

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN

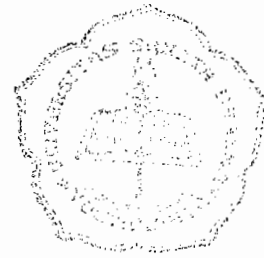
Studi Kasus Pada PT Macanan Jaya Cemerlang

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi



Oleh:

Tita Putranti

012114250

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA**

2006

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN

Studi Kasus Pada PT Macanan Jaya Cemerlang

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi



Oleh:

Tita Putranti

012114250

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA**

2006

SKRIPSI

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN
Studi Kasus Pada PT Macanan Jaya Cemerlang

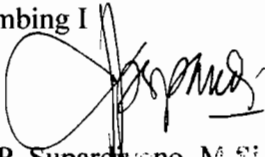
Oleh:

TITA PUTRANTI

NIM: 012114250

Telah disetujui oleh:

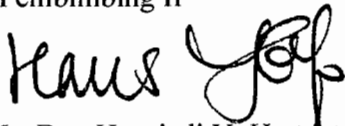
Pembimbing I



Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt.

Tanggal: 10 Juni 2006

Pembimbing II



Ir. Drs. Hansiadi Y. Hartanto, M.Si., Akt.

Tanggal: 5 September 2006

SKRIPSI

**EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN
Studi Kasus Pada PT Macanan Jaya Cemerlang**

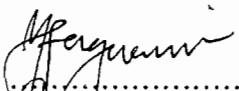
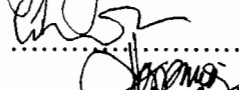

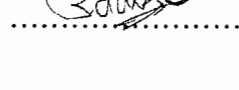

Dipersiapkan dan ditulis oleh

Tita Putranti

NIM: 012114250

Telah diperahankan di Depan Panitia Penguji
pada tanggal 27 September 2006
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

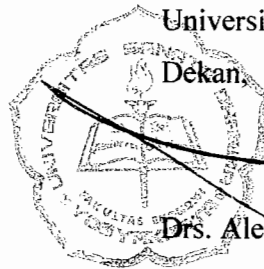
	Nama Lengkap	Tanda tangan
Ketua	Dra. YFM. Gien Agustinawansari, M.M., Akt.	
Sekretaris	Lisia Apriani, SE., M.Si., Akt.	
Anggota	Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt.	
Anggota	Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M.Si., Akt.	
Anggota	Drs. Edi Kustanto, M.M.	


Yogyakarta, 27 September 2006

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan




Drs. Alex Kahu Lantum, M.S

*Ambillah waktu untuk berpikir,
karena itulah sumber kekuatan.*

*Ambillah waktu untuk membaca,
karena itulah sumber hikmat.*

*Ambillah waktu untuk bermain,
karena itulah rahasia untuk tetap muda.*

*Ambillah waktu untuk berdiam,
karena itulah kesempatan untuk mencari Allah.*

*Ambillah waktu untuk mengasihani dan dikasihani,
karena itulah anugerah Allah yang terbesar.*

*Ambillah waktu untuk tertawa,
karena itulah musik bagi jiwamu.*

*Ambillah waktu untuk bersahabat,
karena itulah jalan kebahagiaan*

*Ambillah waktu untuk berdoa,
karena itulah kekuatan terbesar di permukaan bumi ini.*

Sebuah karya kecil untuk:

♥ Papi dan mami ♥

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka layaknya karya ilmiah.

Yogyakarta, September 2006

Penulis,

Tita Putranti

ABSTRAK

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN Studi Kasus Pada PT Macanan Jaya Cemerlang

Tita Putranti

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2006

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Apakah penentuan harga jual produk pada PT Macanan Jaya Cemerlang sudah tepat berdasarkan metode *special order pricing* (2) Apakah ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan. Penelitian yang dilakukan berupa studi kasus pada PT Macanan Jaya Cemerlang, yang berlokasi di Jalan Ki Hajar Dewantoro Klaten Utara pada bulan Januari sampai Maret 2006.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab masalah: (1) Mendiskripsikan penentuan harga jual produk oleh PT Macanan Jaya Cemerlang (2) Mendiskripsikan penentuan harga jual berdasarkan metode *special order pricing* (3) Menguji hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan dengan menggunakan *Product Moment* Pearson dan Uji t.

Dari hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa: (1) Penentuan harga jual yang dilakukan PT Macanan Jaya Cemerlang tidak tepat berdasarkan metode *special order pricing* (2) Dari hasil pengujian data diketahui nilai $r = -0,962$ sehingga dapat dikatakan sifat hubungan antara harga jual dan jumlah produk yang dipesan adalah negatif. Karena mendekati -1 berarti ada hubungan yang kuat antara keduanya. Dari analisis uji t diperoleh t hitung = $-4,98$ lebih kecil dari t tabel = $-4,303$ yang berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.

ABSTRACT

AN EVALUATION OF THE ORDERED PRODUCT PRICING A Case Study at PT Macanan Jaya Cemerlang

Tita Putranti

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2006

The purposes of this research were to know: (1) Whether the determination of selling price of product in PT Macanan Jaya Cemerlang was already appropriate with special order pricing method (2) Whether there was any relationship between product selling price with the amount of ordered product. The research was a case study in PT Macanan Jaya Cemerlang, located at Jalan Ki Hajar Dewantoro Klaten Utara from January to March 2006.

The data collecting techniques used in this research were documentation and interview. The data analysis techniques used to answer problems were: (1) Describing the determination of selling price of product by PT Macanan Jaya Cemerlang (2) Describing the determination of selling price using special order pricing method based on variable costing approach (3) Examining the relationship between product selling price and the amount of ordered product with Product Moment Pearson and t test.

From the result of data analysis, it can be concluded that: (1) The determination of product selling price by PT Macanan Jaya Cemerlang was not appropriated based on special order pricing method (2) From the result of examination of data, it was obtained the value of $r = -0,962$ so that it could be said that the nature of relation between product selling price and the amount of ordered product was negative. Because it was near -1 it meant that there was strong relation between both variables. From t test it was obtained $t \text{ count} = -4,98$ was smaller than $t \text{ table} = -4,303$ which meant that H_0 was rejected so that it could be concluded that there was relation between product selling price and the amount of ordered product.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Pesanan”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Dengan kerendahan hati pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang dengan tulus membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. Alex Kahu Lantum, M.S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
2. Bapak Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M.Si., Akt, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
3. Bapak Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M.Si., Akt, selaku dosen pembimbing II yang dengan penuh kesabaran, membimbing dan menyediakan waktu selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Edi Kustanto, M.M, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan kepada penulis.
6. Dosen serta seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma atas bantuan yang telah diberikan selama ini.
7. Bapak Drs. Irwan Gunawan, selaku Direktur Utama PT Macanan Jaya Cemerlang dan berbagai pihak terkait yang telah membantu dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan penelitian.
8. Bapak Edi Kristanto, atas bantuan yang diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Papi dan mami, yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan kepada penulis agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
10. Sahabat jiwaku yang telah memberikan dorongan, semangat dan bantuan kapan pun penulis butuhkan. Makasih karena selalu menjadi embun pagi yang menyejukkan jiwaku dan api unggun yang menghangatkan jiwa.
11. My "V". yang selalu menemaniku kemanapun aku pergi, jangan pernah rewel lho ya.....! You the one who means a lot to me.
12. Teman-teman MPT, terima kasih atas masukan dan bantuannya selama ini.
13. Teman-teman akuntansi 2001, atas persahabatan dan kekompakannya, makasih atas masa-masa indah yang kalian berikan.
14. BETISAFa, makasih atas kebersamaan dan doa yang kalian berikan. Akhirnya..... bisa jadi sarjana lagi he...he...!

15. Semua orang yang pernah mengenalku dan merasakan kehadiranku, makasih telah menghiasi kehidupanku dan memberi arti dan warna dalam hidup ini.

16. Semua pihak yang telah membantu penulis baik moril maupun spirituil dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi materi maupun penyampaiannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis juga berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, September 2006

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Biaya.....	6
I. Pengertian Biaya.....	6

2. Penggolongan Biaya.....	7
3. Perilaku Biaya.....	8
B. Harga jual.....	9
1. Pengertian Harga Jual.....	9
2. Tujuan Penetapan Harga Jual.....	10
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual.....	11
4. Metode Penentuan Harga Jual.....	14
C. Produk Pesanan.....	16
1. Pengertian Produk Pesanan.....	16
2. Metode Harga Pokok Pesanan.....	16
D. Perumusan Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	19
D. Teknik Pengumpulan Data.....	20
E. Data Yang Diperlukan.....	20
F. Teknik Analisis Data.....	21
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	25
A. Sejarah Perusahaan.....	25
B. Lokasi Perusahaan.....	26
C. Tujuan Perusahaan.....	27
D. Struktur Organisasi.....	28
E. Personalia.....	34

F. Produksi.....	40
G. Penanganan Bahan.....	44
H. Pengendalian Proses dan Mutu.....	44
I. Pemasaran.....	45
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Deskripsi Data.....	47
1. Biaya Produksi.....	47
2. Biaya Non Produksi.....	50
B. Analisis Data.....	52
1. Penentuan Harga Jual Menurut PT Macanan Jaya Cemerlang.....	53
2. Penentuan Harga Jual Berdasar Metode <i>Special Order Pricing</i>	55
3. Uji hipotesis.....	81
C. Pembahasan.....	84
1. Penentuan Harga Jual Produk.....	84
a. Pengelompokan biaya.....	84
b. Harga jual.....	86
2. Hubungan Harga Jual Dengan Jumlah Produk Yang Dipesan.....	87
BAB VI PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Keterbatasan Penelitian.....	90
C. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel V.1 Biaya Bahan PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005	48
Tabel V.2 Taksiran Biaya Tenaga Kerja Langsung PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	49
Tabel V.3 Taksiran Biaya <i>Overhead</i> Pabrik PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	50
Tabel V.4 Taksiran Biaya Pemasaran PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	51
Tabel V.5 Taksiran Biaya Administrasi dan Umum PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	52
Tabel V.6 Total Biaya Produksi dan Non Produksi PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.	53
Tabel V.7 Harga Pokok Produk per Unit PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	54
Tabel V.8 Harga Jual Produk per Unit PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	55
Tabel V.9 Alokasi Biaya Sesuai Perubahan Terhadap Volume Kegiatan.....	60
Tabel V.10 Alokasi Biaya Listrik PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.	62
Tabel V.11 Alokasi Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin PT Macanan Jaya Cemerlanng Tahun 2005	63
Tabel V.12 Alokasi Biaya Pemeliharaan Gedung PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	64

Tabel V.13	Alokasi Biaya Pemakaian Air PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	65
Tabel V.14	Alokasi Biaya Akomodasi PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	66
Tabel V.15	Alokasi Biaya Pemeliharaan Kendaraan PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	67
Tabel V.16	Alokasi Biaya Dinas PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005...	68
Tabel V.17	Alokasi BBM PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	69
Tabel V.18	Alokasi Biaya Perlengkapan Kantor PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	70
Tabel V.19	Alokasi Biaya Fotocopy PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	71
Tabel V.20	Alokasi Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	72
Tabel V.21	Alokasi Biaya Semi Variabel PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	73
Tabel V.22	Biaya Bahan Baku PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 Menurut Kajian Teori.....	74
Tabel V.23	Biaya Tenaga Kerja Langsung PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 Menurut Kajian Teori.....	74
Tabel V.24	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 Menurut Kajian Teori.....	76
Tabel V.25	Biaya Pemasaran PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 Menurut Kajian Teori.....	77

Tabel V.26	Biaya Administrasi dan Umum PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 Menurut Kajian Teori.....	78
Tabel V.27	Total Biaya penuh PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005.....	79
Tabel V.28	Perbandingan Biaya Variabel Menurut Perusahaan Dengan Kajian Teori Tahun 2005.....	80
Tabel V.29	Harga Jual per Unit PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 Menurut Kajian Teori.....	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV.1 Struktur Organisasi	29
Gambar IV.2 Proses Produksi.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Taksiran Biaya Tenaga Kerja Langsung
- Lampiran 2 Taksiran Biaya *Overhead* Pabrik
- Lampiran 3 Taksiran Biaya Pemasaran
- Lampiran 4 Taksiran Biaya Administrasi dan Umum
- Lampiran 5 Perhitungan Biaya Pemasaran Menurut Kajian Teori
- Lampiran 6 Perhitungan Biaya Administrasi dan Umum
- Lampiran 7 Tabel Distribusi Nilai T
- Lampiran 8 Pedoman Wawancara
- Lampiran 9 Surat Keterangan Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan perekonomian pada saat ini menyebabkan persaingan didalam dunia usaha semakin ketat. Masing-masing perusahaan menawarkan keunggulan agar dapat bersaing dipasar. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk terus berusaha untuk mendapatkan tempat di hati konsumen agar dapat bertahan dalam persaingan tersebut. Meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan merupakan salah satu cara untuk menarik hati konsumen karena dengan kualitas yang tinggi diharapkan konsumen akan merasa puas dan tetap setia pada produk yang dihasilkan perusahaan. Pada umumnya konsumen menghendaki produk yang bermutu tinggi dengan harga yang relatif murah.

Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan mempunyai tujuan untuk memperoleh order dari pembeli yang sebanyak-banyaknya agar dapat mencapai laba yang optimal. Laba yang optimal dipengaruhi oleh hasil penjualan yang dicapai perusahaan. Harga jual produk memiliki peranan penting dalam penjualan karena tinggi rendahnya harga jual akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli atau tidak membeli produk tersebut. Harga jual yang terlalu tinggi dapat menyulitkan penjualan, karena dapat mengakibatkan beralihnya konsumen ke perusahaan lain untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Sebaliknya jika harga jual ditetapkan terlalu rendah dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat menentukan harga jual yang tepat. Perusahaan juga

harus dapat menarik dan memuaskan konsumen dan sekaligus dapat memberi keuntungan bagi perusahaan.

Penentuan harga jual produk merupakan salah satu pengambilan keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen, penentuan harga jual produk bukan hanya merupakan kebijakan dibidang pemasaran atau dibidang keuangan saja, melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan karena berkaitan dengan pendapatan dan laba perusahaan. Harga jual suatu produk akan disesuaikan dengan biaya yang dikeluarkan dan laba yang diharapkan. Laba pada umumnya merupakan tujuan utama dari usaha perusahaan dan perusahaan berusaha memaksimalkan laba dengan berusaha meraih hasil penjualan yang tinggi dengan biaya yang rendah. Biaya akan mempengaruhi harga, dan harga jual sendiri akan mempengaruhi volume penjualan. Hasil penjualan yang tinggi bisa diraih dengan volume penjualan yang besar atau harga yang tinggi. Jika volume penjualan tinggi perusahaan akan dapat memproduksi produk dalam jumlah yang banyak sehingga perusahaan pun akan mendapatkan laba maksimal. Penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan atas produk dan laba yang diharapkan. Bila harga jual yang ditetapkan tidak mampu menutup biaya yang dikeluarkan maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Harga jual yang ditetapkan perusahaan dapat berbeda dengan harga jual perusahaan lain yang sejenis. Hal ini dikarenakan kondisi yang berbeda yang dihadapi perusahaan dapat mempengaruhi penentuan harga jual, semakin panjang produk didistribusikan harga akan semakin tinggi. Kesalahan dalam penentuan harga jual produk dapat terjadi dan hal tersebut dapat mengakibatkan harga terlalu tinggi atau terlalu rendah dibandingkan dengan harga dari perusahaan lain yang

memproduksi barang-barang yang sejenis. Oleh karena itu diperlukan evaluasi terhadap harga jual yang telah ditetapkan, sehingga dapat diketahui apakah harga jual tersebut masih sesuai dengan kondisi yang ada atau tidak.

PT Macanan Jaya Cemerlang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penerbitan dan percetakan. Proses produksi yang dilakukan PT Macanan Jaya Cemerlang adalah proses produksi yang terputus-putus, karena perusahaan memproduksi berdasarkan pesanan yang diterima dimana pesanan yang satu dengan yang lain belum tentu sama.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah penentuan harga jual produk pada PT Macanan Jaya Cemerlang sudah tepat berdasarkan metode *special order pricing*?
2. Apakah ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan mengadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan harga jual produk pada PT Macanan Jaya Cemerlang tepat berdasarkan metode penentuan harga jual *special order pricing* dan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berharga untuk dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan khususnya dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan penentuan harga jual dan dapat memberikan sumbangan wawasan serta pengembangan ilmu khususnya tentang harga jual produk bagi mahasiswa dan pihak-pihak yang membutuhkan.

E. Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi tersebut.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung dan dipergunakan sebagai dasar dalam mengolah data, yang meliputi pengertian biaya, penggolongan biaya, perilaku biaya, pengertian harga jual, tujuan penetapan harga jual, faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, metode penentuan harga jual, pengertian produk pesanan, metode harga pokok pesanan dan perumusan hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, data yang diperlukan dalam penulisan skripsi dan teknik analisis data.

Bab IV: Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini menguraikan tentang sejarah berdirinya perusahaan, lokasi perusahaan, tujuan perusahaan, struktur organisasi, personalia, produksi, penanganan bahan, pengendalian proses dan mutu, dan pemasaran.

