

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

**PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK BERDASARKAN
METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING***

Studi Kasus Pada Kerajinan Kayu “Surodjo”, Yogyakarta

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi



Oleh:

AGATHA DIAN KURNIA UTAMI

NIM : 062114111

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

2011

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

**PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK BERDASARKAN
METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING***

Studi Kasus Pada Kerajinan Kayu “Surodjo”, Yogyakarta

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi



Oleh:

AGATHA DIAN KURNIA UTAMI

NIM : 062114111

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

2011

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Skripsi

**PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK BERDASARKAN
METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING***

Studi Kasus Pada Kerajinan Kayu “Surodjo”, Yogyakarta

Oleh:

Agatha Dian Kurnia Utami

NIM: 062114111

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing



Drs. Yusef Widya Karsana, M.Si., Akt., QIA

Tanggal: 20 Mei 2011

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Skripsi

PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK BERDASARKAN METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING*

Studi Kasus Pada Kerajinan Kayu “Surodjo”, Yogyakarta

Dipersiapkan dan Ditulis oleh:

Agatha Dian Kurnia Utami





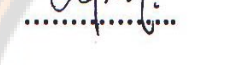
NIM: 062114111

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 21 Juni 2011

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji


	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Dra. YFM Gien Agustinawansari, MM., Akt	
Sekretaris	Lisia Apriani, S.E., M.Si., Akt., QIA	
Anggota	Drs. Yusef Widya Karsana, M.Si., Akt., QIA	
Anggota	Drs. Y.P. Supardiyono, M.Si., Akt., QIA	
Anggota	A. Diksa Kuntara, S.E., M.F.A., QIA	

Yogyakarta, 30 Juni 2011

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan


Drs. Y.P. Supardiyono, M.Si., Akt., QIA

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

HALAMAN MOTTO

The Fear of the Lord is The Beginning of Knowledge, but Fools
Despise Wisdom and Discipline.
(Pro 1:7)

Earning happiness means doing good and working, not
speculating and being lazy. Laziness may look inviting, but only
work can give you true satisfaction.
(Anne Frank)

Aku ingin ke tempat-tempat yang jauh, menjumpai beragam
bahasa dan orang-orang asing. Aku ingin berkelana, dan
menemukan arahku dengan membaca bintang gemintang.
(Endang-Andra Hirata)

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini kupersumbahkan untuk:

Mama dan Papa Tercinta

Adik-adikku Terkasih

Keluarga besarku

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



UNIVERSITAS SANATA DHARMA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI-PROGRAM STUDI AKUNTANSI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Penentuan Harga Jual Produk berdasarkan Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing* Studi Kasus Pada Kerajinan Kayu “Surodjo”, Yogyakarta** dan telah dimajukan untuk diuji pada tanggal 21 Juni 2011 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat kekeliruan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis lainnya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 30 Juni 2011
Yang membuat pernyataan,

Agatha Dian Kurnia Utami

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Mahasiswa Universitas Sanata Dharma:

Nama : Agatha Dian Kurnia Utami

Nomor Mahasiswa : 062114111

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma karya ilmiah saya yang berjudul:

PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK BERDASARKAN METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING* Studi Kasus Pada Kerajinan Kayu “Surodjo”, Yogyakarta

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada tanggal 30 Juni 2011

Yang menyatakan



Agatha Dian Kurnia Utami

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Romo Rektor Universitas Sanata Dharma yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan kepribadian kepada penulis.
2. Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt., QIA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
3. Drs. Yusef Widya Karsana, M.Si., Akt., QIA selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang telah membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
5. Ibu Atik Surodjo selaku pemilik Kerajinan Kayu “Surodjo” yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam melakukan penelitian dan membantu penulis dalam memperoleh data.
6. Papa dan Mama, terima kasih atas doa, dukungan, kasih sayang, dan kesabaran yang begitu besar.
7. Wahyu Ferry Kurniawan, terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

8. Sahabat-sahabatku: Anggi, Elli, Nila, Mea, Esti, Fenti, Gita, Dony, Andri, Joko, Adjie, Eska, Fika terima kasih atas semangat, motivasi serta persahabatan yang kalian berikan selama ini.
9. Teman-teman MPT: Kunti, Arum, Pricill, Denise, Tama, Frengki, Sisca, Vina, Fenny, Yoan, Merry, Nia, Renny terima kasih atas motivasi yang kalian berikan selama ini.
10. Teman-teman Akuntansi terutama Angkatan 2006 terima kasih atas pertemanan dan kebersamaan kita selama ini.
11. Semua pihak dan rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak mendukung dan membantu penulis selama penyusunan dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan penulis. Maka dengan rendah hati penulis bersedia menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 30 Juni 2011

Penulis

Agatha Dian Kurnia Utami

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR ISI

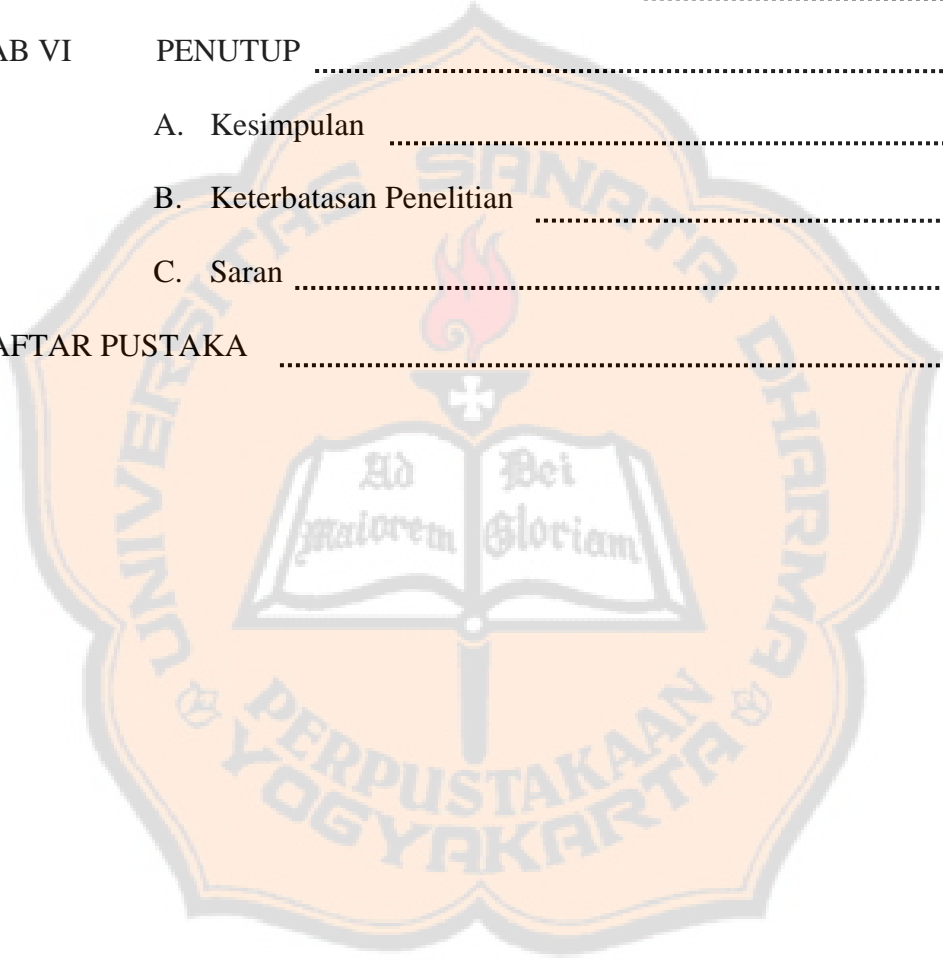
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	x
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB II	LANDASAN TEORI	7
	A. Seni Kriya	7
	1. Pengertian Seni Kriya	7
	2. Fungsi dan Tujuan Pembuatan Seni Kriya	7
	3. Jenis-Jenis Seni Kriya di Nusantara	8
	B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
	C. Metode Penentuan Harga Jual (<i>Cost Plus Pricing</i>)	18
	D. Biaya	24
BAB III	METODE PENELITIAN	31
	A. Jenis Penelitian	31
	B. Tempat dan Waktu Penelitian	31
	C. Subjek dan Objek Penelitian	31
	D. Teknik Pengumpulan Data	32
	E. Jenis Data	32
	F. Teknik Analisis Data	33
BAB IV	GAMBARAN UMUM PENELITIAN	35
	A. Sejarah Perusahaan	35
	B. Personalia	36
	C. Struktur Organisasi	37
	D. Produksi	39
	E. Pemasaran	42

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB V	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
	A. Pengujian Permasalahan Pertama	44
	B. Pengujian Permasalahan Kedua	49
	C. Pengujian Permasalahan Ketiga	65
BAB VI	PENUTUP	69
	A. Kesimpulan	69
	B. Keterbatasan Penelitian	70
	C. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	xvii



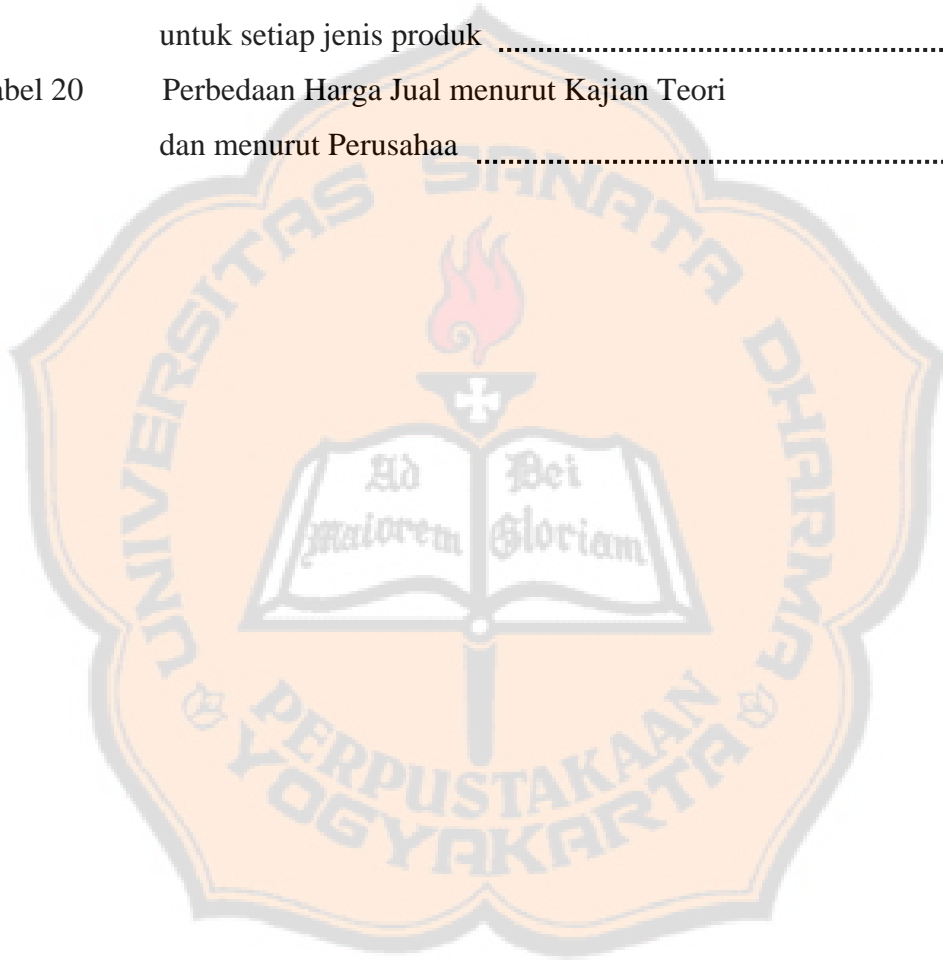
PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Biaya Bahan Baku untuk Setiap Jenis Produk pada Tahun 2010 (per unit)	45
Tabel 2	Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk Setiap Jenis Produk pada Tahun 2010 (per unit)	46
Tabel 3	Perhitungan Harga Pokok Produk untuk Setiap Jenis Produk pada Tahun 2010 (per unit)	46
Tabel 4	Langkah-langkah dalam Penentuan Harga Jual menurut Perusahaan dan menurut Teori	48
Tabel 5	Taksiran Biaya Bahan Baku untuk Setiap Jenis Produk untuk Tahun 2010	50
Tabel 6	Taksiran Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk Setiap Jenis Produk untuk Tahun 2010	51
Tabel 7	Biaya Overhead Pabrik yang Dianggarkan pada Tahun 2010	51
Tabel 8	Perhitungan Tarif Biaya Overhead Pabrik pada Tahun 2010 Atas Dasar Kapasitas Normal 400 unit produksi	53
Tabel 9	Biaya Overhead Pabrik yang Sesungguhnya pada Tahun 2010	54
Tabel 10	Perbandingan Biaya Overhead Pabrik yang Dibebankan Dengan Biaya Overhead Pabrik yang Sesungguhnya	54
Tabel 11	Perhitungan <i>Varians</i> Pengeluaran	55
Tabel 12	Perhitungan <i>Varians</i> Variabel Efisiensi	55
Tabel 13	Perhitungan <i>Varians</i> Volume	56
Tabel 14	<i>Varians</i> Total Biaya Overhead Pabrik	56
Tabel 15	Perhitungan Harga Pokok Produk untuk Setiap Jenis Produk Menurut Kajian Teori	57
Tabel 16	Perhitungan Harga Pokok Produk (per unit)	58

