

ABSTRAK

EALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK UNTUK PASAR DALAM NEGERI DAN LUAR NEGERI Studi Kasus Pada Handicraft “ Nogo Kukilo “ Kasongan Bangunjiwo Kasihan Bantul

Gregorius Ismono
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2001

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penentuan harga jual suatu produk untuk pasar dalam negeri dan luar negeri yang ditetapkan oleh perusahaan sudah tepat. Penelitian studi kasus ini dilakukan pada Handicraf Nogo Kukilo Bantul pada bulan Agustus sampai dengan September 2000.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- (1). Mendeskripsikan penentuan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan.
- (2). Menghitung harga jual menurut teori berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.
- (3). Menganalisa perbedaan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dengan harga jual berdasarkan teori.

Berdasarkan hasil analisa dapat ditarik kesimpulan sbb: (1) penentuan harga jual produk dalam negeri sudah tepat (selisih harga jual lebih kecil dari 5%).

(2) Penentuan harga jula produk luar negeri belum tepat (selisih harga jual lebih besar dari 5%)

ABSTRACT

Evaluation of Product Selling Price Determination
For Domestic and Foreign Market
A Case Study at “ Nogo Kukilo “ Handicraft
Kasongan Bangunjiwo Kasihan Bantul

Gregorius Ismono
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2001

The aim of this research was to find out whether or not the product selling price determination for domestic and foreign market implemented by Nogo Kukilo Handicraft had been appropriate. This case study was conducted at “ Nogo Kukilo “ Handicraft Bantul from August to September 2000.

The data collecting techniques applied were interview, observation and documentation. The data analysis was carried through the following steps:

- (1). Describing the determination of selling price implemented by the firm.
- (2). Calculating the selling price according to *cost plus price* method using *full cost* approach.
- (3). Analyzing the difference between selling price determination by the firm and that of based on the theory.

The findings showed that: (1) The determination of product selling price for domestic market had been appropriate (the variance of selling price was less than 5%). (2) The determination of product selling price for foreign market had not been appropriate yet (the variance of selling price was more than 5%).