Bab V : Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang analisa data yang diperoleh penulis dari perusahaan yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

Bab VI: Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Biaya

1. Pengertian Biaya

Biaya adalah jumlah yang dinyatakan dari sumber-sumber ekonomi yang dikorbankan untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu (Harnanto, 1992:24). Sedangkan Mulyadi (1983:3) menyatakan, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara itu Gilarso (1993:133) mengemukakan biaya sebagai pengorbanan yang perlu untuk suatu proses produksi dan dinyatakan dalam uang menurut harga pasar yang berlaku.

Biaya adalah penggunaan sumber-sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk objek atau tujuan tertentu (Mardiasmo, 1994:9).

Misal biaya tenaga kerja, adalah merupakan penggunaan sumber ekonomi (berupa tenaga kerja) yang dinyatakan dengan satuan uang dengan tujuan untuk menghasilkan suatu produk (jasa) atau untuk kegiatan produksi.

Biaya (*expense*) adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan (Supriyono, 1999:16).

2. Penggolongan Biaya

a. Penggolongan biaya sesuai dengan pusat yang dibiayai

Penggolongan biaya sesuai dengan objek atau pusat yang dibiayai dibagi menjadi (Supriyono, 1999:31):

1) Biaya langsung (*Direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu.

2) Biaya tidak langsung (*Indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada objek atau pusat biaya tertentu, atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa objek atau pusat biaya tertentu.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan adalah sebagai berikut (Supriyono, 1999:19-21):

1) Biaya produksi

Biaya produksi merupakan semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam:

a) Biaya bahan baku

Bahan baku adalah bahan yang diolah menjadi bagian produk selesai dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya. Biaya bahan baku merupakan harga perolehan dari biaya bahan yang dipakai didalam pengolahan produk.

b) Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.

c) Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

2) Biaya pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas.

3) Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum merupakan semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya ini terjadi dalam rangka penentuan kebijaksanaan, pengarahan dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

4) Biaya keuangan

Biaya keuangan merupakan semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan, misalnya: biaya bunga.

3. Perilaku Biaya

Pada umumnya pola perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan. Berdasarkan perilakunya dalam

hubungannya dan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan (Mulyadi, 1983:14):

a. Biaya tetap (*Fixed cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya konstan dan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

b. Biaya variabel (*Variable cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

c. Biaya semi variabel (*Semi variable cost*)

Biaya semi variabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel didalamnya, jumlah totalnya berubah sesuai dengan tingkat kegiatan tetapi tingkat perubahannya tidak proporsional.

B. Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swasta, 1984:147). Penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting karena harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya dan mendapatkan laba. Penetapan harga yang tidak tepat dapat menimbulkan kesulitan dalam perusahaan dan tidak jarang menyebabkan kegagalan bagi perusahaan. Harga yang tinggi dapat menyebabkan kesulitan dalam penjualan, sedangkan harga yang rendah dapat mengakibatkan perusahaan rugi, karena tidak dapat menutupi biaya operasi.

Harga jual adalah satuan moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1989:332). Sedangkan Kotler (1997:340) menyatakan harga jual adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

2. Tujuan Penetapan Harga Jual

Swasta (1984:148) menyatakan tujuan penetapan harga jual adalah sebagai berikut:

a. Mendapatkan Laba Maksimum

Terjadinya harga ditentukan oleh penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum dengan kondisi yang ada.

b. Mendapatkan Pengembalian Investasi yang Ditargetkan

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambilkan dari laba perusahaan, laba bisa diperoleh bila harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.

c. Mencegah atau Mengurangi Persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijaksanaan harga. Hal ini dapat diketahui bilamana para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijaksanaan harga, tetapi dengan

servis lain. Persaingan seperti itu disebut persaingan bukan harga (*non-price competition*).

d. Mempertahankan atau Memperbaiki *Market Share*

Memperbaiki *market share* hanya mungkin dilaksanakan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan di bidang lain seperti bidang pemasaran, keuangan dan sebagainya. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Swasta dan Irawan (1985:242) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penentuan harga jual adalah sebagai berikut:

a. Faktor Internal Perusahaan

1) Tujuan Perusahaan

Penentuan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan perusahaan. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan antara lain mendapatkan laba maksimum, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar dan mengatasi persaingan.

2) Biaya

Biaya merupakan dasar dalam menentukan harga, karena biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual produk. Suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya yang telah dikeluarkan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi, maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan.

3) Strategi Bauran Pemasaran

Harga merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran, oleh karena itu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran yang lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.

b. Faktor Eksternal

1) Persaingan

Harga jual dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Ada beberapa kondisi persaingan, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat mengidentifikasi atau mengetahui kondisi pasar atas produk yang dijualnya.

a) Persaingan Sempurna

Dalam kondisi persaingan ini, penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli lain.

b) Persaingan Tidak Sempurna

Untuk barang-barang yang dihasilkan oleh pabrik (barang-barang manufaktur) dengan merk tertentu kadang-kadang mengalami kesulitan dalam pemasarannya. Hal ini dapat disebabkan karena harganya lebih tinggi dari barang sejenis dengan merk lain. Keadaan pasar seperti ini disebut persaingan tidak sempurna (*imperfect competition*), dimana barang tersebut telah dibedakan dengan memberikan merk.

c) Persaingan Oligopoli

Dalam persaingan oligopoli, beberapa penjual menguasai pasar, sehingga harga yang ditetapkan dapat lebih tinggi dari pada dalam persaingan sempurna.

d) Persaingan Monopoli

Dalam kondisi persaingan ini, jumlah penjual yang ada di pasar hanya satu, sehingga penentuan harga sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti permintaan barang yang bersangkutan, harga barang-barang substitusi, peraturan harga dari pemerintah.

2) Permintaan dan Penawaran

a) Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar.

b) Penawaran adalah sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

Harga akan ditentukan dalam pertemuan atau interaksi antara pembeli atau permintaan dan penjual atau penawaran di pasar.

3) Keadaan Perekonomian

Faktor kondisi ekonomi akan mempengaruhi tingkat harga yang berlaku, misalnya: krisis ekonomi, inflasi dan tingkat bunga.

4) Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor yang penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut diwujudkan dalam

bentuk seperti harga maksimum dan harga minimum, serta diskriminasi harga.

4. Metode Penentuan Harga Jual

Prinsip dasar penentuan harga jual produk adalah bahwa harga jual harus cukup untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba dalam jangka panjang sehingga memberikan deviden yang wajar bagi para pemegang saham serta mempertahankan dan mengembangkan perusahaan.

Berdasarkan prinsip tersebut manajemen selalu dituntut untuk menentukan harga jual yang tepat, yang dapat menutup semua pengorbanan yang telah dilakukan dan memperoleh laba yang diharapkan karena permintaan konsumen atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam menentukan harga jual tersebut manajer akan menghadapi banyak ketidakpastian. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing merupakan contoh faktor-faktor yang sulit diramalkan, yang mempengaruhi penentuan harga jual produk atau jasa (Mulyadi, 1993:397).

Ada lima metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual (Mulyadi, 1993:350):

a. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal juga disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan prosentase *mark up*. Atau dapat pula diartikan penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan atas biaya penuh di masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. *Cost-plus pricing*

adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

b. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan

Penentuan harga jual waktu dan bahan pada dasarnya merupakan *cost-plus pricing*. Harga jual ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa.

c. Penentuan Harga Jual *Cost-Type Contract*

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa dimana pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar prosentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan pada konsumen dihitung berdasarkan total biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi ditambah laba yang diharapkan oleh produsen.

Biaya langsung	xxx	
Biaya tidak langsung	xxx +	
Total biaya penuh sesungguhnya		xxx
Laba yang diharapkan (% x biaya penuh sesungguhnya)		xxx +
Harga jual <i>cost-type contract</i>		xxx

d. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan khusus biasanya mencakup jumlah yang

besar, sehingga harga jual yang diperlukan dapat lebih rendah dari harga normal. bahkan seringkali harga berada dibawah biaya penuh.

Konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual, bahkan seringkali harga yang diminta oleh konsumen berada dibawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

e. Penentuan Harga Jual Berdasar Peraturan Pemerintah

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas, seperti listrik, air, telepon, transportasi dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah. Harga jual produk dan jasa ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah laba yang diharapkan.

C. Produk Pesanan

1. Pengertian Produk Pesanan

Produk pesanan merupakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan karena adanya pesanan dari pembeli atau pelanggan. Biasanya pengolahan produk akan dimulai setelah adanya pesanan dari pembeli atau pelanggan tersebut.

2. Metode Harga Pokok Pesanan

Metode harga pokok pesanan adalah cara penentuan harga pokok produk di mana biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk sejumlah produk tertentu, atau suatu jasa yang dapat dipisahkan identitasnya, dan yang perlu ditentukan harga pokoknya secara individual (Mulyadi, 1983:15).

Mulyadi (1983:21) menyatakan bahwa penggunaan metode harga pokok pesanan memerlukan syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Masing-masing pesanan, pekerjaan atau produk dapat dipisahkan identitasnya secara jelas dan perlu dilakukan penentuan harga pokok pesanan secara individual.
- b. Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya tidak langsung terdiri dari biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- c. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung diperhitungkan secara langsung terhadap pesanan yang bersangkutan, sedangkan biaya *overhead* pabrik (biaya produksi tidak langsung) dibebankan kepada pesanan tertentu atas dasar tarif yang ditentukan dimuka.
- d. Harga pokok tiap-tiap pesanan ditentukan pada saat pesanan selesai.
- e. Harga pokok per satuan produk dihitung dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dibebankan pada pesanan tertentu dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

D. Perumusan Hipotesis

Hipotesa adalah suatu anggapan atau pendapat yang diterima secara tentatip (*a tentative statement*) untuk menjelaskan suatu fakta atau yang dipakai sebagai dasar bagi suatu penelitian (Boedijoewono, 2001:203).

Penentuan harga jual produk merupakan suatu hal yang sangat penting dalam pengelolaan suatu perusahaan. Apabila harga terlalu tinggi membuat produk tidak dapat menghasilkan dan tidak laku dipasaran tetapi bila harga terlalu murah akhirnya perusahaan akan rugi. Oleh sebab itu penetapan harga yang tepat sangat penting dalam menjual suatu produk karena dengan kemampuan tersebut penjual diharapkan dapat menarik konsumen. Dengan demikian dapat dilihat bahwa penetapan harga dan volume penjualan memiliki hubungan yang erat dimana harga sebagai alat pemberi arah bagi volume penjualan.

Jadi apabila perhitungan harga jual produknya tepat maka harga jual produk tidak akan terlalu rendah atau tidak terlalu tinggi. Sehingga jumlah produk yang dipesan meningkat. Sebaliknya, apabila perhitungan harga jual produk pesanan tidak tepat maka terdapat dua kemungkinan, yaitu harga jual produk terlalu rendah atau terlalu tinggi. Jika harga jual produk terlalu rendah maka jumlah produk yang dipesan meningkat. Jika harga jual produk terlalu tinggi maka jumlah produk yang dipesan akan menurun. Berdasarkan pemikiran di atas, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

Ha: Ada hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilaksanakan adalah studi kasus, yaitu pengumpulan data dengan mengadakan penelitian secara langsung terhadap perusahaan dengan menggunakan objek tertentu yaitu mengenai penentuan harga jual produk pesanan, dan kesimpulan yang ada hanya berlaku untuk objek yang diteliti dan hanya berlaku bagi perusahaan yang bersangkutan dan tidak berlaku umum.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PT Macanan Jaya Cemerlang.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan Maret tahun 2006.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian:

- a) Pimpinan perusahaan.
- b) Bagian produksi.
- c) Bagian pemasaran.
- d) Bagian administrasi.

2. Objek penelitian:

Penentuan harga jual produk yang dihasilkan PT Macanan Jaya Cemerlang yaitu buku Di Ujung Tali Pancing, Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia, Aneka Keterampilan dan Losing Our Virtue.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada pimpinan dan staf untuk memperoleh data perusahaan seperti gambaran umum perusahaan, jenis produk yang dihasilkan, laba yang diharapkan dan lain-lain. Selain itu teknik wawancara juga digunakan untuk melengkapi data yang belum diperoleh dari teknik dokumentasi.

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik, biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran dan lain-lain.

E. Data Yang Diperlukan

1. Gambaran umum perusahaan.
2. Biaya produksi.
3. Biaya non produksi.
4. Laba yang diharapkan.
5. Penentuan harga jual produk pesanan.
6. Data tentang jumlah produk yang dipesan.

F. Teknik Analisis Data

1. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang pertama adalah dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mendiskripsikan penentuan harga jual produk pesanan yang ditetapkan PT Macanan Jaya Cemerlang.
- b. Mendiskripsikan penentuan harga jual berdasarkan metode *special order pricing* dengan pendekatan *variable costing*, yaitu:
 - 1) Mengalokasikan biaya kedalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.
 - 2) Mengalokasikan biaya semi variabel kedalam biaya variabel.
 - 3) Menentukan harga jual menurut metode *special order pricing*:
 - a) Pengelompokan biaya didalam produk yang dipesan.
 - b) Menghitung total biaya penuh.
 - c) Menghitung harga jual.

2. Untuk menjawab masalah yang kedua:

- a. Mencari hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan dengan menggunakan koefisien korelasi *Bivariate/Product Moment Pearson*, dengan rumus sebagai berikut (Sutrisno Hadi, 1988:293):

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\left\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\right\} \left\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\right\}}}$$

dimana, r = koefisien korelasi antara x dan y

x = harga jual produk (*variable independent*)

y = jumlah produk yang dipesan (*variable dependent*)

n = jumlah sampel

Nilai koefisien korelasi adalah $-1 \leq r \leq +1$ artinya:

Bila $r \leq +1$ hubungan x dan y sempurna dan positif (mendekati $+1$ berarti hubungannya erat dan positif).

Bila $r \geq -1$ hubungan x dan y sempurna dan negatif (mendekati -1 berarti hubungannya erat dan negatif).

Bila $r = 0$ hubungan x dan y tidak ada.

Pengertian dari hubungan yang kuat, signifikan negatif atau positif adalah sebagai berikut:

- 1) Hubungan yang kuat adalah hubungan yang koefisien korelasi yang dihasilkan mendekati 1.
- 2) Hubungan yang signifikan adalah hubungan yang nyata atau berarti hubungan yang terjadi bukan dikarenakan faktor kebetulan.
- 3) Hubungan yang searah atau positif adalah hubungan yang apabila *variable dependent* mengalami kenaikan maka *variable independent* juga akan meningkat.
- 4) Hubungan yang berlawanan arah atau negatif adalah hubungan yang apabila *variable independent* mengalami kenaikan maka *variable dependent* akan turun.

b. Menguji Hipotesis

Menguji apakah benar-benar ada hubungan yang nyata antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan dengan menggunakan analisis t-test (test signifikansi). Langkah-langkah dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan H_0 dan H_a

$H_0: \rho = 0$; tidak ada hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.

$H_a: \rho \neq 0$: ada hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.

2) Menentukan taraf nyata (*significant level*)

3) Menentukan nilai t dengan rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t \text{ tabel} = (\alpha/2; n-2)$$

4) Menentukan kriteria pengujian dua sisi

Kriteria yang digunakan untuk menolak atau menerima hipotesis adalah sebagai berikut:

H_0 diterima: $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

H_0 ditolak: $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$

5) Mengambil keputusan

6) Menarik kesimpulan

Jika H_0 diterima berarti tidak terdapat hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan, sedang apabila H_0 ditolak maka terdapat hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.



BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Pada bulan November 1976 Bapak PN Sunyoto mendirikan perusahaan perseorangan yang diberi nama “Intan”. Perusahaan tersebut berlokasi di Jalan Cempaka 40 Klaten. Pada awal usahanya jumlah karyawan “Intan” hanya berjumlah 9 orang, yang terdiri dari 3 orang staf dan 6 orang karyawan harian.

Karena usaha yang semakin meningkat maka Bapak PN Sunyoto memutuskan untuk melakukan ekspansi usahanya dan bekerja sama dengan Bapak Edy Widyanto, Bsc dan Dra. Tuti Setyowati. Dan sejak saat itu perusahaan yang tadinya merupakan perusahaan perseorangan berubah statusnya menjadi perusahaan yang berbadan hukum yaitu CV Intan yang berlokasi di Jalan Bhayangkara 20 Klaten. CV Intan resmi berdiri pada tanggal 20 Juli 1978 dan keberadaannya secara hukum disahkan oleh notaris Henryous Subekti, S.H dengan nomor akte 12/1978. Pada saat itu jumlah karyawan juga mengalami peningkatan menjadi 120 orang, 20 orang karyawan tetap dan sisanya karyawan harian. Bidang usahanya pun juga diperluas, tidak hanya menerbitkan buku-buku untuk SD, SLTP, dan SLTA tetapi juga menerbitkan buku-buku umum seperti dongeng rakyat, buku olah raga dan buku kesenian.

Pada tanggal 8 November 1982 badan usaha CV Intan diubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Intan Pariwara. Sejak berdirinya PT Intan Pariwara, perusahaan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Adanya pertimbangan untuk melakukan ekspansi dimasa yang akan datang maka perusahaan pindah ke lokasi yang lebih luas yaitu di Jalan Macanan Ketandan pada bulan Februari 1987.

