

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK

Studi Kasus Pada Perusahaan Anggur 5000 Gemini
Yogyakarta

SKRIPSI

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



Oleh :

CU WUI

NIM : 932114017

NIRM : 930051121303120147

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
1998

SKRIPSI

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK

Studi Kasus Pada Perusahaan Anggur 5000 Gemini
Yogyakarta

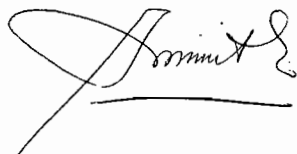
Oleh :

CU WUI

NIM : 932114017
NIRM : 930051121303120147

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I



Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.

Tanggal, 27 Agustus 1998

Pembimbing II



Drs. E. Sumardjono, M.B.A.

Tanggal, 23 September 1998

SKRIPSI
EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
Studi Kasus Pada Perusahaan Anggur 5000 Gemini
Yogyakarta

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

CU WUI

NIM : 932114017

NIRM : 930051121303120147

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal : 9 Oktober 1998
Dan dinyatakan memenuhi syarat

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua : Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.

Sekretaris : Drs. E. Sumardjono, MBA.

Anggota : 1. Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.

2. Drs. E. Sumardjono, M.B.A.

3. Drs. H. Herry Maridjo, M.Si.

[Handwritten signatures of the panel members]

Yogyakarta, Oktober 1998
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Dekan



[Handwritten signature of Dekan]
Drs. T. Gilarso)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- Dengan melaksanakan tugas sebaik-baiknya dan penuh tanggung jawab maka akan memperoleh hasil terbaik.
- Milikilah rasa percaya diri sendiri dan kerahkan semangat yang cukup besar di belakang keinginan anda untuk mencapai apa yang anda cita-citakan (Dr. D. J. Scharwatz).
- Kepercayaan diri , keyakinan akan berhasil , kepastian akan masa depan , dan kerja keras adalah kunci kesuksesan akan hidup.

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

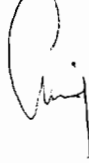
- Ayah dan Ibu
- Adik-adikku, Kakek (alm) dan Nenek.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

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

Yogyakarta, 28 Oktober 1998

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Cu Wui', written in a cursive style.

Cu Wui

ABSTRAK

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK Studi Kasus Pada Perusahaan Anggur 5000 Gemini Yogyakarta 1998

CU WUI

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan harga jual yang diterapkan oleh Perusahaan Anggur 5000 Gemini sudah tepat atau belum.

Penelitian yang dilakukan berupa studi kasus yang mengambil tempat di Perusahaan Anggur 5000 Gemini, yang beralamat di Jalan Suryanegaran 12 Yogyakarta, selama bulan Maret dan bulan April 1998. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara, dan dokumentasi dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif evaluatif, dimana penulis terlebih dahulu memberikan gambaran kongkrit perhitungan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan, kemudian memberikan evaluasi terhadap perhitungan tersebut berdasarkan metode penentuan harga jual *cost-plus pricing*. Berdasarkan hasil analisis, harga jual Anggur Beras Kencur 300 ml, 600 ml, dan 1000 ml menurut perusahaan masing-masing sebesar Rp. 1550,- Rp. 3000,- dan Rp. 3500. Harga jual menurut metode *cost-plus pricing* masing-masing sebesar Rp. 1900,- Rp. 3900,- dan Rp. 6050. Perbedaan harga jual ini selain disebabkan perusahaan tidak memasukkan biaya komersial dan belum memasukkan biaya gaji pimpinan perusahaan ke dalam penentuan harga jualnya, serta perusahaan mengalokasikan biaya listrik ke dalam BOP yang seharusnya dialokasikan ke dalam biaya komersial, juga karena perusahaan menentukan laba yang diinginkan tanpa melalui cara atau rumus tertentu sebagaimana metode *cost-plus pricing*. Kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan ini adalah bahwa penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan tidak tepat.

ABSTRACT

AN EVALUATION OF PRODUCT PRICING

Case Study At 5000 Gemini Wine Company Yogyakarta

1998

CU WUI

Sanata Dharma University

Yogyakarta

The aim of this research is to find out whether the pricing method used by 5000 Gemini Wine Company is appropriate or not.

This case study research was conducted at 5000 Gemini Wine Company on Jalan Suryanegaran 12 Yogyakarta, during March and April 1998. The researcher used interview and documentation method to gather the required data.

The data analysis used is an evaluative descriptive analysis technique. First the researcher describes the pricing method used by the company, and then gives an evaluation of this calculation by comparing it to the cost-plus pricing method. According to the company's pricing method, the price of 300 ml, 600 ml, and 1000 ml Beras Kencur Wine is Rp. 1550,- Rp. 3000,- and Rp. 3500,- each, while based on the cost-plus pricing method the price is Rp. 1900,- Rp. 3900,- and Rp. 6050,- each. This price variance is because the company didn't include commercial costs in the computation of its product pricing, the company didn't include the director's salary into product pricing, and the company allocated electricity expense into overhead factory costs which should be allocated to commercial costs. Another reason of this price variance was because the company didn't use any certain formula to determine the desired profit in the same manner as the cost-plus pricing method does. The conclusion of this case study is that the pricing method used by the company is not appropriate.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini guna melengkapi persyaratan memperoleh gelar kesarjanaan pada Program Studi Akuntansi, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Skripsi ini berjudul “ **Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk**”, studi kasus pada **Perusahaan Anggur 5000 Gemini Yogyakarta**.

Pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan dari:

1. Dra. Fr. Ninik. Y, M. Acc selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma dan Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Drs. E. Sumardjono, M.B.A sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Drs. G. Anto. L, Ak yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Kusbiantoro Gunawan selaku Pimpinan Perusahaan Anggur 5000 Gemini Yogyakarta yang memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
5. Bapak Martin dari Bagian Umum yang telah bermurah hati dan banyak membantu penulis dalam mendapatkan semua data-data yang diperlukan.
6. Semua staf Perusahaan Anggur 5000 Gemini yang selalu membantu penulis dalam melengkapi data yang penulis perlukan.

7. Segenap rekan-rekan yang memberikan bantuan dan dorongan dalam bentuk apapun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan hati terbuka penulis akan menerima segala kritik, saran serta usulan demi perbaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 28 Oktober 1998

Penulis



Cu Wui

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Perumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian.....	3
F. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Pengertian Harga Jual.....	6



	B. Tujuan Penetapan Harga Jual.....	6
	C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual...	8
	D. Biaya dan Penggolongan Biaya.....	10
	E. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi.....	11
	F. Manfaat Informasi Biaya Penuh Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual.....	12
	G. Anggaran.....	13
	H. Metode Penentuan Harga Jual.....	14
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	20
	A. Jenis Penelitian.....	20
	B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
	C. Subjek dan Objek Penelitian.....	20
	D. Data yang Dicari.....	21
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	21
	F. Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	24
	A. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan Perusahaan.....	24
	B. Struktur Organisasi.....	26
	C. Personalia.....	32
	D. Produksi.....	35
	E. Pemasaran.....	43
BAB V	DESKRIPSI DATA, ANALISIS DATA, DAN PEMBAHASAN	45
	A. Deskripsi Data.....	45
	B. Analisis Data.....	50

	C. Pembahasan.....	60
BAB VI	KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN	
	SARAN.....	65
	A. Kesimpulan.....	65
	B. Keterbatasan Penelitian.....	65
	C. Saran.....	66
	DAFTAR PUSTAKA.....	67
	DAFTAR PERTANYAAN.....	78
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Komposisi Pemakaian Bahan Baku Anggur.....	37
Tabel 5.1.	Data Biaya Bahan Baku Anggur Beras Kencur.....	45
Tabel 5.2.	Data Biaya Bahan Kemasan Anggur Beras Kencur.....	46
Tabel 5.3.	Data BTKL Anggur Beras Kencur.....	47
Tabel 5.4.	Data BOP Anggur Beras Kencur.....	48
Tabel 5.5.	Data Produksi Anggur Beras Kencur Tahun 1996.....	50
Tabel 5.6.	Data Anggaran Biaya Bahan Baku Anggur Beras Kencur ...	50
Tabel 5.7.	Data Anggaran Produksi Tahun 1996.....	52
Tabel 5.8.	Data Taksiran Biaya Produksi Anggur Beras Kencur.....	53
Tabel 5.9.	Data Taksiran Biaya Penuh Anggur Beras Kencur.....	56
Tabel 5.10.	Data Laba yang Diharapkan Anggur Beras Kencur.....	57
Tabel 5.11.	Data Persentase <i>Markup</i> Anggur Beras Kencur.....	58
Tabel 5.12.	Perhitungan Harga Jual Anggur Beras Kencur Berdasarkan <i>Cost-Plus Pricing</i>	58
Tabel 5.13.	Perbandingan Penentuan Harga Jual Perusahaan Dengan Kajian Teori.....	59
Tabel 5.14.	Perbandingan Harga Jual Perusahaan Dengan <i>Cost-Plus Pricing</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Anggur 5000 Gemini .	27
Gambar 4.2.	Skema Proses Produksi Anggur Buah Beraroma.....	40
Gambar 4.3.	Skema Proses Produksi Anggur Beras Kencur dan Ketan Hitam.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Perhitungan Biaya Bahan Kemasan Anggur Beras Kencur ..	68
Lampiran 2	Perhitungan BTKL Anggur Beras Kencur.....	69
Lampiran 3	Perhitungan BOP Anggur Beras Kencur.....	70
Lampiran 4	Perhitungan Taksiran Biaya Bahan Kemasan Anggur Beras Kencur.....	71
Lampiran 5	Perhitungan Taksiran BTKL Anggur Beras Kencur.....	72
Lampiran 6	Perhitungan Taksiran BOP Anggur Beras Kencur	73
Lampiran 7	Perhitungan Taksiran BOP Anggur Beras Kencur Berdasar- kan Cost-Plus Pricing.....	74
Lampiran 8	Perhitungan Taksiran Biaya Komersial Anggur Beras Kencur.....	75
Lampiran 9	Perhitungan Alokasi Aktiva Penuh Anggur Beras Kencur.....	76
Lampiran 10	Perhitungan Persentase <i>Markup</i> Anggur Beras Kencur.....	77

