



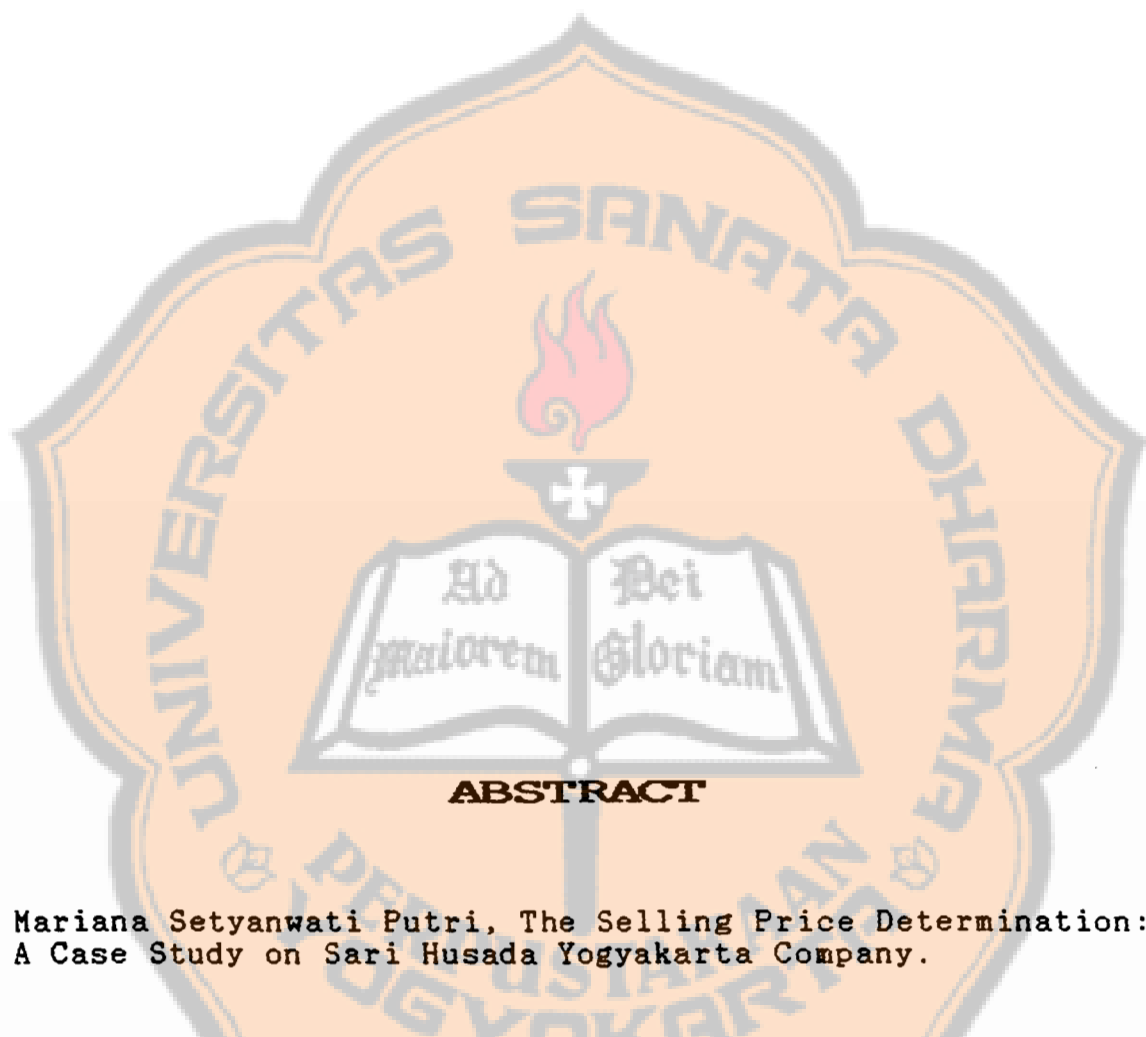
ABSTRAK

Mariana Setyanwati Putri, Penentuan Harga Jual Produk, Studi Kasus pada PT. Sari Husada Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah prosedur penentuan harga jual produk pada PT. Sari Husada sudah tepat. Penelitian yang dilakukan berupa studi kasus yang mengambil lokasi di PT Sari Husada Yogyakarta. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

Teknik analisis yang digunakan adalah membandingkan antara prosedur penentuan harga jual menurut perusahaan dengan prosedur harga jual yang tepat berdasarkan kajian teori dengan langkah sebagai berikut: yang pertama adalah menetapkan ROI yang diharapkan. Kemudahan dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* penulis menghitung harga jual berdasarkan persentase *mark up* yang ditentukan. Dan langkah terakhir adalah menentukan harga jual produk dengan cara menambah persentase *mark up* pada harga pokok produk.

Peneliti mengambil tiga macam produk yang digunakan sebagai bahan peneliti yaitu SGM-1, SGM-2 dan SGM-J untuk kemasan kaleng 400 gram. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: ada perbedaan antara penentuan harga jual menurut perusahaan dan kajian teori sehingga hasil perhitungannya juga berbeda. Perbedaan tersebut adalah untuk SGM-1 sebesar 4,8%, SGM-2 sebesar 1% dan untuk SGM-J sebesar 0,4%.



ABSTRACT

Mariana Setyanwati Putri, The Selling Price Determination: A Case Study on Sari Husada Yogyakarta Company.

The aim of this research was to find out whether the decision procedure of product selling price at Sari Husada Company had been appropriate. This research is a case study. The techniques used in collecting data were interviews, observation, and documentation.

The analysis of this research was aimed at comparing the procedure of selling price decision adopted by the enterprise and that based on the theoretical cost plus pricing. The research went through the following steps: first, determining the expected return on investment; second, by using the cost plus pricing method, the writer set the selling price in accordance with the determined mark-up percentage; finally, the product selling price was determined by adding the mark-up percentage to the total production cost.

The research took three products as samples. The three products are SGM-1, SGM-2, and SGM-J for 400 gram of packing tin. Based on the analysis we could draw a conclusion as follows: there are differences between the procedure of the selling price determination of the company and that based on the theoretical cost plus pricing method. For SGM-1 the company's selling price was 4.8% lower than