

**PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI**

**Penerapan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing***

**Pendekatan *Full Costing***

**Studi Kasus pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

**Putriarti Manggiasih Kusuma Ningrum**

**NIM : 06 2114 120**

**Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2011**

**PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI**

**Penerapan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing***

**Pendekatan *Full Costing***

**Studi Kasus pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

**Putriarti Manggiasih Kusuma Ningrum**

**NIM : 06 2114 120**

**Program Studi Akuntansi**

**Fakultas Ekonomi**

**Universitas Sanata Dharma**

**Yogyakarta**

**2011**

**PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI**

**Skripsi**

**PENERAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS  
PRICING PENDEKATAN FULL COSTING**

**Studi Kasus pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta**

**Oleh:**

**Patriarti Manggiasih Kusuma Ningrum**

**NIM: 06 2114 120**

**Telah disetujui oleh:**

**Pembimbing Utama**



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

**Tanggal : 5 April 2011**

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Skripsi

### PENERAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING PENDEKATAN FULL COSTING

Studi Kasus pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

Putriarti Manggiasih Kusuma Ningrum

NIM: 06 2114 120

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 23 Mei 2011

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Nama Lengkap

Ketua : Dra. YFM. Gien Agustawansari, M.M., Akt.

Sekretaris : Lisia Apriani, S.E., M. Si., Akt., QIA.

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

Anggota : Drs. Edi Kustanto, M.M.

Anggota : Lisia Apriani, S.E., M. Si., Akt., QIA.

Tanda Tangan

*[Signature]*

*[Signature]*

*[Signature]*

*[Signature]*

*[Signature]*

Yogyakarta, 31 Mei 2011

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan

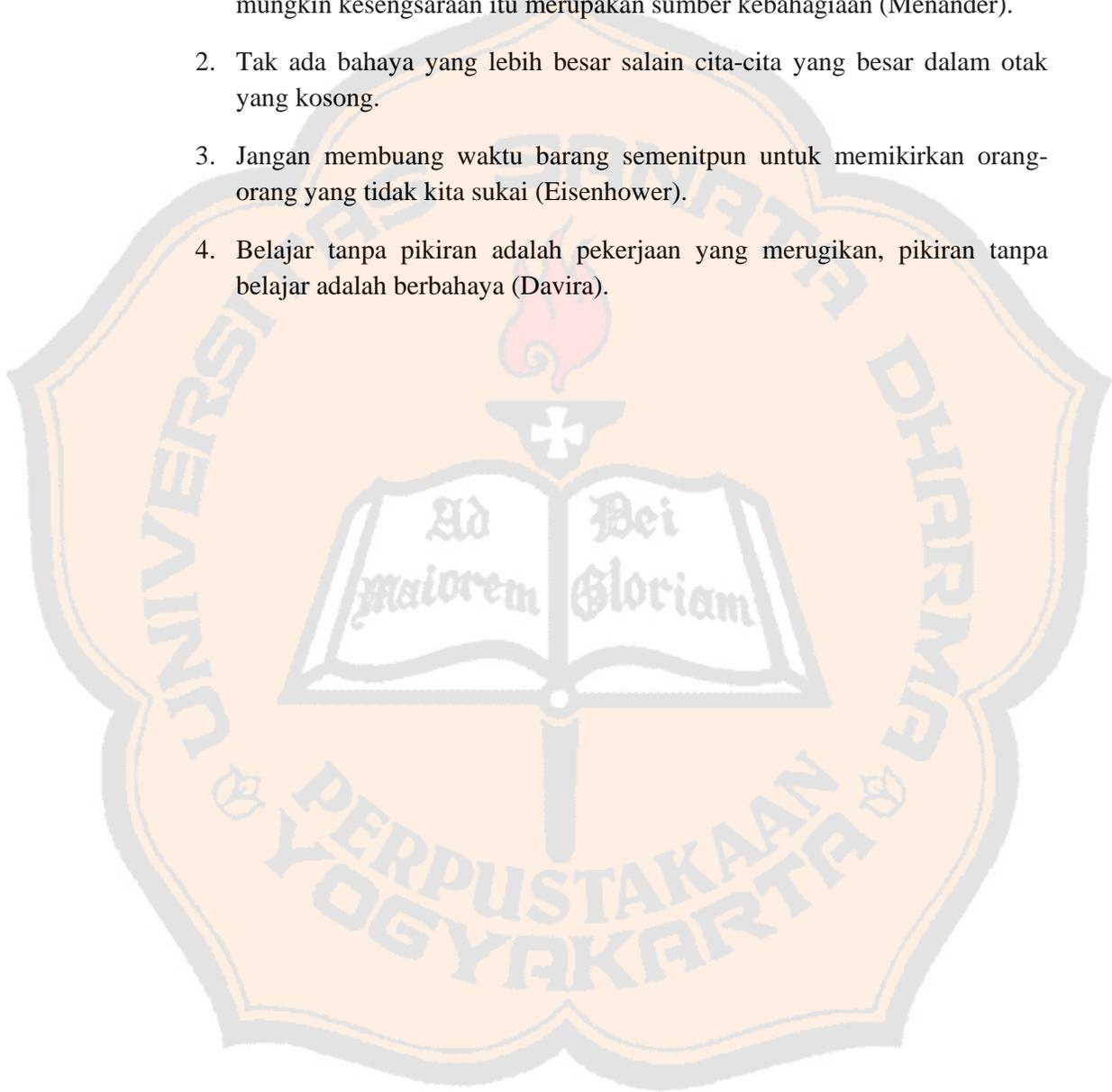


*[Signature]*  
Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## HALAMAN MOTTO

1. Jangan putus asa, betapapun besarnya kesengsaraan yang diderita, mungkin kesengsaraan itu merupakan sumber kebahagiaan (Menander).
2. Tak ada bahaya yang lebih besar selain cita-cita yang besar dalam otak yang kosong.
3. Jangan membuang waktu barang semenitpun untuk memikirkan orang-orang yang tidak kita sukai (Eisenhower).
4. Belajar tanpa pikiran adalah pekerjaan yang merugikan, pikiran tanpa belajar adalah berbahaya (Davira).

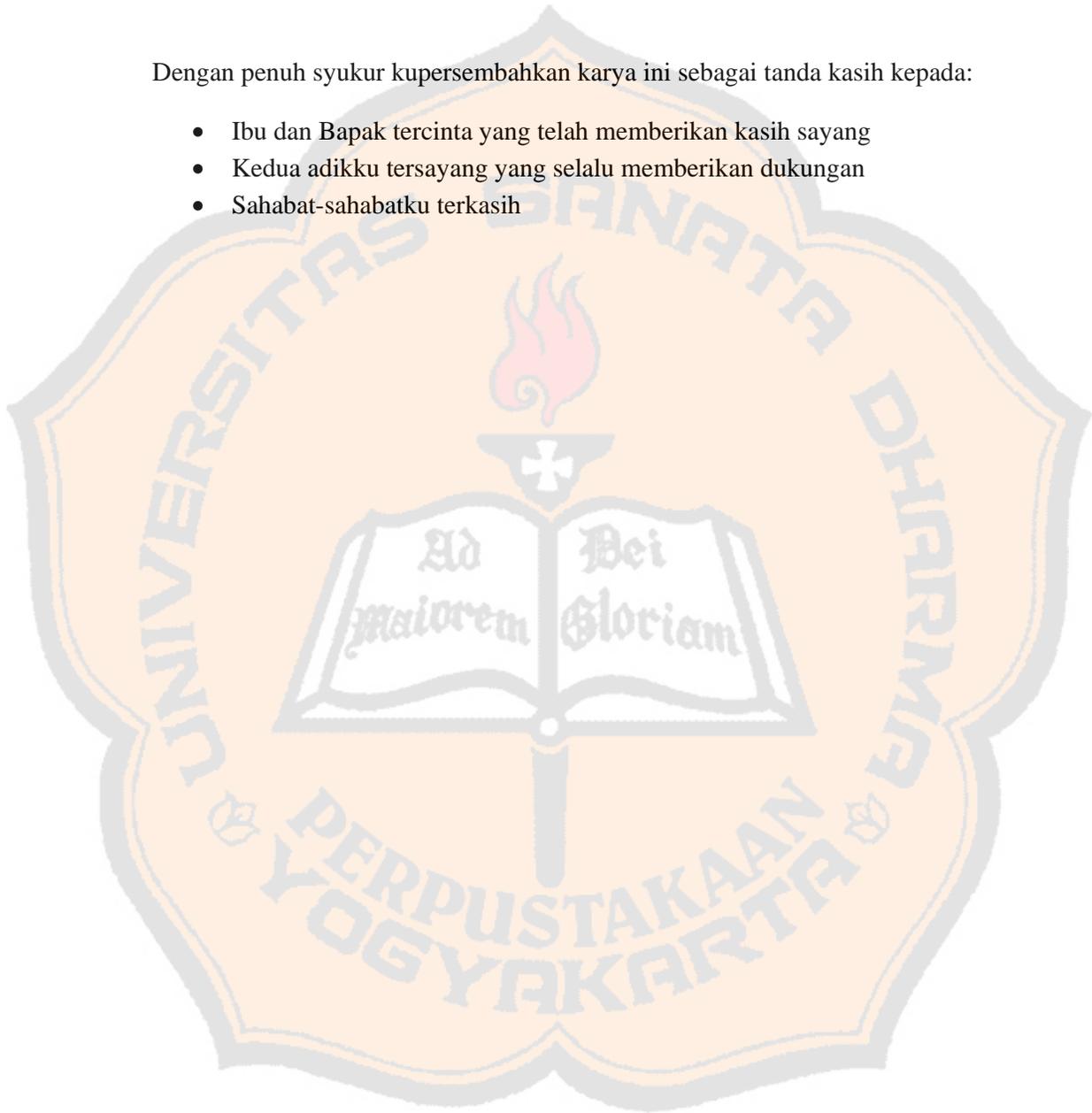


# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur kupersembahkan karya ini sebagai tanda kasih kepada:

- Ibu dan Bapak tercinta yang telah memberikan kasih sayang
- Kedua adikku tersayang yang selalu memberikan dukungan
- Sahabat-sahabatku terkasih



# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**Penerapan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing***

**Pendekatan *Full Costing***

**Studi Kasus pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Yogyakarta, 31 Mei 2011

Yang Menyatakan,



Putriarti Manggiasih Kusuma Ningrum

# 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 : Putriarti Manggiasih Kusuma Ningrum

Nomor Mahasiswa : 06 2114 120

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

### **PENERAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING* (Studi Kasus pada CV. Centra Grafindo 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 31 Mei 2011

Yang menyatakan



(Putriarti Manggiasih Kusuma Ningrum)

ABSTRACT

**The Pricing by *Cost Plus Pricing Method* with  
*Full Costing Approach*  
a Case Study at CV. Centra Grafindo Yogyakarta  
Putriarti Manggiasih Kusuma Ningrum  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2011**

This research aimed to know the method of pricing implemented in CV. Centra Grafindo and to compare the procedure of pricing implemented in CV. Centra Grafindo and the one based on *Cost plus pricing Method* with *Full Costing Approach*

This type of research was case study research. The data used consisted of: (1) General description of the company (2) Data of production cost (3) The factors affecting product cost (4) The data on the steps of pricing (5) Classifying and calculating the cost that contributed to product cost. The techniques of data collection which are employed in this research were: (1) interview method and (2) documentation method

There are two techniques of analysis employed in this research: (1) Descriptive technique by presenting the research data on the elements related to the product pricing in CV. Centra Grafindo and (2) Comparative Technique, carried out by comparing between the data collected from the company and the *Cost Plus Pricing Method* with *Full Costing Approach*

Based on the research and analysis conducted, it was known that the procedure of pricing in CV. Centra Grafindo was not in line with the theoretical review. It was because of the difference in the steps of procedure of the targeted profit determination, in which the company used *Margin Profit* in the scale of 20 % of the total of full cost, while the theory suggested the application of *mark-up*.

**ABSTRAK**

**Penerapan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing***

**Studi Kasus pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta**

**Putriarti Manggiasih Kusuma Ningrum**

**Universitas Sanata Dharma**

**Yogyakarta**

**2011**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode penetapan harga jual yang ditetapkan oleh CV. Centra Grafindo dan membandingkan prosedur penentuan harga jual yang ditetapkan CV. Centra Grafindo Yogyakarta dengan penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Jenis penelitian adalah studi kasus. Data yang dicari meliputi (1) gambaran umum perusahaan, (2) data biaya yang dikeluarkan untuk produksi, (3) faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual produk, (4) data langkah-langkah penetapan harga jual produk, (5) mengklasifikasi dan menghitung biaya-biaya yang menentukan besarnya harga jual produk. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah (1) wawancara dan (2) dokumentasi.

Ada dua teknik analisis yang digunakan yaitu (1) teknik deskriptif, dengan menyajikan data dari hasil penelitian mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan penetapan harga jual produk CV. Centra Grafindo dan (2) teknik komparatif, dengan membandingkan antara data yang diperoleh dari perusahaan dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Berdasarkan penelitian dan analisis yang dilakukan, diperoleh hasil yaitu prosedur penetapan harga jual pada CV. Centra Grafindo tidak sesuai dengan kajian teori. Ketidaksihesuaian tersebut disebabkan karena adanya perbedaan langkah-langkah dalam prosedur penerapan laba yang diharapkan, dimana perusahaan menggunakan *margin profit* sebesar 20% dari total biaya penuh, sedangkan menurut kajian teori menggunakan *mark-up*.

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “**Penerapan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing*: Studi Kasus pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta**”.

Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan melengkapi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt., QIA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Yusef Widya Karsana, M.Si., Akt., QIA selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini disela kesibukan waktu beliau.
3. Semua Dosen jurusan akuntansi yang telah memberikan semua ilmunya.
4. Bapak Rony Sugiarto, selaku Direktur Utama CV. Centra Grafindo Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
5. Mbak Pia dan Mbak Siti yang telah membantu penulis dalam memperoleh data informasi yang diperlukan dalam penelitian.
6. Ibu dan Bapak tercinta, terima kasih atas doa, cinta kasih, dan kesabaran yang begitu besar.
7. Adik-adik tersayang dan segenap keluarga besar.
8. Sahabat-sahabat: Dion, Damas, Dewi, Agatha, Elli, Nila, Mea, Gita, Andri, Doni, Yenny, Ave, Juli, Joko, Aji, Esti, Eska, Reza, Ravika, Agdian, dan teman-teman seangkatan lainnya, yang begitu banyak memberikan bantuan, dorongan, dan doa hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

## PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

9. 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.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan masukan yang bersifat membangun. Semoga penulisan skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih sekali lagi bagi semua pihak yang telah membantu dalam penulisan ini.

Yogyakarta, 31 Mei 2011

Penulis



Putriarti Manggiasih Kusuma Ningrum

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Sistematika Penulisan .....	4

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## BAB II LANDASAN TEORI

A. Biaya .....	6
1. Pengertian Biaya .....	6
2. Jenis-Jenis Biaya dan Pengelompokannya.....	6
3. Elemen Biaya Produksi.....	10
B. Harga Pokok Produk .....	15
1. Pengertian Harga Pokok Produk .....	15
2. Fungsi Harga Pokok Produk .....	16
3. Metode Pengumpulan Harga Pokok.....	17
4. Metode Penentuan Harga Pokok Produk .....	20
C. Harga Jual .....	22
1. Pengertian Harga Jual .....	22
2. Tujuan Penentuan Harga Jual.....	22
3. Prosedur dan Metode Penetapan Harga Jual.....	23
4. Metode Penentuan Harga Jual <i>Cost Plus Pricing</i> .....	31
5. Keunggulan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Full Costing</i> .....	34
6. Perbedaan Antara Pendekatan <i>Full Costing</i> dengan Pendekatan <i>Variabel Costing</i> .....	35

## BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	37
B. Waktu Penelitian .....	37
C. Tempat Penelitian .....	37
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	37
E. Data yang Dicari .....	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	38

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	41
B. Visi dan Misi .....	42
C. Struktur Organisasi Perusahaan .....	43
D. Produksi .....	49
E. Personalia .....	52
F. Pemasaran .....	54

## BAB V DESKRIPSI DATA, ANALISIS DATA, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data .....	57
B. Analisis Data .....	78
C. Pembahasan .....	81

## BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan .....	84
B. Keterbatasan Penelitian .....	86
C. Saran .....	87

DAFTAR PUSTAKA .....	88
----------------------	----

## LAMPIRAN

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## DAFTAR TABEL

Tabel V- I Tabel Pemakaian Bahan Baku Langsung .....	60
Tabel V- II Tabel Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	62
Tabel V- III Tabel Anggaran Biaya <i>Overhead</i> Pabrik .....	63
Tabel V- IV Tabel Perhitungan Tarif BOP .....	67
Tabel V-V Tabel Biaya Pemakaian <i>Overhead</i> Pabrik .....	69
Tabel V-VI Tabel Perbandingan BOP Dibebankan BOP Sesungguhnya .....	71
.....	71
Tabel V-VII Tabel Perhitungan Varians Pengeluaran .....	72
Tabel V-VIIITabel Perhitungan Varians Variabel Efisiensi .....	72
Tabel V-IX Tabel Perhitungan Varians Volume .....	73
Tabel V-X. Tabel Perhitungan Varians Total BOP .....	73
Tabel V- XI Penetapan Harga Pokok Produksi .....	75
Tabel V-XII Tabel Perbandingan Prosedur Penetapan Harga Jual .....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV. I Struktur Organisasi Perusahaan..... 44



# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dewasa ini, banyak perusahaan berkompetisi untuk menawarkan nilai lebih agar dapat bersaing di pasar dengan melakukan berbagai macam cara untuk dapat menarik konsumen. Harga mempunyai peranan penting dalam menentukan keberhasilan pemasaran produk dan kelangsungan hidup perusahaan. Harga jual sangat mempengaruhi berkembang atau tidaknya suatu perusahaan. Dalam jangka panjang, harga jual harus cukup untuk menutup seluruh biaya dan laba normal, agar perusahaan dapat bertahan. Jika biaya dan laba yang diinginkan tidak dapat ditutup oleh harga jual, maka para investor akan mencari peluang yang lebih menguntungkan di perusahaan lain.

Banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan mengenai penetapan harga jual baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Faktor dari dalam perusahaan seperti biaya produksi dan biaya lain-lain yang relevan, laba yang diinginkan, sedangkan faktor dari luar yang mempengaruhi pengambilan keputusan mengenai penetapan harga jual adalah persaingan, luas pasar, serta sifat produk. Penetapan harga jual merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran dan suatu fungsi manajemen yang penting, karena keputusan penetapan harga jual akan mempengaruhi tingkat penjualan produk dan laba yang akan dicapai perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan harga jual

dalam pengambilan keputusan harga jual, sehingga perusahaan dapat memperoleh penjualan maksimal dengan memberikan harga serendah mungkin, namun kualitas dan jenis produk yang bermutu, serta perusahaan tetap memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diharapkan, dan dapat memberikan tingkat pengembalian investasi yang tinggi bagi perusahaan.

*Cost Plus Pricing* merupakan salah satu metode untuk menetapkan harga jual produk perusahaan yang bertujuan untuk membantu manajemen dalam menentukan harga yang wajar pada produknya sehingga akan didapat laba yang diharapkan. 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 penetapan harga pokok produk dilakukan dengan memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian penetapan harga jual yang ada pada perusahaan percetakan dan penerbitan CV. Centra Grafindo Yogyakarta karena berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan terdapat keistimewaan salah satu jenis produk yang diproduksi oleh CV. Centra Grafindo, yaitu Produk Buku Simpanan Bank BPD dimana produk tersebut tidak tersedia di perusahaan percetakan dan penerbitan lain, sehingga dalam penetapan harga jual perusahaan tidak berdasarkan pada harga jual yang ada di pasar. Oleh karena itu, penulis mencoba

untuk menerapkan penetapan harga jual pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Dengan diterapkannya metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dalam penetapan harga jual pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta maka diharapkan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan percetakan dan penerbitan tersebut wajar (tidak akan terlalu tinggi maupun terlalu rendah), serta dapat menghasilkan laba yang maksimal sehingga mampu menutup seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

#### **B. Rumusan Masalah**

Mengingat pentingnya penentuan harga jual untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan atau laba perusahaan, maka masalah yang dirumuskan oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses penetapan harga jual yang ditetapkan oleh CV. Centra Grafindo?
2. Apakah proses penetapan harga jual yang ditetapkan oleh CV. Centra Grafindo sudah sesuai dengan kajian teori?
3. Bagaimana harga jual yang terjadi pada CV. Centra Grafindo bila menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*?

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode penetapan harga jual yang ditetapkan oleh CV. Centra Grafindo dan membandingkan prosedur penentuan harga jual yang ditetapkan CV. Centra Grafindo Yogyakarta dengan penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi manajemen perusahaan dalam menetapkan harga jual.

#### 2. Bagi Penulis

Penelitian ini sangat membantu penulis untuk lebih memahami metode *cost plus pricing* dalam penetapan harga jual.

#### 3. Bagi Pembaca

Hasil penulisan ini semoga nantinya akan dapat menambah wawasan dalam penetapan harga jual.

### 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 : METODE 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, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, produksi, personalia, 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

### LANDASAN TEORI

#### A. Biaya

##### 1. Pengertian Biaya

Biaya merupakan faktor penting bagi perusahaan dalam perencanaan dan penetapan harga jual. Berikut adalah beberapa pengertian dari biaya:

- a. Biaya adalah harga pokok yang telah dikeluarkan di dalam proses untuk menghasilkan pendapatan, yaitu jumlah pengeluaran dan beban yang diperkenankan, langsung atau tidak langsung untuk menghasilkan barang atau jasa (IAI, 1979:40).
- b. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyadi, 1983:3).
- c. Biaya adalah suatu nilai tukar, prasyarat, atau pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat yang dalam akuntansi keuangan, prasyarat atau pengorbanan tersebut pada tanggal perolehan dinyatakan dengan pengurangan kas atau aktiva lainnya pada saat ini atau di masa mendatang (Sprouse, 1962:25).

##### 2. Jenis-Jenis Biaya dan Pengelompokannya

Pengelompokkan biaya diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu manajemen dalam mencapai tujuannya.

Pengelompokan ini didasarkan pada (Matz, 1990: 23-29):

a. Biaya dalam Hubungannya dengan Volume Produksi

Beberapa jenis biaya bervariasi langsung dengan perubahan volume produksi atau keluaran, sedang biaya lainnya relatif tidak berubah (*fixed*). Manajemen harus memperhatikan kecenderungan biaya yang bervariasi dengan keluaran jika mereka ingin merencanakan suatu strategi perencanaan yang baik dan mengendalikan biaya dengan berhasil. Biaya dalam hubungannya dengan volume produksi dapat dibedakan menjadi tiga macam yaitu :

a). Biaya Variabel

Secara umum biaya variabel mempunyai ciri-ciri perubahan jumlah total dalam proporsi yang sama dengan perubahan volume, biaya per unit relatif konstan meskipun volume berubah dalam rentang yang relevan, dapat dibebankan kepada departemen operasi dengan cukup mudah dan tepat, dan dapat dikendalikan oleh seorang kepala departemen tertentu. Biaya yang mempunyai ciri-ciri ini umumnya meliputi bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

b). Biaya Tetap

Ciri-ciri biaya tetap adalah jumlah keseluruhan yang tetap dalam rentang keluaran yang relevan, penurunan biaya per unit bila volume bertambah dalam rentang yang relevan, dapat

dibebankan kepada departemen-departemen berdasarkan keputusan manajemen, dan tanggung jawab pengendalian lebih banyak dipikul oleh manajemen eksekutif daripada oleh penyedia operasi.

c). Biaya Semivariabel

Beberapa biaya mengandung unsur-unsur tetap dan variabel. Biaya ini mencakup suatu jumlah yang sebagian tetap dalam rentang keluaran yang relevan, dan bagian lainnya bervariasi sebanding dengan perubahan jumlah keluaran. Misalnya, biaya listrik yang digunakan untuk penerangan cenderung menjadi biaya tetap karena berapa pun jumlah keluaran yang dihasilkan, penerangan akan tetap diperlukan oleh pabrik yang sedang beroperasi. Sebaliknya, tenaga listrik yang digunakan untuk mengoperasikan peralatan akan bervariasi sesuai dengan pemakaian peralatan tersebut.

Ada tiga metode yang digunakan secara luas untuk memisahkan biaya semivariabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel, yaitu : metode tinggi rendah, metode *scatterplot*, dan metode kuadrat terkecil.

b. Biaya dalam Hubungannya dengan Departemen Pabrikasi

Departemen-departemen dalam sebuah pabrik pada umumnya dapat digolongkan ke dalam dua kategori yaitu, departemen produksi dan departemen jasa. Dalam departemen produksi,

operasi secara manual ataupun dengan mesin, seperti membentuk dan merakit, dilaksanakan langsung terhadap produk atau bagian-bagiannya. Biaya yang dikeluarkan departemen semacam ini akan dibebankan kepada produk tersebut. Departemen jasa memberikan jasa/pelayanan yang bermanfaat bagi departemen lainnya. Kendati departemen jasa tidak pernah terlibat langsung dalam proses produksi, namun biayanya merupakan bagian dari total overhead pabrik, yaitu biaya dari bahan tidak langsung seperti minyak pelumas, minyak gemuk, dan lap pembersih, oleh karena itu harus dimasukkan dalam biaya produk.

- c. Biaya dalam hubungannya dengan Periode Akuntansi  
Biaya dapat dikelompokkan sebagai belanja barang modal (*capital expenditure*) atau sebagai pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*). Belanja barang modal /pengeluaran modal dimaksudkan untuk menghasilkan manfaat dalam periode-periode mendatang dan dicatat sebagai aktiva. Namun pada akhirnya, belanja barang modal yang dianggap sebagai aktiva tadi akan masuk dalam arus biaya bila digunakan atau bila habis masa manfaatnya.
- d. Biaya dalam Hubungannya dengan Tujuan Planning dan Pengendalian Biaya
  - a) *Budget*, diperlukan dalam membuat planning yang merupakan fungsi pokok dalam manajemen perusahaan, budget ini

bernilai taksiran berapa besarnya biaya-biaya yang akan dikeluarkan oleh suatu perusahaan dan dalam hubungannya dengan akuntansi biaya, maka akuntansi biaya memberikan data biayanya untuk membuat budget.

- b) *Standard Cost*, adalah biaya yang ditentukan di muka untuk bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya produksi tak langsung. Standard cost ini dapat dipergunakan untuk mengontrol efisiensi perusahaan, dan juga standard cost adalah dasar dari pembuatan *budget*.
- e. Biaya dalam Hubungannya dengan Keperluan Analisa
  - a) *Actual Cost*, yaitu biaya-biaya yang sebenarnya terjadi untuk memproduksi suatu barang.
  - b) *Estimate Cost*, yaitu biaya-biaya yang diperhitungkan di muka pada awal periode akuntansi sebagai usaha untuk menaksir biaya-biaya yang sebenarnya.
  - c) *Normal Cost*, yaitu biaya rata-rata yang sebenarnya untuk memproduksi atau menjual barang.
  - d) *Product Cost*, yaitu biaya yang termasuk dalam persediaan barang.

### 3. Elemen Biaya Produksi

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memproduksi bahan baku menjadi barang setengah jadi dan barang jadi. Dalam

menghasilkan produk, perusahaan menggunakan berbagai biaya produksi. Berikut merupakan elemen biaya produksi:

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

Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan (Supriyono, 1999:20).

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, yang elemennya dapat digolongkan kedalam:

- 1) Biaya bahan penolong;
- 2) Biaya tenaga kerja tidak langsung;
- 3) Penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik;
- 4) Reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik;
- 5) Biaya listrik dan telepon pabrik;
- 6) Biaya asuransi pabrik;

7)Biaya *overhead* lainnya.

d. Metode Pembebanan Biaya *Overhead* Pabrik

1) Berdasarkan Biaya Yang Sebenarnya Terjadi

Pembebanan biaya *overhead* pabrik berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi bertujuan agar seluruh produk yang dihasilkan dalam suatu periode akuntansi dapat menyerap seluruh biaya *overhead* pabrik, baik secara teratur maupun tidak teratur. Dengan menggunakan metode ini, pembebanan biaya *overhead* pabrik harus menunggu hingga akhir periode akuntansi sehingga seluruh biaya sudah diketahui jumlahnya.

Kelebihan dari metode pembebanan biaya *overhead* berdasarkan biaya sesungguhnya terjadi ini adalah harga pokok produksi yang dihasilkan tidak diragukan lagi ketelitiannya. Sedangkan kelemahannya adalah perhitungan harga pokok produksi tidak dapat dilakukan sebelum satu periode akuntansi atau sebelum proses produksi selesai.

2) Berdasarkan Taksiran (Anggaran) Biaya

Pembebanan biaya *overhead* pabrik dengan menggunakan pendekatan ini adalah dengan cara mengalokasikan atau membebankan biaya *overhead* pabrik kepada produk berdasarkan biaya yang jumlahnya telah ditaksir (dianggarkan), sehingga diperlukan taksiran terhadap jumlah produk yang dihasilkan maupun biaya dalam satu periode akuntansi.

Kelebihan dari pembebanan biaya *overhead* pabrik berdasarkan taksiran ini adalah perhitungan harga pokok produksi tidak perlu menunggu sampai semua biaya terkumpul yaitu pada akhir periode akuntansi. Sedangkan kelemahan dari pendekatan ini adalah tingkat ketelitian dari harga pokok produksi yang dihasilkan lebih rendah daripada menggunakan biaya sesungguhnya terjadi.

Prosedur pembebanan biaya *overhead* pabrik berdasarkan taksiran biaya memerlukan penentuan tarif atas dasar mana biaya tersebut akan dibebankan kepada setiap unit produk yang dihasilkan sehingga pendekatan ini disebut juga pembebanan biaya *overhead* pabrik berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka. (Harnanto, 1992: 151-152).

e. Penentuan Tarif Biaya *Overhead* Pabrik

Perhitungan tarif biaya *overhead* pabrik dapat dilakukan apabila taksiran atau anggaran biaya *overhead* pabrik dan tingkat kegiatan telah ditetapkan. Ada beberapa basis alokasi yang dapat digunakan untuk menghitung tarif biaya *overhead* pabrik (Firdaus, 2009: 253-257)

1) Jumlah Unit Produksi

Basis ini membebankan *overhead* sama besar terhadap masing-masing unit yang diproduksi. Basis ini baik digunakan terutama jika perusahaan hanya menghasilkan satu jenis produk.

Tarif *overhead* pabrik yang dihitung dengan rumus berikut:

$$\frac{\text{Budget BOP}}{\text{Budget unit produksi}} = \text{Tarif Biaya } \textit{Overhead} \text{ Pabrik per unit produk}$$

2) Biaya Bahan Langsung

Basis alokasi ini dapat digunakan apabila terdapat hubungan langsung antara biaya bahan langsung dan biaya *overhead* pabrik, dimana dari data biaya yang lalu menunjukkan persentase biaya *overhead* pabrik terhadap biaya bahan langsung relatif sama selama satu periode. Tarif *overhead* pabrik yang dihitung dengan rumus berikut:

$$\frac{\text{Budget BOP}}{\text{Budget biaya bahan langsung}} \times 100\% = \text{Persentase biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik dari bahan langsung}$$

3) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Basis alokasi ini dapat digunakan apabila biaya *overhead* pabrik mempunyai hubungan erat dengan biaya tenaga kerja langsung.

Tarif *overhead* pabrik yang dihitung dengan rumus berikut:

$$\frac{\text{Budget BOP}}{\text{Budget biaya tenaga kerja langsung}} \times 100\% = \text{Persentase biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik dari biaya tenaga kerja langsung}$$

4) Jam Tenaga Kerja Langsung

Jika terdapat tarif upah yang sangat bervariasi diantara 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:

$$\frac{\text{Budget BOP}}{\text{Budget jam tenaga kerja}} = \text{Tarif biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik per jam tenaga kerja langsung langsung}$$

#### 5) Jam Mesin

Otomatisasi biasanya menunjukkan adanya hubungan yang erat antara jumlah jam mesin dan biaya *overhead* pabrik. Biaya *overhead* pabrik yang berkaitan dengan jam mesin seperti penyusutan, pemeliharaan, listrik, bahan-bahan dan pelumas.

Tarif *overhead* pabrik yang dihitung dengan rumus berikut:

$$\frac{\text{Budget BOP}}{\text{Budget jam mesin}} = \text{Tarif biaya } \textit{overhead} \text{ pabrik per jam mesin}$$

## B. Harga Pokok Produk

### 1. Pengertian Harga Pokok Produk

Harga pokok adalah jumlah pengeluaran dan beban yang diperkenankan, langsung atau tidak langsung untuk menghasilkan

barang atau jasa di dalam kondisi dan tempat dimana barang tersebut dapat dipergunakan atau dijual (IAI, 1979:40).

Harga pokok adalah suatu gambaran kuantitatif dari pengorbanan yang harus dilakukan oleh produsen pada penukaran barang-barang atau jasa-jasa yang ditawarkan di pasar (Schroeff, 1976:11).

## 2. Fungsi Harga Pokok Produk

### a. Sebagai dasar penentuan harga jual

Dengan mengetahui harga pokok suatu produk, maka penjual akan dapat menentukan harga jual produk tersebut.

### b. Sebagai dasar untuk menentukan besarnya keuntungan

Disamping tujuan lainnya, keuntungan yang layak adalah menjadi tujuan utama dari setiap perusahaan, perusahaan harus mengetahui harga pokok, dengan demikian perusahaan harus menjual produknya di atas harga pokok untuk memperoleh keuntungan.