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

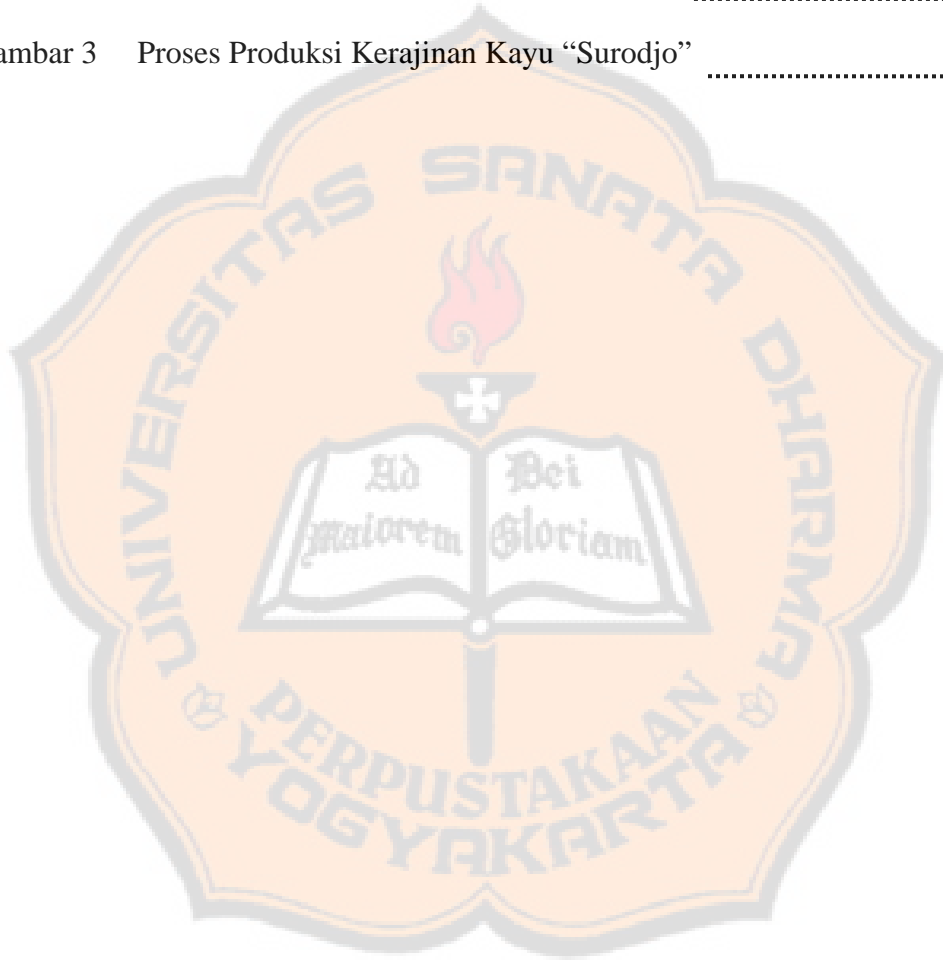
Tabel 17	Biaya Administrasi dan Umum serta Biaya Pemasaran pada Tahun 2010	59
Tabel 18	Harga Jual Produk menurut Kerajinan Kayu “Surodjo” pada Tahun 2010 (dalam Rp)	60
Tabel 19	Perhitungan Laba yang Diharapkan untuk setiap jenis produk	63
Tabel 20	Perbedaan Harga Jual menurut Kajian Teori dan menurut Perusahaa	68



PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Bagan Struktur Organisasi Kerajinan Kayu “Surodjo”	38
Gambar 2	Hasil Produksi Kerajinan Kayu “Surodjo”	39
Gambar 3	Proses Produksi Kerajinan Kayu “Surodjo”	42



ABSTRACT

Product Pricing Determination based on Cost Plus Pricing Method with Full Costing Approach

A Case Study at Kerajinan Kayu “Surodjo”, Yogyakarta

Agatha Dian Kurnia Utami

NIM: 062114111

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2011

The research aimed to know the procedure of product pricing determination at Kerajinan Kayu “Surodjo” and to compare the procedure of product pricing determination by Kerajinan Kayu “Surodjo” and the one calculated using cost plus pricing method with full costing approach.

The techniques of data collecting were interview dan documentation. The techniques of analysis used were by descriptive analysis on the procedure of product pricing determination, and comparative analysis to compare between the procedure of product pricing determination in Kerajinan Kayu “Surodjo” and the one calculated using cost plus pricing method with full costing approach.

Based on analysis result and study it was obtained that the procedure of product pricing determination in Kerajinan Kayu “Surodjo” was not suitable with theory, because of the difference in the procedure of pricing determination, Kerajinan Kayu “Surodjo” did not calculate all the elements of production cost, and in determining the mark up, the company just used assumption that it was determined as already cover all the cost and give profit to the company. While according to the theory, product pricing was determine by adding the mark up to total production cost.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor usaha kecil memiliki peranan yang cukup besar dalam pengembangan ekonomi. Sektor ini banyak menyerap tenaga kerja dan meningkatkan penghasilan masyarakat. Sektor usaha kecil juga merupakan penghasil barang dan jasa kebutuhan masyarakat dengan usaha yang terjangkau. Salah satu sektor usaha kecil yang terdapat di Yogyakarta adalah usaha kerajinan kayu.

Usaha kerajinan kayu bagi masyarakat di Yogyakarta, umumnya merupakan usaha yang telah lama ditekuni dan merupakan usaha turun temurun dari generasi sebelumnya. Kerajinan kayu (*wooden craft*) pada asal mulanya hanya diproduksi untuk memenuhi kebutuhan alat-alat rumah tangga dan alat-alat dapur, tapi seiring dengan perkembangan zaman maka kerajinan berbahan baku kayu mengalami perkembangan, misalnya menjadi berbagai macam benda hias.

Pada masa kini kerajinan kayu berkembang menjadi komoditi perdagangan. Hal ini disebabkan karena sentra kerajinan berkembang menjadi daya tarik wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta, sehingga banyak pengrajin-pengrajin kayu yang menjual hasil karya mereka kepada para wisatawan. Oleh karena itu, para pengrajin kayu diharapkan dapat menentukan harga jual yang paling tepat

agar harga jual yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dan memberikan keuntungan bagi pengrajin kayu itu sendiri. Dalam keadaan normal harga jual harus dapat menutup biaya penuh produk yang bersangkutan. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa. Di samping itu harga jual harus dapat pula menghasilkan laba yang memadai. Apabila harga jual yang ditetapkan tidak dapat menutup atau tidak sesuai dengan biaya yang dibebankan maka perusahaan akan mengalami kerugian sehingga dapat mengancam keberlanjutan usaha tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis terdorong untuk meneliti penentuan harga jual yang ada pada Kerajinan Kayu “Surodjo”, Yogyakarta karena berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan penentuan harga jual pada kerajinan kayu tersebut belum memperhitungkan biaya-biaya non produksi dan dalam menentukan harga jual, kerajinan kayu tersebut hanya menaikkan sekitar 50%-75% dari biaya produksi. Selain itu, produk yang dihasilkan oleh Kerajinan Kayu “Surodjo” merupakan produk kerajinan tangan yang mempunyai nilai yang tinggi.

Oleh karena itu, penulis mencoba untuk menerapkan penentuan harga jual pada Kerajinan Kayu “Surodjo” dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*

Metode *cost plus pricing* dipilih karena metode ini merupakan salah satu metode untuk menentukan harga jual produk perusahaan yang bertujuan untuk membantu manajemen dalam menentukan harga yang wajar pada produknya sehingga akan didapat laba yang diharapkan dan mampu menutupi biaya non produksi. Keunggulan metode *cost plus pricing* adalah pihak manajemen dapat merencanakan harga jual produknya dan laba yang diharapkan untuk jangka pendek sebagai tambahan modal bagi pengembangan usahanya.

Pendekatan *full costing* dipilih karena dalam metode ini penentuan harga pokok produk dilakukan dengan memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik baik tetap maupun variabel.

Dengan diterapkannya metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dalam penentuan harga jual pada Kerajinan Kayu “Surodjo”, maka diharapkan harga jual yang ditetapkan oleh kerajinan kayu tersebut tidak akan terlalu tinggi maupun terlalu rendah, serta dapat menghasilkan laba yang maksimal sehingga mampu menutup biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka masalah yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah penentuan harga jual produk yang ditetapkan oleh Kerajinan Kayu “Surodjo” sudah tepat?
2. Bagaimana harga jual produk pada Kerajinan Kayu “Surodjo” apabila dihitung dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*?
3. Bagaimana perbedaan antara harga jual produk yang telah ditetapkan oleh Kerajinan Kayu “Surodjo” dengan harga jual produk yang dihitung menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah penentuan harga jual produk di Kerajinan Kayu “Surodjo” sudah tepat.
2. Untuk mengetahui harga jual produk di Kerajinan Kayu “Surodjo” apabila dihitung menurut metode *cost-plus pricing* pendekatan *full costing*.
3. Untuk memberikan usulan kepada Kerajinan Kayu “Surodjo” mengenai penentuan harga jual produk.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Kerajinan Kayu “Surodjo”

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi produsen kerajinan kayu dalam menetapkan harga jual.

2. Universitas Sanata Dharma

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pustaka bagi mahasiswa Universitas Sanata Dharma.

3. Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang luas dan penulis dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam landasan teori ini diuraikan tentang teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam mengolah data.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang sejarah berdirinya perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, personalia, produk yang dihasilkan, dan pemasaran.

BAB V : ANALISIS DATA

Dalam bab ini akan disajikan tentang pembahasan masalah yang telah dikemukakan di atas.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai ringkasan hasil analisis dan kesimpulan serta saran yang diberikan untuk perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Seni Kriya

1. Pengertian Seni Kriya

Seni kriya sering disebut dengan istilah *handycraft* yang berarti kerajinan tangan. Seni kriya termasuk seni rupa terapan (*applied art*) yang selain mempunyai aspek-aspek keindahan juga menekankan aspek kegunaan atau fungsi praktis.

Seni kriya merupakan seni kerajinan tangan manusia yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan peralatan kehidupan sehari-hari dengan tidak melupakan pertimbangan artistik dan keindahan.

2. Fungsi dan Tujuan Pembuatan Seni Kriya

- a. Sebagai benda pakai, adalah seni kriya yang diciptakan mengutamakan fungsinya, adapun unsur keindahannya hanyalah sebagai pendukung.
- b. Sebagai benda hias, yaitu seni kriya yang dibuat sebagai benda pajangan atau hiasan. Jenis ini lebih menonjolkan aspek keindahan daripada aspek kegunaan atau segi fungsinya.
- c. Sebagai benda mainan, adalah seni kriya yang dibuat untuk digunakan sebagai alat permainan.

3. Jenis-Jenis Seni Kriya di Nusantara

- a. Seni kerajinan kulit, adalah kerajinan yang menggunakan bahan baku dari kulit yang sudah dimasak, kulit mentah atau kulit sintetis.
- b. Seni kerajinan logam, ialah kerajinan yang menggunakan bahan logam seperti besi, perunggu, emas, perak. Sedangkan teknik yang digunakan biasanya menggunakan sistem cor, ukir, tempa atau sesuai dengan bentuk yang diinginkan.
- c. Seni ukir kayu, yaitu kerajinan yang menggunakan bahan dari kayu yang dikerjakan atau dibentuk menggunakan tatah ukir. Kayu yang biasanya digunakan adalah: kayu jati, mahoni, waru, sawo, nangka dan lain-lain.
- d. Seni kerajinan anyaman, kerajinan ini biasanya menggunakan bahan rotan, bambu, daun lontar, daun pandan, serat pohon, pohon pisang, enceng gondok, dan lain-lain
- e. Seni kerajinan batik, yaitu seni membuat pola hias di atas kain dengan proses teknik tulis (*canting*) atau teknik cetak (*printing*).
- f. Seni kerajinan keramik, adalah kerajinan yang menggunakan bahan baku dari tanah liat yang melalui proses sedemikian rupa (dipijit, butsir, pilin, pembakaran dan glasir) sehingga menghasilkan barang atau benda pakai dan benda hias yang indah.

B. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Gitosudarmo (2001:182), bauran pemasaran atau marketing mix merupakan alat yang dapat dipergunakan oleh pengusaha untuk mempengaruhi konsumennya. Bauran pemasaran terdiri atas empat komponen, yaitu:

1. Strategi Produk

a. Pengertian Produk

Produk adalah hasil akhir dari proses produksi atau operasi yang berupa barang atau jasa, untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

b. Klasifikasi Produk

1) Produk konsumsi

Produk konsumsi adalah produk yang dibeli oleh masyarakat untuk dipakai sendiri atau dikonsumsi sendiri guna memenuhi kebutuhan.

Produk konsumsi dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, antara lain adalah sebagai berikut:

- i) *Convenience goods*: barang yang tidak mahal, sering digunakan, dan selalu berada di pasar, sehingga untuk memperolehnya memerlukan pengorbanan minimal.
- ii) *Shopping goods*: barang yang dibeli dengan pertimbangan khusus, serta pengorbanan khusus dalam pembeliannya.

iii) *Specialty goods*: barang yang memiliki keunikan sehingga konsumen rela memberikan pengorbanan khusus dalam pembeliannya.

iv) *Unsought goods*: barang yang tidak diketahui oleh konsumen ataupun kalau diketahui, konsumen tidak terpikir untuk membelinya.

2) Produk industri

Produk industri dibutuhkan dan dibeli oleh konsumen tidak untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, melainkan produk tersebut untuk dijual kembali atau dirakit menjadi produk yang lain.

Produk industri dibedakan menjadi beberapa jenis, antara lain adalah sebagai berikut:

i) Bahan baku: bahan yang digunakan untuk memproduksi produk akhir.

ii) Peralatan dan perlengkapan produksi: alat yang digunakan untuk mendukung proses produksi.

iii) Komponen produk: bagian dari suatu produk yang dapat berupa produk akhir atau produk setengah jadi.

iv) Bahan proses: bahan yang langsung digunakan dalam proses produksi dan tidak dapat dikenali secara fisik dalam produk akhir.

v) Jasa industrial: jasa yang digunakan perusahaan dalam proses produksinya.

c. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah upaya perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing berdasarkan kualitasnya, rancangannya, kemasannya, serta mereknya.

1) Rancangan

Rancangan berhubungan dengan keamanan, handal atau dapat dipercaya, dan kemudahan.

2) Kemasan

Kemasan adalah pelindung produk. Strategi pengemasan dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan produk. Fungsi kemasan adalah melindungi produk, membuat konsumen nyaman, dan promosi produk.

3) Merek

Merek adalah nama, istilah, simbol, desain atau kombinasinya, yang menjadi identifikasi produk perusahaan dan membedakannya dengan produk perusahaan lain.

d. Siklus Hidup Produk

Tahap-tahap siklus hidup produk adalah sebagai berikut:

- 1) Perkenalan (*introduction*): tahap awal dari masa hidup suatu produk. Pada masa ini produk tersebut baru diperkenalkan kepada konsumen.
- 2) Pertumbuhan (*growth*): pada tahap ini, penjualan produk meningkat secara pesat akibat dari perkenalan produk kepada konsumen.
- 3) Kedewasaan (*maturity*): pada tahap ini menunjukkan kejenuhan dimana konsumen sudah merasa bosan dengan produk tersebut sehingga penjualan sedikit demi sedikit menurun.
- 4) Penurunan (*decline*): dalam tahap ini konsumen sudah tidak menyukai produk tersebut sehingga penjualan menurun drastis.

2. Strategi Harga

a. Pengertian Harga

Harga jual didefinisikan sebagai jumlah uang yang dibayar atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Kotler, 2003:430).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bagi penjual, harga jual merupakan sejumlah uang yang diterima atas sejumlah barang ditambah keuntungan serta pelayanan yang diberikan. Sedangkan bagi

pembeli, harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta pelayanannya.

b. Tujuan Penetapan Harga

Menurut Kotler (2003:434), tujuan penetapan harga jual adalah sebagai berikut:

1) Kelangsungan hidup

Sejumlah perusahaan menetapkan kelangsungan hidup sebagai tujuan utama mereka jika mereka menghadapi kesulitan-kesulitan seperti kelebihan kapasitas, persaingan ketat, atau perubahan-perubahan keinginan konsumen.

2) Maksimalisasi Laba Sekarang

Banyak perusahaan mencoba untuk menetapkan harga yang memaksimalkan laba sekarang. Mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berkaitan dengan berbagai alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba sekarang, arus kas, atau tingkat pengembalian investasi yang maksimum.

3) Kepemimpinan Pangsa Pasar

Beberapa perusahaan ingin memaksimalkan pangsa pasarnya. Perusahaan tersebut yakin volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi

4) Kepemimpinan Kualitas Produk

Perusahaan mungkin mengarah untuk menjadi pemimpin dalam kualitas produk dipasar.

c. Metode Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga jual suatu produk ada berbagai metode yang dapat dipakai oleh manajemen dalam suatu perusahaan. Metode dalam penetapan harga jual yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan, yaitu:

1) *Cost Oriented Pricing*

Suatu cara penetapan harga jual yang dinyatakan pada biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan menambahkan suatu persentase tertentu sebagai labanya. Metode ini dapat dibagi menjadi tiga kelompok yaitu:

i) Metode Penetapan Harga Biaya-Plus (*Cost Plus Pricing method*)

Cost-plus pricing adalah penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

ii) Metode Penetapan harga *mark-up* (*Mark-Up Pricing Method*)

Metode penetapan harga ini adalah bentuk variasi lain dari metode *cost plus*. Perhitungannya hampir sama hanya perbedaannya adalah bahwa metode *mark-up* ini diterapkan

terhadap produk yang dibeli untuk dijual kembali pada pihak lain (tanpa memerlukan pengolahan lebih lanjut). Sedangkan dalam metode *cost plus* produk tersebut adalah dibuat atau dibiayai sendiri kemudian dijual pada pihak lain. Penetapan metode ini misalnya banyak dipakai oleh pedagang atau perantara. Jadi *mark-up* ini merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya. Keuntungan dapat diperoleh dari sebagian *mark-up* tersebut. Selain itu pedagang tersebut juga harus mengeluarkan sejumlah biaya eksploitasi yang juga diambilkan dari sebagian *mark-up*.

iii) *Target Pricing*

Dalam penetapan harga berdasarkan sasaran pengembalian, perusahaan menetapkan harga jual produknya sehingga menghasilkan pengembalian atas sejumlah modal yang diinvestasikan. Berikut ini merupakan formula untuk mencari harga tingkat pengembalian sasaran:

$$\text{biaya per unit} + \frac{\% \text{ tingkat pengembalian yang diinginkan} \times \text{modal yang diinvestasikan}}{\text{penjualan}}$$

Perusahaan akan menggunakan metode ini jika biaya dan perkiraan hasil penjualan akurat. Apabila biaya dan perkiraan hasil penjualan tidak akurat, perusahaan dapat juga

menggunakan diagram *break even point* untuk melihat apa yang akan terjadi pada tingkat penjualan lainnya.

2) *Demand Oriented Pricing*

Suatu cara penetapan harga jual yang didasarkan pada banyaknya permintaan. Jika permintaan naik harga pun cenderung naik, dan sebaliknya jika permintaan turun maka harga cenderung turun walaupun mungkin biaya yang dikeluarkan sama saja.

3) *Competition Oriented Pricing*

Suatu cara penetapan harga yang didasarkan pada harga pesaing. Metode ini ditetapkan agar harga jual tidak lebih tinggi dari harga pesaing. Tingkat harga jual dapat ditetapkan tiga kebijakan yaitu sama, lebih rendah, atau lebih tinggi dari harga pesaing.

3. Strategi Distribusi

Distribusi adalah proses pendekatan produk dari produsen ke konsumen. Faktor-faktor yang terkait dengan distribusi adalah tempat, transportasi, dan biaya.

a. Saluran Distribusi

Saluran distribusi (*distribution channel*) adalah tahapan dalam organisasi pemasaran yang menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Macam-macam saluran distribusi adalah sebagai berikut:

- 1) Saluran distribusi langsung: dalam saluran ini, produk didistribusikan langsung kepada konsumen.
- 2) Saluran distribusi tidak langsung: dalam saluran ini, produk didistribusikan kepada konsumen dengan menggunakan pihak luar sebagai perantara.

b. Distribusi Fisik

Distribusi fisik (*physical distribution*) adalah semua aktifitas yang berkaitan dengan usaha perpindahan produk secara efisien dari produsen ke konsumen akhir. Beberapa metode yang mempengaruhi distribusi fisik efisien:

- 1) Pengelolaan dan penanganan masalah persediaan.
- 2) Pemrosesan pesanan
- 3) Pergudangan
- 4) Transportasi
- 5) Sistem informasi dan komunikasi.

4. **Strategi Promosi**

Promosi merupakan usaha komunikasi dari produsen ke konsumen untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk yang ditawarkan oleh produsen sehingga konsumen akan membeli atau menggunakan produk tersebut. Ada empat cara komunikasi yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan produk tersebut (sering disebut *promotion mix*):

a. Periklanan (*advertising*)

Merupakan alat utama bagi produsen untuk mempengaruhi konsumennya. *Advertising* ini dapat dilakukan oleh produsen melalui surat kabar, radio, majalah, televisi atau dalam bentuk poster-poster yang dipasang di pinggir jalan atau tempat yang strategis.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Merupakan kegiatan produsen untuk menjual produknya dengan cara menempatkan dan mengatur produk sedemikian rupa sehingga menarik perhatian konsumen. Misalnya dengan memberikan sampel produk secara gratis atau mengadakan demonstrasi dari penggunaan produk.

c. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Merupakan kegiatan produsen untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Misalnya dengan melalui surat, telepon, maupun penjualan dari pintu ke pintu.

d. Publisitas (*publicity*)

Merupakan kegiatan yang dilakukan produsen untuk mempengaruhi konsumen secara tidak langsung agar mengetahui dan menyenangi produk yang dipasarkan. Cara ini dilakukan dengan memuat berita tentang produk atau produsen yang menghasilkan produk tersebut. Publisitas berbeda dengan periklanan, karena dalam publisitas, berita

tidak bersifat komersial dan produsen tidak berperan aktif dan tidak perlu membayar untuk keperluan tersebut.

C. Metode Penentuan Harga Jual (*Cost Plus Pricing*)

Menurut Mulyadi (2001:349), *cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Metode *cost-plus pricing* dapat dihitung dengan dua pendekatan, yaitu pendekatan *full costing* dan *variable costing*.

1. *Full Costing*

Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya Produksi

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik (variabel+tetap)	<u>xxx</u> +
Taksiran total biaya produksi	xxx

Biaya Komersial

Biaya pemasaran	xxx
Biaya administrasi dan umum	<u>xxx</u> +
Taksiran total biaya komersial	<u>xxx</u> +
Taksiran biaya penuh	xxx

2. *Variable Costing*

Dalam pendekatan *variable costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya variabel

Biaya produksi variabel	xxx
Biaya administrasi & umum variabel	xxx
Biaya pemasaran variabel	<u>xxx</u> +
Taksiran total biaya variabel	xxx

Biaya tetap

Biaya produksi tetap	xxx
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx
Biaya pemasaran tetap	<u>xxx</u> +
Taksiran total biaya tetap	<u>xxx</u> +
Taksiran biaya penuh	xxx

Rumus Perhitungan Harga Jual

Menurut Mulyadi (2001:351), jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua yaitu biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

$$\text{Harga jual} = \text{biaya langsung} + \text{mark up}$$

Dimana:

$$\text{Mark up} = \frac{\text{biaya tidak langsung} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{biaya langsung}}$$

Terdapat perbedaan konsep langsung dan tidak langsungnya biaya dengan volume antara *full costing* dengan metode *variable costing*. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume produksi menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi, sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah berupa biaya non produksi.

