
Sanata Dharma University
Yogyakarta**

The purpose of this research is to find out whether the selling price determination by using cost-plus pricing method in Rumindo Pratama Co. Ltd. is appropriate.

The data collecting methods include interviews, observation, and documentation. Then, the steps in analyzing the data to answer the problem are as follow:(1) describing the selling price determination in the company, (2) determining the selling price according to cost-plus pricing which is based on full costing approach, (3) analyzing the difference between the selling price computed by the company and that based on the theory, (4) determining whether the selling price of the company is appropriate. The criteria for the appropriateness are as follow: the selling price difference less than or equal to 5% is appropriate, the selling price difference more than 5% is not appropriate.

The result of the research shows that: (1) the