Kemudian untuk mengembangkan usahanya dan mengembangkan karyawannya agar lebih profesional maka pada tanggal 1 Februari 1992 PT Intan Pariwara dipecah menjadi Intan Group yang terdiri dari:

1. PT Intan Pariwara
2. PT Salarajasa Bhakti Satya
3. PT Mitra Karangnom Laksanto
4. PT Sinar Dahana Inti Boga
5. PT Macanan Jaya Cemerlang

Dengan demikian PT Macanan Jaya Cemerlang resmi berdiri pada tanggal 1 Februari 1992 bersamaan dengan pecahnya PT Intan Pariwara menjadi Intan Group. Pemilihan nama Macanan Jaya Cemerlang sebagai nama perusahaan dikarenakan lokasi perusahaan yang berada di dusun Macanan, sedangkan Jaya Cemerlang dimaksudkan agar perusahaan akan tetap jaya dan cemerlang sampai kapanpun.

B. Lokasi Perusahaan

Salah satu unsur penting dalam mendirikan perusahaan adalah menentukan lokasi perusahaan. Lokasi perusahaan adalah tempat dimana perusahaan menjalankan produksi dan aktivitas administrasinya. Lokasi PT Macanan Jaya Cemerlang terletak di Jalan Ki Hajar Dewantoro Klaten Utara dan menempati areal seluas 14.000 meter persegi.

Lokasi suatu perusahaan akan mempengaruhi besarnya biaya operasi perusahaan selain itu dengan penentuan lokasi yang tepat dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan, karena akan mempermudah hubungan dengan pihak luar. Penentuan lokasi perusahaan merupakan masalah yang harus dipertimbangkan sebelum

didirikannya sebuah perusahaan, agar tidak mengalami kesulitan bila perusahaan akan dikembangkan.

PT Macanan Jaya Cemerlang berada pada bagian tepi atau pinggir daerah pemukiman penduduk, sehingga tidak mengganggu ketenangan penduduk disekitarnya. Disamping itu untuk tujuan jangka panjang dengan areal tanah yang luas akan sangat menunjang perusahaan bila nantinya akan mengadakan perluasan usaha. Lokasi perusahaan ini tidak begitu jauh dengan jalan utama, sehingga untuk pemasaran dan pengiriman barang-barang ke perusahaan lain atau konsumen tidak mengalami kesulitan. Selain itu fasilitas yang berhubungan dengan proses produksi, seperti penyediaan air dan listrik cukup tersedia dan tidak mengalami kesulitan untuk memperolehnya.

Faktor tenaga kerja sangat menunjang dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan. Tenaga kerja dapat diperoleh dengan mudah terutama disekitar perusahaan dan di Klaten pada umumnya, sehingga dapat ikut membantu program pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja.

C. Tujuan Perusahaan

PT Macanan Jaya Cemerlang yang merupakan perusahaan penerbitan dan percetakan didirikan dengan tujuan:

1. Mendukung dan berperan serta atas program pemerintah dalam bidang pendidikan dengan pengadaan buku-buku pelajaran bagi siswa sekolah.
2. Mengadakan buku-buku bacaan yang bermutu dan bermanfaat bagi masyarakat umum.

3. Mendukung dan berperan serta atas program pemerintah dalam bidang ketenagakerjaan. Peran serta tersebut diwujudkan dengan membuka lapangan pekerjaan dan membuka kesempatan kepada generasi muda.
4. Untuk memperoleh laba perusahaan yang bermanfaat bagi kesejahteraan karyawannya.

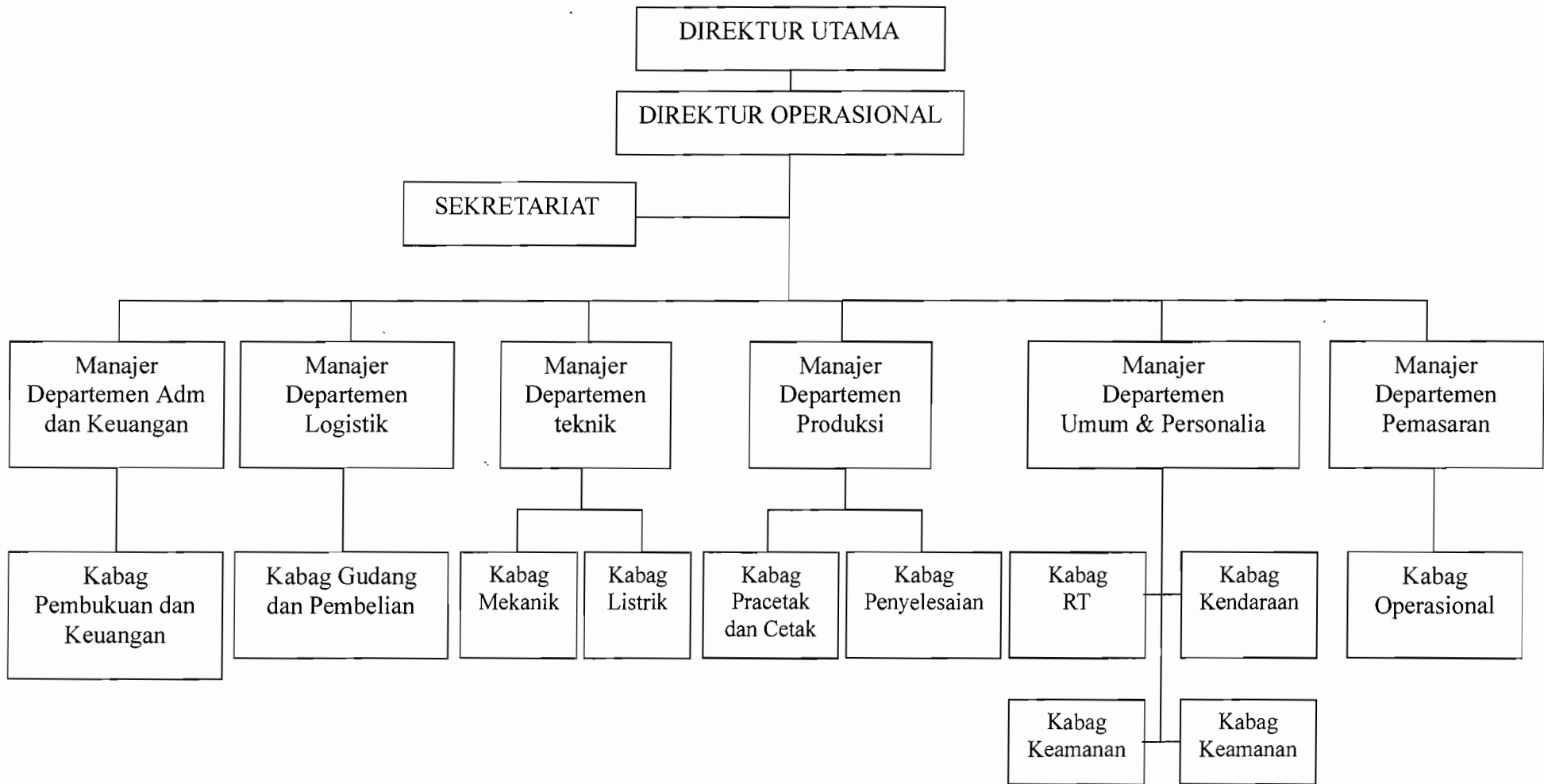
D. Struktur Organisasi

Struktur organisasi bagi setiap perusahaan merupakan suatu faktor yang cukup menentukan bagi berhasil atau tidaknya kelangsungan hidup perusahaan. Apabila struktur organisasi jelas susunannya maka akan membantu aktivitas perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Karena dengan adanya struktur organisasi yang jelas, akan dapat diketahui wewenang, tugas, serta tanggung jawab dari personil yang memegang jabatan dalam organisasi itu, sehingga tidak akan terjadi kesimpangsiuran dalam melaksanakan tugas dari masing-masing bagian tersebut dan jalannya organisasi perusahaan dapat berjalan dengan tepat dan akurat.

Struktur organisasi PT Macanan Jaya Cemerlang terbagi menjadi beberapa bagian, dimana masing-masing bagian dipimpin oleh seorang manajer. Dengan adanya struktur organisasi diharapkan akan memberi manfaat yang besar bagi perusahaan, yaitu:

1. Karyawan dapat mengetahui kepada siapa ia harus bertanggung jawab dan kepada siapa pimpinan harus memberi tugas.
2. Adanya keharmonisan kerja dan menghindari kekosongan kerja.

Adapun struktur organisasi pada PT Macanan Jaya Cemerlang dapat dilihat pada gambar IV.1.



Gambar IV.1 STRUKTUR ORGANISASI PT MACANAN JAYA CEMERLANG

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

Untuk lebih jelasnya berikut ini diuraikan tugas dan tanggung jawab setiap bagian dan jabatan pada PT Macanan Jaya Cemerlang:

1. Direktur Utama

Direktur Utama mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Bersama dengan manajer menyusun strategi atau garis besar pedoman yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan perusahaan.
- b. Menentukan kebijakan dalam perusahaan sebagai pedoman umum yang digunakan untuk menyalurkan pikiran dan tindakan dalam mengambil keputusan.
- c. Menentukan program kerja, yaitu prosedur atau langkah yang harus diikuti dalam melaksanakan kegiatan serta otorisasi anggaran.
- d. Memberikan otorisasi terhadap pelaksanaan suatu kegiatan yang dijalankan dalam perusahaan.
- e. Mengevaluasi hasil pelaksanaan suatu kegiatan dalam mencapai tujuan tersebut.

2. Direktur Operasional

Direktur Operasional mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Melaksanakan kegiatan dalam mencapai tujuan perusahaan dan mengkoordinasikan semua kegiatan tersebut.
- b. Menilai pelaksanaan tujuan secara keseluruhan pada masing-masing bagian dalam perusahaan.

3. Sekretariat

Sekretariat mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan surat menyurat dengan pihak lain.
- b. Menyiapkan acara kerja dan bagian-bagian lain.
- c. Mengadakan hubungan dengan instansi-instansi lain yang berkaitan dengan perusahaan.

4. Departemen Administrasi dan Keuangan

Departemen Administrasi dan Keuangan mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Bertanggung jawab atas pembuatan dan kebenaran laporan keuangan perusahaan.
- b. Membuat laporan pajak dan mengatur pembayaran sesuai tanggal yang ditentukan.
- c. Membuat SPT tahunan.
- d. Membuat analisa keuangan setiap bulan.
- e. Membuat, merekap anggaran dan realisasi bulanan setiap bagian.
- f. Menerima dan mengeluarkan uang sesuai permintaan.
- g. Membuat laporan harian.
- h. Bertanggung jawab atas kebenaran saldo kas perusahaan.
- i. Membuat program kerja harian.

5. Departemen Logistik

Departemen Logistik mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Bertanggung jawab atas penerimaan dan pengeluaran bahan baku dan barang jadi yang dicatat dalam kartu gudang.
- b. Bertanggung jawab atas pemotongan kertas rol menjadi *sheet*.
- c. Membuat laporan stock bahan baku maupun barang jadi setiap bulannya.
- d. Bertanggung jawab atas pembelian bahan baku.
- e. Bertanggung jawab atas kesalahan dan kerusakan pembelian barang.

6. Departemen Teknik

Departemen Teknik mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Bertanggung jawab atas kelancaran mesin-mesin yang digunakan dalam proses produksi.
- b. Bertanggung jawab atas pelaksanaan perbaikan dan perawatan baik mesin maupun inventaris perusahaan.
- c. Bertanggung jawab atas kelancaran arus listrik.
- d. Bertanggung jawab atas mobilitas didalam perusahaan.
- e. Membuat laporan pembayaran listrik dan mengatur pembayaran sesuai tanggal yang ditentukan.

7. Departemen Produksi

Departemen Produksi mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Bertanggung jawab atas pemeriksaan naskah.
- b. Bertanggung jawab atas pembuatan film/foto dan *plate* naskah isi dan *cover*.
- c. Bertanggung jawab atas pengarsipan *plate*.

- d. Menyelenggarakan persiapan bahan.
- e. Menyelenggarakan percetakan buku.
- f. Merawat alat-alat produksi.
- g. Bertanggung jawab atas penjilidan buku yang sudah selesai dicetak.
- h. Bertanggung jawab atas pemotongan buku-buku setelah selesai dijilid.
- i. Bertanggung jawab atas kebenaran atas penentuan penyelesaian *order* dengan menggunakan jenis mesin yang sesuai dan bertanggung jawab atas pemeriksaan *order* dan menyelesaikan *order* dengan hasil yang baik.
- j. Bertanggung jawab atas pengepakan buku-buku yang sudah disortir dan bertanggung jawab atas penyimpanan buku-buku ke dalam gudang.

8. Departemen Pemasaran

Departemen Pemasaran mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Merencanakan dan mengevaluasi kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran seperti produk, tempat, harga dan promosi.
- b. Merencanakan transaksi penjualan.
- c. Menciptakan pasar, baik untuk lingkungan toko maupun penerbit.
- d. Menciptakan saluran distribusi baru.

9. Departemen Umum dan Personalia

Departemen Umum dan Personalia mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain:

- a. Menyelenggarakan pekerjaan rumah perusahaan.
- b. Mengatur dan bertanggung jawab atas kendaraan perusahaan seperti perawatan kendaraan dan jadwal perjalanan.
- c. Menyelenggarakan penjagaan keamanan di lingkungan perusahaan.

- d. Membuat perencanaan tenaga kerja yang dibutuhkan dalam melaksanakan operasional perusahaan.
- e. Mempekerjakan karyawan sesuai dengan kemampuannya.
- f. Mengawasi dan mengarahkan karyawan.
- g. Mempromosikan karyawan yang mempunyai prestasi menonjol.
- h. Bertanggung jawab atas pemberhentian kerja, pensiun karyawan dan pindah kerja.
- i. Menyelenggarakan seleksi bagi calon karyawan.

E. Personalia

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting dalam kelancaran aktivitas perusahaan. Pengadaan sumber daya manusia harus senantiasa dikembangkan sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masa depan. Oleh karena itu PT Macanan Jaya Cemerlang yang merupakan perusahaan yang bergerak pada industri penerbitan dan percetakan, berusaha untuk mengembangkan kreatifitas dan kemampuan kerja di dunia industri dengan meningkatkan SDM para karyawannya dengan mengadakan pelatihan-pelatihan baik *intern* maupun *non intern*. Seperti divisi *training* yang termasuk didalamnya *Marketing Planning Development*. Hal itu dilakukan agar para pekerja dapat melaksanakan tugasnya dengan sistematis dan profesional.

Jumlah tenaga kerja PT Macanan Jaya Cemerlang seluruhnya berjumlah 319 orang, dengan rincian sebagai berikut:

1. Direktur Utama : 1 orang
2. Direktur Operasional : 1 orang
3. Manajer : 6 orang
4. Sekretariat : 6 orang
5. Kepala Bagian
 - a. Pembukuan dan Keuangan : 1 orang
 - b. Pembelian dan Gudang : 3 orang
 - c. Mekanik : 3 orang
 - d. Listrik : 3 orang
 - e. Pracetak dan Cetak : 3 orang
 - f. Penyelesaian : 3 orang
 - g. Rumah Tangga : 1 orang
 - h. Kendaraan : 1 orang
 - i. Keamanan : 1 orang
 - j. Personalia : 1 orang
 - k. Pemasaran : 1 orang
6. Karyawan
 - a. Bagian Pembukuan dan Keuangan : 3 orang
 - b. Bagian Pembelian dan Gudang : 8 orang
 - c. Bagian Mekanik : 12 orang
 - d. Bagian Listrik : 6 orang
 - e. Bagian Pracetak dan Cetak : 60 orang

f. Bagian Penyelesaian	: 132 orang
g. Bagian Rumah Tangga	: 16 orang
h. Bagian Kendaraan	: 18 orang
i. Bagian Keamanan	: 15 orang
j. Bagian Personalia	: 6 orang
k. Bagian Pemasaran	: 8 orang

Tata kepegawaian pada PT Macanan Jaya Cemerlang sebagai berikut:

1. Proses penerimaan pegawai

Langkah-langkah dalam proses penerimaan pegawai pada PT Macanan Jaya Cemerlang antara lain:

a. Penerimaan Lamaran

Penyebaran pengumuman untuk mendapatkan karyawan dilakukan oleh perusahaan melalui:

- 1) Iklan.
- 2) Kantor penempatan tenaga kerja.
- 3) Rekomendasi dari karyawan.
- 4) Lembaga pendidikan.
- 5) Lamaran yang masuk secara kebetulan.

b. Seleksi

Seleksi tenaga kerja dilakukan oleh perusahaan agar perusahaan memperoleh tenaga kerja yang profesional dan ahli dibidangnya. Proses seleksi yang dilakukan yaitu: pengisian formulir, tes psikologi, wawancara dan referensi.

Setelah mengetahui hasil seleksi, maka tindakan selanjutnya adalah memilih pelamar yang memenuhi syarat. Bila hasil seleksi melebihi yang dibutuhkan perusahaan, maka calon karyawan diambil dari calon yang memiliki rangking tertinggi. Tetapi apabila yang memenuhi syarat kurang, maka jabatan tersebut dibiarkan kosong.