Dengan demikian rumus perhitungan harga jual per unit menurut pendekatan *full costing* adalah sebagai berikut:

Perhitungan *mark up*:

Biaya administrasi dan umum	xxx
Biaya pemasaran	xxx
Laba yang diharapkan	<u>xxx</u> +
Jumlah	xxx
Biaya produksi	<u>xxx</u> :
Presentase <i>mark up</i> (%)	xxx

Perhitungan harga jual:

Biaya produksi	xxx
<i>Mark up</i> (% <i>mark up</i> x biaya produksi)	<u>xxx</u> +
Jumlah harga jual	xxx
Volume produk	<u>xxx</u> :
Harga jual per unit	xxx

Variable costing memandang dengan cara yang berbeda terhadap biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk bila dibandingkan dengan *full costing*. Dalam pendekatan *variable costing*, biaya penuh yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel, sedangkan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk terdiri dari biaya tetap.

Dengan demikian, menurut pendekatan *variable costing*, harga jual per unit produk ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

Perhitungan *mark up*:

Biaya overhead pabrik tetap	xxx
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx
Biaya pemasaran tetap	xxx
Laba yang diharapkan	<u>xxx</u> +
Jumlah	xxx
Biaya variabel	<u>xxx</u> :
Presentase <i>mark up</i> (%)	xxx

Perhitungan harga jual:

Biaya variabel	xxx
<i>Mark up</i> (% <i>mark up</i> x variabel)	<u>xxx</u> +
Jumlah harga jual	xxx
Volume produk	<u>xxx</u> :
Harga jual per unit	xxx

Keunggulan Metode *Cost Plus Pricing*

Menurut Supriyono (2001:364-365), metode *cost plus pricing* memiliki keunggulan antara lain sebagai berikut:

1. Pada pembuatan keputusan penentuan harga jual, manajemen dihadapkan pada banyak ketidakpastian sehingga harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dapat merupakan titik awal ke arah harga jual yang dapat diterima sesuai dengan kendala tertentu yang ada.
2. Biaya dapat dipandang sebagai suatu batas bawah perlindungan atau penjagaan agar harga jual tidak ditentukan terlalu rendah sehingga menimbulkan kerugian.
3. Harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dapat digunakan untuk mempelajari secara mendalam biaya para pesaingnya atau dapat membantu manajemen untuk memprediksi keputusan harga yang dibuat oleh para pesaingnya relatif sama dengan perusahaan, maka manajemen dapat memusatkan strategi

pemasarannya pada usaha atau cara-cara lain, misalnya pelayanan purna jual, kredit, maupun cepatnya penyerahan.

4. Suatu perusahaan mungkin mempunyai berbagai kelompok produk dan tidak mempunyai waktu untuk menyusun analisis hubungan biaya volume laba secara rinci untuk setiap kelompok produk. Untuk menganalisis masalah tersebut, manajemen dengan cepat dan secara langsung menggunakan formula *cost plus pricing*. Harga jual yang ditentukan dengan *cost plus pricing* ini mungkin sifatnya sementara dan akan diubah jika waktu, situasi, serta kondisi memungkinkan.

Perbedaan antara Pendekatan *Full Costing* dengan Pendekatan *Variable Costing*

Menurut Mulyadi (2005: 122-126), perbedaan antara *full costing* dengan *variable costing* adalah sebagai berikut:

1. Dalam metode *full costing*, harga pokok produksi dihitung dengan menjumlahkan semua unsur biaya produksi, baik biaya produksi tetap maupun variabel, sedangkan dalam metode *variable costing*, harga pokok produksi hanya memperhitungkan biaya produksi variabel saja.
2. Dalam metode *full costing*, laporan laba rugi disusun dengan menitikberatkan pada penyajian unsur-unsur biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi-fungsi pokok yang ada dalam perusahaan yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, serta fungsi administrasi dan umum. Sedangkan

pada *variable costing* lebih menitikberatkan pada penyajian biaya sesuai dengan perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

D. Biaya

1. Pengertian Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomi yang diukur dalam satuan mata uang yang telah terjadi dan mungkin akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyadi, 2001:23).

2. Penggolongan Biaya

Menurut Mulyadi (2001:13-16), biaya dapat digolongkan dalam berbagai macam cara. Biaya dapat digolongkan menurut:

a. Penggolongan Biaya menurut Objek Pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

b. Penggolongan Biaya menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, serta fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

1) Biaya produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, biaya produksi ini dibagi menjadi tiga. Biaya-biaya tersebut adalah sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk selesai dan pemakaiannya dapat diidentifikasi pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Dengan demikian biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai dalam pengolahan produk (Supriyono, 1999:20).

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja tersebut (Mulyadi 2005:344).

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung

1) Penggolongan biaya overhead pabrik menurut sifatnya.

i) Biaya bahan penolong

ii) Biaya tenaga kerja tidak langsung

- iii) Penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik
- iv) Reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik
- v) Biaya listrik dan telepon pabrik
- vi) Biaya asuransi pabrik
- vii) Biaya overhead lainnya.

2) Penentuan Tarif Biaya Overhead Pabrik

Menurut Mulyadi (2005:207), penentuan tarif biaya overhead pabrik dilaksanakan melalui tiga tahap berikut ini:

- i) Menyusun anggaran biaya overhead pabrik.

Dalam menyusun anggaran biaya overhead pabrik harus diperhatikan tingkat kegiatan (kapasitas) yang akan dipakai sebagai dasar penaksiran biaya overhead pabrik. Ada tiga macam kapasitas yang dapat dipakai sebagai dasar pembuatan anggaran biaya overhead pabrik: kapasitas praktis, kapasitas normal, dan kapasitas sesungguhnya.

- ii) Memilih dasar pembebanan biaya overhead pabrik kepada produk.

Ada berbagai macam dasar yang dapat dipakai untuk membebankan biaya overhead pabrik kepada produk, diantaranya adalah:

a) Satuan produk

Metode ini adalah yang paling sederhana dan yang langsung membebankan biaya overhead pabrik kepada produk. Beban biaya overhead pabrik untuk setiap produk dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{taksiran BOP}}{\text{taksiran jumlah produk dihasilkan}} = \text{tarif BOP per satuan}$$

b) Biaya bahan baku

Jika biaya overhead pabrik yang dominan bervariasi dengan nilai bahan baku, maka dasar yang dipakai untuk membebankannya kepada produk adalah biaya bahan baku yang dipakai.

Rumus perhitungan tarif biaya overhead pabrik adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{taksiran BOP}}{\text{taksiran BBB yang dipakai}} \times 100\% = \text{persentase BOP dari BBB yang dipakai}$$

c) Biaya tenaga kerja

Jika sebagian besar elemen biaya overhead pabrik mempunyai hubungan yang erat dengan jumlah

upah tenaga kerja langsung, maka dasar yang dipakai untuk membebankan biaya overhead pabrik adalah biaya tenaga kerja langsung. Tarif biaya overhead pabrik dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{taksiran BOP}}{\text{taksiran BTKL}} \times 100\% = \text{persentase BOP dari BTKL}$$

d) Jam kerja langsung

Jika terdapat tarif upah yang sangat bervariasi antara tenaga kerja dalam mengerjakan pekerjaan-pekerjaan, maka basis alokasi jam tenaga kerja langsung dapat digunakan sebagai pengganti basis alokasi biaya tenaga kerja langsung.

Tarif *overhead* pabrik yang dihitung dengan rumus berikut:

$$\frac{\text{taksiran BOP}}{\text{taksiran jam TKL}} = \text{tarif BOP per jam TKL}$$

e) Jam mesin

Apabila biaya overhead pabrik bervariasi dengan waktu penggunaan mesin, maka dasar yang dipakai untuk membebankannya adalah jam

mesin. Tarif biaya overhead pabrik dihitung sebagai berikut:

$$\frac{\text{taksiran BOP}}{\text{taksiran jam mesin}} = \text{tarif BOP per jam kerja mesin}$$

iii) Menghitung tarif biaya overhead pabrik

Setelah tingkat kapasitas yang akan dicapai dalam periode anggaran ditentukan, dan anggaran biaya overhead pabrik telah disusun, serta dasar pembebanannya telah dipilih dan diperkirakan, maka langkah terakhir adalah menghitung tarif biaya overhead pabrik dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{BOP yang dianggarkan}}{\text{taksiran dasar pembebanan}} = \text{tarif BOP}$$

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, yaitu suatu penelitian yang difokuskan pada objek tertentu secara intensif dan detail sehingga kesimpulan yang diambil hanya terbatas bagi objek yang diteliti.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian : Kerajinan Kayu “Surodjo”, Yogyakarta
2. Waktu Penelitian : Oktober 2010 – selesai

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian
 - a. Pimpinan
 - b. Bagian Keuangan
 - c. Bagian Produksi

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah harga jual produk pada Kerajinan Kayu “Surodjo” di Yogyakarta.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan kepada subyek penelitian. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tentang keadaan umum Kerajinan Kayu “Surodjo”, antara lain sejarah dan gambaran umum perusahaan, biaya yang dianggarkan, dan metode penetapan harga jual.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meneliti dari sumber-sumber catatan arsip perusahaan mengenai sejarah perusahaan dan perkembangannya.

E. Jenis Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi:

1. Gambaran umum perusahaan
2. Harga jual untuk masing-masing produk
3. Biaya yang dikeluarkan
4. Laba yang diharapkan
5. Penentuan harga jual produk

F. Teknik Analisa Data

Dalam melakukan analisis terhadap data yang diperoleh akan dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan penentuan harga jual produk pada perusahaan dengan mengumpulkan seluruh biaya, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum, serta biaya pemasaran.
2. Menghitung harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung total biaya penuh:

Biaya Produksi

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik (Tetap&Variabel)	<u>xxx +</u>
Taksiran Total Biaya Produksi	xxx

Biaya Non Produksi

Biaya Administrasi dan Umum	xxx
Biaya Pemasaran	<u>xxx +</u>
Taksiran Total Biaya Non Produksi	<u>xxx +</u>

Taksiran Total Biaya Penuh	xxx
----------------------------	-----

b. Menentukan laba yang diharapkan

Biaya penuh xxx

Persentase % x

Laba yang diharapkan xxx

c. Menentukan besarnya *mark-up*

$$\% \text{ mark-up} = \frac{\text{biaya non produksi} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{biaya produksi}} \times 100\%$$

d. Menghitung besarnya harga jual produk per unit

Biaya produksi xxx

Mark up (%*mark up* x biaya produksi) xxx +

Harga Jual xxx

Unit yang dihasilkan xxx :

Harga Jual per unit xxx

3. Membandingkan antara hasil penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan hasil penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* serta menganalisis perbedaan antara besarnya harga jual perusahaan dengan besarnya harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*. Penentuan harga jual pada perusahaan dikatakan tepat apabila komponen biaya serta prosedur dalam menghitung harga jual produk sama dengan kajian teori.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Kerajinan Kayu “Surodjo” didirikan pada tahun 1987 oleh Bapak Surodjo. Ketrampilan yang dimiliki oleh Bapak Surodjo diperoleh dari pendidikan yang kemudian dikembangkan sendiri oleh Bapak Surodjo.

Usaha kerajinan kayu ini semakin berkembang sehingga usaha ini telah memiliki mitra kerja yang tetap, antara lain adalah Mirota Batik, Batik Hadiningrat, Batik Ningrat, dan beberapa galeri seni, selain itu banyak pedagang kaki lima di sepanjang jalan Malioboro yang mengambil barang dagangan dari Kerajinan Kayu “Surodjo”.

Kerajinan Kayu “Surodjo” berada di daerah Tamansari yakni di Jalan Letjend S. Parman No.37 Yogyakarta. Usaha kerajinan kayu ini menggunakan rumah pribadi sebagai tempat kerja maupun tempat untuk mendisplay hasil produksi dari usaha kerajinan kayu ini sendiri.

Pemilihan lokasi ini sangat tepat karena: letak perusahaan sangat strategis, lokasi perusahaan berada di dekat jalan raya yang mudah diakses, sehingga orang yang hendak berkunjung tidak akan kesulitan untuk mencapainya. Selain itu,

perusahaan juga memperoleh kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja karena di sekitar lokasi terdapat masyarakat terampil yang dapat di daya gunakan.