### c. Sebagai dasar untuk pengawasan terhadap efisiensi perusahaan

Dengan mengetahui perhitungan harga pokok sebuah produk, maka diketahui cara bekerjanya manajemen, efisiensi atau tidak.

### d. Sebagai alat untuk membantu manajemen mengambil keputusan

kebijaksanaan yang diambil pimpinan sangat berpengaruh terhadap jalannya kegiatan usaha, untuk itu memerlukan data dan informasi mengenai hal-hal yang menyangkut proses produksi.

### e. Sebagai dasar untuk penyusunan laporan keuangan

Jumlah persediaan bahan mentah, produk dalam proses, produk yang telah siap dijual, upah tenaga kerja yang telah dan masih harus dibayar, pinjaman yang belum terlunasi, akan menjadi data-data dalam penyusunan laporan keuangan perusahaan. Pada umumnya setiap toko atau perusahaan di dalam melakukan operasi usahanya akan menghadapi persoalan dalam menentukan harga pokok produksi. Penentuan harga pokok produk ini amat penting, baik bagi perusahaan perdagangan, perusahaan jasa maupun perusahaan industri.

### 3. Metode Pengumpulan Harga Pokok

Pada pengumpulan harga pokok produk dikelompokkan menjadi tiga metode (Mulyadi, 2005:35), yaitu:

#### a. Metode Harga Pokok Pesanan

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk pesanan tertentu dan harga pokok produksi per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

Karakteristik metode harga pokok pesanan:

- 1) Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap proses produk dihitung harga pokok produksinya secara individual.

- 2) Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
- 3) Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik.
- 4) Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya *overhead* pabrik diperhitungkan ke dalam harga pokok produk pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan di muka.
- 5) Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

b. Metode Harga Pokok Proses Pengantar

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan biaya produksi yang digunakan oleh perusahaan yang mengolah produksinya secara massa. Di dalam metode ini, biaya produksi dikumpulkan untuk setiap proses selama jangka waktu tertentu, dan biaya produksi per satuan dihitung dengan cara membagi total biaya produksi dalam proses tertentu, selama periode tertentu,

dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dari proses tersebut selama jangka waktu yang bersangkutan.

Karakteristik metode harga pokok proses :

- a. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar.
- b. Produk yang dihasilkan dari bulan ke bulan adalah sama.
- c. Kegiatan produksi dimulai dengan diterbitkannya perintah produksi yang berisi rencana produksi produk standar untuk jangka waktu tertentu.

c. Metode Harga Pokok Proses Lanjutan

Metode harga pokok proses lanjutan akan menguraikan lebih lanjut metode harga pokok proses yang telah memperhitungkan harga pokok persediaan produk dalam proses awal periode. Harga pokok persediaan produk dalam proses yang dihitung harga pokoknya pada akhir periode akan menjadi harga pokok persediaan produk dalam proses pada awal periode dalam departemen produksi yang bersangkutan. Harga pokok persediaan produk dalam proses awal periode ini akan mempunyai pengaruh dalam penentuan harga pokok produk selesai yang ditransfer ke departemen berikutnya atau ke gudang. Dalam metode harga pokok proses-lanjutan, metode penentuan harga pokok produksi yang digunakan untuk memperhitungkan harga pokok persediaan produk dalam proses

awal adalah dengan metode harga pokok rata-rata tertimbang dan metode masuk pertama-keluar pertama.

4. Metode Penentuan Harga Pokok Produk

Dalam perhitungan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksinya, terdapat dua pendekatan (Mulyadi, 2005:40)

a. Metode *Full Costing*

Metode *full costing* merupakan penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang berperilaku variabel maupun tetap.

Harga pokok produksi menurut *full costing* terdiri dari:

Biaya Bahan Baku	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	xx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel	<u>xx</u> +
Harga Pokok Produk	xx

Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku tetap maupun variabel, dibebankan pada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya overhead pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu, biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan jadi yang belum laku dijual, dan baru dianggap sebagai biaya apabila produk jadi tersebut telah terjual.

Penggunaan metode ini dalam penentuan harga pokok mempunyai keuntungan. Harga pokok yang ditentukan berdasarkan *full costing* dalam jangka panjang memberikan rasa aman bagi manajemen. Hal ini disebabkan semua biaya yang berhubungan dengan pembuatan produk telah dimasukkan, baik biaya langsung maupun tidak langsung.

b. Metode *Variable Costing*

*Variable costing* adalah metode penentuan harga pokok produk yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk.

Harga pokok produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari:

Biaya Bahan Baku	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx
Biaya <i>Overhead</i> Variabel	<u>xx +</u>
Harga Pokok Produk	xx

Didalam metode *variable costing*, biaya *overhead* tetap diperlakukan sebagai *period cost* bukan sebagai harga pokok produk, biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya di dalam periode dimana biaya *overhead* pabrik tetap terjadi. Dengan demikian didalam metode *variable costing*, biaya *overhead* tetap tidak melekat pada proses produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya.

### C. Harga Jual

#### 1. Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah harga yang ditentukan suatu toko atau perusahaan terhadap barang atau jasa yang mereka jual (D. Hartanto, 1981:80). Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1987:332).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa apabila seseorang ingin membeli atau menjual suatu barang atau jasa, maka seseorang tersebut harus mengeluarkan sejumlah uang sebagai pengganti barang atau jasa tersebut. Penentuan harga jual merupakan keputusan penting yang harus diambil oleh pihak manajemen, karena akan mempengaruhi volume penjualan dan tingkat laba yang diperoleh.

#### 2. Tujuan Penentuan Harga Jual

Untuk menentukan harga jual dengan tepat, manajemen terlebih dahulu harus menentukan tujuan dari penetapan harga, karena penetapan harga produk atau jasa merupakan salah satu keputusan penting bagi perusahaan. Adapun tujuan penetapan harga adalah (Rewoldt, 1987:11)

- a. Untuk menetapkan suatu target *return on investment*
- b. Stabilitas harga dan margin
- c. Untuk mencapai suatu target *market share*
- d. Untuk mengatasi atau mencapai persaingan
- e. Untuk memaksimalkan laba

### 3. Prosedur dan Metode Penetapan Harga Jual

#### a. Memilih tujuan penetapan harga

Pada dasarnya setiap perusahaan harus memutuskan apa yang ingin dicapainya dari produk tersebut. Jika perusahaan telah memilih posisi dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya termasuk harga akan otomatis sejalan dengannya.

Semakin jelas tujuan perusahaan, maka semakin mudah untuk perusahaan tersebut menetapkan harga. Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utama jika mengalami kelebihan kapasitas, persaingan yang ketat, atau keinginan konsumen yang berubah-ubah. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan terus berputar, perusahaan akan menurunkan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan.

#### b. Menentukan permintaan

Permintaan pelanggan mempengaruhi semua fase bisnis. Secara umum para pelanggan menginginkan barang-barang dan jasa yang berkualitas tinggi dan harga rendah. Jika semua barang itu sama, para pelanggan akan membeli barang yang harganya lebih murah, sedikit yang akan membeli harga yang lebih tinggi.

Suatu faktor penting yang menentukan dimana perubahan harga akan menghasilkan perubahan kuantitas disebut sebagai elastisitas

harga permintaan, atau suatu tingkat penentuan dimana jumlah barang yang diminta berubah sesuai dengan perubahan harga. Secara umum permintaan elastis untuk suatu barang berarti suatu peningkatan harga pada persentase tertentu akan menurunkan kuantitas permintaan lebih besar dari persentase penurunan harga. Dengan kata lain permintaan itu elastis ketika suatu peningkatan harga sejumlah persentase tertentu menaikkan jumlah permintaan lebih tinggi dari persentase tersebut. Sedangkan permintaan tidak elastis terjadi ketika perubahan harga pada persentase tertentu terkait dengan perubahan kuantitas barang dengan persentase yang lebih kecil. Apabila permintaan itu bersifat *unitary elasticity*, maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan jumlah yang dijual dalam proporsi yang sama. Dengan kata lain penurunan harga sebesar 10% akan mengakibatkan naiknya volume penjualan sebesar 10% pula.

Tiap harga yang dikenakan perusahaan akan menghasilkan level permintaan yang berbeda-beda dan karena itu akan memberikan pengaruh yang berbeda pula terhadap tujuan pemasarannya.

c. Memperkirakan biaya

Permintaan menentukan batas harga tertinggi yang dapat dikenakan perusahaan atas produknya. Sedangkan biaya perusahaan menentukan batas terendahnya. Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menutup biaya produksi, distribusi, dan penjualan

produk, termasuk tingkat pengembalian investasi yang memadai atas usaha dan resiko yang dilakukannya. Biaya perusahaan ada 2 jenis, biaya tetap dan variabel. Biaya tetap adalah biaya-biaya yang tidak dipengaruhi oleh produksi atau penjualan. Biaya total merupakan jumlah biaya tetap dan biaya variable untuk tiap level produksi tertentu. Biaya rata-rata adalah biaya per unit untuk level produksi tersebut, biaya tersebut sama dengan total biaya dibagi produksi. Manajemen ingin menetapkan harga yang setidaknya dapat menutup biaya produksi total pada level produksi tertentu.

d. Menganalisis biaya, harga, dan tawaran pesaing

Dalam rentang kemungkinan harga yang ditentukan oleh permintaan pasar dan biaya perusahaan, perusahaan harus memperhitungkan biaya pesaing, harga pesaing dan kemungkinan reaksi harga oleh pesaing. Jika tawaran perusahaan serupa dengan tawaran pesaing utamanya, maka perusahaan harus menetapkan harga yang dekat dengan harga pesaing atau ia akan kehilangan penjualan. Jika tawaran perusahaan lebih rendah mutunya, perusahaan tidak dapat menetapkan harga yang lebih tinggi dari pada pesaing. Jika penawaran perusahaan lebih tinggi mutunya, perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaing. Akan tetapi, perusahaan harus menyadari bahwa pesaing dapat mengubah harganya sebagai tanggapan atas harga perusahaan.

e. Memilih 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 3 (tiga) kelompok yaitu:

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

Hubungan biaya dengan harga tidak selalu sama. Pengukuran biaya sangat penting apabila pembeli telah setuju untuk membayar harga berdasarkan biaya. Biaya produk sering dijadikan patokan terendah untuk harga jual, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Tanpa memperhatikan konsep biaya yang digunakan, perusahaan harus selalu menekan biaya sekecil mungkin dengan menerapkan metode produksi dan pemasaran yang paling efisien. Berikut adalah beberapa metode penetapan harga berdasarkan biaya-*plus* (Gayle,1999:335-340):

- i. Penetapan harga berdasarkan biaya variabel (*variable cost pricing*), menekankan margin kontribusi dengan membedakan perilaku biaya variabel dan tetap. Salah satu bentuk dari penetapan harga berdasarkan biaya variabel adalah dengan menambahkan *mark-up* terhadap biaya variabel hingga mencapai biaya penuh. Para pendukung penetapan harga berdasarkan biaya variabel berpendapat bahwa metode ini memungkinkan manajer untuk menentukan harga baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang karena hal itu terkait dengan pengaruh perbedaan harga terhadap total biaya tetap. Akan tetapi ada risiko bila terlalu memusatkan perhatian kepada biaya variabel dan margin kontribusi.
- ii. Penetapan harga berdasarkan biaya diferensial (*differential cost pricing*), juga disebut penetapan harga berdasarkan biaya marjinal (*marginal cost pricing*) memusatkan perhatian pada biaya tetap dan laba yang diperoleh dari pesanan tambahan. Metode ini menambahkan *mark-up* kepada biaya diferensial. Disamping itu biaya diferensial dari suatu pesanan sama dengan kenaikan total biaya yang disebabkan oleh produksi unit-unit tambahan. Penetapan harga ini memperhitungkan baik biaya tetap maupun variabel

sebagai biaya diferensial sebelum ditambahkan dengan *mark-up* dan cara ini cocok untuk situasi tertentu, khususnya yang bersifat jangka pendek.

- iii. Penetapan harga berdasarkan biaya penuh (*Full-cost pricing*), metode ini tidak hanya menentukan biaya langsung produk tetapi juga mengalokasikan biaya tidak langsung yang tidak terkait langsung dengan salah satu lini produk.
- iv. Penetapan harga berdasarkan biaya konversi (*conversion cost pricing*), metode ini tidak memperhitungkan bahan yang digunakan dalam produk, sebaliknya penekanannya adalah pada tenaga kerja dan overhead pabrik yang diperlukan, yang dikenal sebagai biaya konversi. Perusahaan lazimnya menggunakan penetapan harga berdasarkan biaya konversi bila bahan disediakan oleh pembeli. Dengan cara ini perusahaan dapat merealisasikan laba yang lebih besar dengan mengarahkan perhatian pada produk yang tidak banyak memerlukan tenaga kerja dan overhead karena mereka dapat menghasilkan serta menjual unit yang lebih besar. Perusahaan dapat menggunakan teori penetapan harga ini secara efektif

jika kapasitas pabriknya terbatas karena kendala kapasitas adalah biaya tenaga kerja dan overhead.

- v. Penetapan harga berdasarkan biaya langsung (*direct cost pricing*), perusahaan menentukan harga jual beberapa persen diatas biaya langsung produk bersangkutan. Penetapan harga dengan cara ini sangat tepat apabila biaya tidak langsung yang seharusnya ditanggung secara merata oleh setiap lini produk pada hakikatnya merupakan persentase yang sama dari biaya langsung dan apabila aktiva yang digunakan setiap lini produk adalah sama.

(2) 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 diatas 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*.

(3) *Target Pricing*

Dalam penetapan harga berdasarkan sasaran pengembalian perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi (ROI) yang diinginkan.

2. *Demand Oriented Pricing*

Adalah 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*

Adalah 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 3 (tiga) kebijakan yaitu sama, lebih rendah, atau lebih tinggi dari harga pesaing.

4. Metode Penentuan Harga Jual *Cost Plus Pricing*

Metode yang biasa digunakan dalam menentukan harga jual produk standar adalah metode *cost plus pricing*. *Cost plus pricing* adalah penetapan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal (*cost plus pricing*) menurut Mulyadi (2001:348) ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang Diharapkan}$$

a. Metode *cost plus pricing* dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu sebagai berikut:

1) Pendekatan Harga Pokok Produksi Penuh (*full costing*)

*Full costing* adalah pendekatan penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi baik biaya tetap maupun biaya variabel ke produk, seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead tetap, dan biaya overhead variabel.

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Produksi} + \text{markup} \quad (\text{Mulyadi, 1993:356})$$

$$\text{Mark-up} = \frac{\text{Biaya Non Produksi} + \text{Laba yang Diharapkan}}{\text{Biaya Produksi}}$$

Unsur- unsur biaya yang terdapat dalam pendekatan tersebut menurut Mulyadi (2001:349) yaitu:

Biaya Bahan Baku	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx

Biaya Overhead Pabrik (tetap dan variabel)	<u>xx</u> +	
Taksiran Total Biaya Produksi		xxx
Biaya Administrasi dan Umum	xx	
Biaya Pemasaran	<u>xx</u> +	
Taksiran Total Biaya Non Produksi		<u>xxx</u> +
Taksiran Biaya Penuh		xxx

2) Pendekatan Harga Produksi Variabel (*variabel costing*)

*Variabel costing* adalah pendekatan penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi ditambah markup untuk menutup semua biaya tetap serta menghasilkan laba yang diinginkan. Elemen-elemen yang termasuk didalamnya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead variabel (biaya overhead pabrik tetap dianggap bukan biaya produksi melainkan biaya periode).

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Variabel} + \text{markup}$$

$$\text{Mark-up} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Laba yang Diharapkan}}{\text{Biaya Variabel}}$$

Unsur-unsur biaya yang terdapat didalam pendekatan ini menurut Mulyadi (2001:350) yaitu:

**Biaya Variabel:**

Biaya Bahan Baku	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx

Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>xx +</u>	
Taksiran Total Biaya Produksi Variabel		xxx
Biaya Administrasi dan Umum Variabel	xx	
Biaya Pemasaran Variabel	<u>xx +</u>	
Taksiran Total Biaya Variabel		xxx
<b>Biaya Tetap:</b>		
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xx	
Biaya administrasi dan Umum Tetap	xx	
Biaya Pemasaran Tetap	<u>xx +</u>	
Taksiran Total Biaya Tetap		<u>xxx +</u>
Taksiran Biaya Penuh		xxx

b. Laba yang Diharapkan

Unsur kedua yang perlu diperhatikan dalam perhitungan harga jual adalah laba yang diharapkan yang dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Hal yang perlu diperhatikan dalam memperkirakan besarnya laba yang diharapkan menurut Mulyadi (2001:350-351) adalah:

1) *Cost of Capital* (biaya modal)

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan yang besarnya dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

## 2) Risiko Bisnis

Semakin besar risiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan maka semakin besar pula persentase yang ditanamkan pada *cost of capital* dalam perhitungan laba yang diharapkan dan demikian pula sebaliknya.