2. Mutasi

Dalam usaha untuk meningkatkan daya guna dan daya pikir serta mengetahui kemampuan karyawan, maka diadakan rotasi dari satu seksi ke seksi lain secara berkala. Hal tersebut dilakukan dengan memperhatikan kecakapan karyawan sehingga dengan adanya mutasi, karyawan dapat meningkatkan pengetahuannya.

3. Kepegawaian

Pertimbangan untuk menaikkan pangkat dilakukan dengan mengadakan penilaian setiap setahun sekali. Kenaikan pangkat ini berdasarkan atas: kesetiaan, prestasi kerja, tanggung jawab, ketaatan, kejujuran, kerjasama dan kepemimpinan.

4. Jam Kerja Karyawan

- a. Waktu kerja tidak boleh lebih dari 7 jam sehari.
- b. Untuk karyawan bagian produksi ditetapkan menjadi 3 shift.

Pembagian shift sebagai berikut:

1) Shift 1

Jam kerja : Pukul 07.00-15.00 WIB

Istirahat : Pukul 12.00-13.00 WIB

2) Shift 2

Jam kerja : Pukul 15.00-23.00 WIB

Istirahat : Pukul 20.00-21.00 WIB

3) Shift 3

Jam kerja : Pukul 23.00-07.00 WIB

Istirahat : Pukul 04.00-05.00 WIB

Sedang untuk staf kantor, jam kerja pukul 08.00-16.00 WIB.

c. Kelebihan jam kerja dari waktu kerja yang ditentukan di atas dihitung sebagai lembur. Pembagian lembur sebagai berikut:

1) Lembur 1 : pukul 07.00-19.00 WIB

2) Lembur 2 : pukul 07.00-06.00 WIB

d. Hari istirahat mingguan adalah hari minggu, kecuali bagi buruh yang karena pekerjaannya ditentukan lain.

5. Penggajian

Gaji pegawai dihitung harian tetapi pembayarannya dilakukan secara mingguan. Sedang gaji bulanan diberikan kepada karyawan tetap sesuai dengan jabatan dan tanggung jawab yang dipegang karyawan. Bonus diberikan sesuai dengan prestasi pegawai. Prestasi pegawai tersebut dinilai berdasar kebijakan dewan direksi.

6. Tunjangan

Setiap karyawan PT Macanan Jaya Cemerlang yang sah dan diangkat akan mendapat berbagai tunjangan yang akan disesuaikan dengan jabatannya, yaitu: tunjangan kesehatan, tunjangan transportasi, tunjangan disiplin kerja, tunjangan anak dan tunjangan kematian.

7. Pemberhentian Kerja

Dalam hal pemberhentian kerja atau pemutusan hubungan kerja PT Macanan Jaya Cemerlang menyebut dengan istilah pemberhentian dengan hormat.

a. Karyawan yang telah mencapai batas maksimum kerja:

- 1) Karyawan laki-laki yang berumur 50 tahun dengan masa kerja 25 tahun.
- 2) Karyawan wanita yang berumur 50 tahun dengan masa kerja 25 tahun.

b. Pemberhentian karyawan oleh perusahaan

Apabila seorang karyawan telah mencapai batas umur maksimum tetapi tetap belum siap untuk diberhentikan maka pihak personalia perlu menanyakan pada bagian mana karyawan tersebut bekerja apakah karyawan yang bersangkutan masih dibutuhkan, jika masih karyawan ini diperkenankan untuk bekerja kembali. Tetapi jika bagian yang bersangkutan tidak membutuhkannya lagi, maka karyawan tersebut diberhentikan dengan hormat.

c. Pemberhentian karyawan karena inisiatif sendiri

- 1) Apabila karyawan akan mengundurkan diri dari pekerjaannya maka satu bulan sebelumnya ia harus mengajukan surat pemberhentian secara tertulis. Dalam hal ini karyawan tidak berhak atas uang pesangon, tetapi diberikan uang sesuai kebijaksanaan yang telah ditentukan perusahaan.
- 2) Karyawan yang tidak masuk kerja selama 6 hari berturut-turut tanpa surat ijin kerja atau tidak dapat dipertanggung jawabkan maka dianggap mengundurkan diri sesuai dengan peraturan Menteri Tenaga Kerja No. Per 04/MEN/1986 dan tidak mendapatkan uang kebijaksanaan.

F. Produksi

1. Hasil Produksi

Produk yang paling banyak dihasilkan perusahaan merupakan buku-buku sekolah antara lain: Ilmu Pengetahuan Sosial, Ilmu Pengetahuan Alam, Pendidikan Pancasila, Bahasa, Keterampilan, Olahraga, Kesenian serta buku-buku cerita. Selain itu perusahaan juga memproduksi brosur, *leaflet*, katalog, novel, literatur, kalender dan lain-lain.

2. Peralatan

Peralatan yang digunakan perusahaan dalam proses produksi antara lain:

- a. *Image ceter*, yaitu alat yang digunakan untuk merubah CD menjadi film.
- b. *Plate maker*, yaitu alat yang dipakai untuk memindahkan objek dalam film ke dalam *plate* dengan bantuan penyinaran *camera foto printing*.
- c. *Developer*, yaitu alat untuk melihat objek dalam *plate* yang akan dicetak.
- d. Mesin cetak *sheet* satu warna, yaitu mesin yang digunakan untuk mencetak naskah yang sudah jadi dengan satu warna.
- e. Mesin cetak *sheet* empat warna, yaitu mesin yang digunakan untuk mencetak *cover* atau naskah yang mempunyai warna lebih dari satu.
- f. Mesin *shrink*, yaitu mesin yang digunakan untuk mengeringkan tinta.
- g. Mesin susun, yaitu mesin yang digunakan untuk menyusun hasil cetakan.
- h. Mesin lipat, yaitu mesin yang digunakan untuk melipat hasil cetakan sesuai dengan ukurannya.
- i. Mesin *ultraviolet varnish*, yaitu mesin yang digunakan untuk melapisi *cover* agar bercahaya dan anti air.

- j. Mesin jahit benang, mesin jahit kawat, mesin lem. Yaitu alat untuk menjilid buku sebagai hasil cetakan yang sudah selesai.
- k. Mesin potong, yaitu alat yang dipakai untuk memotong hasil cetakan yang sudah berbentuk buku agar lebih rapi.

3. Bahan Baku dan Bahan Pembantu

a. Bahan Baku

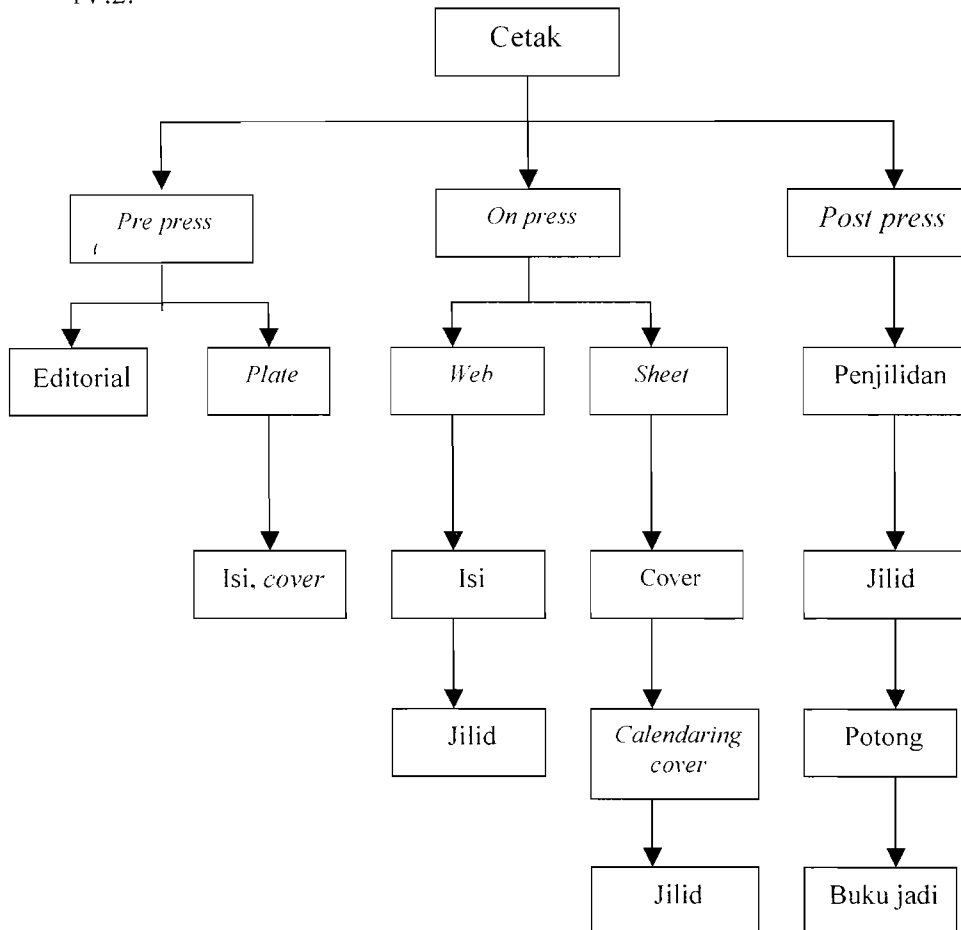
- 1) Kertas: sebagai bahan yang akan dicetak dan merupakan bahan pokok perusahaan. Kertas ini dipasok dari Leces, Tjiwi Kimia, Suparma dan Surya Pemenang.
- 2) Tinta: digunakan sebagai bahan pewarna ataupun untuk menulis dan menggambar pada proses percetakan yang dipasok dari Cemanituka dan Warna Harapan.

b. Bahan Pembantu

- 1) *Plate* yang merupakan alat yang dimasukkan ke dalam cetakan yang nantinya akan menimbulkan tulisan atau gambar.
- 2) *Com* yang digunakan sebagai penghapus film apabila ada yang rusak/cacat atau sebagai penghapus garis-garis film.
- 3) Air sebagai bahan untuk mencuci rol dan campuran mesin cetak.
- 4) Kemikel sebagai bahan untuk membersihkan *plate*.
- 5) *Fontain* digunakan untuk menjaga supaya tinta tidak nempel di *plate*.

4. Proses Produksi

Tahapan proses produksi PT Macanan Jaya Cemerlang dapat dilihat pada gambar IV.2.



Gambar IV.2 Proses Produksi PT Macanan Jaya Cemerlang

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

Keterangan:

a. Bagian Editorial

Setelah naskah diterima kemudian dilakukan pemeriksaan. Naskah isi dan *cover* yang sudah dicetak kemudian difilm/difoto dengan menggunakan *image ceter*.

b. Bagian *Plate*

Setelah isi dan *cover* difilm/difoto kemudian dibuat *plate* dengan *plate maker*. *Plate* isi dan *plate cover* naskah diserahkan pada bagian percetakan.

c. Bagian Percetakan

Pada bagian ini, *plate* isi dan *plate cover* naskah dapat dilihat dengan menggunakan mesin web. Mesin web ini biasanya digunakan untuk mencetak isi, sedang untuk mencetak *cover* digunakan mesin cetak *sheet*, baik satu warna maupun empat warna. Setelah itu baru dilakukan *calendering* yang merupakan proses khusus untuk bagian sampul dengan memberi lapisan berupa cairan pada seluruh muka sampul dengan menggunakan mesin *ultraviolet varnish*. Hasil cetakan isi maupun sampul dikeringkan dengan menggunakan mesin *shrink*.

d. Bagian Penjilidan

Setelah proses percetakan selesai, hasil cetakan disusun dengan menggunakan mesin susun dan dilakukan penjilidan. Adapun penjilidan dilakukan dengan dua cara yaitu:

- 1) Dengan cara disteples apabila buku tersebut tipis.
- 2) Untuk buku tebal maka penjilidan dilakukan dengan menjahitnya dengan kawat, benang atau menggunakan lem yang dilakukan dengan menggunakan mesin.

Buku-buku yang sudah selesai dijilid kemudian dipotong dengan mesin potong dan dipak dengan mesin laminasi.

G. Penanganan Bahan

Bahan baku utama dalam proses produksi PT Macanan Jaya Cemerlang adalah kertas dan tinta. Untuk mempermudah pemindahan bahan baku agar tidak mudah rusak digunakan kereta dorong yang disebut *forklift*. Akan tetapi apabila aliran bahan baku diluar mesin dalam jarak yang dekat, dilakukan dengan cara manual yaitu didorong. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Jarak gudang dengan tempat proses produksi cukup dekat.
2. Kondisi pabrik memungkinkan dilakukan pemindahan bahan secara manual.
3. Dengan menggunakan tenaga manual, biaya pemindahan bahan dapat lebih ditekan.

H. Pengendalian Proses dan Mutu

1. Pengendalian Mutu Bahan Baku

Agar mutu bahan baku tetap terjaga, maka setelah bahan baku dikirim ke perusahaan akan dilakukan pengecekan terutama pada bahan baku kertas. Pengecekan tersebut dilakukan dengan melihat warna kertas apakah sudah sesuai dengan jenis kertas yang dibutuhkan perusahaan dan juga disesuaikan dengan permintaan konsumen. Apabila mutu bahan baku sesuai dengan yang diinginkan maka bahan baku tersebut langsung dipindah ke gudang, tetapi apabila tidak sesuai maka perusahaan akan menghubungi pemasok dan pihak pemasok akan segera mengirim bahan baku pengganti.

2. Pengendalian Proses Produksi

Pencegahan kerusakan mesin yang nantinya akan mengakibatkan kemacetan proses produksi dilakukan perusahaan dengan melakukan perawatan mesin dengan cara

membersihkan dan mengecek mesin. Setiap setengah bulan sekali dilakukan pelumasan mesin secara total dan pengecekan dilakukan secara rutin oleh bagian teknisi.

3. Pengendalian Mutu Produk Jadi

Pengendalian produk jadi dilakukan oleh bagian sortir, yang dilakukan sesaat setelah produk selesai diproses. Setelah disortir produk jadi dibungkus dengan plastik dan *dipacking* sehingga produk tersebut tidak kotor atau rusak Tetapi apabila terdapat kerusakan, produk akan segera diperbaiki terlebih dahulu sehingga produk sesuai dengan permintaan konsumen.

I. Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Karena pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup serta perkembangan perusahaan.

1. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran PT Macanan Jaya Cemerlang adalah daerah Klaten dan sekitarnya, seperti Yogyakarta dan Surakarta. Perusahaan menjual produknya terutama ke penerbit buku karena fokus utama PT Macanan Jaya Cemerlang adalah percetakan daripada penerbitan.

2. Saluran Distribusi dan Promosi

Untuk menyalurkan hasil produksinya, PT Macanan Jaya Cemerlang menggunakan saluran distribusi langsung, yaitu dari perusahaan ke konsumen. Sedang kegiatan

promosi dilakukan perusahaan dengan memberikan kalender kepada pelanggan dan pemasok.

3. Persaingan.

Persaingan yang dihadapi oleh perusahaan tidak terlalu ketat, beberapa perusahaan yang dianggap pesaing antara lain Pabelan dan Tiga Serangkai. Sedang penerbit dan percetakan lain yang berada di daerah Klaten dianggap sebagai mitra kerja bukan sebagai pesaing.

4. Pelanggan

Pelanggan PT Macanan Jaya Cemerlang terdiri dari perseorangan atau penerbit, antara lain PT Intan Pariwara, PT Intan Sejati, Intermedia, Pandukarya, Graha Multigrafika, Mondrian, Depot Iqro, Sticky, RP 7, Unnique, Topo, Alqoam, Pustaka Arafah dan Grahadi.

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Biaya merupakan faktor penting dalam penentuan harga jual. Hal ini dikarenakan biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual ditentukan. Biaya-biaya tersebut adalah biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya non produksi berupa biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

PT Macanan Jaya Cemerlang merupakan perusahaan penerbit dan percetakan, proses produksi di PT Macanan Jaya Cemerlang ini dilaksanakan berdasarkan pesanan. Biaya-biaya yang diakui perusahaan sebagai penentu harga jual adalah biaya bahan, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum. Sebagai objek penelitian, penulis meneliti empat macam produk dari PT Macanan Jaya Cemerlang. Berikut akan diuraikan mengenai biaya-biaya tersebut:

1. Biaya Produksi

Biaya produksi ialah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Dalam proses produksi perusahaan membutuhkan biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

a. Biaya bahan

Biaya bahan yang dikeluarkan PT Macanan Jaya Cemerlang dalam menghasilkan produknya terdiri dari biaya bahan baku dan biaya bahan penolong. Biaya bahan baku maupun biaya bahan penolong yang ditetapkan perusahaan untuk masing-masing produk berbeda. Biaya bahan yang dikeluarkan PT Macanan Jaya Cemerlang pada tahun 2005 untuk masing-masing produk ditunjukkan pada tabel V.1.