Kerajinan Kayu “Surodjo” merupakan perusahaan perseorangan yang memiliki visi dan misi sebagai berikut:

1. Melestarikan seni budaya Indonesia khususnya kerajinan kayu.
2. Membantu mengurangi pengangguran dengan cara membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat di lingkungan sekitar.
3. Memproduksi barang dengan kualitas sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Kerajinan Kayu “Surodjo” ini pernah mendapatkan pembinaan dari Departemen Perindustrian dan Koperasi Pemerintah Kota Yogyakarta (Deperindagkop). Setelah adanya pembinaan dari Deperindagkop, usaha kerajinan kayu ini menjadi semakin berkembang.

B. Personalia

Semua kegiatan perusahaan tidak terlepas dari tenaga kerja yang bertugas untuk mengoperasikan segala kegiatan operasional perusahaan.

1. Jumlah Karyawan

Jumlah karyawan pada Kerajinan Kayu “Surodjo” sebanyak 13 orang yang terdiri dari”

- a. 6 orang sebagai pemahat/pengukir

b. 7 orang bagian finishing

2. Upah Karyawan

Sistem pengupahan pada Kerajinan Kayu “Surodjo” ini berdasarkan pada jumlah output yang mampu dihasilkan oleh masing-masing pekerja setiap harinya dan tergantung ukuran dari hasil produksi tersebut.

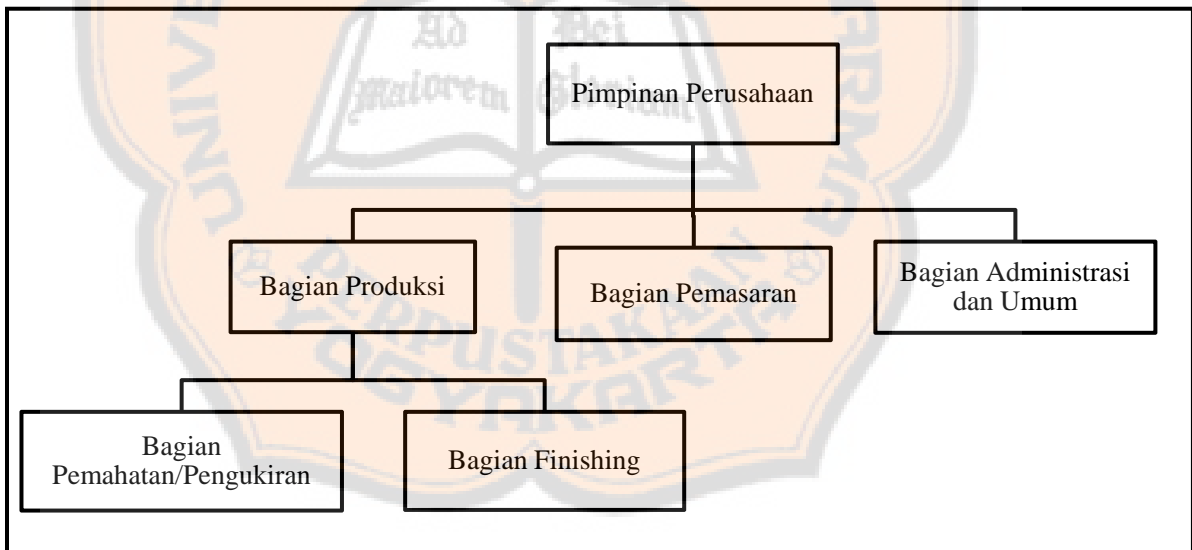
C. Struktur Organisasi

Secara umum setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi untuk menjalankan usahanya. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan antara fungsi-fungsi, bagian-bagian atau posisi, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda dalam suatu organisasi yang ada di perusahaan.

Secara jelasnya struktur organisasi di Kerajinan Kayu “Surodjo” dapat dilihat pada Gambar 1: Bagan Struktur Organisasi Kerajinan Kayu “Surodjo”. Adapun tugas-tugas dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan Perusahaan
 - a. Menyelenggarakan kegiatan perusahaan serta bertanggung jawab penuh atas kemajuan perusahaan.
 - b. Menetapkan kebijakan dalam perusahaan
2. Bagian Produksi: bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan produksi dari penyediaan bahan baku sampai menjadi barang jadi.

- a. Bagian Pemahatan atau Pengukiran: melaksanakan proses produksi yang berupa pemahatan atau pengukiran.
 - b. Bagian Finishing: melaksanakan proses akhir dari kegiatan produksi yang meliputi penghalusan dengan amplas, di beri warna, dan kemudian di beri vernis/acrrilic supaya berkilau.
3. Bagian Pemasaran: bertanggung jawab atas kegiatan pemasaran produk dan promosi.
 4. Bagian Administrasi dan umum: bertanggung jawab mengenai pencatatan hasil penjualan barang dan pencatatan kas keluar untuk keperluan produksi.



Gambar 1: Bagan Struktur Organisasi Kerajinan Kayu “Surodjo”
 Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

D. Produksi

1. Jenis Produksi

Kerajinan Kayu “Surodjo” menghasilkan berbagai macam kerajinan yang terbuat dari kayu, misalnya topeng dalam berbagai ukuran dan berbagai ragam tokoh, patung dalam berbagai ukuran dan berbagai tokoh, dan aneka hiasan.

Berikut ini merupakan daftar barang hasil produksi dari Kerajinan Kayu “Surodjo”:

No.	Kategori	Jenis
1.	Topeng	Topeng Panji Topeng Merak Topeng Serial Rama Shinta Topeng Serial Poenokawan Topeng Mimik Wajah Lucu Topeng Penthul Tembem Topeng Jathilan
2.	Patung	Roro Blonyo (duduk) Roro Blonyo (berdiri) Serial Poenokawan Serial Ramayana Patung Semar Patung Prajurit Keraton (duduk)
3.	Dekorasi	Dakon/congklak Hiasan gantung

Gambar 2: Hasil Produksi Kerajinan Kayu “Surodjo”
Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

2. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi pada perusahaan ini adalah kayu pule, kayu sengon dan kayu jati. Dari ketiga

jenis kayu ini yang memiliki kualitas terbaik adalah kayu jati, sedangkan kayu sengon untuk menghasilkan tekstur yang bersih dan ringan, serta kayu pule untuk menghasilkan tekstur yang lembut dan bersih.

3. Bahan Penolong

Bahan penolong yang digunakan dalam proses produksi antara lain:

- a. Amplas, untuk menghaluskan setelah dipahat atau diukir.
- b. cat emco, sebagai pewarna kayu dengan tambahan bensin atau minyak untuk menghasilkan tekstur mengkilap.
- c. cat tembok, sebagai cat dasar atau pelapis pertama sebelum dilakukan finishing lanjut.
- d. lem fox, sebagai bahan tambahan cat tembok pada saat melakukan cat dasar.
- e. accrilic/varnish, sebagai finishing akhir agar terlihat lebih mengkilap.
- f. cat air/sande, sebagai pewarna kayu untuk mendapatkan tekstur alami atau natural.

4. Alat-alat Produksi

- a. Tatah/pahat: digunakan untuk memahat kayu sesuai motif yang akan dibentuk.
- b. Pandog: digunakan sebagai alas memahat.
- c. Pemukul: berfungsi sebagai pemukul sewaktu memahat
- d. Pensil: digunakan untuk menggambar pola pada kayu.

e. Kuas: untuk memberi warna pada saat proses pewarnaan.

5. Proses Produksi

Proses produksi merupakan serangkaian kegiatan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Proses produksi pembuatan kerajinan kayu meliputi tahapan sebagai berikut:

a. Persiapan kayu

Kayu dipotong sesuai dengan ukuran model produk.

b. Pemberian pola

Kayu yang telah dipotong diberi pola sesuai dengan motif yang dikehendaki.

c. Pemahatan/Pengukiran

Kayu dipahat atau diukir sesuai dengan pola yang telah digambar pada kayu.

d. Penghalusan

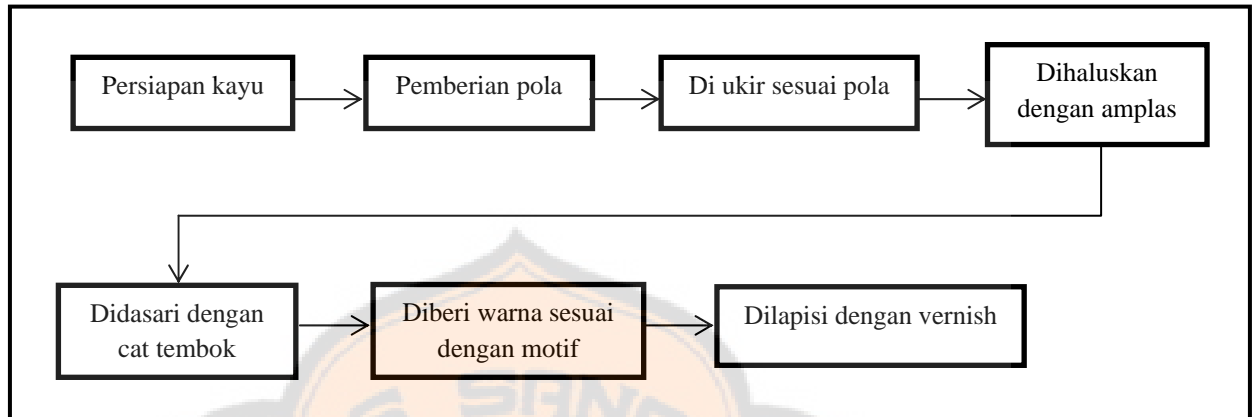
Setelah di ukir, kayu kemudian dihaluskan dengan menggunakan amplas untuk menghilangkan bagian pahatan yang masih kasar.

e. Pelapisan

Produk yang setengah jadi diberi dasar dengan menggunakan cat tembok.

f. Proses akhir

Produk diberi warna sesuai dengan motif yang dikehendaki dan kemudian disemprotkan vernish agar terlihat mengkilat.



Gambar 3: Proses Produksi Kerajinan Kayu “Surodjo”

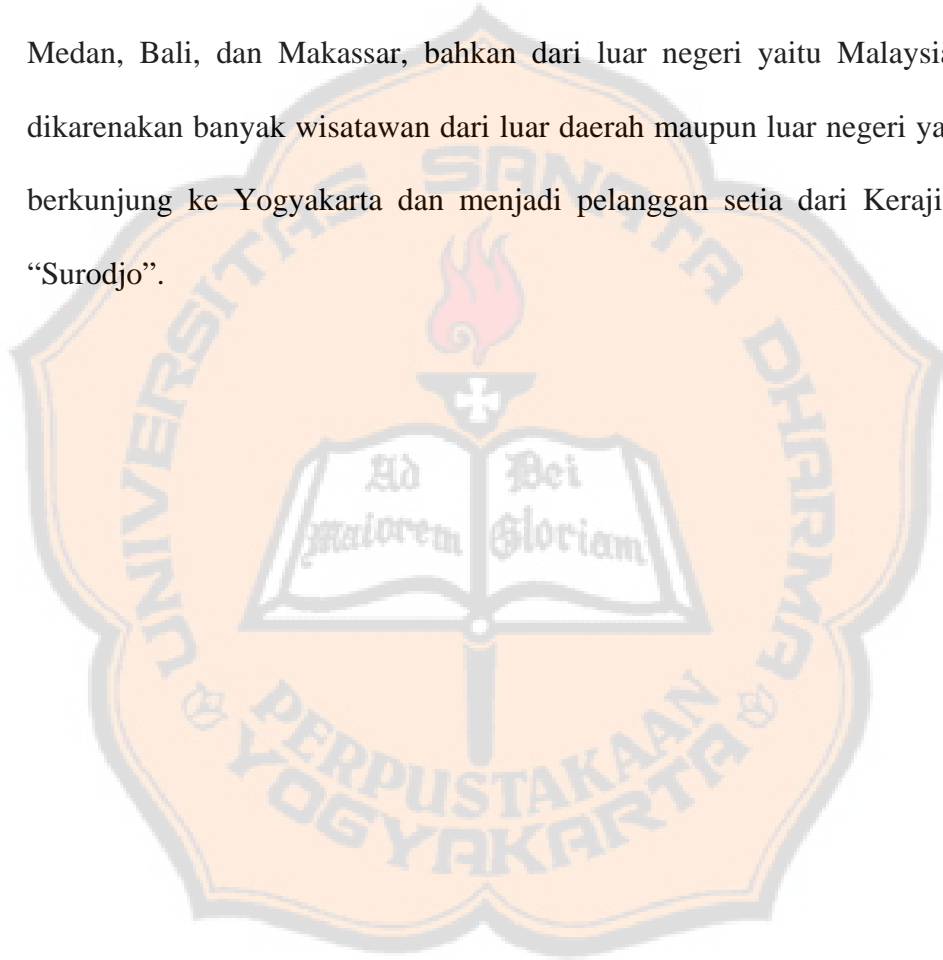
Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

E. Pemasaran

Kegiatan pemasaran di Kerajinan Kayu “Surodjo” dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Pemasaran secara langsung adalah dengan menjual hasil produksi langsung kepada konsumen, sedangkan pemasaran secara tidak langsung adalah memasarkan hasil produksinya dengan melalui perantara.