## 3) Besarnya *Capital Employed*

Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa akan mengakibatkan semakin besar pula yang diharapkan produk atau jasa akan mengakibatkan semakin besar pula yang diharapkan dalam perhitungan harga jual. Besarnya *capital employed* secara kasar dapat dilihat dari jumlah aktiva yang ada dalam neraca awal tahun anggaran atau taksiran rata-rata total aktiva selama anggaran.

## 5. Keunggulan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*

Antara Lain (Mulyadi, 1983:29-55) :

### a. Lebih bermanfaat untuk perencanaan laba jangka panjang

1) Dengan membagi biaya berdasarkan fungsi pokok kegiatan dalam perusahaan kedalam biaya produksi dan biaya non produksi yang memungkinkan untuk menganalisa hubungan antara biaya, volume, laba.

2) Dengan memperlihatkan laba kotor akan dapat menunjukkan jumlah uang yang akan menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang diharapkan.

b. Lebih bermanfaat untuk pengendalian biaya jangka panjang

- 1) Dalam *full costing*, biaya non produksi baik yang bersifat variabel maupun tetap dikumpulkan dan disajikan dalam laporan rugi laba sebagai pengurang laba kotor.
- 2) Didalam metode *full costing* biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal. Oleh karena itu biaya overhead pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk jadi yang belum laku dijual dan baru dianggap sebagai biaya apabila produk jadi tersebut telah terjual.

c. Lebih bermanfaat untuk pembuatan keputusan jangka panjang

- 1) *Full Costing* lebih menekankan laba jangka panjang.
- 2) Ditinjau dari segi penentuan harga, harga jual menurut metode *full costing* harus dapat menutup total biaya penuh termasuk biaya tetap didalamnya.

6. Perbedaan Antara Pendekatan *Full Costing* dengan Pendekatan *Variabel Costing* yaitu (Halim, 1990:37-38) :

- a. Pada *full costing*, biaya produksinya ada 2 yaitu biaya tetap dan biaya variabel sedangkan pada *variabel costing* biaya produksinya hanya biaya variabel karena biaya tetapnya dianggap sebagai biaya periode.
- b. Pada *full costing*, biaya overhead pabrik yang bersifat tetap diperhitungkan dalam harga pokok dan diakui sebagai biaya jika produk atau jasa yang bersangkutan sudah terjual karena biaya

overhead pabrik tetap masih melekat pada persediaan produk atau jasa yang belum terjual sedangkan pada variabel costing biaya overhead pabrik tetap diperlakukan sebagai biaya periodik karena langsung diakui sebagai biaya pada saat terjadinya.

- c. Pada laporan rugi laba *full costing*, biaya-biaya dikelompokkan berdasarkan fungsi pokok yang ada dalam perusahaan yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum, sedangkan pada *variabel costing* biaya-biaya digolongkan berdasarkan perilakunya terhadap perubahan volume kegiatan perusahaan.
- d. Pada perhitungan rugi laba, *full costing* menggunakan istilah laba kotor yaitu kelebihan hasil penjualan dari harga pokok penjualan, sedangkan pada *variabel costing* menggunakan istilah margin kontribusi yaitu kelebihan hasil penjualan dari biaya-biaya variabel.

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian merupakan studi kasus pada CV. Centra Grafindo Yogyakarta. Hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh hanya berlaku untuk CV. Centra Grafindo dan tidak dapat digeneralisasi terhadap objek penelitian lain.

#### B. Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada bulan September tahun 2010.

#### C. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. Centra Grafindo Yogyakarta.

#### D. Subjek dan Objek Penelitian

##### 1. Subjek Penelitian

- a. Pimpinan Perusahaan
- b. Bagian Akuntansi
- c. Bagian Administrasi
- d. Bagian Pemasaran

##### 2. Objek Penelitian

- a. Biaya administrasi umum
- b. Biaya pemasaran
- c. Biaya-biaya yang berhubungan dengan penetapan harga jual produk
- d. Metode penetapan harga

E. Data yang Dicari

1. Gambaran umum perusahaan
2. Data biaya yang dikeluarkan untuk produksi
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual produk
4. Data langkah-langkah penetapan harga jual produk
5. Mengklasifikasi dan menghitung biaya-biaya yang menentukan besarnya harga jual produk.

F. Teknik Pengumpulan Data

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 CV. Centra Grafindo, 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.

G. Teknik Analisis Data

1. Teknik Deskriptif

Teknik analisis deskriptif adalah penyajian data dari hasil penelitian mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan penetapan harga jual produk CV. Centra Grafindo.

2. Teknik Komparatif

Teknik analisis komparatif adalah membandingkan antara data yang diperoleh dari perusahaan dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Data dari perusahaan
  - a. Mendeskripsikan langkah-langkah penetapan harga pokok produk yang telah ditetapkan perusahaan.
  - b. Menyajikan total biaya produksi dengan total biaya non produksi yang ditetapkan perusahaan.
  - c. Menyajikan data harga jual produk berdasarkan perhitungan perusahaan.
- 2). Menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*
  - a. Menentukan total biaya penuh (*full costing*)

Biaya Bahan Baku	xx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (variabel+tetap)	<u>xx+</u>
Total Biaya Produksi	xxx
Biaya Administrasi dan Umum	xx
Biaya Pemasaran	<u>xx +</u>
Total Biaya Non Produksi	<u>xxx +</u>
Total Biaya Penuh	xxx

b. Menentukan besarnya laba yang diharapkan

Laba yang diharapkan = aktiva penuh x ROI

c. Menentukan besarnya *mark-up*

$$\text{Mark - up} = \frac{\text{LD} + \text{BNP}}{\text{BP}}$$

**Keterangan:**

LD : Laba yang diharapkan

BNP : Biaya Non Produksi

BP : Biaya Produksi

d. Menentukan harga jual per unit

= Harga Pokok Produk (per unit) + *mark-up*

- 3). Melakukan analisis perbandingan antara langkah-langkah penetapan harga jual produk yang telah ditentukan oleh perusahaan dengan langkah-langkah penetapan harga jual dengan kajian teori yang sesuai, kemudian menarik kesimpulan apakah langkah-langkah penetapan harga jual produk yang ditetapkan perusahaan sesuai atau tidak dengan kajian teori tersebut. Jika terdapat perbedaan dalam prosedur penetapan harga jual produk menurut perusahaan dengan kajian teori maka penulis menganalisis dimana letak perbedaan itu.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

CV. Centra Grafindo merupakan suatu bentuk usaha yang bergerak dibidang usaha cetak dan penerbitan. Kegiatannya lebih diutamakan pada jenis usaha periklanan khususnya dibidang *outdoor* terutama yang berkaitan dengan cetak-mencetak, diantaranya pamflet, brosur, buku, undangan dan segala macam bentuk dan jenis cetakan. Usaha percetakan ini didirikan pada tanggal 3 Februari 2002 yang berlokasi di Jl. Taman Siswa No. 115. Prakarsa Pendirian usaha itu dibuat oleh 3 orang, yakni Bapak Rony Sugiarto, Bapak Benyamin Prasetyo, dan Bapak Eko Budianto. Pada awal pendirian usaha, CV. Centra Grafindo hanya memiliki 1 mesin cetak, 1 mesin potong, 1 mesin *expose*, dan 1 unit komputer. Sedangkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki pada saat itu berjumlah 5 orang. Namun seiring berjalannya waktu, CV. Centra Grafindo mulai memperluas usahanya dengan mendirikan Centra Litera Media pada awal tahun 2006, yang merupakan satuan usaha CV. Centra Grafindo sebagai penerbitan buku. Dalam hal ini, Centra Litera Grafindo masih dalam satu manajemen CV. Centra Grafindo dan masih dalam satu tempat yang sama.

Pada tahun 2007, CV Centra Grafindo mengembangkan kembali usahanya dengan membuka Spotindo. Spotindo berbeda dengan CV. Centra Grafindo karena Spotindo bergerak pada bidang *finishing*, yaitu melayani *glossy* (pelapisan seperti plastic berwarna terang), *doffe* (pelapisan seperti plastic

buram), UV (pelapisan seperti pernis mengkilap), dan *bending* (penjilidan dan *shrink*). Spotindo juga melayani pembuatan cover atau poster.

CV. Centra Grafindo semakin berkembang, terbukti pada akhir tahun 2008, CV Centra Grafindo membeli sebuah kantor baru, kemudian CV. Centra Grafindo yang semula berlokasi di Jl. Tamansiswo No. 115 berpindah lokasi ke Jl. Suryopranoto No. 5 Yogyakarta, dimana kantor baru ini sebagai pusat kegiatan administrasi serta percetakan. Sedangkan kantor sebelumnya dimanfaatkan sebagai cabang CV. Centra Grafindo yang diberi nama CV. Mitra Grafika.

Pada bulan April 2010, CV. Centra Grafindo membuka cabang lagi yang bernama *Centro Ctcp & Image Setter*. *Centro Ctcp & Image Setter* melayani cetak plate dan film dengan mesin yang modern, sehingga pencetakan lebih efisien. Dalam jangka waktu 8 tahun, CV. Centra Grafindo mampu berkembang dan bertahan, yang semula hanya memiliki beberapa buah mesin, sekarang sudah ada puluhan mesin cetak dengan kualitas yang baik.

## **B. Visi dan Misi**

### 1. Visi

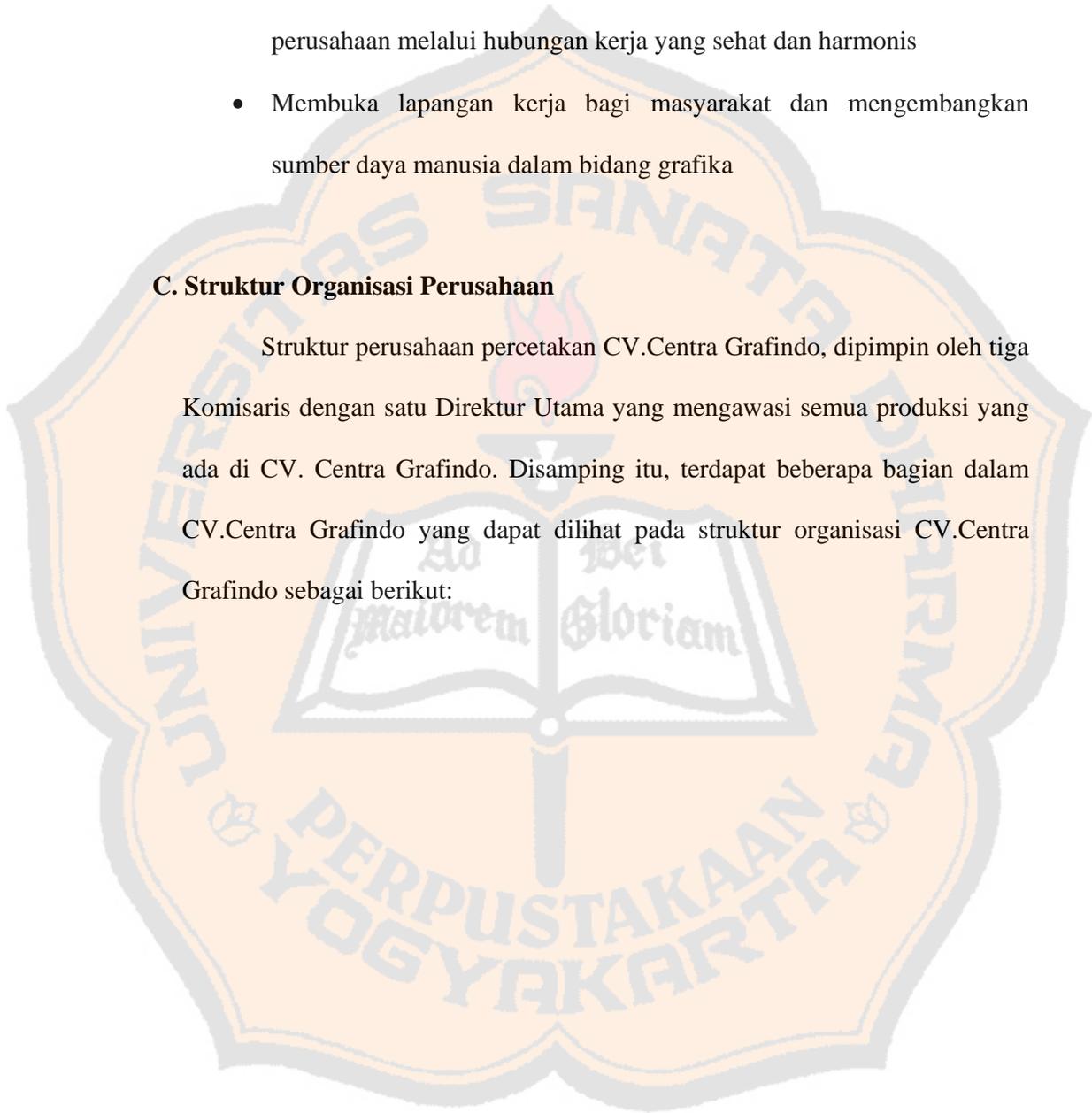
- Memberikan pelayanan sebaik-baiknya
- Memberikan hasil kualitas cetak yang maksimal
- Memberikan layanan cetak yang cepat dengan biaya yang efisien

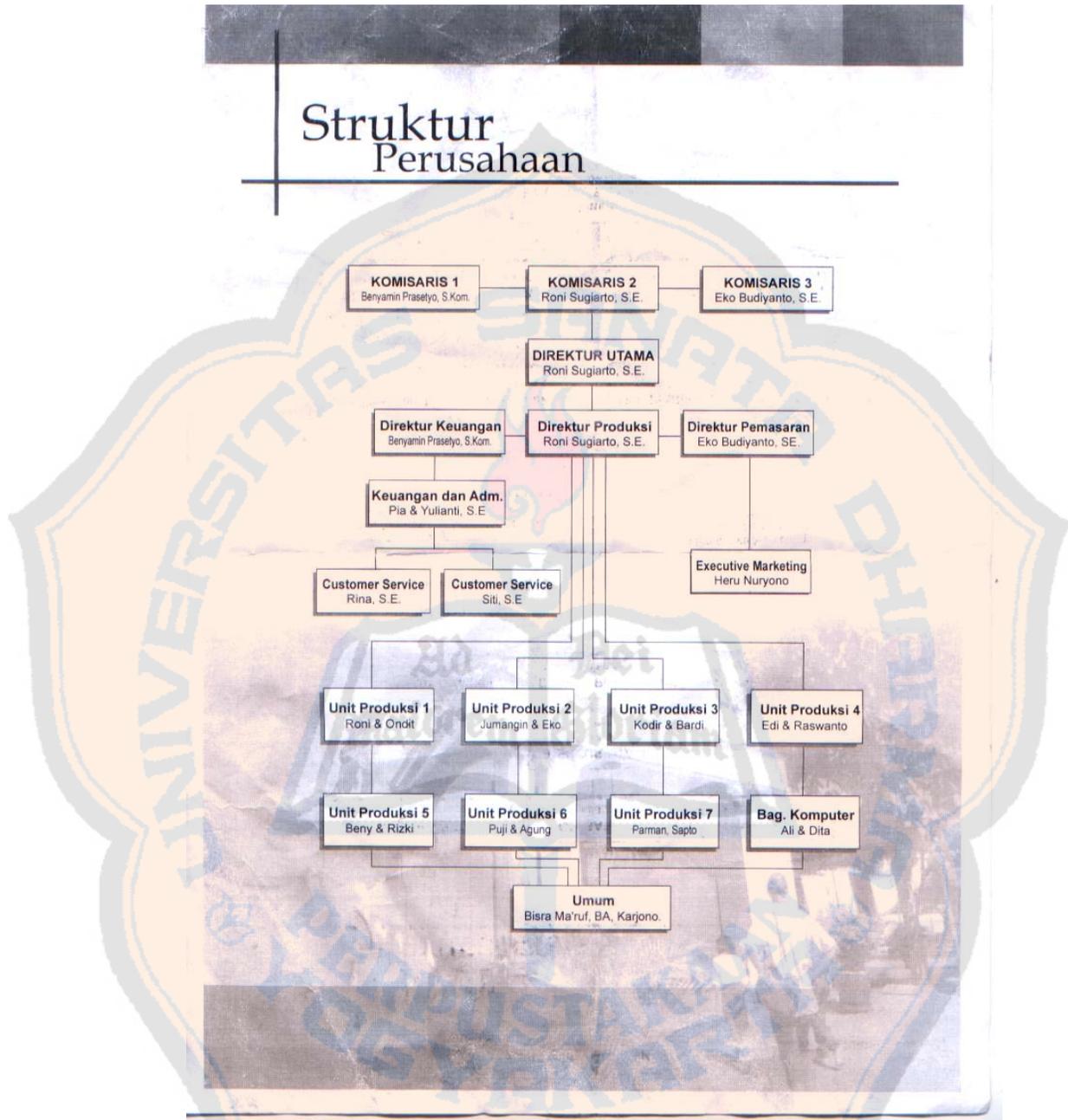
## 2. Misi

- Mengembangkan kerjasama yang saling menguntungkan antar perusahaan melalui hubungan kerja yang sehat dan harmonis
- Membuka lapangan kerja bagi masyarakat dan mengembangkan sumber daya manusia dalam bidang grafika