Tabel V.1
Biaya Bahan PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 (dalam Rupiah)

Bahan	Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
Kertas ivory	34.750.270	25.150.200	29.414.000	30.741.650
Kertas IIVS	121.687.400	136.400.000	141.875.000	143.512.340
Tinta	19.911.300	21.560.000	27.590.840	26.331.420
Kemikel	2.439.590	3.105.600	3.600.500	2.841.700
Plate	5.030.000	6.940.000	7.920.000	4.142.610
Fontain	3.520.410	5.330.000	5.190.524	3.711.200
Com	2.417.320	3.158.720	3.623.411	2.742.521
Jumlah	189.756.290	201.644.520	219.214.275	214.023.441

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

b. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung ialah balas jasa yang diberikan kepada karyawan yang manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Biaya ini merupakan gaji dan upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pembuatan produk. Biaya tenaga kerja langsung pada PT Macanan Jaya Cemerlang untuk masing-masing produk didasarkan pada taksiran biaya. Biaya tenaga kerja langsung dihitung dengan mengalikan jumlah tenaga kerja dengan upah per hari yang diterima karyawan

dengan lamanya waktu produksi untuk masing-masing produk. Perhitungan biaya tenaga kerja langsung untuk masing-masing produk dapat dilihat pada lampiran 1. Besarnya taksiran biaya tenaga kerja langsung untuk tahun 2005 untuk masing-masing produk ditunjukkan pada tabel V.2.

Tabel V.2
Taksiran Biaya Tenaga Kerja Langsung PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 (dalam Rupiah)

Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
7.020.000	2.898.000	1.620.000	1.152.000

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

c. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik ialah biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Dasar pengalokasian biaya *overhead* pabrik pada PT Macanan Jaya Cemerlang adalah jam mesin. Untuk tahun 2005 taksiran jam mesin sebesar 5380 jam. Taksiran biaya *overhead* pabrik untuk tahun 2005 adalah sebagai berikut:

- Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp 1.212.334.524
- Biaya listrik	206.932.561
- Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin	88.670.000
- Biaya asuransi tenaga kerja	44.660.000
- Biaya asuransi gedung	7.200.000
- Biaya asuransi mesin	2.130.000
- Biaya penyusutan gedung	95.090.000
- Biaya penyusutan mesin	2.150.000
- Biaya pemeliharaan gedung	2.050.000
- Biaya pemakaian air	31.584.700
	<hr/>
Jumlah	Rp 1.692.801.785



Karena pemakaian *overhead* yang tidak sama untuk masing-masing produk, maka besarnya biaya *overhead* pabrik yang dibebankan untuk setiap produk juga tidak sama. Besarnya biaya *overhead* pabrik untuk masing-masing produk dihitung dengan mengalikan tarif BOP/jam dengan taksiran jam mesin untuk setiap produknya. Perhitungan besarnya biaya *overhead* pabrik untuk masing-masing produk dapat dilihat pada lampiran 2. Taksiran biaya *overhead* pabrik PT Macanan Jaya Cemerlang pada tahun 2005 ditunjukkan pada tabel V.3.

Tabel V.3
Taksiran Biaya *Overhead* Pabrik PT Macanan Jaya Cemerlang
Tahun 2005 (dalam Rupiah)

Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
33.667.247,19	25.801.067,94	16.990.947,18	12.585.886,8

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

2. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi ialah biaya yang tidak berhubungan dengan fungsi produksi atau pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi. Biaya non produksi pada PT Macanan Jaya Cemerlang terdiri dari:

a. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Biaya pemasaran pada PT Macanan Jaya Cemerlang didasarkan pada taksiran biaya. Taksiran biaya pemasaran PT Macanan Jaya Cemerlang untuk tahun 2005 adalah sebagai berikut:

- Biaya akomodasi	Rp 17.350.000
- Biaya pemeliharaan kendaraan	600.000
- Biaya promosi	5.250.000
- Biaya dinas	4.000.000
- Gaji bagian pemasaran	81.000.000
- BBM	3.000.000
- Penyusutan kendaraan	2.500.000
Jumlah	<u>Rp 113.700.000</u>

Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan perusahaan untuk masing-masing produk dihitung dengan membagi jumlah produk yang dipesan dengan jumlah total produk yang dipesan. Perhitungan besarnya biaya pemasaran untuk masing-masing produk dapat dilihat pada lampiran 3. Taksiran biaya pemasaran untuk masing-masing produk ditunjukkan pada tabel V.4.

Tabel V.4
Taksiran Biaya Pemasaran PT Macanan Jaya Cemerlang
Tahun 2005 (dalam Rupiah)

Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
889.671,36	593.114,24	296.557,12	237.245,69

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

b. Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya administrasi dan umum pada PT Macanan Jaya Cemerlang didasarkan pada taksiran biaya. Taksiran biaya administrasi dan umum pada PT Macanan Jaya Cemerlang untuk tahun 2005 adalah sebagai berikut:

- Biaya perlengkapan kantor	Rp 12.165.000
- Biaya fotocopy	150.000
- Biaya penyusutan inventaris kantor	650.000
- Gaji bagian administrasi	51.000.000
- Pemeliharaan inventaris kantor	<u>210.000</u>
Jumlah	Rp 64.175.000

Besarnya biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan perusahaan untuk masing-masing produk berbeda, biaya dihitung dengan membagi jumlah produk dengan jumlah total produk yang dipesan kemudian dikalikan dengan besarnya taksiran biaya administrasi dan umum. Perhitungan besarnya biaya administrasi dan umum untuk masing-masing produk dapat dilihat pada lampiran 4. Taksiran biaya administrasi dan umum untuk masing-masing produk ditunjukkan pada tabel V.5.

Tabel V.5
Taksiran Biaya Administrasi dan Umum PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 (dalam Rupiah)

Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
502.151,80	334.767,86	167.383,93	133.907,14

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

B. Analisis Data

Analisis data ini bertujuan untuk menunjukkan penentuan harga jual pada PT Macanan Jaya Cemerlang dengan menggunakan data biaya tahun 2005. Penentuan harga jual pada PT Macanan Jaya Cemerlang adalah dengan cara menambahkan biaya penuhnya (biaya produksi + biaya non produksi) dengan laba yang diharapkan. Besarnya laba yang diharapkan untuk tiap-tiap jenis produk yang dihasilkan sama besarnya. Adapun laba yang diharapkan sebesar 10% dari biaya penuhnya.

Untuk menjawab masalah yang pertama yaitu bagaimanakah penentuan harga jual PT Macanan Jaya Cemerlang apabila menggunakan metode *special order pricing*, langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Mendiskripsikan penentuan harga jual produk pesanan menurut PT Macanan Jaya Cemerlang.

Langkah-langkah penentuan harga jual produk oleh PT Macanan Jaya Cemerlang adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung total biaya produksi dan non produksi

Biaya-biaya yang digunakan perusahaan sebagai dasar dalam penentuan harga jual adalah biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik dan biaya non produksi yang meliputi biaya pemasaran dan juga biaya administrasi dan umum. Total biaya produksi dan non produksi PT Macanan Jaya Cemerlang pada tahun 2005 ditunjukkan pada tabel V.6

Tabel V.6
Total Biaya Produksi dan Non Produksi PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 (dalam Rupiah)

	Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
Biaya produksi				
-Biaya bahan	189.756.290	201.644.520	219.214.275	214.023.441
-BTKL	7.020.000	2.898.000	1.620.000	1.152.000
-BOP	33.667.247,19	25.801.067.94	16.990.947.18	12.585.886.8
Biaya non produksi				
-B. pemasaran	889.671.36	593.114.24	296.557.12	237.245.69
-B. adm&umum	502.151.80	334.767.86	167.383.93	133.907.14
Total	231.835.360,4	231.271.470	238.289.163,2	228.132.480,6

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

b. Menghitung harga pokok produk per unit

Jumlah buku yang diproduksi pada tahun 2005 untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

1) Buku Di Ujung Tali Pancing	225.000 unit
2) Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	150.000 unit
3) Buku Aneka Keterampilan	75.000 unit
4) Buku Losing Our Virtue	60.000 unit

Harga pokok produk per unit pada PT Macanan Jaya Cemerlang dihitung dengan cara membagi total harga pokok produksi yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi untuk setiap judul buku dengan jumlah buku yang dipesan. Harga pokok produk per unit untuk keempat judul buku yang diproduksi PT Macanan Jaya Cemerlang untuk tahun 2005 dapat dilihat pada tabel V.7.

Tabel V.7
Harga Pokok Produk per Unit PT Macanan Jaya Cemerlang
Tahun 2005 (dalam Rupiah)

Judul Buku	Harga Pokok Produk	Jumlah buku	HPP per Unit
Di Ujung Tali Pancing	231.835.360,4	225.000	1030,37
Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	231.271.470	150.000	1541,80
Aneka Keterampilan	238.289.163,2	75.000	3177,18
Losing Our Virtue	228.132.480,6	60.000	3802,20

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

c. Menghitung harga jual

PT Macanan Jaya Cemerlang menentukan harga jual produknya dengan menambah harga pokok produk dengan laba. Laba yang diharapkan untuk masing-masing produk adalah sebesar 10 % dari harga pokok produk. Harga jual produk per unit untuk keempat judul buku yang diproduksi oleh PT Macanan Jaya Cemerlang untuk tahun 2005 dapat dilihat pada tabel V.8.

Tabel V.8
Harga Jual Produk per Unit PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005
(dalam Rupiah)

Judul Buku	Harga Pokok Produk per Unit	Laba Yang Diharapkan (10% x HPP)	Harga Jual per Unit
Di Ujung Tali Pancing	1030,37	103,03	1133,40
Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	1541,80	154,18	1695,98
Aneka Keterampilan	3177,18	317,71	3494,89
Losing Our Virtue	3802,20	380,22	4182,42

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

2. Penentuan harga jual berdasar metode *special order pricing*

- a. Mengalokasikan biaya kedalam biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel

Pengalokasian biaya ini didasarkan dengan melihat perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

1) Biaya bahan baku

Biaya bahan baku yang dikeluarkan dipengaruhi volume produksi. Biaya bahan baku berubah secara proporsional dengan perubahan volume produksi sehingga biaya ini dialokasikan ke dalam biaya variabel.

2) Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan upah atau gaji yang diberikan perusahaan kepada pekerja yang terlibat langsung dalam pembuatan produk. Besarnya biaya ini mengalami perubahan secara proporsional dengan volume produksi. Dengan demikian biaya ini dialokasikan sebagai biaya variabel.

3) Biaya *overhead* pabrik

a) Biaya tenaga kerja tidak langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan upah atau gaji yang diberikan oleh perusahaan kepada pekerja yang tidak terlibat langsung dalam pembuatan produk, misalnya gaji kepala bagian produksi dan gaji mandor. Biaya ini tidak dipengaruhi oleh perubahan volume produksi sehingga dialokasikan sebagai biaya tetap.

b) Biaya listrik dan pemakaian air

Biaya ini merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka menunjang pengolahan produk hingga produk siap dijual. Besarnya biaya ini mengalami perubahan secara tidak proporsional dengan perubahan volume produksi sehingga dialokasikan sebagai biaya semi variabel.

c) Biaya reparasi dan pemeliharaan

Biaya ini meliputi biaya reparasi dan pemeliharaan mesin dan biaya pemeliharaan gedung. Besarnya biaya ini berubah-ubah dengan adanya perubahan volume produksi tetapi perubahannya tidak proporsional dengan perubahan volume produksi sehingga biaya ini dialokasikan ke dalam biaya semi variabel.

d) Biaya bahan penolong

Biaya ini terdiri dari biaya untuk kemikel, plate, fontain dan com. Besarnya biaya yang digunakan berbeda beda sesuai dengan jenis produk yang dipesan. Biaya ini mengalami perubahan secara proporsional dengan volume produksi sehingga biaya bahan penolong dialokasikan sebagai biaya variabel.

e) Biaya asuransi

Biaya asuransi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka memberi perlindungan terhadap aktiva yang dimilikinya, biaya asuransi terdiri dari biaya asuransi tenaga kerja, biaya asuransi gedung dan biaya asuransi mesin. Biaya asuransi tenaga kerja adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka memberi jaminan dan perlindungan kerja terhadap karyawan. Besarnya biaya ini untuk setiap periode adalah tetap. Dengan demikian biaya asuransi tenaga kerja, biaya asuransi mesin dan biaya asuransi gedung dialokasikan ke dalam biaya tetap.

f) Biaya penyusutan

Penyusutan atau depresiasi merupakan proses untuk mengalokasikan harga perolehan aktiva tetap selama masa manfaatnya. Metode yang digunakan oleh PT Macanan Jaya Cemerlang adalah metode garis lurus sehingga biaya penyusutan dibebankan dalam jumlah yang sama untuk setiap periode selama masa manfaat. Dengan demikian biaya penyusutan dialokasikan ke dalam biaya tetap. Biaya penyusutan pada PT Macanan Jaya Cemerlang adalah biaya penyusutan gedung dan biaya penyusutan mesin.

4) Biaya pemasaran

a) Biaya akomodasi

Biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka distribusi produk yang telah diselesaikan perusahaan ke pelanggan. Biaya ini mengalami perubahan secara tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan sehingga dialokasikan sebagai biaya semi variabel.

b) Biaya pemeliharaan kendaraan

Biaya pemeliharaan pada bagian pemasaran mengalami perubahan secara tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan sehingga biaya ini dialokasikan sebagai biaya semi variabel.

c) Biaya promosi

Biaya ini dikeluarkan perusahaan dalam rangka memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Biaya promosi merupakan biaya kebijakan manajemen sehingga biaya ini dalam setiap periode besarnya tetap. Dengan demikian biaya promosi dialokasikan sebagai biaya tetap.

d) Biaya dinas

Biaya dinas mengalami perubahan secara tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan sehingga biaya ini dialokasikan sebagai biaya semi variabel.

e) Biaya gaji bagian pemasaran

Biaya gaji karyawan bagian pemasaran tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan sehingga biaya ini dialokasikan sebagai biaya tetap.

f) Biaya BBM

Biaya ini dikeluarkan dalam rangka pengoperasian kendaraan perusahaan. Besarnya biaya ini mengalami perubahan yang tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan sehingga biaya ini dialokasikan sebagai biaya semi variabel.

g) Biaya penyusutan kendaraan

Biaya penyusutan kendaraan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan sehingga biaya penyusutan kendaraan ini dialokasikan sebagai biaya tetap.

5) Biaya administrasi dan umum

a) Biaya perlengkapan kantor

Besarnya biaya ini mengalami perubahan yang tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan sehingga biaya ini dialokasikan sebagai biaya semi variabel.

b) Biaya fotocopy

Besarnya biaya ini mengalami perubahan yang tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan sehingga biaya ini dialokasikan sebagai biaya semi variabel.

c) Biaya penyusutan inventaris kantor

Biaya ini tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan sehingga dialokasikan sebagai biaya tetap.

d) Biaya gaji bagian administrasi

Biaya gaji karyawan bagian administrasi tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan sehingga biaya ini dialokasikan sebagai biaya tetap.

e) Biaya pemeliharaan inventaris kantor

Biaya pemeliharaan inventaris kantor mengalami perubahan secara tidak proporsional dengan perubahan volume kegiatan sehingga biaya ini dialokasikan sebagai biaya semi variabel.

Tabel V.9
Alokasi Biaya Sesuai Perubahan Terhadap Volume Kegiatan

Elemen Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel	Biaya Semi Variabel
Biaya Bahan Baku			
Buku Di Ujung Tali Pancing		176.348.970	
Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia		183.110.200	
Buku Aneka Keterampilan		198.879.840	
Buku Losing Our Virtue		200.585.410	
Biaya Tenaga Kerja Langsung			
Buku Di Ujung Tali Pancing		7.020.000	
Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia		2.898.000	
Buku Aneka Keterampilan		1.620.000	
Buku Losing Our Virtue		1.152.000	
Biaya Overhead Pabrik			
Biaya bahan penolong		512.365.120	
Biaya tenaga kerja tidak langsung	1.212.334.524		
Biaya listrik			206.932.561
Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin			88.670.000
Biaya asuransi tenaga kerja	44.660.000		
Biaya asuransi gedung	7.200.000		
Biaya asuransi mesin	2.130.000		
Biaya penyusutan gedung	95.090.000		
Biaya penyusutan mesin	2.150.000		
Biaya pemeliharaan gedung			2.050.000
Biaya pemakaian air			31.584.000
Biaya Pemasaran			
Biaya akomodasi			17.350.000
Biaya pemeliharaan kendaraan			600.000
Biaya promosi	5.250.000		
Biaya dinas			4.000.000
Gaji bagian pemasaran	81.000.000		
BBM			3.000.000
Penyusutan kendaraan	2.500.000		
Biaya administrasi dan umum			
Biaya perlengkapan kantor			12.165.000
Biaya fotocopy			150.000
Biaya penyusutan inventaris kantor	650.000		
Gaji bagian administrasi	51.000.000		
Pemeliharaan inventaris kantor			210.000

b. Mengalokasikan biaya semi variabel kedalam biaya variabel

Informasi yang relevan dibutuhkan manajemen dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual yang tepat. Biaya-biaya semi variabel dipisahkan kedalam biaya tetap dan biaya variabel untuk mempermudah pihak manajemen dalam mengambil kebijakan harga jual yang tepat. Dalam penentuan harga jual berdasarkan metode *special order pricing* dengan pendekatan *variable costing*, hanya biaya-biaya yang bersifat variabel saja yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual. Biaya tetap tidak diperhitungkan dalam penentuan harga jual karena biaya tetap diasumsikan telah ditutup oleh pesanan atau produksi reguler perusahaan.

Untuk mengalokasikan biaya semi variabel ke dalam biaya variabel digunakan metode kuadrat terkecil. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$V = \frac{\sum XY - \sum X \sum Y/n}{\sum X^2 - (\sum X)^2/n}$$

Keterangan: Y = Jumlah biaya

X = Volume aktivitas

V = Biaya variabel

Biaya semi variabel yang dialokasikan kedalam biaya variabel adalah sebagai berikut:

1) Biaya listrik

Biaya listrik merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka menunjang proses produksi perusahaan. Pengalokasian biaya listrik ke dalam biaya variabel dapat dilihat pada tabel V.10.

Tabel V.10
Alokasi Biaya Listrik PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005

Bulan	X (JM)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	145	16.578.455	21.025	2.403.875.975
Februari	141	16.120.530	19.881	2.272.994.730
Maret	143	16.349.190	20.449	2.337.934.170
April	132	15.091.560	17.424	1.992.085.920
Mei	180	20.571.400	32.400	3.702.852.000
Juni	190	21.721.700	36.100	4.127.123.000
Juli	182	20.810.216	33.124	3.787.459.312
Agustus	140	16.006.200	19.600	2.240.868.000
September	135	15.433.550	18.225	2.083.529.250
Oktober	144	16.466.520	20.736	2.371.178.880
November	138	15.777.040	19.044	2.177.231.520
Desember	140	16.006.200	19.600	2.240.868.000
	1.810	206.932.561	277.608	31.738.000.757

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(31.738.000.757) - (1810)(206.932.561)/12}{277.608 - (1810)^2 / 12} \\
 &= \frac{31.738.000.757 - 31.212.327.950}{277.608 - 273.008,3} \\
 &= \frac{525.672.800}{4599,7} \\
 &= 114.284,15
 \end{aligned}$$

2) Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin

Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin dikeluarkan oleh perusahaan untuk merawat dan menjaga mesin-mesin yang dipergunakan perusahaan dalam proses produksi supaya dapat menambah masa manfaat dari mesin-mesin tersebut. Pengalokasian biaya reparasi dan pemeliharaan mesin dapat dilihat pada tabel V.11.

Tabel V.11
Alokasi Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005

Bulan	X (JM)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	123	7.082.094	15.129	871.097.562
Februari	121	6.966.938	14.641	842.999.498
Maret	129	7.427.562	16.641	958.155.498
April	127	7.312.406	16.129	928.675.562
Mei	138	7.945.764	19.044	1.096.515.432
Juni	146	8.406.388	21.316	1.227.332.648
Juli	135	7.773.030	18.225	1.049.359.050
Agustus	128	7.369.984	16.384	943.357.952
September	122	7.024.516	14.884	856.990.952
Oktober	124	7.139.672	15.376	885.319.328
November	121	6.966.818	14.641	842.984.978
Desember	126	7.254.828	15.876	914.108.328
	1.540	88.670.000	198.286	11.417.896.788

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(11.417.896.788) - (1540)(88.670.000)/12}{198.286 - (1540)^2 / 12} \\
 &= \frac{11.417.896.788 - 11.379.316.670}{198.286 - 197.633,3} \\
 &= \frac{38.580.110}{652,7} \\
 &= 59.108,48
 \end{aligned}$$

3) Biaya pemeliharaan gedung

Pemeliharaan gedung dilakukan oleh pihak perusahaan supaya kebersihan gedung akan selalu terjaga dan karyawan merasa nyaman dalam melakukan pekerjaannya. Pengalokasian biaya pemeliharaan gedung dapat dilihat pada tabel V.12.

Tabel V.12
Alokasi Biaya Pemeliharaan Gedung PT Macanan Jaya Cemerlang
Tahun 2005

Bulan	X (JM)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	60	157.680	3.600	9.460.800
Februari	55	144.540	3.025	7.949.700
Maret	69	181.332	4.761	12.511.908
April	78	204.984	6.084	15.988.752
Mei	61	160.308	3.721	9.778.788
Juni	63	165.564	3.969	10.430.532
Juli	65	170.820	4.225	11.103.300
Agustus	58	178.704	4.624	12.151.872
September	70	183.960	4.900	12.877.200
Oktober	52	136.656	2.704	7.106.112
November	64	168.352	4.096	10.774.528
Desember	75	197.100	5.625	14.782.500
	780	2.050.000	51.334	134.915.992

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(134.915.992) - (780)(2.050.000)/12}{51.334 - (780)^2 / 12} \\
 &= \frac{134.915.992 - 133.250.000}{51.334 - 50.700} \\
 &= \frac{1.665.992}{634} \\
 &= 2627,74
 \end{aligned}$$

4) Biaya pemakaian air

Biaya pemakaian air merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka menunjang proses produksi perusahaan. Pengalokasian biaya pemakaian air ke dalam biaya variabel dapat dilihat pada tabel V.13.

Tabel V.13
Alokasi Biaya Pemakaian Air PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005

Bulan	X (JM)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	104	2.627.768	10.816	273.287.872
Februari	101	2.551.967	10.201	257.748.667
Maret	102	2.577.234	10.404	262.877.868
April	90	2.274.030	8.100	204.662.700
Mei	95	2.400.365	9.025	228.034.675
Juni	120	3.032.040	14.400	363.844.800
Juli	110	2.779.370	12.100	305.730.700
Agustus	105	2.653.035	11.025	278.568.675
September	114	2.880.438	12.996	328.369.932
Oktober	111	2.804.637	12.321	311.314.707
November	98	2.477.116	9.604	242.757.368
Desember	100	2.526.700	10.000	252.670.000
	1.250	31.584.700	130.992	3.309.867.964

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(3.309.867.964) - (1250)(31.584.700)/12}{130.992 - (1250)^2 / 12} \\
 &= \frac{3.309.867.964 - 3.290.072.917}{130.992 - 130.208,3} \\
 &= \frac{19.795.047}{783,7} \\
 &= 25.258,45
 \end{aligned}$$

5) Biaya akomodasi

Biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka distribusi produk yang telah diselesaikan perusahaan ke pelanggan. Pengalokasian biaya akomodasi dapat dilihat pada tabel V.14.

Tabel V.14
Alokasi Biaya Akomodasi PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005

Bulan	X (JKL.)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	112	1.469.888	12.544	164.627.456
Februari	115	1.509.260	13.225	173.564.900
Maret	97	1.273.100	9.409	123.490.700
April	105	1.378.020	11.025	144.692.100
Mei	120	1.574.880	14.400	188.985.600
Juni	125	1.640.500	15.625	205.062.500
Juli	100	1.312.400	10.000	131.240.000
Agustus	110	1.443.640	12.100	158.800.400
September	114	1.496.136	12.996	170.559.504
Oktober	107	1.404.268	11.449	150.256.676
November	116	1.522.384	13.456	176.596.544
Desember	101	1.325.524	10.201	133.877.924
	1.322	17.350.000	146.430	1.921.754.304

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(1.921.754.304) - (1322)(17.350.000)/12}{146.430 - (1322)^2 / 12} \\
 &= \frac{1.921.754.304 - 1.911.391.667}{146.430 - 145.640,3} \\
 &= \frac{10.362.637}{789,7} \\
 &= 13.122,24
 \end{aligned}$$

6) Biaya pemeliharaan kendaraan

Pemeliharaan kendaraan dilakukan agar perusahaan tidak mengalami hambatan dalam pendistribusian barang dan juga penggunaan kendaraan untuk mengurus segala keperluan perusahaan. Pengalokasian biaya pemeliharaan kendaraan dapat dilihat pada tabel V.15.

Tabel V.15
Alokasi Biaya Pemeliharaan Kendaraan PT Macanan Jaya Cemerlang
Tahun 2005

Bulan	X (JKL)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	95	46.550	9.025	4.422.250
Februari	97	47.530	9.409	4.610.410
Maret	96	47.040	9.216	4.515.840
April	99	48.510	9.801	4.802.490
Mei	109	53.410	11.881	5.821.690
Juni	110	53.900	12.100	5.929.000
Juli	112	54.880	12.544	6.146.560
Agustus	98	48.000	9.604	4.704.000
September	102	49.980	10.404	5.097.960
Oktober	104	50.240	10.816	5.224.960
November	101	49.490	10.201	4.998.490
Desember	103	50.470	10.609	5.198.410
	1226	600.000	125.610	61.472.060

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(61.472.060) - (1226)(600.000)/12}{125.610 - (1226)^2 / 12} \\
 &= \frac{61.472.060 - 61.300.000}{125.610 - 125.256,3} \\
 &= \frac{172.060}{353,7} \\
 &= 486,45
 \end{aligned}$$

7) Biaya dinas

Pengalokasian biaya perjalanan dinas dapat dilihat pada tabel V. 16

Tabel V.16
Alokasi Biaya Dinas PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005

Bulan	X (JKL)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	75	352.875	5.625	26.465.625
Februari	67	315.235	4.489	21.120.745
Maret	77	362.285	5.929	27.895.945
April	65	305.825	4.225	19.878.625
Mei	70	329.350	4.900	23.054.500
Juni	80	376.400	6.400	30.112.000
Juli	64	301.870	4.096	19.319.680
Agustus	69	324.645	4.761	22.400.505
September	73	343.465	5.329	25.072.945
Oktober	76	357.580	5.776	27.176.080
November	66	310.530	4.356	20.494.980
Desember	68	319.940	4.624	21.755.920
	850	4.000.000	60.510	284.747.550

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(284.747.550) - (850)(4.000.000)/12}{60.510 - (850)^2 / 12} \\
 &= \frac{284.747.550 - 283.333.333,3}{60.510 - 60.208,33} \\
 &= \frac{1.414.216,7}{301,67} \\
 &= 4.687,95
 \end{aligned}$$

8) BBM

Biaya ini dikeluarkan perusahaan dalam rangka pengoperasian mesin dan kendaraan pabrik. Pengalokasian BBM dapat dilihat pada tabel V.17.

Tabel V.17
Alokasi BBM PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005

Bulan	X (JKL)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	77	263.956	5.929	20.324.612
Februari	65	222.820	4.225	14.483.300
Maret	74	253.672	5.476	18.771.728
April	71	243.388	5.041	17.280.548
Mei	72	246.816	5.184	17.770.752
Juni	74	253.672	5.476	18.771.728
Juli	82	281.096	6.724	23.049.872
Agustus	79	270.812	6.241	21.394.148
September	73	250.244	5.329	18.267.812
Oktober	66	226.748	4.356	14.965.368
November	72	246.816	5.184	17.770.752
Desember	70	239.960	4.900	16.797.200
	875	3.000.000	64.065	219.647.820

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(219.647.820) - (875)(3.000.000)/12}{64.065 - (875)^2 / 12} \\
 &= \frac{219.647.820 - 218.750.000}{64.065 - 63.802.08} \\
 &= \frac{897.820}{262.92} \\
 &= 3.414,8
 \end{aligned}$$

9) Biaya perlengkapan kantor

Biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan untuk membeli peralatan dan perlengkapan kantor untuk menunjang kelancaran pelaksanaan kerja karyawan sehari-hari. Pengalokasian biaya perlengkapan kantor dapat dilihat pada tabel V.18.

Tabel V.18.
Alokasi Biaya Perlengkapan Kantor PT Macanan Jaya Cemerlang
Tahun 2005

Bulan	X (JKL.)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	54	1.010.610	2.916	54.572.940
Februari	55	1.029.325	3.025	56.612.875
Maret	57	1.066.755	3.249	60.805.035
April	53	991.895	2.809	52.570.435
Mei	56	1.048.040	3.136	58.690.240
Juni	58	1.085.470	3.364	62.957.260
Juli	60	1.122.900	3.600	67.374.000
Agustus	62	1.160.330	3.844	71.940.460
September	45	842.175	2.025	37.897.875
Oktober	48	898.320	2.304	43.119.360
November	50	936.000	2.500	46.800.000
Desember	52	973.180	2.704	50.605.360
	650	12.165.000	35.476	663.945.840

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(663.945.840) - (650)(12.165.000)/12}{35.476 - (650)^2 / 12} \\
 &= \frac{663.945.840 - 658.937.500}{35.476 - 35.208,33} \\
 &= \frac{5.008.340}{267,67} \\
 &= 18.710,87
 \end{aligned}$$

10) Biaya fotocopy

Biaya ini dikeluarkan oleh perusahaan apabila ada dokumen atau surat penting lainnya yang perlu digandakan jumlahnya. Pengalokasian biaya fotocopy dapat dilihat pada tabel V.19.

Tabel V.19
Alokasi Biaya Fotocopy PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005

Bulan	X (JKL)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	21	9.996	441	209.916
Februari	23	10.948	529	251.804
Maret	24	11.424	576	274.176
April	28	13.328	784	373.184
Mei	33	15.708	1.089	518.364
Juni	35	16.660	1.225	583.100
Juli	21	10.056	441	211.176
Agustus	25	11.900	625	297.500
September	22	10.472	484	230.384
Oktober	26	12.376	676	321.776
November	27	12.852	729	347.004
Desember	30	14.280	900	428.400
	315	150.000	8.499	4.046.784

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(4.046.784) - (315)(150.000)/12}{8.499 - (315)^2/12} \\
 &= \frac{4.046.784 - 3.937.500}{8.499 - 8.268,75} \\
 &= \frac{109.284}{230,25} \\
 &= 474,63
 \end{aligned}$$

11) Biaya pemeliharaan inventaris kantor

Biaya pemeliharaan inventaris kantor dikeluarkan perusahaan dalam rangka pemeliharaan dan perawatan peralatan yang sehari-hari digunakan karyawan dalam pekerjaannya. Pengalokasian biaya pemeliharaan inventaris kantor dapat dilihat pada tabel V.20.

Tabel V.20
Alokasi Biaya Pemeliharaan Inventaris Kantor PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005

Bulan	X (JKL)	Y (Rp)	X ²	XY (Rp)
Januari	33	17.325	1.089	571.725
Februari	37	19.425	1.369	718.725
Maret	38	19.950	1.444	758.100
April	40	21.000	1.600	840.000
Mei	45	23.625	2.025	1.063.125
Juni	30	15.750	900	472.500
Juli	29	15.225	841	441.525
Agustus	25	13.125	625	328.125
September	26	13.650	676	354.900
Oktober	28	14.700	784	411.600
November	34	17.850	1.156	606.900
Desember	35	18.375	1.225	643.125
	400	210.000	13.734	7.210.350

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

$$\begin{aligned}
 V &= \frac{(7.210.000) - (400)(210.000)/12}{13.734 - (400)^2 / 12} \\
 &= \frac{7.210.000 - 7.000.000}{13.734 - 13.333,33} \\
 &= \frac{210.000}{400,67} \\
 &= 524,99
 \end{aligned}$$

Dari pengalokasian biaya semi variabel dapat diketahui besarnya biaya variabel. Biaya yang sifatnya variabel merupakan biaya yang relevan dalam penghitungan harga jual produk. Biaya-biaya semi variabel yang telah dipisahkan kedalam biaya variabel dapat dilihat pada tabel V.21.

Tabel V.21
Alokasi Biaya Semi Variabel PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005

Elemen Biaya	Biaya Variabel	Biaya Variabel per Tahun
Biaya listrik	114.284,15	206.854.311,50
Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin	59.108,48	91.027.059,20
Biaya pemeliharaan gedung	2.627,74	2.049.637,20
Biaya pemakaian air	25.258,45	31.573.062,50
Biaya akomodasi	13.122,24	17.347.601,28
Biaya pemeliharaan kendaraan	486,45	596.387,7
Biaya perjalanan dinas	4.687,95	3.984.757,50
BBM	3.414,80	2.987.950
Biaya perlengkapan kantor	18.710,87	12.162.065,5
Biaya fotocopy	474,63	149.508,45
Biaya pemeliharaan inventaris kantor	524,99	209.996

c. Menentukan Harga Jual Menurut Metode *Special Order Pricing*

1) Pengelompokan biaya didalam produk yang dipesan

Biaya produksi dipisahkan kedalam biaya langsung dan tidak langsung dalam hubungannya dengan produk yang dipesan. Biaya penuh yang dipengaruhi langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel, sedangkan biaya penuh yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya tetap. Biaya langsung yang diperlukan dalam pembuatan produk adalah:

a) Biaya bahan baku

Biaya bahan baku langsung adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh bahan baku yang dipakai dalam proses produksi. Biaya bahan baku menurut kajian teori dapat dilihat pada tabel V.22.

Tabel V.22
Biaya Bahan Baku PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005
Menurut Kajian Teori (dalam Rupiah)

Bahan	Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
Kertas ivory	34.750.270	25.150.200	29.414.000	30.741.650
Kertas HVS	121.687.400	136.400.000	141.875.000	143.512.340
Tinta	19.911.300	21.560.000	27.590.840	26.331.420
Jumlah	176.348.970	183.110.200	198.879.840	200.585.410

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

b) Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung merupakan upah atau gaji yang diberikan perusahaan kepada pekerja yang terlibat langsung dalam pembuatan produk. Biaya tenaga kerja langsung untuk masing-masing produk yang diproduksi PT Macanan Jaya Cemerlang pada tahun 2005 menurut kajian teori dapat dilihat pada tabel V.23.

Tabel V.23
Biaya Tenaga Kerja Langsung PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 Menurut Kajian Teori (dalam Rupiah)

Judul Buku	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah hari	Tarif/hari	Jumlah
Di Ujung Tali Pancing	39	10	18.000	7.020.000
Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	23	7	18.000	2.898.000
Aneka Keterampilan	18	5	18.000	1.620.000
Losing Our Virtue	16	4	18.000	1.152.000

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

Biaya tidak langsung meliputi:

a) Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah komponen biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik PT Macanan Jaya Cemerlang untuk tahun 2005 adalah:

- Biaya bahan penolong	Rp 512.365.120
- Biaya tenaga kerja tidak langsung	1.212.334.525
- Biaya listrik	206.845.311,50
- Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin	91.027.059,20
- Biaya asuransi tenaga kerja	44.660.000
- Biaya asuransi gedung	7.200.000
- Biaya asuransi mesin	2.130.000
- Biaya penyusutan gedung	95.090.000
- Biaya penyusutan mesin	2.150.000
- Biaya pemeliharaan gedung	2.049.637,20
- Biaya pemakaian air	<u>31.573.062,50</u>
Jumlah	Rp 2.207.424.715,40

Biaya *overhead* pabrik pada PT Macanan Jaya Cemerlang diatas merupakan biaya *overhead* pabrik setelah biaya semi variabel dipisah kedalam biaya variabel. Penghitungan harga jual menurut kajian teori adalah menggunakan *variable costing* sehingga hanya biaya-biaya variabel saja yang digunakan sebagai dasar pengalokasian biaya kedalam produk yang dihasilkan. Biaya *overhead* pabrik untuk masing-masing produk dapat dilihat pada tabel V.24.

$$\begin{aligned} \text{Tarif BOP/jam} &= \frac{\text{Rp}843.869.190.40}{5380} \\ &= \text{Rp } 157.438.28 \end{aligned}$$



Tabel V.24
Biaya *Overhead* Pabrik PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005
Menurut Kajian Teori (dalam Rupiah)

Judul Buku	Jam mesin	Tarif/jam	Jumlah
Di Ujung Tali Pancing	107 jam	157.438,28	16.845.895,96
Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	82 jam	157.438,28	12.909.938,96
Aneka Keterampilan	54 jam	157.438,28	8.501.667,12
Losing Our Virtue	40 jam	157.438,28	6.297.531,20

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

b) Biaya pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran. Biaya pemasaran PT Macanan Jaya Cemerlang untuk tahun 2005 adalah sebagai berikut:

- Biaya akomodasi	Rp 17.347.601,28
- Biaya pemeliharaan kendaraan	596.387,70
- Biaya promosi	3.450.000
- Biaya dinas	3.984.757,50
- Gaji bagian pemasaran	81.000.000
- BBM	2.987.950
- Penyusutan kendaraan	2.500.000
Jumlah	<u>Rp 111.886.696,48</u>

Biaya-biaya pemasaran diatas merupakan biaya-biaya pemasaran setelah biaya semi variabel dipisah kedalam biaya variabel. Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan perusahaan untuk tiap jenis produk diperoleh dari hasil pembagian antara jumlah unit produk dengan jumlah total produk yang dipesan kemudian dikalikan dengan biaya pemasaran variabel yang dikeluarkan PT Macanan Jaya Cemerlang pada tahun 2005. Perhitungan besarnya biaya pemasaran untuk masing-masing produk dapat dilihat pada

lampiran 5. Biaya pemasaran menurut kajian teori dapat dilihat pada tabel V.25.

Tabel V.25
Biaya Pemasaran PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005
Menurut Kajian Teori (dalam Rupiah)

Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
194.966,32	129.977,55	64.988,77	51.991,02

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

c) Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya administrasi dan umum PT Macanan Jaya Cemerlang untuk tahun 2005 adalah sebagai berikut:

- Biaya perlengkapan kantor	Rp 12.162.065,50
- Biaya fotocopy	149.508,45
- Biaya penyusutan inventaris kantor	650.000
- Gaji bagian administrasi	51.000.000
- Pemeliharaan inventaris kantor	209.996
Jumlah	<u>Rp 64.171.569,95</u>

Biaya-biaya administrasi dan umum diatas merupakan biaya-biaya administrasi dan umum setelah biaya semi variabel dipisah kedalam biaya variabel. Besarnya biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan perusahaan untuk tiap jenis produk diperoleh dari hasil pembagian antara jumlah unit produk dengan jumlah total produk yang dipesan yang hasilnya kemudian dikalikan dengan biaya administrasi dan umum variabel PT Macanan Jaya Cemerlang pada tahun 2005. Perhitungan besarnya biaya administrasi dan umum untuk masing-masing produk dapat dilihat pada

lampiran 6. Biaya administrasi dan umum menurut kajian teori dapat dilihat pada tabel V.26.

Tabel V.26
Biaya Administrasi dan Umum PT Macanan Jaya Cemerlang
Tahun 2005 Menurut Kajian Teori (dalam Rupiah)

Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
97.977,85	65.318,57	32.659,28	26.127,42

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

2) Menghitung total biaya penuh

Setelah dilakukan pengelompokan biaya maka langkah selanjutnya adalah menghitung total biaya penuh dengan menjumlahkan total biaya langsung variabel yang terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung dengan biaya tidak langsung yang terdiri dari biaya *overhead* pabrik variabel, biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel. Total biaya penuh variabel PT Macanan Jaya Cemerlang untuk masing-masing produk dapat dilihat pada tabel V.27.

Tabel V.27
Total Biaya Penuh PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005 (dalam Rupiah)

	Buku Di Ujung Tali Pancing	Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	Buku Aneka Keterampilan	Buku Losing Our Virtue
B. langsung:				
-B.bahan baku	176.348.970	183.110.200	198.879.840	200.585.410
-B'FKL	7.020.000	2.898.000	1.620.000	1.152.000
B.tdk langsung:				
-BOP	16.845.895,96	12.909.938,96	8.501.667,12	6.297.531,20
-B. Pemasaran	194.966,32	129.977,55	64.988,77	51.991,02
-B.Adm&umum	97.977,85	65.318,57	32.659,28	26.127,42
Total	200.507.810,1	199.113.435,1	209.099.155,2	208.113.059,6

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

Dalam penentuan harga jual berdasarkan *special order pricing*, pendekatan yang digunakan adalah *variable costing*. Penggunaan pendekatan ini dikarenakan penerimaan pesanan khusus dilakukan dalam rangka pemanfaatan kapasitas produksi yang menganggur. Jadi hanya biaya variabel (diferensial) saja yang relevan dalam penentuan harga jual produk. Sedangkan biaya tetap diasumsikan telah ditutup oleh pesanan atau produksi reguler. Supaya terjadi perbandingan yang proporsional antara harga jual menurut perusahaan dengan kajian teori, maka dilakukan penghitungan dengan menggunakan pendekatan *variable costing* dengan menggunakan elemen-elemen biaya yang diperoleh dari perusahaan. Perbandingan biaya variabel yang digunakan untuk membentuk harga jual menurut perusahaan dengan kajian teori dapat dilihat pada tabel V.28.

Tabel V.28
Perbandingan Biaya Variabel Menurut Perusahaan Dengan Kajian Teori
Tahun 2005 (dalam Rupiah)

Judul Buku	Menurut Perusahaan	Menurut Kajian Teori
Di Ujung Tali Pancing	904,95	891,14
Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	1.398,37	1.327,42
Aneka Keterampilan	2.989,82	2.787,98
Losing Our Virtue	3.628,35	3.468,55

3) Menghitung harga jual menurut kajian teori

Harga jual per unit produk dihitung dengan menambah biaya penuh variabel per unit dengan laba. Dalam menghitung laba yang diharapkan penulis memisalkan laba yang diperoleh sebesar 10% dari total biaya penuh variabel.

Harga jual per unit produk menurut kajian teori dapat dilihat pada tabel V.29.

Tabel V.29
Harga Jual per Unit PT Macanan Jaya Cemerlang Tahun 2005
Menurut Kajian Teori (dalam Rupiah)

Judul Buku	Biaya Penuh	Biaya Penuh Per Unit	Laba (10% x biaya penuh)	Harga Jual Per Unit
Di Ujung Tali Pancing	200.507.810,1	891,14	89,11	980,25
Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	199.113.435,1	1.327,42	132,74	1.460,16
Aneka Keterampilan	209.099.155,2	2.787,98	278,79	3.066,77
Losing Our Virtue	208.113.059,6	3.468,55	346,85	3.815,40

Sumber: PT Macanan Jaya Cemerlang

Untuk menjawab masalah yang kedua yaitu apakah ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan, langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Mencari hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan dengan menggunakan koefisien korelasi *Bivariate/Product Moment Pearson*, dengan rumus sebagai berikut (Sutrisno Hadi, 1988:293):

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi antara x dan y

x = harga jual produk

y = jumlah produk yang dipesan

n = jumlah sampel

x	y	xy	x^2	y^2
1.133.4	225.000	255.015.000	1.284.595.56	50.625.000.000
1.695.98	150.000	254.397.000	2.876.348.16	22.500.000.000
3.494.89	75.000	262.116.750	12.214.256.11	5.625.000.000
4.182.42	60.000	250.945.200	17.492.637.06	3.600.000.000
10.506.69	510.000	1.022.473.950	33.867.836.89	82.350.000.000

$$= \frac{4 \times 1.022.473.950 - 10.506,69 \times 510.000}{\sqrt{[4 \times 33.867.836,89 - (10.506,69)^2][4 \times 82.350.000.000 - (510.000)^2]}}$$

$$= \frac{4.089.895.800 - 5.358.411.900}{\sqrt{(135.471.347,6 - 110.390.534,8)(329.400.000.000 - 260.100.000.000)}}$$

$$= \frac{-1.268.516.100}{1.318.370.330}$$

$$= -0,962$$

2. Menguji Hipotesis

a. Merumuskan Ho dan Ha

Ho: $\rho = 0$; tidak ada hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.

Ha: $\rho \neq 0$; ada hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.

b. Menentukan taraf nyata

Untuk menguji apakah ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan, *level of significance* yang digunakan adalah (α) 0.05 yang berarti kemungkinan kesalahan hanya sebesar 5% dan benar mengambil keputusan 95%.

c. Menentukan nilai t dengan rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$= \frac{-0,962\sqrt{4-2}}{\sqrt{1-(-0,962)^2}}$$

$$= \frac{-0,962\sqrt{2}}{\sqrt{1-0,925444}}$$

$$= -4,98$$

$$t \text{ tabel} = (\alpha/2; n-2)$$

$$= \pm 4,303 \text{ (dapat dilihat pada lampiran 7)}$$

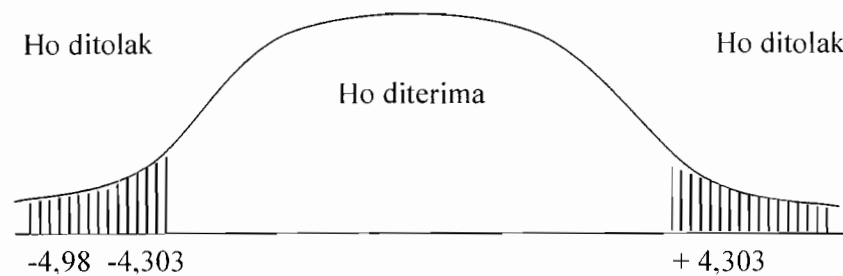
d. Menentukan kriteria pengujian dua sisi

Kriteria yang digunakan untuk menolak atau menerima hipotesis adalah sebagai berikut:

Ho diterima: $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$

Ho ditolak: $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$

Kriteria pengujian dua sisi dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



e. Mengambil keputusan

Ho ditolak.

f. Menarik kesimpulan

Dari penghitungan t diketahui bahwa t hitung sebesar $-4,98$ dan t tabel sebesar $\pm 4,303$ maka dengan demikian Ho ditolak. Dengan ini dapat disimpulkan terdapat hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.

C. Pembahasan

1. Penentuan Harga Jual Produk

a. Pengelompokan biaya

1) Biaya bahan baku

Dalam mengelompokkan biaya bahan baku antara perusahaan dengan kajian teori terdapat perbedaan. Hal ini dikarenakan perusahaan memasukkan biaya bahan penolong ke dalam biaya bahan baku, sedang menurut Supriyono (1999:20) biaya bahan penolong termasuk dalam biaya *overhead* pabrik.

2) Biaya tenaga kerja langsung

Berdasarkan data dari PT Macanan Jaya Cemerlang, biaya tenaga kerja langsung dihitung dengan cara mengalikan jumlah tenaga kerja dengan jumlah hari yang diperlukan dalam pembuatan produk dikalikan dengan upah per hari. Cara penghitungan antara kajian teori (Mulyadi, 1983:30) dengan perusahaan tidak terdapat perbedaan.

3) Biaya *overhead* pabrik

Dalam mengalokasikan biaya *overhead* pabrik yang berdasarkan pada jam mesin antara PT Macanan Jaya Cemerlang dengan kajian teori tidak terdapat perbedaan (Muhadi dan Siswanto, 2001:65). Namun demikian besarnya biaya *overhead* pabrik menurut perusahaan dengan kajian teori berbeda. Hal ini disebabkan perusahaan membebankan seluruh elemen biaya baik biaya variabel maupun biaya tetap kedalam setiap produk, sedangkan menurut kajian teori besarnya biaya *overhead* pabrik yang dibebankan pada setiap produk hanya biaya *overhead* pabrik yang bersifat variabel saja. Selain itu

biaya bahan penolong yang seharusnya masuk ke dalam biaya *overhead* pabrik oleh perusahaan dimasukkan dalam biaya bahan baku.

4) Biaya pemasaran

Pengalokasian biaya pemasaran untuk masing-masing produk antara perusahaan dengan kajian teori tidak terdapat perbedaan. Keduanya sama-sama menghitung biaya pemasaran dengan membagi jumlah produk dengan jumlah total produk yang dipesan kemudian dikalikan dengan besarnya biaya pemasaran. Namun demikian besarnya biaya pemasaran menurut perusahaan berbeda dengan kajian teori, hal ini disebabkan perusahaan membebankan seluruh elemen biaya baik biaya variabel maupun biaya tetap kedalam setiap produk, sedangkan menurut kajian teori besarnya biaya pemasaran yang dibebankan pada setiap produk hanya biaya pemasaran yang bersifat variabel saja (Mulyadi, 1993:365).

5) Biaya administrasi dan umum

Pengalokasian biaya administrasi dan umum untuk masing-masing produk antara perusahaan dengan kajian teori tidak terdapat perbedaan. Keduanya sama-sama menghitung biaya administrasi dan umum dengan membagi jumlah produk dengan jumlah total produk yang dipesan kemudian dikalikan dengan besarnya biaya administrasi dan umum. Namun demikian besarnya biaya administrasi dan umum menurut perusahaan berbeda dengan kajian teori, hal ini disebabkan perusahaan membebankan seluruh elemen biaya baik biaya variabel maupun biaya tetap kedalam setiap produk, sedangkan menurut kajian teori besarnya biaya pemasaran yang dibebankan pada setiap produk hanya biaya pemasaran yang bersifat variabel saja (Mulyadi, 1993:365).

b. Harga Jual

Harga jual pada perusahaan ditentukan dengan menambah harga pokok produk dengan laba sebesar 10% dari total biaya yang dikeluarkan dalam pembuatan produk yang dipesan. Perusahaan menggunakan pendekatan *full costing* dalam menentukan harga jual produk sehingga biaya tetap dan biaya variabel diperhitungkan dalam penentuan harga jual. Penentuan harga jual pesanan khusus akan lebih tepat apabila perusahaan menggunakan *variable costing* karena pemenuhan pesanan khusus dilakukan dalam rangka pemanfaatan kapasitas produksi yang menganggur. Pendekatan *variable costing* hanya memperhitungkan biaya-biaya variabel saja dalam penentuan harga jual, sedangkan biaya-biaya tetap diasumsikan telah ditutup oleh produksi reguler. Penerimaan pesanan khusus bisa dipertimbangkan oleh perusahaan apabila harga yang diminta oleh pemesan lebih besar dari biaya diferensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi pesanan tersebut (Mulyadi, 1993:365). Selain itu hal yang membedakan besarnya harga jual antara perusahaan dengan teori adalah pengelompokan biaya, perusahaan memasukkan biaya bahan penolong ke dalam biaya bahan baku, sedangkan menurut kajian teori biaya bahan penolong termasuk dalam biaya *overhead* pabrik. Oleh karena perbedaan tersebut menyebabkan harga jual buku *Di Ujung Tali Pancing, Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia, Aneka Keterampilan dan Losing Our Virtue* menurut perusahaan berbeda dari harga jual menurut kajian teori.

2. Hubungan Harga Jual Dengan Jumlah Produk Yang Dipesan

Setelah dilakukan analisis data dengan metode *Product Moment* Pearson diketahui bahwa terdapat hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan. Berdasarkan pengujian koefisien korelasi $r = -0,962$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara harga jual buku Di Ujung Tali Pancing, Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia, Aneka Keterampilan dan Losing Our Virtue dengan jumlah produk yang dipesan adalah kuat dan berlawanan, yang berarti harga jual naik maka jumlah penjualan turun atau sebaliknya (tanda negatif). Untuk lebih memastikan maka digunakan uji t dengan hasil t hitung sebesar $-4,98$. Dengan demikian H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.

Hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan dapat dijelaskan dengan menggunakan hukum permintaan “bila harga suatu barang naik maka jumlah yang diminta akan turun atau sebaliknya, *ceteris paribus*”. *Ceteris paribus* adalah faktor-faktor lain yang mempengaruhi jumlah yang diminta dianggap tidak berubah. Hukum permintaan menunjuk pada suatu fakta bahwa, apabila harga suatu barang naik, jumlah yang akan dibeli cenderung akan lebih sedikit, sedang kalau harganya turun, jumlah yang akan dibeli oleh konsumen akan lebih banyak. Tiga alasan yang dapat menjelaskan hubungan tersebut adalah (Gilarso, 1993:19):

a. Pengaruh penghasilan (*Income effect*)

Apabila harga suatu barang naik maka dengan jumlah penghasilan yang sama maka orang terpaksa hanya dapat membeli barang lebih sedikit.

Sebaliknya jika harga barang itu turun, dengan penghasilan yang sama orang dapat membeli lebih banyak dari barang yang bersangkutan.

b. Pengaruh substitusi (*Substitution effect*)

Jika harga suatu barang naik, orang akan mencari barang lain yang fungsinya sama tetapi harganya lebih murah. Penggantian ini secara teknis disebut substitusi.

c. Penghargaan subyektif (*Marginal utility*)

Tinggi rendahnya harga yang bersedia dibayar oleh konsumen untuk barang tertentu mencerminkan kegunaan atau kepuasan (*marginal*) yang diperolehnya dari konsumsi barang tersebut.

Penetapan harga yang tepat sangat penting dalam menjual suatu produk karena dengan kemampuan tersebut penjual diharapkan dapat menarik konsumen. Selain itu untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk yang dihasilkan, perusahaan hendaknya tetap harus menjaga dan mempertimbangkan mutu atau kualitas produk. Karena konsep permintaan menjelaskan bahwa permintaan atas suatu produk dipengaruhi oleh harga produk itu sendiri, kualitas dan desain produk, harga produk lain yang berkaitan, kualitas dan desain produk lain, pendapatan konsumen dan lain-lain (Herlambang, 2002:29).

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis maka dapat diketahui penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan belum tepat berdasarkan kajian teori, yaitu metode *special order pricing*. Hal tersebut menyebabkan perbedaan harga jual antara perusahaan dengan kajian teori. Dalam menentukan harga jual produknya, perusahaan memperhitungkan seluruh biaya produksi yang dikeluarkan dalam pembuatan produk baik yang bersifat variabel maupun tetap kedalam harga pokok produk, sedangkan dalam kajian teori penentuan harga jual akan lebih tepat apabila menggunakan *variable costing* karena pendekatan ini memperhitungkan biaya-biaya variabel saja dalam penentuan harga jual, sedangkan biaya-biaya tetap diasumsikan telah ditutup oleh pesanan reguler. Selain itu perusahaan memasukkan biaya bahan penolong kedalam biaya bahan baku sedangkan dalam teori biaya bahan penolong termasuk dalam biaya *overhead* pabrik.

Dari hasil pengujian data diketahui $r = -0,962$, sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan adalah negatif. Karena mendekati -1 berarti ada hubungan yang kuat diantara keduanya. Dari uji t diketahui t sebesar $-4,98$ yang berarti H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara harga jual produk dan jumlah produk yang dipesan.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Sampel yang dapat diberikan oleh perusahaan sebagai obyek penelitian berjumlah 4 sampel.
2. Dalam penelitian ini data yang dipakai dalam penentuan harga jual adalah data biaya tahun 2005 yang diperoleh langsung dari perusahaan. Faktor-faktor lain seperti keadaan perekonomian, persaingan, permintaan dan penawaran tidak diperhatikan dalam penentuan harga jual.

C. Saran

1. Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus hendaknya perusahaan menggunakan *variable costing*. Karena apabila harga jual lebih besar dari biaya variabel untuk memproduksi pesanan tersebut maka pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima.
2. Untuk dapat memaksimalkan laba dan meningkatkan volume penjualan, perusahaan harus dapat menetapkan harga jual yang tepat. Selain itu perusahaan hendaknya tetap harus menjaga kualitas produk yang dihasilkan karena dengan kualitas yang baik akan menambah kepercayaan konsumen pada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Boedijoewono, Noegroho. (2001). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan* (Jilid 2). Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Gilarso, Th. (1993). *Teori Ekonomi Bagian Mikro* (Edisi satu). Yogyakarta: Kanisius.
- Hadi, Sutrisno. (1988). *Statistik 2*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harnanto. (1992). *Akuntansi Biaya: Perhitungan Harga Pokok Produk*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Herlambang, T. (2002). *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bersaing* (Cetakan I). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran*. Penerjemah: Alexander Sindoro (Jilid I). Jakarta: Prenhallindo.
- Mardiasmo. (1994). *Akuntansi Biaya: Penentuan Harga Pokok Produksi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Muhadi & Siswanto, Joko. (2001). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Mulyadi. (1983). *Akuntansi Biaya: Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya* (Edisi tiga). Yogyakarta: BPFE UGM.
- (1991). *Akuntansi Biaya* (Edisi 5). Yogyakarta: STIE YKPN.
- (1993). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa* (Edisi dua). Yogyakarta: STIE YKPN.
- Supriyono, R.A. (1989). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- (1999). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok* (Edisi 2). Yogyakarta: BPFE UGM.
- Swasta, Basu. (1984). *Azas Azas Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Swasta, Basu., & Irawan. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Tartiadi, Tarsisius. (2001). *Evaluasi Penentuan Harga Jual Berdasarkan Special Order Pricing Method Skripsi*. Yogyakarta: USD.

Winarsih, Sri. (2004). Evaluasi Penentuan Harga Pokok Produk dan Harga Jual Produk Pesanan *Skripsi*. Yogyakarta: USD.

WWW. Eastjava biz.com

LAMPIRAN

Lampiran 1

Tabel Taksiran Biaya Tenaga Kerja Langsung (dalam Rupiah)

Judul Buku	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Hari	Tarif/hari	Jumlah
Di Ujung Tali Pancing	39	10	18.000	7.020.000
Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	23	7	18.000	2.898.000
Aneka Keterampilan	18	5	18.000	1.620.000
Losing Our Virtue	16	4	18.000	1.152.000

Lampiran 2

Taksiran Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	=	Rp 1.692.801.785
Taksiran jam mesin	=	5380 jam mesin
Tarif BOP/jam	=	$\frac{\text{Rp 1.692.801.785}}{5380}$
	=	Rp 314.647,17

Tabel Taksiran Biaya *Overhead* Pabrik

Judul Buku	Jam Mesin	Tarif/jam	Jumlah
Di Ujung Tali Pancing	107 jam	314.647,17	33.667.247,19
Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	82 jam	314.647,17	25.801.067,94
Aneka Keterampilan	54 jam	314.647,17	16.990.947,18
Losing Our Virtue	40 jam	314.647,17	12.585.886,8

Lampiran 3

Taksiran Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran	= Rp 113.700.000
Jumlah total produk yang dipesan	= 28.755.000 unit
Buku Di Ujung Tali Pancing	= 225.000 unit
Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	= 150.000 unit
Buku Aneka Keterampilan	= 75.000 unit
Buku Losing Our Virtue	= 60.000 unit

Buku Di Ujung Tali Pancing

$$= \frac{225.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 113.700.000$$
$$= \text{Rp } 889.671,36$$

Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia

$$= \frac{150.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 113.700.000$$
$$= \text{Rp } 593.114,24$$

Buku Aneka Keterampilan

$$= \frac{75.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 113.700.000$$
$$= \text{Rp } 296.557,12$$

Buku Losing Our Virtue

$$= \frac{60.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 113.700.000$$
$$= 237.245,69$$

Lampiran 4

Taksiran Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum	= Rp 64.175.000
Jumlah total produk yang dipesan	= 28.755.000 unit
Buku Di Ujung Tali Pancing	= 225.000 unit
Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	= 150.000 unit
Buku Aneka Keterampilan	= 75.000 unit
Buku Losing Our Virtue	= 60.000 unit

Buku Di Ujung Tali Pancing

$$= \frac{225.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 64.175.000$$
$$= \text{Rp } 502.151,80$$

Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia

$$= \frac{150.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 64.175.000$$
$$= \text{Rp } 334.767,86$$

Buku Aneka Keterampilan

$$= \frac{75.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 64.175.000$$
$$= \text{Rp } 167.383,93$$

Buku Losing Our Virtue

$$= \frac{60.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 64.175.000$$
$$= \text{Rp } 133.907,14$$

Lampiran 5

Biaya Pemasaran Menurut Kajian Teori

Biaya pemasaran	= Rp 111.220.000
Total produk yang dipesan	= 28.755.000 unit
Buku Di Ujung Tali Pancing	= 225.000 unit
Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	= 150.000 unit
Buku Aneka Keterampilan	= 75.000 unit
Buku Losing Our Virtue	= 60.000 unit

Buku Di Ujung Tali Pancing

$$\begin{aligned} &= \frac{225.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 24.916.696,48 \\ &= \text{Rp } 194.966,32 \end{aligned}$$

Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia

$$\begin{aligned} &= \frac{150.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 24.916.696,48 \\ &= \text{Rp } 129.977,55 \end{aligned}$$

Buku Aneka Keterampilan

$$\begin{aligned} &= \frac{75.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 24.916.696,48 \\ &= \text{Rp } 64.988,77 \end{aligned}$$

Buku Losing Our Virtue

$$\begin{aligned} &= \frac{60.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 24.916.696,48 \\ &= \text{Rp } 51.991,02 \end{aligned}$$

Lampiran 6

Biaya Administrasi dan Umum Menurut Kajian Teori

Biaya administrasi dan umum	= Rp 65.630.000
Total produk yang dipesan	= 28.755.000 unit
Buku Di Ujung Tali Pancing	= 225.000 unit
Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia	= 150.000 unit
Buku Aneka Keterampilan	= 75.000 unit
Buku Losing Our Virtue	= 60.000 unit

Buku Di Ujung Tali Pancing

$$\begin{aligned} &= \frac{225.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 12.521.569,95 \\ &= \text{Rp } 97.977,85 \end{aligned}$$

Buku Fungsi Udara Bagi Kehidupan Manusia

$$\begin{aligned} &= \frac{150.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 12.521.569,95 \\ &= \text{Rp } 65.318,57 \end{aligned}$$

Buku Aneka Keterampilan

$$\begin{aligned} &= \frac{75.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 12.521.569,95 \\ &= \text{Rp } 32.659,28 \end{aligned}$$

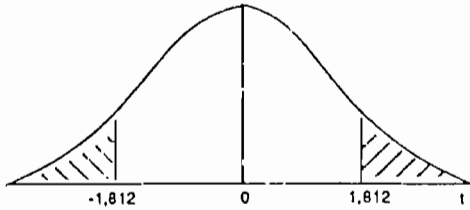
Buku Losing Our Virtue

$$\begin{aligned} &= \frac{60.000}{28.755.000} \times \text{Rp } 12.521.569,95 \\ &= \text{Rp } 26.127,42 \end{aligned}$$

Lampiran 7

TABEL DISTRIBUSI NILAI T

Tabel VI Tabel titik persentasi d'istrbusi nilai t



Bagi d.f = 10 derajat bebas

$P(t > 1,812) = 0,05$

$P(t < -1,812) = 0,05$

α d.f.	.25	.20	.15	.10	.05	.025	.010	.005	.0005
1	1,000	1,376	1,963	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	636,619
2	,816	1,061	1,386	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	31,598
3	,765	,978	1,250	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	12,941
4	,741	,941	1,190	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	8,610
5	,727	,920	1,156	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	6,859
6	,718	,906	1,134	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,959
7	,711	,896	1,119	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	5,405
8	,706	,889	1,108	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	5,041
9	,703	,883	1,100	1,383	1,833	2,262	2,821	3,230	4,781
10	,700	,879	1,093	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,587
11	,697	,876	1,088	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,437
12	,695	,873	1,083	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	4,318
13	,694	,870	1,079	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	4,221
14	,692	,868	1,076	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	4,140
15	,691	,866	1,074	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	4,073
16	,690	,865	1,071	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	4,015
17	,689	,863	1,069	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,965
18	,688	,862	1,067	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,922
19	,688	,861	1,066	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,883
20	,687	,860	1,064	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,850
21	,686	,859	1,063	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,819
22	,686	,858	1,061	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,792
23	,685	,858	1,060	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,767
24	,685	,857	1,059	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,745
25	,684	,856	1,058	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,732
26	,684	,856	1,058	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,707
27	,684	,855	1,057	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,690
28	,683	,855	1,056	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,674
29	,683	,854	1,055	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,659
30	,683	,854	1,055	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,646
40	,681	,851	1,050	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,551
60	,679	,845	1,046	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,460
120	,677	,843	1,041	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	3,373
∞	,674	,842	1,036	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576	3,291

Sumber: Fisher and Yates, *Statistical Tables for Biological, Agricultural, and Medical Research*, Table III. Izin Penerbit Oliver and Boyd, Ltd: Edinburgh, England.

Lampiran 8

PEDOMAN WAWANCARA

A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

1. Apa nama perusahaan?
2. Kapan perusahaan berdiri dan siapa pendirinya?
3. Dimana alamat perusahaan?
4. Apa yang menjadi alasan pemilihan lokasi perusahaan?
5. Berapa luas lokasi perusahaan?
6. Apa arti nama perusahaan?
7. Berapa modal dasar perusahaan pada saat didirikan?
8. Kenapa perusahaan ini didirikan? Apa tujuannya?
9. Apa yang menjadi visi dan misi didirikannya perusahaan ini?
10. Apa bentuk perusahaan ini?
11. Siapakah pimpinan perusahaan saat ini?
12. Berapa nomor akte pendirian perusahaan?
13. Bagaimana perkembangan perusahaan khususnya bidang usaha dari saat berdiri sampai sekarang?

B. Struktur Organisasi Perusahaan

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan ini?
2. Apa tanggung jawab dan wewenang masing-masing bagian (jabatan) dalam perusahaan ini?

C. Personalia

1. Berapa jumlah karyawan tetap dan karyawan tidak tetap?
2. Bagaimana jam kerja karyawan?
3. Bagaimana sistem penggajian perusahaan ini dan bagaimana periode penggajiannya (harian, mingguan, atau bulanan)?

4. Apa usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas karyawan?
5. Fasilitas apa saja yang diberikan kepada karyawan diluar gaji yang diterima?
6. Apakah perusahaan membagi antara biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung?

D. Produksi

1. Apa saja produk yang dihasilkan oleh perusahaan?
2. Bahan-bahan apa saja yang dibutuhkan untuk memproduksi tiap jenis produk (bahan baku dan bahan pembantu)?
3. Darimana bahan-bahan tersebut diperoleh?
4. Berapa banyak bahan baku dan bahan pembantu yang digunakan untuk memproduksi?
5. Apakah bahan tersebut diuji terlebih dahulu sebelum digunakan untuk proses produksi?
6. Peralatan apa saja yang digunakan untuk melakukan proses produksi?
7. Bagaimana proses produksi yang ada dalam perusahaan?
8. Bagaimana komposisi penggunaan bahan baku dan bahan penolong untuk tiap jenis produk?
9. Berapa waktu yang dibutuhkan untuk memproduksi satu jenis produk?
10. Berapa rata-rata produk yang dihasilkan dalam satu tahun?
11. Bagaimana perusahaan menguji dan menjaga mutu produk?

E. Harga Pokok dan Biaya

1. Biaya apa saja yang termasuk dalam biaya produksi dan biaya non produksi?
2. Bagaimana perusahaan menetapkan biaya produksi dan biaya non produksi untuk tiap jenis produk?
3. Bagaimanakah penentuan besarnya biaya *overhead* pabrik untuk tiap jenis produk?
4. Bagaimana prosedur yang digunakan untuk setiap jenis pesanan?
5. Bagaimana pengumpulan harga pokoknya?

6. Berapa laba yang diharapkan oleh perusahaan dan bagaimana menentukannya?
7. Kapan perubahan harga dilakukan oleh perusahaan?

F. Kalkulasi Harga Jual

1. Bagaimana cara perhitungan harga jualnya?
2. Bagaimana prosedur penentuan harga jualnya?
3. Berapa jumlah penjualan selama satu tahun?

G. Permodalan

1. Bagaimana perusahaan memperoleh modal?
2. Bagaimana struktur modal perusahaan?
3. Darimana saja sumber modal perusahaan?
4. Bagaimana penggunaan modal perusahaan?

H. Pemasaran

1. Kemana perusahaan memasarkan hasil produksinya?
2. Saluran distribusi apa yang digunakan dan mengapa?
3. Apakah perusahaan memberikan pelayanan khusus kepada konsumen agar tetap membeli produk perusahaan?
4. Bagaimana sistem penyimpanan bahan baku, bahan penolong dan barang jadi?
5. Bagaimana sistem penjualan perusahaan?
6. Apakah perusahaan bekerjasama dengan pihak lain dalam memasarkan produknya?



PT MACANAN JAYA CEMERLANG
PENERBIT DAN PERCETAKAN

SURAT KETERANGAN
094/MJC/Sekr/VI/2006

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : TITA PUTRANTI
NIM : 012114250
Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Sanata Dharma

Mahasiswa tersebut di atas benar-benar telah mengadakan penelitian di PT Macanan Jaya Cemerlang mulai tanggal 01 Januari 2006 sampai dengan tanggal 31 Maret 2006.

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Klaten, 23 Juni 2006

Drs. Irwan Gunawan
Direktur Utama