Perantara atau mitra kerja dari kerajinan ini adalah Mirota Batik, Batik Hadiningrat, Batik Ningrat, dan beberapa galeri seni. Pemasaran tersebut dilakukan dengan sistem konsinyasi (titip jual), dimana hasil penjualan dari Kerajinan Kayu “Surodjo” yang dititipkan pada mitra kerja baru akan dibayarkan setelah barang kerajinan tersebut terjual. Selain itu Kerajinan Kayu “Surodjo” juga sering mengikuti pameran yang diadakan oleh Departemen Perindustrian dan Koperasi Kota Yogyakarta.

Dengan seringnya Kerajinan Kayu “Surodjo” mengikuti pameran serta menjual hasil karyanya pada toko-toko kerajinan seperti Mirota Batik dan beberapa galeri maka konsumen kerajinan kayu ini tidak hanya di Yogyakarta, melainkan dari daerah di luar Yogyakarta seperti, Solo, Surabaya, Jakarta, Medan, Bali, dan Makassar, bahkan dari luar negeri yaitu Malaysia. Hal ini dikarenakan banyak wisatawan dari luar daerah maupun luar negeri yang datang berkunjung ke Yogyakarta dan menjadi pelanggan setia dari Kerajinan Kayu “Surodjo”.



BAB V

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Kerajinan Kayu “Surodjo” memproduksi aneka macam produk yang berasal dari kayu. Produk yang digunakan sebagai obyek penelitian adalah topeng merak dan patung roro blonyo (duduk). Kedua produk tersebut dijadikan obyek penelitian karena merupakan produk yang paling sering diproduksi oleh kerajinan kayu ini dan merupakan produk unggulan dari kerajinan kayu ini.

Untuk melaksanakan kegiatan produksi ini tentunya tidak terlepas dari bahan baku, tenaga kerja, dan faktor-faktor lain. Bahan baku yang digunakan adalah kayu. Kebutuhan bahan baku itu menimbulkan adanya biaya bahan baku, demikian pula dengan kebutuhan akan tenaga kerja.

A. Pengujian Permasalahan Pertama

Pengujian permasalahan pertama dilakukan dengan cara mendeskripsikan penentuan harga jual produk menurut perusahaan. Adapun langkah-langkahnya adalah dengan mendeskripsikan perhitungan:

1. Biaya Bahan Baku

Untuk memulai proses produksi dibutuhkan bahan yang akan diproses menjadi produk jadi. Pemakaian bahan baku ini menimbulkan adanya biaya bahan baku. Bahan baku yang digunakan untuk proses produksi kedua jenis

produk tersebut adalah kayu. Besarnya biaya bahan baku yang digunakan untuk tiap-tiap jenis produk dalam tiap unitnya dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 1. Biaya Bahan Baku untuk Setiap Jenis Produk pada Tahun 2010 (per unit)

No.	Jenis Produk	Biaya Bahan Baku
1	Topeng Merak	Rp 30.000
2	Patung Roro Blonyo (duduk)	Rp 200.000

Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja yang melaksanakan proses produksi di Kerajinan Kayu “Surodjo” merupakan tenaga kerja dengan sistem pengupahan borongan. Dasar yang digunakan untuk menentukan besarnya upah yaitu adalah produktivitas dari tenaga kerja tersebut. Penggunaan jasa tenaga kerja ini menimbulkan kewajiban bagi perusahaan untuk memberikan balas jasa kepada karyawannya. Balas jasa bagi tenaga kerja ini merupakan biaya bagi perusahaan dan disebut sebagai biaya tenaga kerja langsung. Besarnya biaya tenaga kerja yang diperlukan untuk melaksanakan proses produksi kedua jenis produk tersebut dalam setiap unitnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk Setiap Jenis Produk pada Tahun 2010 (per unit)

No.	Jenis Produk	Biaya Tenaga Kerja Langsung
1	Topeng Merak	Rp 15.000
2	Patung Roro Blonyo (duduk)	Rp 35.000

Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

3. Harga pokok produksi

Perhitungan besarnya harga pokok produksi di perusahaan Kerajinan Kayu “Surodjo” dilakukan dengan cara menambahkan semua biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

Besarnya harga pokok produksi untuk tiap-tiap produk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Perhitungan Harga pokok produksi untuk Setiap Jenis Produk pada Tahun 2010 (per unit)

No.	Jenis Biaya	Jenis Produk	
		Topeng Merak	Patung Roro Blonyo (duduk)
1	Biaya Bahan Baku (kayu)	Rp 30.000	Rp 200.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 15.000	Rp 35.000
	Total	Rp 45.000	Rp 235.000

Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

4. Penentuan Harga Jual menurut Perusahaan

Berdasarkan harga pokok produksi yang telah ditentukan, perusahaan kemudian menentukan besarnya harga jual masing-masing produk. Penentuan harga jual berdasarkan pada harga pokok produksi ditambah

dengan *mark-up*. Besarnya *mark-up* untuk tiap-tiap produk adalah sebesar 75% untuk topeng merak dan 50% untuk patung roro blonyo (duduk).

Besarnya *mark-up* yang ditetapkan tersebut merupakan kebijaksanaan dari perusahaan. Perusahaan mengharapkan *mark-up* yang telah ditentukan ini dapat digunakan untuk menutup biaya-biaya bahan penolong, biaya-biaya non produksi dan memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan.

Penentuan harga jual menurut perusahaan dapat dilihat pada perhitungan berikut ini:

a. Topeng Merak

Harga pokok produksi Rp 45.000

$Mark-up = 75\% \times Rp\ 45.000$ Rp 33.750 +

Harga Jual Rp 78.750

b. Patung Roro Blonyo (duduk)

Harga pokok produksi Rp 235.000

$Mark-up = 50\% \times Rp\ 235.000$ Rp 117.500 +

Harga Jual Rp 352.500

Berdasarkan hasil analisis data diatas diperoleh bahwa penentuan harga jual pada Kerajinan Kayu “Surodjo” tidak tepat. Hal ini dikarenakan dalam menentukan harga jual, perusahaan ini tidak menghitung seluruh elemen-elemen biaya yang membentuk harga pokok produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Dalam menentukan harga

pokok produksi, perusahaan hanya menambahkan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Selain itu, dalam menentukan harga jual perusahaan langsung menambahkan *mark up* pada harga pokok produksi. Sedangkan penentuan harga jual menurut kajian teori, dalam hal ini penulis menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, dalam metode tersebut disebutkan bahwa harga jual diperoleh dari biaya produksi ditambah *mark-up*.

Perhitungan *mark up* diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{mark up} = \frac{\text{biaya non produksi} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{biaya produksi}} \times 100\%$$

Perbandingan prosedur penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan kajian teori dapat dirangkum sebagai berikut:

Tabel 4 Langkah-langkah dalam Penentuan Harga Jual menurut Perusahaan dan menurut Teori.

No.	Dasar Perbandingan	Menurut Teori	Menurut Perusahaan	Kesimpulan
1	Menghitung total biaya produksi	Menghitung total taksiran biaya produksi dengan menjumlahkan BBB, BTKL, dan BOP.	Menghitung total biaya produksi dengan menjumlahkan BBB dan BTKL.	Tidak tepat
2	Menghitung total biaya non produksi	Menghitung total taksiran biaya non produksi dengan menjumlahkan biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.	-	Tidak tepat
3	Menghitung total biaya penuh	Menjumlahkan total taksiran biaya produksi	-	Tidak tepat

		dan total taksiran biaya non produksi		
4	Menghitung persentase <i>mark up</i>	Menghitung persentase <i>mark-up</i> dengan cara menambahkan laba yang diharapkan dengan biaya non produksi kemudian dibagi dengan biaya produksi	Menggunakan asumsi bahwa <i>mark up</i> yang ditentukan telah mampu menutup seluruh biaya yang dikeluarkan dan memberikan laba yang maksimal	Tidak tepat
5	Menentukan harga jual per unit	Harga jual dihitung dengan cara menjumlah biaya produksi dengan besarnya <i>mark up</i> lalu dibagi dengan volume produk untuk menghasilkan harga jual per unit.	Harga jual dihitung dengan menambahkan biaya produksi (BBB+BTKL) dengan besarnya <i>mark up</i> .	Tidak tepat

Sumber: data diolah

B. Pengujian Permasalahan Kedua

Pengujian permasalahan kedua dilakukan dengan menerapkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dalam penentuan harga jual yang telah ditetapkan oleh Kerajinan Kayu “Surodjo” untuk masing-masing produk, yaitu topeng merak dan patung roro blonyo (duduk).

1. Menghitung Taksiran Biaya Bahan Baku

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi dan dapat diidentifikasi secara langsung terhadap produk. Biaya bahan baku yaitu harga perolehan macam-macam bahan baku yang digunakan dalam mengolah produk tersebut. Bahan baku yang dipergunakan dalam produksi ini adalah kayu, sedangkan bahan penolong yang berupa cat, lem, vernis, bensin, serta akrilik tidak dapat ditelusuri secara langsung pada produk sehingga digolongkan pada biaya overhead pabrik.

Berikut ini merupakan biaya bahan baku pada Kerajinan Kayu “Surodjo”.

Tabel 5 Taksiran Biaya Bahan Baku untuk Setiap Jenis Produk pada Tahun 2010

No.	Jenis Produk	Biaya Bahan Baku	Unit yang dihasilkan	Total biaya bahan baku
1	Topeng Merak	Rp 30.000	40	Rp 1.200.000
2	Patung Roro Blonyo (duduk)	Rp 200.000	25	Rp 5.000.000

Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

2. Menghitung Taksiran Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang jasanya dapat diidentifikasi manfaatnya pada produk tersebut. Biaya tenaga kerja dapat dibedakan menjadi biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang dapat diidentifikasikan secara langsung terhadap produk

tertentu, sedangkan biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya tenaga kerja pabrik yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung pada produk tertentu sehingga digolongkan menjadi biaya overhead pabrik. Berikut ini merupakan biaya tenaga kerja langsung pada Kerajinan Kayu “Surodjo”.

Tabel 6 Taksiran Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk Setiap Jenis Produk pada Tahun 2010

No.	Jenis Produk	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Unit yang dihasilkan	Total biaya tenaga kerja langsung
1	Topeng Merak	Rp 15.000	40	Rp 600.000
2	Patung Roro Blonyo	Rp 35.000	25	Rp 875.000

Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

3. Menghitung Taksiran Biaya Overhead Pabrik yang Dibebankan Terhadap Produk

Dalam menghitung biaya overhead pabrik yang dibebankan dalam suatu periode produksi tertentu diperlukan anggaran biaya overhead pabrik yang akan digunakan dalam perhitungan tarif yang digunakan untuk pembebanan biaya overhead pabrik. Biaya overhead pabrik yang telah terealisasi pada tahun sebelumnya akan menjadi anggaran biaya overhead pabrik pada tahun selanjutnya sehingga anggaran biaya overhead pabrik tahun 2010 merupakan biaya overhead pabrik yang telah terealisasi pada tahun 2009. Berikut merupakan anggaran biaya overhead pabrik pada tahun 2010:

Tabel 7 Biaya Overhead Pabrik yang Dianggarkan pada Tahun 2010

No.	Biaya Overhead Pabrik	Jumlah
1	Biaya Pemeliharaan Peralatan	Rp 900.000
2	Biaya Bahan Penolong: Cat tembok, lem fox, vernis, bensin, acrylic	Rp 3.600.000
	Total	Rp 4.500.000

Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

Dalam penetapan anggaran, biaya overhead pabrik yang telah dikeluarkan pada tahun sebelumnya akan menjadi anggaran tahun 2010.

Pada perhitungan tarif biaya overhead pabrik, anggaran biaya overhead pabrik pada tahun 2010 yang digunakan dalam perhitungan adalah sebesar Rp 4.500.000 dan kapasitas jumlah unit produksi normal menurut Kerajinan Kayu “Surodjo” adalah 400 unit.

Dasar yang digunakan untuk membebankan tarif biaya overhead pabrik pada produk adalah satuan produk. Metode ini merupakan metode yang paling sederhana dan langsung membebankan biaya overhead pabrik kepada produk.