### C. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur perusahaan percetakan CV.Centra Grafindo, dipimpin oleh tiga Komisaris dengan satu Direktur Utama yang mengawasi semua produksi yang ada di CV. Centra Grafindo. Disamping itu, terdapat beberapa bagian dalam CV.Centra Grafindo yang dapat dilihat pada struktur organisasi CV.Centra Grafindo sebagai berikut:





Gambar IV-I Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan struktur diatas, maka dapat dilihat tugas dan wewenang masing-masing bagian, yaitu:

a. Komisaris

Merupakan badan pengawas serta penasihat dalam pengambilan kebijakan perusahaan, serta menentukan kebijakan yang akan diambil untuk operasi perusahaan. Di dalam perusahaan tersebut ketiga komisaris akan menentukan langkah serta kebijakan dengan bersama-sama, karena mereka juga merangkap sebagai direksi.

b. Direktur Utama

Merupakan penanggung jawab atas proses produksi CV. Centra Grafindo yang dibantu oleh Direktur Produksi, Direktur Keuangan dan Direktur Pemasaran yang mempunyai tugas untuk memberikan laporan hasil perkembangan perusahaan. Dalam kegiatan produksi, Direktur Utama bertanggung jawab atas berlangsungnya kegiatan-kegiatan perusahaan. Direktur Utama juga membuat perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengawasan. Direktur Utama mewakili perusahaan untuk berhubungan dengan lingkungan diluar perusahaan.

c. Direktur Produksi

Merupakan penanggung jawab atas semua produksi dan berjalannya CV. Centra Grafindo dan mengawasi semua produksi yang dilakukan oleh semua bagian produksi. Direktur Produksi

bertanggung jawab pada kelancaran, efisiensi, dan efektivitas proses produksi. Berkaitan dengan tenaga kerja, Direktur Produksi berkewajiban mengatur para karyawan di bagian produksi, bagian komputer, serta umum agar proses produksi dapat berjalan sebagaimana mestinya. Berkaitan dengan peralatan ia bertanggung jawab untuk menjamin keadaan peralatan dengan baik, bersih, dan siap pakai. Bersama dengan enam unit bagian mengusahakan performa dari peralatan yang ada untuk memperlancar produksi.

Berkaitan dengan bahan baku, kertas, tinta, *plate*, dan sebagainya Direktur Produksi bertanggung jawab atas penggunaannya secara efektif dan efisien. Direktur Produksi secara berkala mengadakan pengawasan, sehingga tidak ada pemborosan bahan baku.

-Unit Produksi 1

Merupakan bagian produksi yang memegang mesin cetak.

-Unit Produksi 2

Merupakan bagian produksi yang memegang mesin potong.

-Unit Produksi 3

Merupakan bagian produksi yang memegang mesin *expose*.

-Unit Produksi 4

Merupakan bagian produksi yang memegang atau membuat *plate* serta film.

-Unit Produksi 5

Merupakan bagian produksi yang memegang bagian pemotongan kertas.

-Unit Produksi 6

Merupakan bagian produksi yang berperan sebagai teknisi serta pengawas produksi.

-Bagian Komputer

Merupakan bagian yang mengurus desain grafis sebelum produksi berlangsung dan juga sebagai tempat *setting* film.

-Bagian Umum

Merupakan bagian yang membantu setiap bagian yang ada, akan tetapi tugas pokok dari Bagian Umum adalah mengantar pesanan ke pelanggan.

4. Direktur Keuangan

Merupakan penanggung jawab atas keuangan CV. Centra Grafindo. Bagian Keuangan dan Administrasi merupakan bagian yang penting dalam mengawasi keuangan di CV. Centra Grafindo. Dengan kegiatan administratif membuat laporan-laporan keuangan pada akhir tahun, serta melaporkan keadaan keuangan perusahaan, dan juga menentukan strategi harga.

4.1. Bagian Keuangan

Bagian ini bertanggung jawab atas semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan, serta melaporkan keadaan

keuangan baik itu pada Direktur Keuangan atau pada Direktur Utama. Bagian Keuangan juga menerima semua tagihan uang bersangkutan dengan perusahaan, menerima pembayaran dari konsumen, dan memberi nota pelunasan apabila transaksi telah dibayar lunas.

#### 4.2. Bagian Administrasi

Bagian ini bertanggung jawab atas semua piutang perusahaan terhadap pihak lain, selain itu juga mengurus semua bidang administratif perusahaan, persediaan bahan baku dibagian produksi, dan bertanggung jawab atas persediaan dapur perusahaan.

#### 4.3. Bagian *Customer Service*

Bagian ini bertugas untuk melayani konsumen, menerima order dari konsumen, dan penyerahan order kepada konsumen. Bagian *Customer Service* juga menentukan perhitungan order dari konsumen, sehingga Bagian *Customer Service* ini sangat penting dalam penentuan strategi harga pada konsumen.

#### 5. Direktur Pemasaran

Merupakan penanggung jawab atas pesanan dan penjualan. Direktur Pemasaran dibantu oleh Bagian Pemasaran sehingga lebih mudah dalam menjalankan promosi, karena Direktur Pemasaran dituntut untuk meningkatkan penjualan, meluasnya pasar, dan

konsumen yang semakin nyaman untuk berlangganan. Direktur Pemasaran juga menerima saran dan kritik dari konsumen, sehingga kedepannya dapat menjadi bahan acuan membangun pasar dikemudian hari.

#### 5.1. Bagian *Executif Marketing*

Bagian ini merupakan bagian yang memasarkan atau mencari customer yang membantu tugas dari Direktur Pemasaran. Selain itu, Bagian ni juga membantu bagian administrasi dalam hal-hal administrasi bagian luar perusahaan.

### **D. Produksi**

#### 1. Produksi yang Dihasilkan

CV. Centra Grafindo dalam perkembangannya telah melayani berbagai macam produk cetak. Jenis cetakan yang dihasilkan yaitu:

- a. Berbagai cetakan undangan pernikahan, brosur, kartu-kartu, dan kalender.
- b. Blangko-blangko yang dibutuhkan oleh sekolah, instansi pemerintah, perkantoran, dan pertokoan.
- c. Poster, stiker, majalah, dan buku.
- d. Jasa *setting*, cetakan cover, cetakan buku, dan cetakan bulletin.

#### 2. Bahan yang Digunakan

- a. Bahan baku yang digunakan berupa kertas, yang merupakan bahan baku utama produksi. Jenis kertas yang dipakai biasanya berupa kertas HVS, *Ivory*, *Art Paper*, *Vansy*, dan lain-lain. Bahan baku yang

digunakan disesuaikan dengan kebutuhan produksi, sehingga bahan baku didatangkan apabila akan dilakukan proses produksi.

## b. Bahan Pembantu

- Tinta, sebagai bahan pewarna atau menimbulkan tulisan atau gambar pada proses percetakan.
- *Exching Solution*, digunakan untuk menimbulkan gambar atau tulisan *plate*.
- *Plate*, sebagai alat yang dimasukkan ke dalam mesin cetak yang nantinya akan menimbulkan gambar atau tulisan.
- Bensin, sebagai bahan pencuci rol pada mesin cetak.

## 3. Tahapan Proses Produksi

a. Buku : Layout/Film – Seng *Plate* / *Paper Plate* – Cetak – Lipat – Jilid – Potong

b. Cover : Film – Seng *Plate* – UV – Jilid

c. Order Cetak : Layout/Film – Seng *Plate* / *Paper Plate* – Cetak – Potong

## 4. Prosedur Pembelian dan Pemakaian Bahan

Pembelian dilakukan atas dasar permintaan bahan (*material requisition*) dari bagian perencanaan dan persiapan produksi. Bagian tersebut akan mengajukan permintaan untuk memenuhi order yang diterima kepada bagian pembelian, kemudian bagian pembelian akan meminta penawaran secara tertulis dari minimum tiga pemasok (*suppliers*) berdasarkan pesanan kertas dan pesanan pembelian dari divisi produksi. Kemudian setelah mengajukan penawaran dan telah diterima oleh

pemasok, maka bagian pembelian akan membuat pesanan pembelian (*purchase order*) untuk bahan-bahan yang diperlukan dan mendistribusikan pesanan pembelian tersebut kepada:

- a. Supplier
- b. Bagian Akuntansi
- c. Bagian Produksi
- d. Untuk Urusan Penerimaan
- e. Arsip

#### 5. Prosedur Penerimaan Bahan dan Pembayaran

Bagian penerimaan barang akan mencocokkan *Delivery Order* (DO) dari *supplier* dan *Purchase Order* (PO) dan melakukan penerimaan barang yang sudah dipesan tersebut. Pemeriksaan barang dilakukan dengan melihat keadaan barang tersebut, yaitu dari segi mutu, ukuran, warna, serta jumlah. Setelah pemeriksaan selesai, maka akan dibuatlah laporan penerimaan barang (*Receiving Report*). Setelah ditandatangani oleh bagian penerimaan barang, maka barang tersebut akan diserahkan ke bagian gudang

Laporan penerimaan barang (*Receiving Report*), akan didistribusikan kepada:

- a. Bagian Akuntansi bersama *Delivery Order* dari *supplier*
- b. Bagian Gudang bersama dengan barang yang diterima
- c. Bagian Pembelian
- d. Arsip

Pembayaran dilakukan setelah bagian pembelian mengisi Permintaan Pembayaran Uang (PPU) dan mengirim faktur dari *supplier* beserta PPU ke bagian akuntansi. Maka bagian akuntansi akan memeriksa atau mencocokkan kebenaran antara PPU dengan *Purchase Order*, *Delivery Order* dari *supplier* dan mengirimkannya ke bagian keuangan. Setelah diotorisasi oleh manajer keuangan maka kasir akan menyiapkan Bukti Bank Keluar (BBK) dan cek atas dasar PPU dan bukti-bukti pendukung lainnya. Kemudian kasir akan meminta tandatangan cek kepada direktur utama, setelah itu cek tersebut diserahkan kepada yang bersangkutan.

Dari prosedur yang telah dilakukan perusahaan tersebut maka penulis melihat bahwa perusahaan telah melakukan prosedurnya dengan baik. Pengendalian yang ada juga sudah memadai karena terdapatnya pemisahan tugas, fungsi, dan tanggung jawab yang tepat.

#### **E. Personalia**

Rekrutmen karyawan CV. Centra Grafindo pada umumnya dilakukan melalui surat media massa ataupun dari mulut ke mulut. Syarat yang diperlukan untuk menjadi karyawan CV. Centra Grafindo yaitu :

- i. Mampu menjalankan tugas yang diberikan
- ii. Pendidikan yang sesuai dengan bidang pekerjaan
- iii. Keahlian/*skill*/otodidak
- iv. Mempunyai kemauan dan kemampuan

Calon karyawan yang telah lolos seleksi akan melalui tahap masa kerja yang bersifat percobaan, dan masa itu biasanya berlangsung selama tiga bulan.

1. Jumlah Tenaga Kerja

CV. Centra Grafindo memiliki dua puluh dua tenaga kerja. Tenaga kerja tersebut terdiri dari enam belas orang tenaga kerja langsung dan enam orang tenaga kerja tidak langsung. Berikut adalah rincian dari tenaga kerja yang ada di CV. Centra Grafindo:

a. Tenaga Kerja Tidak Langsung dan Bagian Kantor

- |                             |         |
|-----------------------------|---------|
| 1) Bagian Administrasi      | 2 orang |
| 2) Bagian Penjualan         | 2 orang |
| 3) Bagian Transportasi/Umum | 2 orang |

b. Tenaga Kerja Langsung atau Bagian Produksi Barang

- |   |         |
|---|---------|
| 1) Bagian Desain Grafis / <i>Setting</i> Film | 3 orang |
| 2) Bagian Pembuatan <i>Plate</i> /Film        | 3 orang |
| 3) Bagian Mesin <i>Expose</i>                 | 2 orang |
| 4) Bagian Bahan Baku                          | 2 orang |
| 5) Bagian Percetakan                          | 2 orang |
| 6) Bagian Pematangan                          | 2 orang |
| 7) Bagian Finishing                           | 2 orang |

2. Hari dan Jam Kerja Karyawan

Hari dan jam kerja karyawan CV. Centra Grafindo adalah sebagai berikut :

a. Hari kerjadilaksanakan mulai hari Senin-Sabtu

- b. Pada Hari Minggu atau Hari Libur Nasional yang ditetapkan pemerintah, perusahaan meliburkan para karyawan (kecuali jika ada order yang mendesak, dan dihitung lembur ganda)
  - c. Bagian Kantor pukul 08.00-16.00 WIB
  - d. Bagian Produksi pukul 08.00-16.00 WIB, diatas pukul 16.00 WIB sudah dihitung lembur
  - e. Hari Sabtu jam kerja dimulai pukul 08.00-15.00 WIB
  - f. Istirahat pukul 12.00-13.00 WIB
3. Penggajian

Tingkat penggajian atau upah yang diberikan perusahaan kepada para karyawan berdasarkan pada:

- a. Pengalaman kerja
- b. Lama bekerja
- c. Keahlian, kecakapan, serta prestasi, dan tanggung jawab
- d. Pendidikan
- e. Tingkat upah minimum yang ditetapkan oleh Pemerintah DIY

Selain gaji atau upah yang diterima karyawan, perusahaan juga memberikan tunjangan makan yang dapat diambil per minggu ataupun per bulan pada saat menerima gaji atau upah.

## **F. Pemasaran**

### **1. Harga**

Dalam penetapan harga CV. Centra Grafindo tidak memberikan tingkatan harga. Strategi harga yang diterapkan pada CV.Centra Grafindo

pada umumnya sesuai dengan harga yang ada dipasar, namun CV. Centra Grafindo mempunyai keunggulan, yaitu kualitas dan pelayanan yang sangat memuaskan kepada pelanggan. Sehingga tidak sedikit dari pelanggan yang akan kembali lagi menggunakan jasa CV. Centra Grafindo. Kualitas yang diberikan CV. Centra Grafindo juga berdampak untuk memperluas daerah pemasaran CV. Centra Grafindo hingga keluar Pulau Jawa.

Dasar penetapan harga yang dilakukan oleh CV. Centra Grafindo yaitu dengan menetapkan margin sebesar 5-30% dari total seluruh biaya produksi yang dikeluarkan.

## 2. Promosi

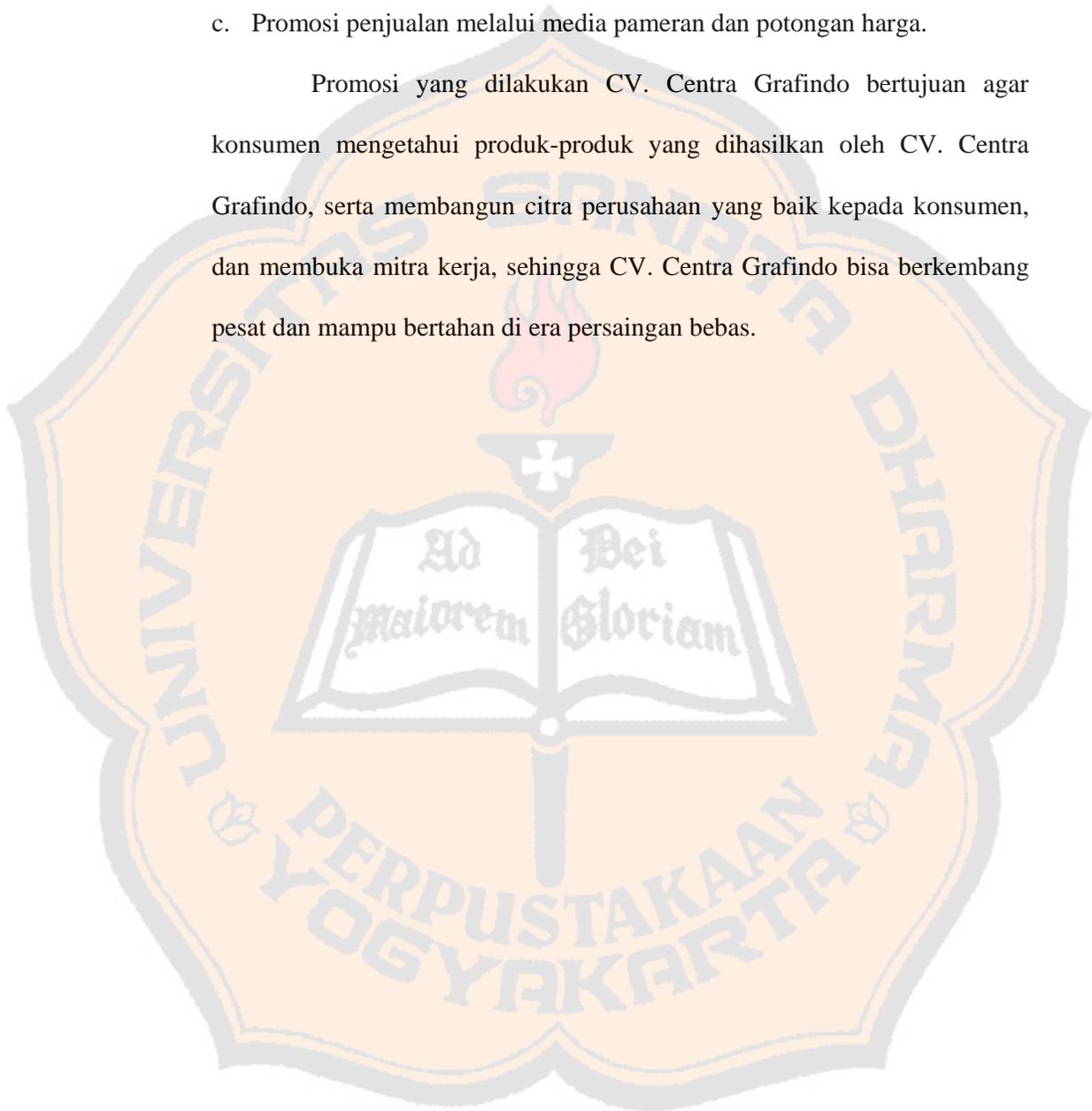
Pemasaran merupakan salah satu bidang pokok yang sangat berpengaruh dalam kelangsungan CV. Centra Grafindo. Daerah pemasaran CV. Centra Grafindo mempunyai mitra yang sangat luas, sehingga CV. Centra Grafindo bias berkembang pesat dan mampu bertahan di era persaingan bebas. Adapun mitra kerjasama CV. Centra Grafindo adalah Lembaga Penjamin Mutu Pendidikan (LPMP), Sekolah Tinggi Pertanahan Nasional Yogyakarta (STPN), Departemen Kehutanan Wilayah Yogyakarta, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Gunung Kidul, dan lain-lain.

Pertimbangan perusahaan dalam melakukan promosi adalah dengan menyesuaikan kebutuhan pasar. Bentuk promosi yang sering dilakukan yaitu promosi penjualan, pameran, dan materi promosi. Bentuk promosi yang dilakukan CV. Centra Grafindo antara lain:

- a. Periklanan melalui radio, surat kabar, dan majalah.

- b. Cetak harga melalui leaflet, katalog, daftar harga, selebaran khusus, poster, spanduk, dan lain-lain.
- c. Promosi penjualan melalui media pameran dan potongan harga.

Promosi yang dilakukan CV. Centra Grafindo bertujuan agar konsumen mengetahui produk-produk yang dihasilkan oleh CV. Centra Grafindo, serta membangun citra perusahaan yang baik kepada konsumen, dan membuka mitra kerja, sehingga CV. Centra Grafindo bisa berkembang pesat dan mampu bertahan di era persaingan bebas.



## BAB V

### DESKRIPSI DATA, ANALISIS DATA, DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Biaya Produksi

###### a. Biaya Bahan Baku

Dalam usaha percetakan dan penerbitan, yang disebut bahan baku adalah segala jenis bahan utama yang termasuk dalam pengolahan sehingga akhirnya dapat mewujudkan produk yang dibuat, yaitu kertas. Jenis kertas yang dipakai meliputi HVS, *Ivory*, *Art Paper*, *Vansy*, dan lain-lain.

Perusahaan tidak memiliki persediaan untuk bahan baku, karena perusahaan sudah mempunyai langganan untuk pembelian bahan baku dan juga karena disesuaikan dengan kebutuhan produksi, tidak sedikit *customer* yang memesan sudah membawa kertas sendiri. Biasanya, perusahaan hanya memiliki persediaan terhadap bahan-bahan penolong seperti tinta, *spare gum*, GOM, *plate cleaner*, pastadur. Perusahaan membuat kebijakan ini untuk mempertahankan mutu dari produk yang dihasilkan.

Dalam perhitungan biaya bahan baku, harga bahan baku yang dimasukkan di dalam perhitungan sebesar harga yang sesungguhnya. Disamping itu perusahaan juga harus memperhitungkan *material addition* untuk setiap pesanan. *Material Addition* memiliki arti sebagai

berikut tambahan diatas jumlah order cetak yang diperlukan di dalam proses percetakan dan penyelesaian. Hal ini dikarenakan di dalam proses itu dapat terjadi kesalahan yang wajar atau kerusakan yang tidak dapat dihindarkan. Dengan adanya *material addition*, diharapkan pada tahap akhir akan dapat dicapai jumlah yang sesuai dengan order. Dalam hal ini, biaya *material addition* tidak diperhitungkan atau tidak berpengaruh dalam penyusunan anggaran biaya bahan baku, karena *material addition* merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap kepuasan dan mutu produk bagi konsumen.

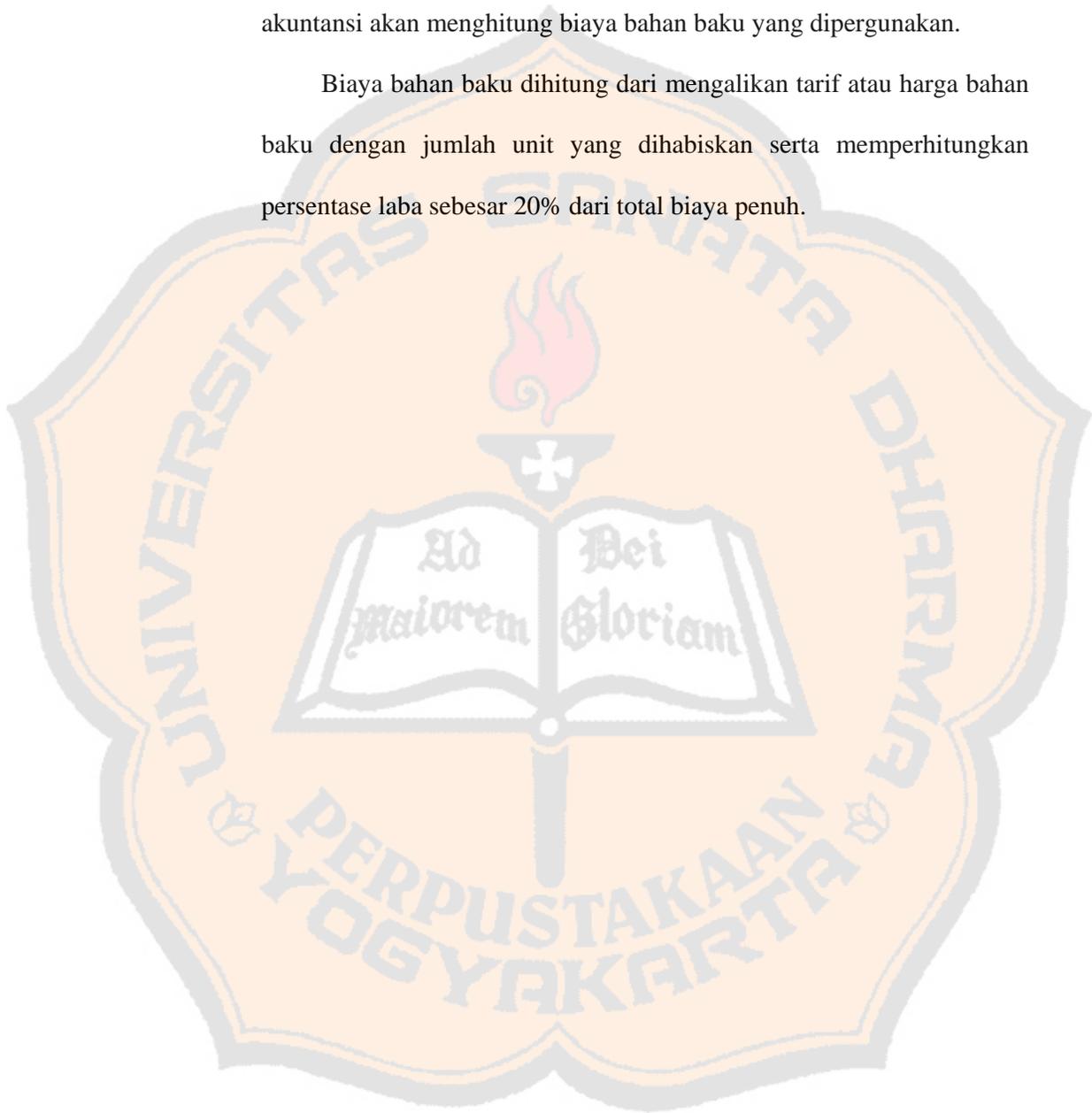
Dalam perhitungan harga pokok produksi, penulis mengambil satu judul produk buku yang merupakan salah satu penjualan terbanyak (penjualan dari produk ini sebesar 80% mewakili penjualan terbanyak perusahaan). Adapun judul buku tersebut yaitu Produk Simpanan Bank BPD, spesifikasi judul buku tersebut adalah:

“Produk Simpanan Bank BPD”

- Ukuran : 16 \* 23
- Tebal : 88 halaman + cover
- Bahan :
  - Isi : Kertas Tinto Retto Cecleyn Sesamo 140 gr
  - Cover : Kertas Tinto Retto Cecleyn Sesamo 250 gr
- Penjilidan : Perfect Benang
- Jumlah Cetakan : 1000 eks
- Setting *artwork*, film dibuat oleh CV. Centra Grafindo

Maka jumlah bahan baku yang diperhitungkan adalah jumlah dan estimasi dari spesifikasi tersebut diatas. Setelah order masuk, bagian akuntansi akan menghitung biaya bahan baku yang dipergunakan.

Biaya bahan baku dihitung dari mengalikan tarif atau harga bahan baku dengan jumlah unit yang dihabiskan serta memperhitungkan persentase laba sebesar 20% dari total biaya penuh.



Berdasarkan rincian diatas, berikut adalah rincian data laporan pemakaian bahan baku langsung untuk produksi Buku Produk Simpanan Bank BPD pada tahun 2010:

**Tabel Laporan Pemakaian Bahan Baku Langsung**  
**Buku Produk Simpanan Bank BPD 1000 eks**  
**Tahun 2010**  
**Tabel V-I**

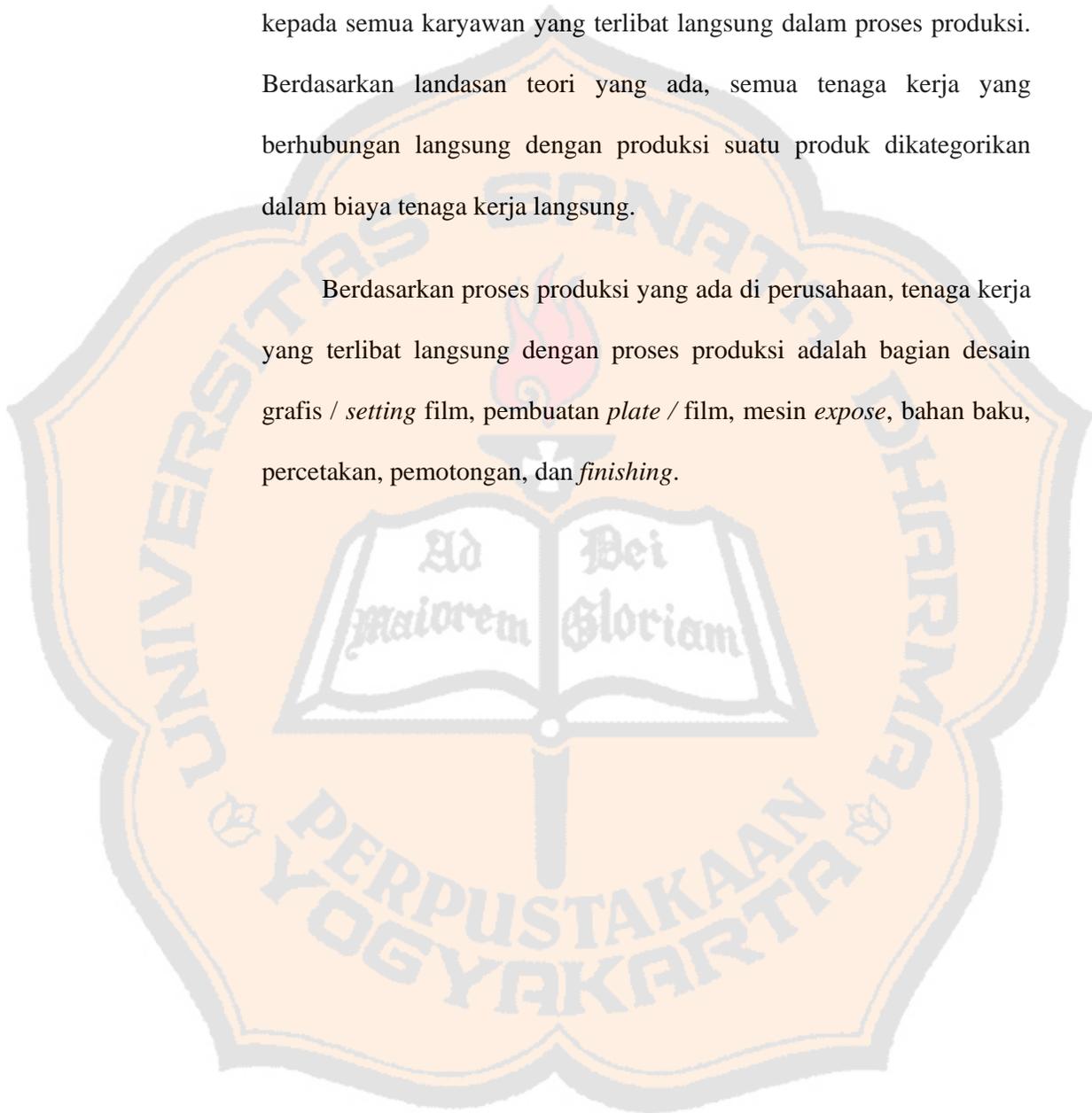
KETERANGAN	JUMLAH
	(Rp)
<b>BUKU:</b>	
FILM ISI DAN COVER	1,840,000
KERTAS ISI	22,770,000
KERTAS COVER	1,830,000
SPIRAL	1,782,000
<b>KANTONG:</b>	
FILM KANTONG	120,000
FILM TUTUP	80,000
KERTAS KANTONG IVORY 310	825,000
KERTAS TUTUP KANTONG IVORY 310	225,000
DOFF 1 MUKA KANTONG	544,500
DOFF 1 MUKA TUTUP	147,000
PISAU POND	200,000
<b>AMPLOP:</b>	
FILM AMPLOP	40,000
KERTAS AMPLOP TINTO RETTO 140 GRAM	1,035,000
PISAU POND	100,000
<b>SURAT:</b>	
FILM SURAT	20,000
KERTAS SURAT	607,200
<b>JUMLAH</b>	<b>32,165,700</b>

Sumber : CV. Centra Grafindo Yogyakarta

b. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja langsung adalah upah dan gaji yang diberikan kepada semua karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi. Berdasarkan landasan teori yang ada, semua tenaga kerja yang berhubungan langsung dengan produksi suatu produk dikategorikan dalam biaya tenaga kerja langsung.

Berdasarkan proses produksi yang ada di perusahaan, tenaga kerja yang terlibat langsung dengan proses produksi adalah bagian desain grafis / *setting* film, pembuatan *plate* / film, mesin *expose*, bahan baku, percetakan, pemotongan, dan *finishing*.



Berikut ini merupakan biaya tenaga kerja langsung untuk produksi Buku Produk Simpanan Bank BPD pada Tahun 2010:

**Tabel Biaya Tenaga Kerja Langsung**  
**Buku Produk Simpanan Bank BPD 1000 eks**  
**Tahun 2010**  
**Tabel V-II**

Keterangan	Jumlah Tenaga Kerja	Gaji & Upah (Rp)
(1)	(2)	(3)
Bagian Desain Grafis/ <i>Setting</i> Film	3 orang	1.617.000
Bagian Pembuatan <i>Plate</i> /Film	3 orang	1.620.000
Bagian Mesin <i>Expose</i>	2orang	1.098.000
Bagian Bahan Baku	2 orang	1.020.000
Bagian Percetakan	2 orang	1.078.000
Bagian Pematangan	2 orang	1.078.000
Bagian <i>Finishing</i>	2 orang	1.128.000
	<b>16 orang</b>	<b>8.639.000</b>

Sumber : CV. Centra Grafindo Yogyakarta

c. Anggaran Biaya *Overhead* Pabrik

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 Anggaran Biaya *Overhead* Pabrik**

**Buku Produk Simpanan Bank BPD 1000 eks**

**Tahun 2010**

**Tabel V-III**

KETERANGAN	JUMLAH
	(Rp)
<b>BOP VARIABEL MELIPUTI:</b>	
<b>BUKU:</b>	
CETAK ISI 22 SET	6,800,000
CETAK COVER	321,300
SUSUN	374,000
<b>KANTONG:</b>	
CETAK KANTONG	401,200
CETAK TUTUP KANTONG	321,300
POND	102,000
FINISHING	2,125,000
<b>AMPLOP:</b>	
CETAK AMPLOP	231,200
FINISHING	425,000
<b>SURAT:</b>	
CETAK ISI SURAT	100,300
POTONG DAN LAIN-LAIN	76,500
<b>LAIN-LAIN:</b>	
LISTRIK	174,000
<b>JUMLAH BOP VARIABEL</b>	<b>11,451,800</b>

Sumber : CV. Centra Grafindo Yogyakarta

Lanjutan Tabel V-III Anggaran Biaya *Overhead* Pabrik

KETERANGAN	JUMLAH
	(Rp)
<b>BOP TETAP MELIPUTI:</b>	
TARIF DASAR LISTRIK	176,000
<b>JUMLAH BOP TETAP</b>	176,000
<b>JUMLAH BIAYA <i>OVERHEAD</i> PABRIK</b>	<b>11,627,800</b>

Sumber : CV. Centra Grafindo Yogyakarta

Pada penelitian ini, memperhitungkan biaya *overhead* pabrik yang dibebankan pada awal proses produksi. Untuk mengetahui biaya *overhead* pabrik yang dibebankan maka harus menentukan tarif biaya *overhead* terlebih dahulu. Pada perhitungan tarif ini menggunakan data anggaran biaya *overhead* dan anggaran elemen biaya yang menjadi dasar pembebanannya.

Dalam penetapan anggaran, biaya yang telah dikeluarkan dari tiap elemen biaya pada tahun sebelumnya akan menjadi anggaran tahun 2010. Untuk penelitian ini membebankan biaya *overhead* pabrik kepada kapasitas jumlah unit produksi normal. Pemilihan jumlah unit produksi normal sebagai dasar pembebanan karena biaya *overhead* pabrik yang digunakan perusahaan bervariasi sesuai dengan jumlah unit produksi. Karena biaya listrik merupakan biaya campuran/semivariabel, maka perlu adanya pemisahan kedalam biaya tetap dan biaya variabel, salah satunya dapat dihitung dengan menggunakan metode tinggi rendah.

Berikut adalah data pemakaian biaya listrik beserta jumlah unit yang diproduksi pada tahun 2007,2008, dan 2009:

Tahun	Biaya Listrik	Unit yang Diproduksi
2007	Rp 370.000	1700
2008	Rp 408.000	2000
2009	Rp 350.000	1500

Dari data diatas, diketahui bahwa pemakaian biaya listrik dengan unit produksi tertinggi adalah pada tahun 2008, sedangkan pemakaian biaya listrik dan unit produksi terendah adalah pada tahun 2009. Setelah titik tinggi dan rendah ditentukan, nilai biaya tetap dan biaya variabel dapat dihitung:

$$\begin{aligned} \text{Biaya variabel per unit} &= (\text{Rp } 408.000 - \text{Rp } 350.000) / (2000 - 1500) \\ &= \text{Rp } 58.000 / 500 \\ &= \text{Rp } 116 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya tetap} &= \text{Biaya total titik tinggi} - (\text{Biaya variabel per unit} \times \\ &\quad \text{output tinggi}) \\ &= \text{Rp } 408.000 - (\text{Rp } 116 \times 2000) \\ &= \text{Rp } 176.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Jadi, biaya variabel untuk tahun 2009} &= \text{Rp } 350.000 - \text{Rp } 176.000 \\ &= \text{Rp } 174.000 \end{aligned}$$

Pada perhitungan tarif biaya *overhead*, anggaran biaya *overhead* pabrik pada tahun 2010 yang digunakan dalam perhitungan adalah

sebesar Rp 11.627.800,00 dan kapasitas jumlah unit produksi standar adalah 1500 unit.

Rumus yang digunakan dalam perhitungan tarif biaya *overhead* pabrik yang dibebankan adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Taksiran BOP}}{\text{Taksiran Unit Produksi}} = \text{Tarif Biaya Overhead Pabrik Per Unit Produksi}$$

Berdasarkan rumus tersebut maka perhitungan persentase biaya *overhead* pabrik yang dibebankan adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Rp}11.627.800}{1500 \text{ Unit}} = \text{Rp } 7.752,00 \text{ per Unit}$$

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 perhitungan tarif biaya *overhead* pabrik:

Tabel V-IV Perhitungan Tarif Biaya *Overhead* Pabrik Tahun 2010 Atas Dasar Kapasitas Normal 1.500 Unit Produksi

Jenis Biaya (1)	Jumlah Biaya (Rp) (2)	Tarif Variabel (3)	Tarif Tetap (4)	Tarif Total (5)
<b>BOP</b>				
<b>Variabel:</b>				
Bahan Tidak Langsung	11.277.800	7.519		7.519
Biaya Listrik	174.000	116		116
<b>BOP Tetap:</b>				
Tarif Dasar Listrik	176000		117	117
<b>JUMLAH</b>	11.627.800	7.635	117	Rp 7.752,00 per Unit Produksi

Sumber: data diolah

Keterangan:

Kolom (3) dan (4) = Jumlah Biaya : 1500 unit

BTKL = Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Setelah diperoleh pembebanan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp 7.752,00 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 1000 unit.

Berdasarkan cara perhitungan tersebut maka biaya *overhead* pabrik yang dibebankan untuk 1000 unit (unit produksi sesungguhnya) adalah sebagai berikut:

$$= \text{Rp}7.752,00 \times 1000 \text{ unit}$$

$$= \text{Rp} 7.752.000,00$$

d. Biaya *Overhead* Pabrik

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 Biaya Pemakaian Overhead Pabrik**

**Buku Produk Simpanan Bank BPD 1000 eks**

**Tahun 2010**

**Tabel V-V**

KETERANGAN	JUMLAH
	(Rp)
<b>BOP VARIABEL MELIPUTI:</b>	
<b>BUKU:</b>	
CETAK ISI 22 SET	4,400,000
CETAK COVER	220,000
SUSUN	242,000
<b>KANTONG:</b>	
CETAK KANTONG	260,000
CETAK TUTUP KANTONG	200,000
POND	66,000
FINISHING	1,375,000
<b>AMPLOP:</b>	
CETAK AMPLOP	150,000
FINISHING	275,000
<b>SURAT:</b>	
CETAK ISI SURAT	65,000
POTONG DAN LAIN-LAIN	50,000
<b>LAIN-LAIN:</b>	
LISTRIK	178,000
<b>JUMLAH BOP VARIABEL</b>	<b>7,481,000</b>

Sumber : CV. Centra Grafindo Yogyakarta

Lanjutan Tabel V-V Biaya *Overhead* Pabrik Sesungguhnya

KETERANGAN	JUMLAH
	(Rp)
<b>BOP TETAP MELIPUTI:</b>	
TARIF DASAR LISTRIK	52,000
<b>JUMLAH BOP TETAP</b>	52,000
<b>JUMLAH BIAYA OVERHEAD PABRIK</b>	<b>7,533,000</b>

Berikut adalah data pemakaian biaya listrik beserta jumlah unit yang diproduksi pada tahun 2008,2009, dan 2010:

Tahun	Biaya Listrik	Unit yang Diproduksi
2008	Rp 408.000	2000
2009	Rp 350.000	1500
2010	Rp 230.000	1000

Dari data diatas, diketahui bahwa pemakaian biaya listrik dengan unit produksi tertinggi adalah pada tahun 2008, sedangkan pemakaian biaya listrik dan unit produksi terendah adalah pada tahun 2010. Setelah titik tinggi dan rendah ditentukan, nilai biaya tetap dan biaya variabel dapat dihitung:

$$\begin{aligned} \text{Biaya variabel per unit} &= (\text{Rp } 408.000 - \text{Rp } 230.000) / (2000 - 1000) \\ &= \text{Rp } 178.000 / 1000 \\ &= \text{Rp } 178 \end{aligned}$$

$$\text{Biaya tetap} = \text{Biaya total titik tinggi} - (\text{Biaya variabel per unit} \times \text{output tinggi})$$

$$= \text{Rp } 408.000 - (\text{Rp } 178 \times 2000)$$

$$= \text{Rp } 52.000$$

Jadi, biaya variabel untuk tahun 2010 = Rp 230.000-Rp52.000

$$= \text{Rp } 178.000$$

Pada perhitungan tersebut terdapat perbedaan dari jumlah biaya *overhead* pabrik yang dibebankan dengan biaya *overhead* pabrik yang sesungguhnya. Berikut adalah perbandingan biaya *overhead* pabrik yang dibebankan dan biaya *overhead* pabrik yang sesungguhnya beserta selisihnya:

Tabel V-VI Perbandingan Biaya *Overhead* Pabrik Dianggarkan dengan Biaya *Overhead* Pabrik Sesungguhnya

Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Dianggarkan	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Sesungguhnya	Selisih
Rp 11.627.800,00	Rp 7.533.000,00	Rp 4.094.800,00 (Menguntungkan)

Sumber: data diolah

Berdasarkan perbandingan tersebut diketahui terdapat selisih antara biaya *overhead* pabrik dibebankan dengan biaya *overhead* pabrik sesungguhnya sebesar Rp 4.094.800,00. Selisih tersebut merupakan pembebanan yang 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 merupakan analisis *varians* yang terdiri dari *varians* pengeluaran, *varians* efisiensi variabel, dan *varians* volume:

Tabel V-VII Perhitungan *Varians* Pengeluaran

Keterangan	Jumlah (Rp)
(1)	(2)
Biaya <i>overhead</i> pabrik sesungguhnya	7.533.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik yang dianggarkan, pada kapasitas produksi sesungguhnya:	
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	176.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel (1000 x Rp 7.635)	<u>7.635.000</u>
	<u>7.811.000</u>
<b><i>Varians</i> Pengeluaran</b>	<b>278.000</b> <b>(Menguntungkan)</b>

Sumber: data diolah

Tabel V-VIII Perhitungan *Varians* Variabel Efisiensi

Keterangan	Jumlah (Rp)
(1)	(2)
Biaya <i>overhead</i> pabrik yang dianggarkan pada kapasitas produksi sesungguhnya	7.811.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik yang dianggarkan pada kapasitas produksi standar:	
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	176.000
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel (1500 x Rp 7.635)	<u>11.452.500</u>
	<u>11.628.500</u>
<b><i>Varians</i> Variabel Efisiensi</b>	<b>3.817.500</b> <b>(Menguntungkan)</b>

Sumber: data diolah

Tabel V-IX Perhitungan *Varians Volume*

Keterangan	Jumlah (Rp)
(1)	(2)
Biaya <i>overhead</i> pabrik yang dianggarkan pada kapasitas produksi standar	11.628.500
Biaya <i>overhead</i> pabrik yang digunakan didalam proses kapasitas produksi standar (1500unit x Rp 7.752)	<u>11.627.800</u>
<b><i>Varians Volume Overhead Pabrik</i></b>	<b>700</b> <b>(Tidak Menguntungkan)</b>

Sumber: data diolah

Tabel V-X *Varians Total Biaya Overhead Pabrik*

Keterangan	Jumlah (Rp)	Keterangan
(1)	(2)	(3)
<i>Varians</i> pengeluaran	278.000	M
<i>Varians</i> variabel efisiensi	3.817.500	M
<i>Varians</i> volume	<u>700</u>	TM
<b><i>Varians Total Biaya Overhead Pabrik</i></b>	<b>4.094.800</b>	<b>M</b>

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 sama dengan selisih biaya *overhead* pabrik yang dibebankan dan biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Penyebab terjadinya selisih (*varians*) tersebut diakibatkan karena adanya penyimpangan dari *varians* pengeluaran, *varians* efisiensi, dan *varians* volume.

Biaya *overhead* pabrik yang digunakan dalam perhitungan harga jual pada akhir periode adalah biaya *overhead* pabrik dibebankan untuk 1000 unit (unit produksi sesungguhnya). Sedangkan biaya *overhead* pabrik sesungguhnya digunakan sebagai pembanding biaya *overhead* pabrik yang dibebankan, sehingga diperoleh selisih biaya *overhead* pabrik untuk periode tersebut. Selisih biaya *overhead* pabrik antara yang dibebankan 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 menguntungkan sebagai berikut:

Selisih Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 4.094.800,00
Harga Pokok Penjualan	Rp 4.094.800,00

## 2. Biaya Non Produksi

Selain biaya produksi, CV. Centra Grafindo juga memperhitungkan biaya non produksi dalam pembuatan Buku Produk Simpanan Bank BPD sebesar Rp 175.000,00 untuk biaya administrasi dan umum, serta 10% dari total biaya produksi untuk *fee* pemasaran, dan sebesar Rp 655.000,00 untuk biaya angkut.

3. Penetapan Harga Pokok Produk yang Ditetapkan Perusahaan

Penetapan harga pokok produk yang ditetapkan perusahaan yaitu dengan menjumlah total biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik). Penetapan harga pokok yang ditetapkan perusahaan dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

**Tabel Penetapan Harga Pokok Produksi**  
**Buku Produk Simpanan Bank BPD 1000eks**  
**Tahun 2010**  
**Tabel V-XI**

<b>Produk</b>	<b>BBB</b>	<b>BTKL</b>	<b>BOP</b>	<b>Biaya Produksi</b>
Produk Simpanan Bank BPD	32.168.700	8.639.000	7.752.000	48.559.700

Dari tabel di atas menunjukkan biaya produksi keseluruhan untuk Produk Simpanan Bank BPD yaitu dengan menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, sedangkan untuk mengetahui biaya produksi per unit tersebut adalah dengan membagi volume produksi yang dihasilkan.

Judul Buku	Biaya Produksi	Jumlah Diproduksi (unit)	Biaya Produksi Per Unit
Buku Produk	Rp 48.559.700	1.000	Rp 48.560
Simpanan Bank BPD			

#### 4. Penetapan Taksiran Harga Jual Menurut Perusahaan

Taksiran harga jual produk per unit yang ditetapkan perusahaan adalah dengan menjumlahkan:

- Taksiran biaya produksi untuk pesanan xx
- Taksiran biaya non produksi yang dibebankan untuk pesanan xx+
- Taksiran total biaya pesanan xx
- Laba yang diinginkan xx+
- Taksiran harga jual yang dibebankan kepada pesanan xx

Untuk menaksir biaya produksi yang akan dikeluarkan dalam proses produksi pesanan, perlu dihitung unsur-unsur biaya sebagai berikut:

- Taksiran biaya bahan baku xx
- Taksiran biaya tenaga kerja langsung xx
- Taksiran biaya *overhead* pabrik xx+
- Taksiran biaya produksi xx

Perhitungan taksiran harga jual untuk Produk Simpanan Bank BPD sebanyak 1000 unit adalah sebagai berikut:

**Buku Simpanan Bank BPD**

**Taksiran Biaya Produksi**

Biaya bahan baku	Rp 32.165.700	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 8.639.000	
Biaya overhead pabrik	Rp <u>7.752.000</u> +	
Total Taksiran Biaya Produksi		Rp 48.559.700

**Taksiran Biaya non Produksi**

Biaya administrasi dan umum	Rp 175.000	
Biaya angkut	Rp 655.000	
Biaya pemasaran (10% x 48.559.700)	Rp <u>4.856.000</u> +	
Total Taksiran Biaya non Produksi		Rp <u>5.686.000+</u>

**Taksiran Biaya Penuh** Rp 54.245.700

*Margin Profit* (20% x 54.245.700) Rp 10.849.140+

**Taksiran Harga Jual** Rp 65.094.840

Dari perhitungan diatas, maka dapat diketahui taksiran harga jual per unit untuk Buku Produk Simpanan Bank BPD yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Harga Jual Per Unit} &= \frac{\text{Taksiran Harga Jual}}{\text{Jumlah yang Diproduksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 65.094.840}{1.000} \end{aligned}$$

= Rp 65.095

## B. Analisis Data

Berdasarkan data yang diperoleh dari CV. Centra Grafindo, penulis akan melakukan perbandingan antara prosedur penetapan harga jual perusahaan dengan kajian teori untuk melihat perbedaan-perbedaan yang mungkin ada. Hasil perbandingan tersebut kemudian akan dipakai sebagai dasar untuk memberikan pendapat apakah prosedur penetapan harga jual yang ditetapkan perusahaan telah sesuai atau belum dengan kajian teori.

### 1. Prosedur penetapan biaya penuh

Prosedur penetapan biaya penuh menurut CV. Centra Grafindo berdasarkan pada perhitungan harga pokok produk yaitu penetapan biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik. Ditambah dengan biaya-biaya lain diluar biaya produksi (non produksi) yaitu biaya administrasi dan umum, biaya angkut, dan biaya pemasaran. Dari hasil analisis dapat diambil kesimpulan bahwa prosedur penetapan biaya penuh menurut CV. Centra Grafindo telah sesuai dengan kajian teori.

### 2. Prosedur penetapan harga jual

Dalam prosedur penetapan harga jual produk, elemen-elemen yang dipakai perusahaan adalah elemen yang membentuk taksiran biaya penuh. Taksiran biaya penuh terdiri dari taksiran biaya produksi ditambah dengan taksiran biaya non produksi seperti biaya administrasi dan umum dan biaya pemasaran. Taksiran biaya non produksi tersebut ditentukan dalam

suatu persentase tertentu dari total biaya produksi yang telah ditetapkan perusahaan sebagai patokan penetapan harga jual. Penetapan harga jual perusahaan didasarkan pada penjumlahan taksiran total biaya produksi, taksiran biaya non produksi dalam persentase tertentu dan persentase margin profit yang telah ditentukan perusahaan sebelumnya.

Dari hasil analisis diatas dapat diambil kesimpulan bahwa prosedur penetapan harga jual pada CV. Centra Grafindo tidak sesuai dengan kajian teori. Hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan langkah-langkah dalam prosedur penetapan laba yang diharapkan dimana perusahaan dalam menentukan laba yang diharapkan menggunakan *margin profit* 20% dari taksiran biaya penuh yang telah ditetapkan oleh perusahaan sehingga dalam prosedur penetapan harga jual, taksiran biaya penuh ditambah dengan *margin profit* menghasilkan besarnya harga jual kemudian dibagi dengan volume produksi untuk menetapkan harga jual per unit. Sedangkan menurut kajian teori dalam menetapkan laba yang diharapkan menggunakan perhitungan *mark-up*, yang dimulai dengan menghitung besarnya persentase *mark-up* kemudian menghitung besarnya *mark-up* itu sendiri sampai ditetapkan dengan cara menambahkan biaya produksi dengan besarnya *mark-up* kemudian dibagi dengan volume produksi.

Berikut ini perhitungan harga jual produk pada CV. Centra Grafindo menurut kajian teori untuk Buku Produk Simpanan Bank BPD:

**Menentukan taksiran biaya penuh**

Biaya bahan baku	Rp 32.165.700	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 8.639.000	
Biaya overhead pabrik	Rp <u>7.752.000</u> +	
Taksiran total biaya produksi		Rp 48.559.700
Biaya administrasi & umum	Rp 175.000	
Biaya angkut	Rp 655.000	
Biaya pemasaran (10% x 48.559.700)	Rp <u>4.856.000</u> +	
Taksiran total biaya non produksi		Rp <u>5.686.000</u> +
Total biaya penuh		Rp 54.245.700
<b>Perhitungan mark-up</b>		
Biaya administrasi dan umum	Rp 175.000	
Biaya angkut	Rp 655.000	
Biaya pemasaran	Rp 4.856.000	
Laba yang diharapkan (20% x 54.245.700)		Rp <u>10.849.140</u> +
Jumlah		Rp 16.535.140
Biaya produksi		Rp <u>48.559.700</u> :
Persentase <i>mark-up</i> (16.535.140 : 48.559.700 x 100%)		34,1%

**Perhitungan harga jual**

Biaya produksi	Rp 48.559.700
----------------	---------------

<i>Mark-up</i> (34,1% x 48.559.700)	Rp <u>16.558.858 +</u>	
Jumlah harga jual		Rp 65.118.558
Volume produksi		<u>1,000 :</u>
Harga jual per unit		Rp 65.119

### C. Pembahasan

Dari hasil analisis data diatas penulis melakukan pembahasan sebagai berikut:

#### 1. Prosedur Penetapan Biaya Penuh

Dari hasil analisis data yang penulis lakukan, ternyata prosedur penetapan biaya penuh yang dilakukan CV. Centra Grafindo sesuai dengan kajian teori. Perusahaan menghitung semua biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik) dan non produksi (biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran) dalam penetapan biaya penuh.

#### 2. Prosedur Penetapan Harga Jual Produk

Dari hasil analisis data yang penulis lakukan, prosedur penetapan harga jual menurut perusahaan tidak sesuai dengan kajian teori. Hal ini dikarenakan perusahaan dalam menetapkan laba yang diharapkan menggunakan *margin profit* dalam penetapan harga jualnya, sedangkan menurut kajian teori menggunakan *mark-up* dalam penetapan harga jualnya.

Penetapan harga jual menurut perusahaan yaitu menentukan harga jual dengan menjumlahkan total biaya penuh dengan laba yang diinginkan dengan menggunakan *margin profit* yang tidak sesuai dengan kajian teori

yang penulis lakukan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* yang menyebutkan bahwa harga jual diperoleh dari biaya produksi ditambah *mark-up* (biaya non produksi + laba) sedangkan perusahaan menggunakan 20% dari total biaya penuh. Untuk mengetahui harga jual per unitnya perusahaan membagi total harga jual dengan jumlah yang diproduksi (volume produksi). Terdapat selisih perbedaan dari perhitungan besarnya harga jual untuk Buku Produk Simpanan Bank BPD sebesar Rp 24,00. Perbandingan prosedur penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan kajian teori dapat dirangkum sebagai berikut:

**Tabel Perbandingan Prosedur Penetapan Harga Jual**  
**Tabel V-XII**

Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Kajian Teori	Analisis
Prosedur penerapan biaya penuh (full costing)	A. Menentukan taksiran total biaya produksi <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghitung taksiran BBB</li> <li>2. Menghitung taksiran BTKL</li> <li>3. Menghitung taksiran BOP</li> <li>4. Menghitung taksiran total biaya produksi</li> </ol> B. Menentukan taksiran total biaya non produksi <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghitung taksiran biaya administrasi dan umum</li> <li>2. Menghitung taksiran biaya pemasaran</li> <li>3. Menghitung taksiran total biaya non produksi</li> </ol>	A. Menentukan taksiran total biaya produksi <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghitung taksiran BBB</li> <li>2. Menghitung taksiran BTKL</li> <li>3. Menghitung taksiran BOP</li> <li>4. Menghitung taksiran total biaya produksi</li> </ol> B. Menentukan taksiran total biaya non produksi <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghitung taksiran biaya administrasi dan umum</li> <li>2. Menghitung taksiran biaya pemasaran</li> <li>3. Menghitung taksiran total biaya non produksi</li> </ol>	Sesuai

	<p>C. Menetapkan taksiran biaya penuh</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjumlahkan taksiran total biaya produksi dengan taksiran biaya non produksi</li> </ol>	<p>C. Menetapkan taksiran biaya penuh</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjumlahkan taksiran total biaya produksi dengan taksiran total biaya non produksi</li> </ol>	
<p>Prosedur penetapan laba yang diharapkan</p>	<p>Menggunakan <i>margin profit</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menetapkan <i>margin profit</i> sebesar 20% dari taksiran biaya penuh yang ditetapkan perusahaan</li> <li>2. Menghitung taksiran biaya penuh</li> <li>3. Menetapkan besarnya <i>margin profit</i> dengan mengalikan besarnya persentase <i>margin profit</i> 20% dari taksiran biaya penuh</li> </ol>	<p>Menetapkan persentase <i>mark up</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghitung laba yang diharapkan</li> <li>2. Menghitung biaya non produksi</li> <li>3. Menghitung persentase <i>mark-up</i> dengan cara menambahkan laba yang diharapkan dengan biaya non produksi kemudian dibagi dengan biaya produksi</li> </ol>	<p>Tidak Sesuai</p>
<p>Prosedur penetapan harga jual per unit</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghitung taksiran biaya penuh</li> <li>2. Menghitung besarnya <i>margin profit</i></li> <li>3. Menghitung jumlah harga jual dengan cara menjumlahkan taksiran biaya penuh dengan persentase <i>margin profit</i></li> <li>4. Menetapkan harga jual per unit dengan cara membagi jumlah harga jual dengan volume produksi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghitung biaya produksi</li> <li>2. Menghitung besarnya <i>mark-up</i></li> <li>3. Menghitung jumlah harga jual dengan cara menjumlahkan biaya produksi dengan besarnya <i>mark-up</i></li> <li>4. Menetapkan harga jual per unit dengan cara membagi jumlah harga jual dengan volume produk</li> </ol>	<p>Tidak Sesuai</p>

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari CV. Centra Grafindo dan analisis data, dapat disimpulkan bahwa :

1. Proses penetapan harga jual yang ditetapkan oleh CV. Centra Grafindo adalah dengan menentukan taksiran total biaya produksi, taksiran total biaya non produksi, dan taksiran biaya penuh. Taksiran biaya penuh akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan *margin profit*, yaitu sebesar 20%. Dari data perhitungan yang sudah diperoleh, proses penetapan harga jual CV. Centra Grafindo adalah dengan cara menjumlahkan taksiran biaya penuh dengan persentase *margin profit*.
2. Berdasarkan data yang diperoleh dari CV. Centra Grafindo, prosedur penetapan biaya penuh sudah sesuai dengan kajian teori, yaitu penetapan biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik ditambah dengan biaya-biaya lain diluar biaya produksi (non produksi), yaitu biaya administrasi umum, biaya angkut, dan biaya pemasaran. Sedangkan untuk prosedur penetapan harga jual, prosedur penetapan harga jual pada CV. Centra Grafindo tidak sesuai

dengan kajian teori. Hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan langkah-langkah dalam dalam prosedur penetapan laba yang diharapkan dimana perusahaan dalam menentukan laba yang diharapkan menggunakan *margin profit* 20% dari taksiran biaya penuh yang telah ditetapkan oleh perusahaan sehingga dalam prosedur penetapan harga jual, taksiran biaya penuh ditambah dengan *margin profit* menghasilkan besarnya harga jual kemudian dibagi dengan volume produksi untuk menetapkan harga jual per unit. Sedangkan menurut kajian teori dalam menetapkan laba yang diharapkan menggunakan perhitungan *mark-up*, yang dimulai dengan menghitung besarnya persentase *mark-up* kemudian menghitung besarnya *mark-up* itu sendiri sampai ditetapkan dengan cara menambahkan biaya produksi dengan besarnya *mark-up* kemudian dibagi dengan volume produksi.

3. Setelah penerapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dilakukan pada CV. Centra Grafindo, diperoleh perhitungan harga jual per unit sebesar Rp 65.119, sedangkan perhitungan harga jual per unit menurut perusahaan sebesar Rp 65.095. Dari hasil perhitungan harga jual per unit tersebut, terdapat selisih perhitungan harga jual per unit yang ditetapkan sebesar Rp 24,00. Selisih ini disebabkan karena adanya perbedaan antara proses penetapan harga jual yang ditetapkan oleh CV. Centra Grafindo dengan penetapan harga jual berdasarkan

*cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dalam hal perbedaan prosedur penetapan laba yang diharapkan. Perusahaan menggunakan *margin profit* sebesar 20% dari taksiran biaya penuh, sedangkan menurut kajian teori menggunakan *mark-up* yaitu dengan menjumlahkan biaya non produksi dengan laba. Dalam prosedur penetapan harga jual, perusahaan menambahkan *margin profit* dengan total biaya penuh untuk mengetahui besarnya harga jual produk, dan membagi besarnya harga jual produk dengan volume produksi untuk mengetahui besarnya harga jual produk per unit, sedangkan menurut kajian teori dalam prosedur penetapan harga jual, biaya produksi ditambah dengan *mark up* untuk mengetahui besarnya harga jual produk, dan membagi besarnya harga jual produk dengan volume produksi untuk mengetahui besarnya harga jual produk per unit.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Data yang dibutuhkan tidak dapat ditelusuri secara rinci karena data yang diperoleh dari perusahaan kurang lengkap, sehingga hasil yang didapat dari penelitian ini masih kurang sempurna.
2. Penulis hanya menganalisis satu produk buku pada CV.Centra Grafindo yang jumlah eksemplarnya terhitung banyak dari berbagai macam produk yang dihasilkan CV. Centra Grafindo, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan pada produk yang diteliti.

### C. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan terdapat beberapa hal yang perlu ditinjau kembali dalam penetapan harga jual perusahaan, yang berkaitan dengan prosedur perusahaan dalam penetapan laba yang diharapkan. Meskipun tidak ada perbedaan yang berarti dari hasil perhitungan besarnya harga jual per unit dengan menggunakan *margin profit* atau *mark-up* dalam menetapkan laba yang diharapkan, sebaiknya perusahaan dalam menetapkan laba yang diharapkan menggunakan persentase tertentu dari aktiva yang digunakan (*operating asset*) yang dinyatakan dalam tarif kembalikan investasi.

Penulis mengharapkan kepada peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian ini lebih lanjut diharapkan dapat menyempurnakan lagi penelitian ini, baik dari segi kelengkapan data yang diperoleh maupun jumlah sampel produk yang akan diteliti sehingga mendapatkan suatu hasil yang lebih sempurna.

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Daftar Pustaka

- Dunia, Firdaus Ahmad dan Wasilah. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi 2. Jakarta: Penerbit Salemba Infotek.
- Halim, Abdul dan Bambang Supomo. 1990. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 1. Yogyakarta:BPFE.
- Harnanto. 1992. *Akuntansi Biaya: Perhitungan Harga Pokok Produk*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Hammer, Lawrence H; William K. Carter; Milton F. Ustry. 1994. *Cost Accounting*. Eleventh Edition. Ohio:College Division South-Western Publishing Co.
- Hansen, Don R. dan Maryane M. Mowen. 2006. *Management Accounting*. Edisi 7. Jakarta:Salemba Empat.
- Hartanto, D. 1981. *Akuntansi untuk Usahawan*. Jakarta:Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Matz, Adolph dan Milton F. Ustry. 1990. *Akuntansi Biaya "Perencanaan dan Pengendalian"*. Jakarta:Erlangga. .
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi 3. Yogyakarta:Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Cetakan Ketujuh. Yogyakarta:UPP AMP YKPN.
- Rayburn, Gayle. 1999, *Akuntansi Biaya*. Jilid II. Terjemahan Alfonsus Sirait. Jakarta:Erlangga.
- Rewoldt, Stewart H; James D Scott;Martin R. Marshaw. 1987. *Strategi Harga dalam Pemasaran*. Jakarta:Bima Aksara.
- Supriyono, R.A. 1987. *Akuntansi Manajemen 1 : Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*. Yogyakarta:BPFE.
- \_\_\_\_\_. 1990. *Akuntansi Biaya 1*. Edisi 2. Cetakan Kelima. Yogyakarta:BPFE.
- Supriyono, R.A. dan Bambang Riyanto.1992. *Akuntansi Manajemen 1, teori dan soal*. Universitas Gadjah Mada.

Zimmerman, Jerold L. 2011. *Accounting For Decision Making And Control*.  
Seventh Edition. USA:Mc Graw-Hill International Edition.



PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



# LAMPIRAN

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## Daftar Pertanyaan

### I. Sejarah Berdirinya Perusahaan

1. Apa nama perusahaan?
2. Perusahaan didirikan oleh siapa, tahun berapa, dan dimana?
3. Apa tujuan perusahaan?
4. Bagaimana bentuk perusahaan?
5. Apa saja alasan didirikannya perusahaan?

### II. Struktur Organisasi

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan?
2. Bagaimana tugas dan wewenang masing-masing bagian?

### III. Bagian Produksi

1. Apa saja bahan baku yang digunakan perusahaan dalam proses produksi?
2. Darimana bahan baku diperoleh?
3. Apa saja bahan pembantu yang dipakai?
4. Upah apa saja yang termasuk biaya tenaga kerja langsung?
5. Berapa tariff per jam kerja langsung?
6. Biaya apa saja yang termasuk BOP?
7. Bagaimana proses produksi dalam memproduksi suatu produk?
8. Berapa lama waktu yang diperlukan dalam memproduksi suatu produk?
9. Apa saja peralatan/mesin yang digunakan dalam memproduksi suatu produk?

### IV. Bagian Pemasaran

1. Bagaimana cara memasarkan jenis usaha perusahaan?
2. Apakah ada usaha promosi dari perusahaan?

### V. Bagian Personalia

1. Berapakah jumlah karyawan pada perusahaan?
2. Bagaimana system pembayaran gaji/upah di perusahaan?
3. Apa saja syarat-syarat untuk menjadi karyawan?
4. Berapa lama jam kerja karyawan satu hari?

## PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

### VI. Kalkulasi Harga Jual

1. Berapa biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk pembuatan produk?
2. Berapa biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk pembuatan produk?
3. Berapa biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan untuk pembuatan produk?
4. Berapa biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk pembuatan produk?
5. Berapa biaya administrasi umum yang dikeluarkan untuk pembuatan produk?
6. Bagaimana proses perhitungan harga jual pada perusahaan?