Pembebanan biaya overhead pabrik untuk setiap produk dihitung dengan rumus sebagai berikut (Mulyadi, 2005:214).

$$\text{Tarif BOP per satuan} = \frac{\text{biaya overhead pabrik yang dianggarkan}}{\text{jumlah satuan produk yang dihasilkan}}$$

$$\begin{aligned} \text{Tarif BOP per satuan} &= \frac{\text{Rp 4.500.000}}{400} \\ &= \text{Rp 11.250 per unit produk} \end{aligned}$$

Pada penelitian ini perhitungan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* sehingga ada pemisahan antara biaya overhead pabrik variabel dan biaya overhead pabrik tetap. Berdasarkan pemisahan biaya overhead pabrik tersebut maka perhitungan tarif biaya overhead pabrik akan dihitung tersendiri untuk tarif biaya overhead pabrik variabel dan tarif biaya overhead pabrik tetap. Berikut ini perhitungan tarif biaya overhead pabrik:

Tabel 8 Perhitungan Tarif Biaya Overhead Pabrik pada Tahun 2010 Atas Dasar Kapasitas Normal 400 unit produksi (dalam Rp)

Jenis Biaya	Biaya	Tarif Variabel	Tarif Tetap	Tarif Total
BOP Variabel:				
• Bahan Penolong	3.600.000	9.000		9.000
BOP Tetap:				
• Pemeliharaan Peralatan	900.000		2.250	2.250
Jumlah	4.500.000	9.000	2.250	11.250 per unit produksi

Sumber: data diolah

Setelah diperoleh pembebanan biaya overhead pabrik sebesar Rp 11.250 per unit produksi maka biaya overhead pabrik yang dibebankan dapat dihitung dengan cara mengalikan tarif biaya overhead pabrik dengan unit produksi sesungguhnya yang terjadi pada tahun 2010. Unit produksi yang sesungguhnya pada tahun 2010 adalah 350 unit.

Berdasarkan cara perhitungan tersebut maka biaya *overhead* pabrik yang dibebankan untuk 350 unit (unit produksi sesungguhnya) adalah:

$$= \text{Rp } 11.250 \times 350 \text{ unit}$$

$$= \text{Rp } 3.937.500$$

Biaya *overhead* pabrik pada umumnya didefinisikan sebagai biaya bahan tidak langsung, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya lainnya yang tidak dapat diidentifikasi dengan mudah atau dibebankan langsung pada suatu pekerjaan.

Berikut ini merupakan biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan perusahaan untuk tahun 2010.

Tabel 9 Biaya *Overhead* Pabrik yang Sesungguhnya pada Tahun 2010

No.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Jumlah
1	Biaya Pemeliharaan Peralatan	Rp 900.000
2	Biaya Bahan Penolong: Cat tembok, lem fox, vernis, bensin, acrylic	Rp 3.450.000
	Total	Rp 4.350.000

Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

Pada perhitungan tersebut terdapat perbedaan dari jumlah biaya *overhead* pabrik yang dianggarkan dengan biaya *overhead* pabrik yang sesungguhnya.

Berikut adalah perbandingan biaya overhead pabrik yang dianggarkan dan biaya overhead pabrik yang sesungguhnya beserta selisihnya:

Tabel 10 Perbandingan Biaya Overhead Pabrik yang Dibebankan Dengan Biaya Overhead Pabrik yang Sesungguhnya

Biaya Overhead Pabrik yang Dianggarkan	Biaya Overhead Pabrik yang Sesungguhnya	Selisih
Rp 4.500.000	Rp 4.350.000	Rp 150.000 (menguntungkan)

Sumber: data diolah

Berdasarkan perbandingan tersebut diketahui terdapat selisih antara biaya overhead pabrik dianggarkan dengan biaya overhead pabrik sesungguhnya sebesar Rp 150.000. Selisih tersebut merupakan pembebanan terlalu tinggi (*over applied*) atau lebih dibebankan dan merupakan selisih menguntungkan. Untuk mengetahui penyebab timbulnya selisih (*varians*) tersebut, maka dapat dilakukan analisis *varians*. Analisis *varians* dilakukan dengan menghitung *varians* pengeluaran, *varians* variabel efisiensi, dan *varians* volume. Penjumlahan antara *varians* pengeluaran, *varians* variabel efisiensi, dan *varians* volume merupakan *varians* total biaya overhead pabrik.

Berikut ini merupakan analisis *varians* yang terdiri dari *varians* pengeluaran, *varians* efisiensi variabel, dan *varians* volume.

Tabel 11 Perhitungan *Varians* Pengeluaran

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya overhead pabrik sesungguhnya	4.350.000
Biaya overhead pabrik yang dianggarkan, pada kapasitas produksi sesungguhnya:	
Biaya overhead pabrik tetap	900.000
Biaya overhead pabrik variabel (350 x Rp 9.000)	<u>3.150.000</u>
	<u>4.050.000</u>
<i>Varians</i> Pengeluaran	300.000 (tidak menguntungkan)

Sumber: data diolah

Tabel 12 Perhitungan *Varians* Variabel Efisiensi

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya overhead pabrik yang dianggarkan pada kapasitas produksi sesungguhnya	4.050.000
Biaya overhead pabrik yang dianggarkan pada kapasitas produksi standar:	
Biaya overhead pabrik tetap	900.000
Biaya overhead pabrik variabel (400 x Rp 9.000)	<u>3.600.000</u>
	<u>4.500.000</u>
<i>Varians</i> Variabel Efisiensi	450.000 (menguntungkan)

Sumber: data diolah

Tabel 13 *Varians* Total Biaya Overhead Pabrik

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya overhead pabrik yang dianggarkan pada kapasitas produksi standar	4.500.000
Biaya overhead pabrik yang digunakan didalam proses kapasitas produksi standar (400 x Rp 11.250)	<u>4.500.000</u>
<i>Varians</i> Volume Overhead Pabrik	0

Sumber: data diolah

Tabel 14 *Varians* Total Biaya Overhead Pabrik

Keterangan	Jumlah (Rp)	Keterangan
<i>Varians</i> pengeluaran	300.000	TM
<i>Varians</i> variabel efisiensi	450.000	M
<i>Varians</i> volume	0	-
<i>Varians</i> Total Biaya Overhead Pabrik	150.000	M

Sumber: data diolah

Keterangan:

M : Menguntungkan

TM : Tidak Menguntungkan

Setelah dilakukan analisis *varians* maka diperoleh hasil penjumlahan dari *varians* pengeluaran, *varians* variabel efisiensi, dan *varians* volume adalah sama dengan selisih biaya overhead pabrik yang dianggarkan dengan biaya overhead pabrik sesungguhnya. Penyebab terjadinya selisih (*varians*) tersebut diakibatkan karena adanya penyimpangan dari *varians* pengeluaran, *varians* variabel efisiensi, dan *varians* volume.

Biaya overhead pabrik yang digunakan dalam perhitungan harga jual pada akhir periode adalah biaya overhead pabrik dibebankan untuk 350 unit (unit produksi sesungguhnya). Sedangkan biaya overhead pabrik sesungguhnya digunakan sebagai pembandingan biaya overhead pabrik yang dianggarkan, sehingga diperoleh selisih biaya overhead pabrik untuk periode tersebut. Selisih biaya overhead pabrik antara yang dianggarkan dan yang sesungguhnya tersebut diperlakukan langsung ke dalam elemen rugi-laba.

Karena selisih biaya overhead tersebut diperlakukan langsung ke dalam rugi-laba maka diperlukan jurnal yang digunakan untuk menutup selisih biaya overhead pabrik yang sifatnya merugikan adalah sebagai berikut:

Selisih Biaya Overhead Pabrik	Rp 150.000
Harga Pokok Penjualan	Rp 150.000

4. Menghitung Taksiran Harga Pokok Produksi

Pada kajian teori, unsur-unsur biaya yang membentuk harga pokok produksi per unit yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Perhitungan harga pokok produksi menurut kajian teori dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 15 Perhitungan Harga Pokok Produksi untuk Setiap Jenis Produk Menurut Kajian Teori

Jenis Biaya	Jenis Produk	
	Topeng Merak	Patung Roro Blonyo (duduk)
Biaya bahan baku	Rp 1.200.000	Rp 5.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	600.000	875.000
Biaya overhead pabrik	3.937.500	3.937.500
Harga pokok produksi	Rp 5.737.500	Rp 9.812.500

Sumber: data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan harga pokok produksi keseluruhan untuk topeng merak dan patung roro blonyo (duduk) yaitu dengan menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Sedangkan untuk mengetahui harga pokok produksi per unit tersebut adalah dengan membagi volume produksi yang dihasilkan.

Tabel 16 Perhitungan Harga Pokok Produksi (per unit)

Jenis produk	Total harga pokok produksi	Unit yang dihasilkan	Harga pokok produksi (per unit)
Topeng Merak	Rp 5.737.500	40	Rp 143.450
Patung Roro Blonyo (duduk)	Rp 9.812.500	25	Rp 392.500

Sumber: data diolah

5. Menghitung Taksiran Biaya Non Produksi

Biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi. Biaya non produksi dikelompokkan menjadi dua yaitu biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran. Biaya administrasi dan umum adalah semua biaya yang digunakan untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Sedangkan biaya pemasaran merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Biaya non produksi ini merupakan biaya bersama yang sulit diperhitungkan kepada masing-masing produk. Oleh karena itu untuk mempermudah dalam perhitungan diperlukan alokasi biaya.

Alokasi biaya merupakan pembebanan biaya secara proporsional dari biaya tidak langsung atau biaya bersama ke objek biaya (Bustami, 2007:177). Alokasi pembebanan biaya non produksi untuk masing-masing produk menggunakan metode nilai jual. Metode ini merupakan metode yang paling sering digunakan, dengan alasan bahwa antara biaya dan nilai jual terdapat hubungan secara langsung (Bustami, 2007:178).

Tabel 17 Biaya Administrasi dan Umum serta Biaya Pemasaran pada Tahun 2010

No.	Jenis Biaya	Jumlah
1	Biaya Administrasi dan Umum	
	• Operasional Adm&umum	Rp 1.200.000
2	Biaya Pemasaran:	
	• Biaya promosi	Rp 600.000
	• Biaya angkut	Rp 1.800.000
	• Biaya sewa tempat	Rp 900.000
Total		Rp 4.500.000

Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

Tabel 18 Harga Jual Produk menurut Kerajinan Kayu “Surodjo” pada Tahun 2010 (dalam Rp)

Jenis Produk	Harga Jual per unit	Unit produk yang dihasilkan	Jumlah harga jual seluruh produk
Topeng			
• Topeng Panji	70.000	25	1.750.000
• Topeng Merak #	78.750	40	3.150.000
• Topeng Serial Rama Shinta	122.500	25	3.062.500
• Topeng Serial Poenokawan	122.500	25	3.062.500
• Topeng Mimik Wajah Lucu	52.500	30	1.575.000
• Topeng Penthul Tembem	43.750	25	1.093.750
• Topeng Jathilan Patung	39.375	15	590.625
Patung			
• Roro Blonyo (duduk) #	352.500	25	8.812.500
• Roro Blonyo (berdiri)	547.500	20	10.950.000
• Serial Poenokawan	787.500	25	19.687.500
• Serial Ramayana	637.500	15	9.562.500
• Patung Semar	675.000	20	13.500.000
• Patung Prajurit Keraton (duduk)	900.000	15	13.500.000
Dekorasi			
• Dakon/congklak	56.250	25	1.406.250
• Hiasan gantung	150.000	20	3.000.000
Total		350	94.703.125

Produk yang digunakan sebagai objek penelitian.

Sumber: Kerajinan Kayu “Surodjo”

Alokasi pembebanan biaya non produksi terhadap masing-masing produk dapat dilihat pada perhitungan berikut ini:

a. Biaya Administrasi dan Umum

$$\begin{aligned}
 1) \text{ Topeng Merak} &= \frac{\text{harga jual produk}}{\text{total harga jual seluruh produk}} \times \text{biaya bersama} \\
 &= \frac{\text{Rp } 3.150.000}{\text{Rp } 94.703.125} \times \text{Rp } 1.200.000 \\
 &= \text{Rp } 39.914
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2) \text{ Patung Roro Blonyo} &= \frac{\text{harga jual produk}}{\text{total harga jual seluruh produk}} \times \text{biaya bersama} \\
 &= \frac{\text{Rp } 8.812.500}{\text{Rp } 94.703.125} \times \text{Rp } 1.200.000 \\
 &= \text{Rp } 111.665
 \end{aligned}$$

b. Biaya Pemasaran

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Topeng Merak} &= \frac{\text{harga jual produk}}{\text{total harga jual seluruh produk}} \times \text{biaya bersama} \\
 &= \frac{\text{Rp } 3.150.000}{\text{Rp } 94.703.125} \times \text{Rp } 3.300.000 \\
 &= \text{Rp } 109.764
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2) \text{ Patung Roro Blonyo} &= \frac{\text{harga jual produk}}{\text{total harga jual seluruh produk}} \times \text{biaya bersama} \\
 &= \frac{\text{Rp } 8.812.500}{\text{Rp } 94.703.125} \times \text{Rp } 3.300.000 \\
 &= \text{Rp } 307.078
 \end{aligned}$$

6. Menghitung Harga Jual Produk Menurut Kajian Teori

Dalam menentukan harga jual untuk masing-masing produk dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menghitung Taksiran Biaya Penuh

Taksiran biaya penuh dihitung dengan cara menambahkan total taksiran biaya produksi dengan total taksiran biaya non produksi tiap produk, seperti biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.

1) Topeng Merak

Biaya Produksi

Biaya bahan baku	Rp 1.200.000
Biaya tenaga kerja langsung	600.000
Biaya overhead pabrik	<u>3.937.500</u> +
Total taksiran biaya produksi	Rp 5.737.500

Biaya Non Produksi

Biaya adm & umum	Rp 39.914
Biaya pemasaran	<u>109.764</u> +
Total taksiran biaya non produksi	<u>Rp 149.678</u> +

Total taksiran biaya penuh Rp 5.887.178

2) Patung Roro Blonyo (duduk)

Biaya Produksi

Biaya bahan baku	Rp 5.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	875.000
Biaya overhead pabrik	<u>3.937.500</u> +
Total taksiran biaya produksi	Rp 9.812.500

Biaya Non Produksi

Biaya adm & umum	Rp 111.665
Biaya pemasaran	<u>307.078</u> +
Total taksiran biaya non produks	Rp <u>418.743</u> +
Total taksiran biaya penuh	Rp 10.231.243

b. Menghitung Laba yang Diharapkan

Setelah mengetahui biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi topeng merak dan patung roro blonyo (duduk), maka perusahaan menginginkan laba untuk masing-masing produk adalah laba sebesar 15% untuk topeng merak dan laba sebesar 5% untuk patung roro blonyo (duduk).

Tabel 19 Perhitungan Laba yang Diharapkan untuk setiap jenis produk

Jenis Produk	Taksiran Biaya Penuh (a)	Persentase laba yang diharapkan (b)	Laba yang Diharapkan $a \times b = c$
Topeng Merak	Rp 5.887.178	15%	Rp 880.100
Patung Roro Blonyo (duduk)	Rp 10.231.243	5%	Rp 511.600

Sumber: data diolah

c. Menghitung Persentase *Mark-Up*

Setelah menghitung laba yang diharapkan, maka langkah selanjutnya adalah menghitung besarnya persentase *mark-up*. Besarnya persentase *mark-up* dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut

$$\% \text{ mark-up} = \frac{\text{biaya non produksi} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{biaya produksi}} \times 100\%$$

1) Topeng Merak

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{biaya non produksi} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{biaya produksi}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 149.678 + \text{Rp } 880.100}{\text{Rp } 5.737.500} \times 100\% \\ &= 17,9\% \end{aligned}$$

2) Patung Roro Blonyo (duduk)

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{biaya non produksi} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{biaya produksi}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp } 418.743 + \text{Rp } 511.600}{\text{Rp } 9.812.500} \times 100\% \\ &= 9,5\% \end{aligned}$$

d. Menghitung Taksiran Harga Jual Produk Per Unit

Perhitungan taksiran harga jual produk menurut kajian teori untuk produk topeng merak dan patung roro blonyo (duduk) adalah sebagai berikut:

1) Topeng Merak

Biaya Produksi	Rp 5.737.500
<i>Mark-up</i> 17,9% x Rp 5.737.500 =	<u>1.027.050 +</u>
Taksiran Harga Jual	Rp 6.764.550
Unit produk yang dihasilkan	<u>40 unit :</u>
Taksiran Harga Jual per unit	Rp 169.114
(dibulatkan menjadi Rp 169.200)	

2) Patung Roro Blonyo (duduk)

Biaya Produksi	Rp 9.812.500
<i>Mark-up</i> 9,5% x Rp 9.812.500 =	<u>932.200 +</u>
Taksiran Harga Jual	Rp 10.745.000
Unit produk yang dihasilkan	<u>25 unit :</u>
Taksiran Harga Jual per unit	Rp 429.800

Dari hasil analisis data yang dilakukan diatas yaitu dengan menerapkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* pada penentuan harga jual perusahaan, maka diperoleh harga jual untuk produk topeng merak adalah Rp 169.200 dan untuk produk patung roro blonyo (duduk) adalah Rp 429.800.

C. Pengujian Permasalahan Ketiga

Pada pengujian yang ketiga ini, penulis menganalisa perbedaan antara penentuan harga jual yang ditentukan oleh perusahaan dengan harga jual yang

ditentukan dengan menerapkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Berdasarkan dari hasil analisis data yang telah penulis lakukan, maka diperoleh perbedaan dalam penentuan harga jual menurut perusahaan dan penentuan harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Perbedaan tersebut terjadi karena adanya perbedaan prosedur dalam penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan dengan penentuan harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

1. Prosedur Penentuan Harga pokok produksi

Prosedur penentuan harga pokok produksi menurut Kerajinan Kayu “Surodjo” tidak memasukkan seluruh elemen-elemen biaya yang membentuk harga pokok produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi hanya menambahkan biaya bahan baku dengan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan menurut kajian teori, harga pokok produksi dihitung dengan menambahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Atas adanya perbedaan prosedur penentuan harga pokok produksi ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa prosedur penetapan harga pokok produksi menurut Kerajinan Kayu “Surodjo” tidak tepat atau tidak sesuai dengan kajian teori.

2. Prosedur Penentuan Harga Jual

Prosedur penentuan harga jual pada Kerajinan Kayu “Surodjo” tidak sesuai dengan kajian teori. Hal ini dikarenakan dalam menentukan harga jual perusahaan hanya menambahkan *mark up* pada harga pokok produksi masing-masing produksi. Adapun perusahaan menentukan harga pokok produksi hanya dengan menambahkan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan untuk perhitungan *mark up*, perusahaan tidak menggunakan dasar apapun dalam perhitungan tersebut. Perusahaan menentukan *mark up* tersebut dengan perkiraan sudah mendapatkan keuntungan dari harga jual produk tersebut.

Sedangkan menurut kajian teori, harga jual ditentukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan taksiran biaya penuh

Taksiran biaya penuh dihitung dengan menambahkan biaya produksi dengan biaya non produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Sedangkan untuk biaya non produksi terdiri dari biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.

b. Menentukan laba yang diharapkan

Laba yang diharapkan dihitung dengan cara mengkalikan persentase laba yang diharapkan dengan total taksiran biaya penuh.

c. Menentukan persentase *mark up*

Persentase *mark up* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai

berikut:
$$\frac{\text{biaya non produksi} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{biaya produksi}} \times 100\%$$

d. Menentukan harga jual

Setelah diperoleh persentase *mark up* tersebut, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah menentukan harga jual. Harga jual ditentukan dengan mengkalikan persentase *mark up* dengan total taksiran biaya produksi.

Atas perbedaan prosedur dalam menentukan harga jual, maka harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan terdapat selisih dengan harga jual yang dihitung menurut kajian teori, yaitu dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan menggunakan pendekatan *full costing*. Selisih dari perbedaan antara harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dengan harga jual yang dihitung menurut kajian teori dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 20 Perbedaan Harga Jual menurut Kajian Teori dan menurut Perusahaan

Jenis Produk	Harga Jual menurut Teori	Harga Jual menurut Perusahaan	Selisih	Persentase
Topeng Merak	Rp 169.200	Rp 78.750	Rp 90.450	53,5%
Patung Roro Blonyo (duduk)	Rp 429.800	Rp 352.500	Rp 77.300	18%

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang dilakukan atas data yang diperoleh dari Kerajinan Kayu “Surodjo”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penentuan harga jual pada Kerajinan Kayu “Surodjo” tidak tepat. Hal ini dikarenakan dalam menentukan harga jual, perusahaan ini tidak menghitung seluruh elemen-elemen biaya yang membentuk harga pokok produk seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Dalam menentukan harga pokok produksi, perusahaan hanya menambahkan biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Selain itu, dalam menentukan harga jual perusahaan langsung menambahkan *mark up* pada harga pokok produksi. *Mark up* tersebut ditentukan oleh perusahaan dengan anggapan bahwa atas penambahan *mark up* tersebut perusahaan dapat menutup biaya penolong dan biaya non produksi yang dikeluarkan serta memperoleh keuntungan dari harga jual tersebut.
2. Setelah diterapkannya metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dalam penentuan harga jual pada Kerajinan Kayu “Surodjo”, harga jual yang ditentukan dengan menggunakan metode ini menjadi lebih tinggi daripada harga jual yang telah ditentukan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan karena

dalam metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* ini harga jual dihitung dengan menentukan total biaya penuh sebagai dasar untuk mencari *mark up* lalu *mark up* tersebut ditambahkan pada harga pokok produksi untuk menentukan harga jual produk.

3. Perbedaan perhitungan harga jual yang ditentukan oleh perusahaan dengan harga jual yang dihitung dengan menerapkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*, harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode tersebut menjadi lebih tinggi. Hal ini disebabkan perbedaan prosedur dalam perhitungan harga jual produk.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berdasarkan pada informasi dan penjelasan dari pemilik perusahaan. Pemilik perusahaan tidak dapat memberikan data secara lengkap. Selain itu pemilik tidak mempunyai catatan keuangan sehingga dalam memberikan informasi kepada peneliti, pemilik perusahaan hanya menggunakan perkiraan akan besarnya biaya yang dibutuhkan baik dalam kegiatan produksi maupun operasional perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, terdapat perbedaan mengenai penentuan harga jual produk menurut perusahaan dengan penentuan harga jual menurut teori. Dari perbedaan tersebut, penulis menyarankan agar dalam

menentukan harga jual produk, perusahaan diharapkan memperhitungkan biaya overhead pabrik yang akan berpengaruh pada besarnya harga pokok produk dan perusahaan diharapkan juga memperhitungkan biaya non produksi ke dalam penentuan harga jual.



PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Bastomi, Suwadji. 2000. *Seni Kriya Seni*. Semarang: UNNES Press.
<http://mazgun.wordpress.com/2008/09/22/seni-kriya-nusantara/> diunduh pada 21 Oktober 2009.
- Bustami, Bastian & Nurlela. 2007. *Akuntansi Biaya: Kajian Teori dan Aplikasi*, Edisi I., Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Gunawan, Oktaviana. 2003, *Evaluasi Penentuan Tarif Paket Perjalanan Wisata dengan Metode Cost Plus Pricing Pendekatan Full Costing*. Skripsi: Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta
- Hammer, Lawrence H, William K. Carter, Milton F. Usry. 1994. *Cost Accounting*. Eleventh Edition. Ohio. College Division South-Western Publishing Co.
- Kotler. Philip. 2003 *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Sembilan. PT Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip & Amstrong, Gary. 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. PT Indeks, Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 2. Penerbit Erlangga
- Nugroho, Stefanus Fajar. 2005. *Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk untuk Pasar Dalam Negeri dan Luar Negeri dengan Metode Cost Plus Pricing Pendekatan Full Costing*. Skripsi: Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta
- Mulyadi, 2001, *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*, Edisi III., Jakarta: Salemba Empat
- _____, 2005, *Akuntansi Biaya*, Edisi V, Cetakan VII., Yogyakarta: UPP AMP YKPN

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Polimeni, Ralph S, Sheila A. Handy, James A. Cashin. 1993. *Schaum's Outline of Theory and Problems of Cost Accounting*. 3rd Edition. Mc Graw Hill International Editions

Surpiyono, R.A. 1990. *Akuntansi Biaya 1*. Edisi 2. Cetakan Kelima. Yogyakarta:BPFE.

_____, 2001. *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen*, Edisi I. Yogyakarta: BPFE

Wijaya, Yenni. 2010, *Evaluasi Penentuan Harga Pokok Produksi*. Skripsi: Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta