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Penetapan harga untuk suatu produk merupakan salah satu dari keputusan yang paling penting yang dihadapi oleh seorang manajer. Selain juga merupakan yang paling sulit, karena terdapat bermacam-macam faktor yang harus dipertimbangkan. Keputusan penetapan harga muncul pada semua jenis organisasi. Perusahaan penghasil barang menetapkan harga bagi produk yang mereka hasilkan, perusahaan dagang menetapkan harga bagi barang-barang dagangan mereka, perusahaan jasa menetapkan harga bagi jasa-jasa yang diberikan kepada konsumen seperti polis asuransi, tiket kereta api, pinjaman bank, dan lain-lain, demikian juga organisasi pemerintah menetapkan harga bagi registrasi kendaraan, biaya penggunaan taman, dan jasa umum. Pendekatan optimal untuk menetapkan harga seringkali tergantung pada situasi yang dihadapi. Penetapan harga produk yang sudah stabil (*mature product*) tentu berbeda dengan penetapan harga bagi produk baru.

Secara tradisional, penetapan harga jual mempunyai dampak pada kuantitas yang terjual dalam dua cara, yaitu, bila harga jual terlalu tinggi akan menghambat penjualan, dan bila harga jual terlalu rendah akan meningkatkan volume penjualan tetapi mungkin tidak meningkatkan laba. Perusahaan dihadapkan pada masalah bagaimana menjual hasil produksinya agar uang yang telah diinvestasikan dapat segera kembali dengan membawa sejumlah keuntungan. Kegagalan perusahaan dalam memasarkan produknya dapat menyebabkan suatu

rentetan peristiwa, seperti menumpuknya persediaan barang jadi, meningkatnya resiko kerusakan barang, berkurangnya kepercayaan kreditur, dan kelambatan perputaran dana. Perusahaan harus dapat menetapkan harga yang memungkinkan terjadinya penjualan yang maksimal sehingga dapat memberikan *return on investment* yang tinggi bagi perusahaan dan pemegang saham, serta pada saat yang sama dapat menjaga kelangsungan hidup produk itu di pasar.

Umumnya harga jual produk ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar. Karena permintaan konsumen atas produk tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual, manajer tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian. Selera konsumen, jumlah pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk di pasar.

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berhenti sebagai *going concern* atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian manajer penentu harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produk dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, meskipun biaya bukan merupakan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual.

Oleh karena pentingnya penentuan harga jual bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah penentuan harga jual produk pada perusahaan manufaktur.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penentuan harga jualnya berdasarkan *cost-plus pricing*. Sedangkan metode penentuan harga pokok produknya berdasarkan harga pokok penuh (*full costing*). Penulis meneliti produk Anggur Beras Kencur 300 ml, 600 ml dan 1000 ml produksi tahun 1996.

C. Perumusan Masalah

Apakah penentuan harga jual produk pada Perusahaan Anggur 5000 Gemini sudah tepat?

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah penentuan harga jual produk pada Perusahaan Lima Ribu Gemini sudah tepat.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan.

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi Perusahaan Anggur 5000 Gemini yaitu sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan terutama dalam menentukan harga jual produk yang dihasilkan.

2. Bagi Penulis.

Merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan situasi yang sebenarnya. Dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang penentuan harga jual dan dapat membandingkan antara teori dengan keadaan yang ada dalam perusahaan.

3. Bagi Universitas Sanata Dharma.

Dapat menambah kepustakaan dan dapat memberi masukan di bidang akuntansi manajemen khususnya dalam penentuan harga jual.

F. Sistematika Penulisan

Bab I. Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisannya.

Bab II. Landasan Teori.

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kajian pustaka yang relevan dengan penentuan harga jual produk berdasarkan pesanan.

Bab III. Metodologi Penelitian.

Bab ini akan menjelaskan tentang jenis penelitian, waktu penelitian dan tempat penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV. Hasil Penelitian

Dalam bab ini, diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan

Bab V. Deskripsi, Analisis Data dan Pembahasan.

Dalam bab ini, penulis akan menganalisis dan membahas data yang telah dikumpulkan dari perusahaan.

Bab VI. Kesimpulan dan Saran.

Pada bab ini, berisi kesimpulan dari analisis data dan saran yang diberikan kepada perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Harga Jual

Harga jual oleh R.A. Supriyono diartikan sebagai jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1989: 332). Oleh William J. Stanton, harga diartikan sebagai suatu nilai yang dinyatakan dalam istilah dollar dan sen, atau alat pertukaran moneter lainnya (Stanton, 1991: 240). Harga jual merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Selain itu harga jual dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi *market share*nya.

Keputusan penentuan harga jual biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal dan internal. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau malahan biaya masa depan (*future cost*), kondisi pasar, reaksi pesaing, laba atau return yang diinginkan, dan sebagainya.

B. Tujuan Penetapan Harga Jual

Perusahaan mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga produknya yaitu (Stanton, 1991: 242 - 245 ; dan Swastha, 1984: 148 - 149):

1. Mendapatkan pengembalian investasi

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan

investasi hanya bisa diambilkan dari laba perusahaan, dan laba hanya bisa diperoleh bilamana harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.

2. Mendapatkan laba maksimum

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

3. Meningkatkan volume penjualan.

Selain berorientasi pada laba, pada situasi tertentu perusahaan juga berorientasi pada volume tertentu.

4. Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar (*market share*).

Dalam beberapa kasus tertentu, contohnya pada tahun 1980 an Yen Jepang naik terhadap Dollar Amerika Serikat. Konsekuensinya, produk-produk perusahaan Jepang seperti kendaraan, menjadi lebih mahal karena produk Jepang dijual dengan mata uang Dollar Amerika Serikat. Untuk mempertahankan pangsa pasar mereka, Toyota, Nissan, dan Honda akan berusaha menurunkan harga jual produk mereka.

5. Mencegah atau mengurangi persaingan, dan stabilisasi harga.

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Dengan kondisi seperti ini biasanya terdapat satu perusahaan besar yang secara historis bertindak sebagai pemimpin industri (*industry leader*) dalam penetapan harga jual. Perusahaan yang lebih kecil hanya mengikuti kebijaksanaan pemimpin industri dalam penetapan harga

jualnya, biasanya terjadi pada perusahaan yang produknya sangat terstandarisasi, yaitu baja, minyak bumi, tembaga, dan sebagainya.

C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga jual ialah (Swastha, 1985: 242 - 246) :

1. Keadaan Perekonomian.

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Di Indonesia, setelah ada Keputusan Pemerintah 15 November 1978 yang menentukan nilai tukar \$ 1,- Amerika dari Rp. 415,- menjadi Rp. 625,- menimbulkan reaksi-reaksi di kalangan masyarakat bisnis. Reaksi spontan terhadap keputusan tersebut adalah adanya kenaikan harga-harga, terutama pada barang mewah, barang impor, dan barang-barang yang dibuat dengan bahan atau komponen dari luar negeri.

2. Penawaran dan permintaan.

Pada tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar, dan sebaliknya pada harga yang lebih tinggi akan mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar. Menurut teori ekonomi, harga akan ditentukan pada titik pertemuan antara kurve permintaan dan kurve penawaran.

3. Elastisitas permintaan.

Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

4. Persaingan.

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada.

- a. Persaingan murni.
- b. Persaingan tidak sempurna.
- c. Oligopoli.
- d. Monopoli

5. Biaya.

Tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi, akan menghasilkan keuntungan.

6. Tujuan perusahaan.

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai itu antara lain, laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu, dan lain-lain.

7. Pengawasan pemerintah

Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

D. Biaya dan Penggolongan Biaya

Dalam arti luas, biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 1993: 8). Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva, atau disebut juga dengan istilah harga pokok. Supriyono mengartikan biaya sebagai harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan (Supriyono, 1989: 16).

Biaya antara lain dapat digolongkan sebagai berikut (Supriyono, 1989: 18 - 36):

- 1. Penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok dari kegiatan/aktivitas perusahaan.**
 - a. Biaya Produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan lagi yaitu:
 - 1) Biaya Bahan Baku
 - 2) Biaya Tenaga Kerja Langsung
 - 3) Biaya *Overhead* Pabrik
 - b. Biaya Pemasaran, yaitu biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas.
 - c. Biaya Administrasi dan Umum, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya ini terjadi dalam rangka penentuan kebijaksanaan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan

perusahaan secara keseluruhan. Contohnya, biaya gaji pimpinan tertinggi perusahaan, biaya personalia, dan biaya akuntansi

- d. Biaya Keuangan, adalah semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan, misalnya: biaya bunga.

2. Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau volume.

- a. Biaya Tetap, yaitu biaya yang jumlahnya totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan sampai dengan tingkatan tertentu.
- b. Biaya Variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding perubahan volume kegiatan.
- c. Biaya Semi Variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding.

E. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan, yaitu (Mulyadi, 1993: 18-21):

1. Full Costing.

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi dan biaya non produksi ke

dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik baik variabel maupun tetap, biaya pemasaran, dan biaya administrasi dan umum.

2. *Variable Costing*

Variable costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi dan biaya non produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, biaya pemasaran variabel, dan biaya administrasi dan umum variabel.

F. Manfaat Informasi Biaya Penuh Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual

Pada dasarnya, dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Di samping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai, sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa.

Informasi biaya penuh memberikan manfaat berikut ini bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual (Mulyadi, 1993: 348-350):

1. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan.
2. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.
3. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya perusahaan pesaing.
4. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

G. Anggaran

Anggaran merupakan suatu rencana kerja yang dinyatakan secara kuantitatif, yang diukur dalam satuan moneter standar dan satuan ukuran yang lain yang mencakup jangka waktu satu tahun (Mulyadi, 1993: 488).

Dalam suatu perusahaan, paket anggaran yang lengkap terdiri dari beberapa elemen atau jenis anggaran. Paket anggaran yang lengkap tersebut dinamakan juga anggaran induk. Anggaran induk terdiri atas 3 bagian penting sebagai berikut (Mulyadi dan Supriyono, 1988: 93-96):

1. Anggaran Operasi

Anggaran operasi biasanya berisi dua bagian penting yang terdiri atas:

a. Anggaran Program.

Anggaran program berisi estimasi rencana pendapatan dan biaya program-program utama suatu organisasi.

b. Anggaran Pertanggungjawaban

2. Anggaran Kas

Anggaran ini menunjukkan antisipasi sumber dan penggunaan kas dalam tahun anggaran.

3. Anggaran Pengeluaran Modal

Anggaran ini menunjukkan rencana perubahan aktiva tetap dalam tahun anggaran.

H. Metode Penentuan Harga Jual

Ada beberapa metode dalam menentukan harga jual, yaitu (Mulyadi, 1993: 350 - 368):

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

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

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

2. *Cost-Plus Pricing*

Harga jual berdasarkan *cost-plus pricing* dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal tersebut di atas, yaitu harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan. Dengan demikian ada 2 unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini, yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan: *full costing* dan *variable costing*. Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel + tetap)	Rp. xxx	

Taksiran total biaya produksi		Rp. xxx
Biaya administrasi dan umum	Rp. xxx	
Biaya pemasaran	Rp. xxx	

Taksiran total biaya komersial		Rp. xxx

Taksiran biaya penuh		Rp. xxx
		=====

Biaya penuh adalah biaya langsung objek informasi ditambah bagian yang adil biaya tidak langsung yang menjadi beban objek informasi tersebut. Objek informasi dapat berupa produk, keluarga produk, aktivitas, departemen, divisi, atau perusahaan secara keseluruhan (Mulyadi, 1993: 50).

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

Biaya variabel:		
Biaya bahan baku	Rp. xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Rp. xxx	

Taksiran total biaya produksi variabel		Rp. xxx
Biaya administrasi dan umum variabel	Rp. xxx	
Biaya pemasaran variabel	Rp. xxx	

Taksiran total biaya variabel		Rp. xxx
Biaya tetap:		
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp. xxx	
Biaya administrasi dan umum tetap	Rp. xxx	
Biaya pemasaran tetap	Rp. xxx	

Taksiran total biaya tetap		Rp. xxx

Taksiran biaya penuh		Rp. xxx
		=====

Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Untuk memperkirakan berapa laba wajar yang diharapkan, manajer penentu harga jual perlu mempertimbangkan:

a. *Cost of Capital*

Cost of capital merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan. Besarnya *cost of capital* sangat dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

b. **Risiko Bisnis**

Semakin besar risiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan semakin besar persentase yang ditambahkan pada *cost of capital* di dalam memperhitungkan laba yang diharapkan.

c. **Besarnya Capital Employed**

Jumlah investasi (*capital employed*) yang ditanamkan untuk memproduksi dan memasarkan produk atau jasa merupakan faktor yang menentukan besarnya laba yang diharapkan, yang diperhitungkan dalam harga jual. Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa, semakin besar pula laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual.

Rumus perhitungan harga jual per unit adalah sebagai berikut (Mulyadi, 1993: 353):

$$\text{Harga Jual} = \begin{array}{l} \text{Biaya yang} \\ \text{Berhubungan} \\ \text{Langsung dengan} \\ \text{Volume} \end{array} + (\text{Persentase } \textit{Markup} \times \begin{array}{l} \text{Biaya yang} \\ \text{Berhubungan} \\ \text{Langsung dengan} \\ \text{Volume} \end{array})$$

Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi. Sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah berupa biaya nonproduksi.

Persentase *markup* dihitung dengan rumus (Mulyadi, 1993: 353):

$$\text{Persentase Markup} = \frac{\text{Laba yang Diharapkan} + \text{Biaya yang Tidak Dipengaruhi Langsung oleh Volume Produk}}{\text{Biaya yang Dipengaruhi Langsung oleh Volume Produk}}$$

Laba yang Diharapkan = Aktiva Penuh x Tarif Kembalian Investasi

Aktiva penuh adalah aktiva langsung yang bersangkutan dengan objek informasi ditambah dengan bagian yang adil aktiva tidak langsung yang menjadi beban objek informasi tersebut (Mulyadi, 1993: 50).

3. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)

Metode penentuan harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dok kapal, dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa.

4. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract* (*Cost-type Contract Pricing*)

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.

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

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini akan meminta harga di bawah harga jual normal, bahkan seringkali di bawah biaya penuh. Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus, informasi akuntansi differensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual. Jika harga yang diminta oleh pemesan lebih besar dari biaya differensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan pesanan khusus tersebut, maka pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima.

6. Penentuan Harga Jual Produk Atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang Diatur dengan Peraturan Pemerintah

Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan Pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja.

Contoh dari produk dan jasa ini adalah produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telepon dan telegraf, transportasi, dan jasa pos, yang diatur dengan peraturan Pemerintah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis termasuk dalam jenis penelitian studi kasus. Jenis penelitian studi kasus ini merupakan penelitian terhadap objek tertentu pada perusahaan, yang pengumpulan datanya dengan menggunakan beberapa elemen dan kemudian masing-masing elemen itu diselidiki. Hasil penelitian dan kesimpulan hanya berlaku bagi perusahaan yang bersangkutan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian.

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Perusahaan Anggur 5000 Gemini yang berlokasi di Jalan Suryonegaran 12 Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian.

Penelitian ini akan dilaksanakan selama bulan Maret dan April 1998

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian.

Adapun yang menjadi subjek penelitian adalah:

- a. Kepala Bagian Produksi
- b. Kepala Bagian Pemasaran
- c. Kepala Bagian Akuntansi

2. Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah metode penentuan harga jual pada Perusahaan Anggur 5000 Gemini.

D. Data yang Dicari

Data yang akan dicari selama penelitian dari perusahaan adalah:

1. Data gambaran umum perusahaan, dan perkembangannya.
2. Data anggaran biaya produksi dan non produksi.
3. Jenis dan jumlah produk.
4. Data penjualan.
5. Data tentang metode penetapan harga jual.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung untuk memperoleh informasi mengenai sejarah perusahaan dan perkembangannya, biaya produksi, metode penentuan harga jual, serta kebijaksanaan harga jual.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melihat catatan-catatan atau arsip-arsip perusahaan mengenai sejarah perusahaan dan perkembangannya, biaya-biaya produksi, metode penentuan harga jual, serta kebijaksanaan harga jual.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis deskriptif evaluatif, dalam arti peneliti terlebih dahulu memberikan gambaran kongkrit perhitungan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan, kemudian memberikan evaluasi terhadap perhitungan tersebut berdasarkan metode penentuan harga jual *cost-plus pricing*.

Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan penentuan harga jual produk di Perusahaan Anggur 5000 Gemini yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Mendeskripsikan penentuan harga jual berdasarkan kajian teori.

Langkah-langkahnya, yaitu:

- a. Menghitung taksiran biaya penuh dengan unsur-unsur sebagai berikut:

Taksiran total biaya produksi dan taksiran total biaya komersial diambil dari anggaran perusahaan.

Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel + tetap)	Rp. xxx
Taksiran total biaya produksi	Rp. xxx
Biaya administrasi dan umum	Rp. xxx
Biaya pemasaran	Rp. xxx
Taksiran total biaya komersial	Rp. xxx
Taksiran biaya penuh	Rp. xxx

- b. Menghitung besarnya laba yang diharapkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Laba yang Diharapkan} = \frac{\text{Aktiva Penuh} \times \text{Tarif Kembalian}}{\text{Investasi}}$$

- c. Menghitung besarnya persentase *markup* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase Markup} = \frac{\text{Laba yang Diharapkan} + \text{Biaya yang Tidak Langsung Dipengaruhi oleh Volume Produk}}{\text{Biaya yang Dipengaruhi Langsung oleh Volume Produk}}$$

- c. Menghitung besarnya harga jual berdasarkan metode harga pokok penuh (*full costing*) ditambah dengan *markup* dengan perhitungan:

Taksiran Biaya Produksi	Rp. xxx
<i>Markup</i>	Rp. xxx
Jumlah Harga Jual	----- Rp. xxx
Volume produk (Botol)	xxx
Harga Jual per Botol	----- Rp. xxx

3. Membandingkan antara hasil penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan hasil penentuan harga jual berdasarkan kajian teori.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan Perusahaan

Perusahaan Anggur 5000 Gemini merupakan perusahaan perseorangan yang didirikan oleh Bapak Hendro Gunawan pada tahun 1950, dan mulai beroperasi pada tahun itu juga dengan memproduksi beberapa macam minuman anggur beralkohol sebagai obat kuat penambah tenaga. Pada awal operasi pelaksanaan produksinya, perusahaan yang berbentuk industri rumah tangga menempati lokasi perusahaan di Jalan Suryotomo Yogyakarta.

Dengan semakin berkembangnya industri rumah tangga ini dan sejalan dengan perkembangan industri saat itu, maka mulai tahun 1970 diadakan pemindahan lokasi perusahaan ke Jalan Suryanegaran no. 12 Yogyakarta dan bertahan sampai sekarang dengan menempati areal seluas 2.085 meter persegi. Hal ini dilakukan karena lokasi yang semula didiami perusahaan terlalu sempit dan tidak mampu lagi menampung kegiatan produksi yang besar.

Pada tahun 1985, perusahaan ini dilimpahkan kepada putranya, yaitu Bapak Kusbiantoro Gunawan. Sejak saat itu pula perusahaan mulai diperbaharui, yang semula berbentuk industri rumah tangga sekarang menjadi perusahaan semi modern. Pembaharuan perusahaan telah selesai seluruhnya pada tahun 1990 baik yang berupa pembaharuan fisik maupun manajemennya.

Keberadaan perusahaan ini diakui oleh pemerintah. Hal ini dibuktikan dengan beberapa ijin dari instansi yang berwenang, yang berupa:

1. Ijin Usaha (SIUP) : No. 89/12-05/PM/VII/89 tertanggal 20 Juli 1989.
2. Ijin Tempat Usaha (HO) : No. 503-T.94/36.D/89 tertanggal 12 April 1989.
3. Tanda Daftar Perusahaan : No. 12055301542 tertanggal 4 Juli 1991.
4. Ijin Minuman Beralkohol : No. PO.01.02.1.2.028 tertanggal 14 April 1994.
5. Ijin Tetap Usaha Industri : No. 182/DJAI/IUT-1/Non PMA-PMDN/VI/1992 tertanggal 17 Juni 1992.

Dari beberapa ijin tersebut di atas, sebagian bersifat tetap dan sebagian perlu perpanjangan pada saat habis masa berlakunya.

Dengan didukung peralatan yang semi modern, perusahaan mampu memfermentasi buah, beras, dan ketan hitam menjadi produk:

1. Anggur Beras Kencur dengan kadar alkohol 15%.
2. Anggur Buah Beraroma dengan kadar alkohol 15%
3. Anggur Ketan Hitam dengan kadar alkohol 15%

Di samping itu perusahaan juga telah menghasilkan sendiri "Spirit" dari hasil fermentasi yang didistilasi. Spirit ini merupakan bahan tambahan pada pembuatan anggur yang mengandung kadar alkohol sebesar 40% - 50%.

Didukung tenaga ahli yang berpengalaman, produk perusahaan telah mencapai standar kualitas SII dan telah memenuhi peraturan Departemen Kesehatan RI mengenai tata cara pengolahan, sanitasi, kualitas produk dan pelabelan. Kesemuanya telah disesuaikan dengan peraturan Departemen Kesehatan RI.



Tujuan didirikannya perusahaan, di samping untuk memenuhi laba atau keuntungan dari hasil kegiatan perusahaan, juga mempunyai tujuan yang sifatnya untuk kepentingan umum, diantaranya adalah:

1. Berperan serta dalam menyediakan obat/jamu bagi masyarakat dalam usaha peningkatan kesehatan masyarakat.
2. Mengurangi jumlah pengangguran serta memperluas lapangan kerja terutama bagi daerah Kodya Yogyakarta dan sekitarnya.

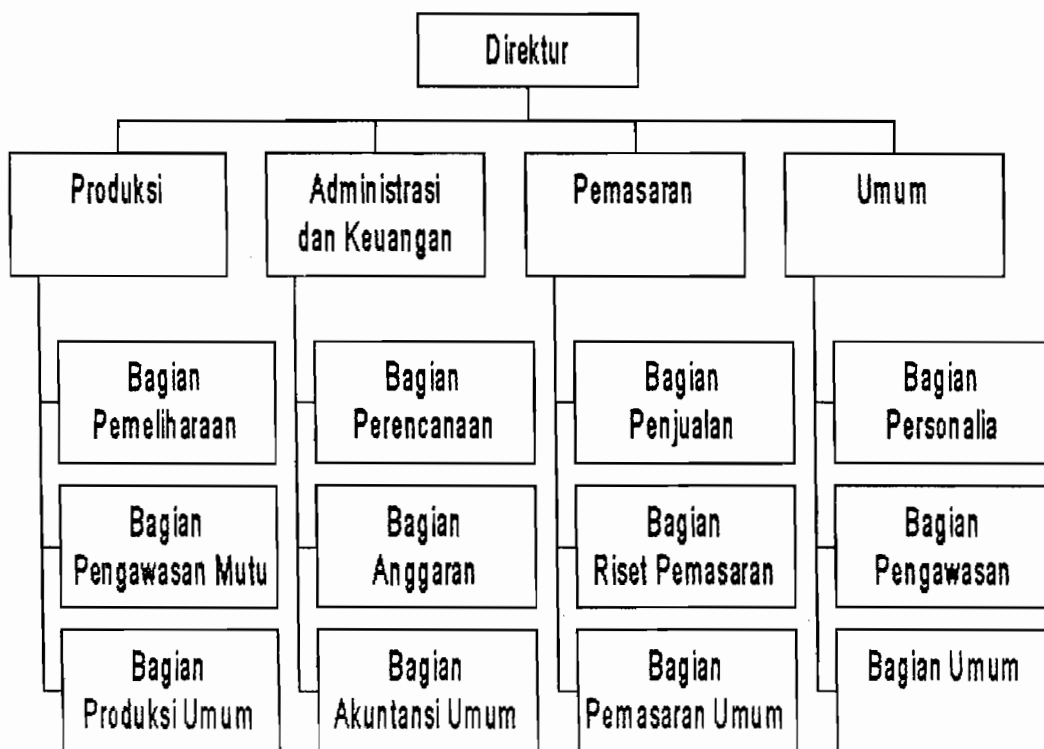
B. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan kerangka atau bagan yang menunjukkan suatu proses penetapan dan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab unsur-unsur yang ada dalam organisasi. Dengan struktur organisasi yang baik maka salah pengertian antar karyawan yang ada dalam organisasi dapat dihindari atau dapat ditekan seminimal mungkin, sehingga kerja sama antar karyawan yang ada dalam organisasi dapat terkoordinasi sejalan dengan tujuan perusahaan.

Dengan melihat bentuknya, struktur organisasi perusahaan pada dasarnya dapat digolongkan sebagai struktur organisasi garis. Hal ini didasarkan pada ciri utamanya, yaitu atasan mempunyai sejumlah bawahan tertentu yang masing-masing memberikan pertanggungjawaban pelaksanaan pada atasannya, serta tidak seorangpun dalam organisasi itu mempunyai lebih dari seorang atasan.

Perusahaan dipimpin oleh seorang direktur, yang statusnya adalah pemilik perusahaan. Direktur membawahi secara langsung bagian produksi, bagian administrasi dan keuangan, bagian pemasaran dan bagian umum. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.1.

Gambar 4.1.
Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Anggur 5000 Gemini



Sumber data: Perusahaan Anggur 5000 Gemini

Tugas dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Direktur

Direktur sebagai perencana di dalam menentukan garis-garis besar kebijaksanaan untuk dapat memulai usaha, dengan cara:

- a. Merencanakan, merumuskan dan menetapkan kebijaksanaan perusahaan untuk melaksanakan peraturan pemerintah yang berlaku. Hal ini berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan.
- b. Memimpin dan mengkoordinir seluruh kegiatan perusahaan.
- c. Merencanakan, merumuskan dan menetapkan kebijaksanaan perusahaan dalam bidang produksi, administrasi dan keuangan, pemasaran dan umum.
- d. Memberikan bimbingan, pengarahan dan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas yang didelegasikan kepada kepala bagian produksi, administrasi dan keuangan, pemasaran dan umum.
- e. Mengusahakan hubungan dan kerja sama yang sebaik-baiknya dengan instansi pemerintah, lembaga-lembaga swasat, perusahaan lain dan juga terhadap masyarakat.

2. Produksi

a. Kepala Bagian Produksi

1) Kasubag Pemeliharaan

- a) Memelihara kelancaran kerja mesin-mesin produksi dan peralatan yang dimiliki perusahaan
- b) Memelihara dan memperbaiki mesin-mesin dan peralatan yang rusak.

2) Kasubag Pengawasan Mutu

Menentukan standar kualitas dan komposisi pemakaian bahan baku dalam pelaksanaan proses produksi.

3) Kasubag Produksi Umum

Bertanggung-jawab atas keseluruhan pelaksanaan proses produksi dan memberikan laporan periodik kepada pimpinan perusahaan dalam pelaksanaan tugas memimpin bagian produksi.

b. Karyawan Bagian Produksi

Pelaksana dari kegiatan proses produksi yang telah mempunyai tugas sendiri-sendiri sesuai bidangnya.

3. **Administrasi dan Keuangan**

a. Kepala Bagian Administrasi dan Keuangan

1) Kasubag Perencanaan dan Anggaran

Melakukan perencanaan dan anggaran dalam penyediaan dana yang berhubungan dengan kelancaran kegiatan dalam perusahaan.

2) Kasubag Akuntansi Umum

a) Mengatur semua kegiatan pembukuan dalam perusahaan.

b) Mengatur jalannya keuangan dalam perusahaan, terutama dalam melakukan pembayaran kepada karyawan.

- c) Membantu pimpinan perusahaan dalam merumuskan segala kebijaksanaan yang berkaitan dengan bidang administrasi dan keuangan.
- d) Bertanggung jawab atas keseluruhan pelaksanaan proses produksi dan memberikan laporan periodik kepada pimpinan perusahaan mengenai hutang-piutang perusahaan, aktivitas penjualan dan pelaksanaan tugas memimpin bagian administrasi dan keuangan.

b. Karyawan Bagian Administrasi dan Keuangan

Pelaksana dari kegiatan yang ada di dalam bagian administrasi dan keuangan.

4. Pemasaran

a. Kepala Bagian Pemasaran

1) Kasubag Penjualan

- a) Membantu pimpinan perusahaan dalam merumuskan segala kebijaksanaan yang berkaitan dengan pemasaran hasil-hasil produksi dan pelaksanaannya.
- b) Mencatat dan melayani penjualan hasil produksi perusahaan kepada agen dan pengecer.
- c) Memberikan bimbingan dan pengarahan terhadap pelaksanaan tugas yang didelegasikan kepada tenaga penjualan.

2) Kasubag Riset Pemasaran

Melakukan penelitian dan juga riset pemasaran sebagai usaha perusahaan untuk memperluas pasar.

3) Kasubag Pemasaran Umum

Bertanggung jawab atas keseluruhan pemasaran hasil produksi perusahaan dan memberikan laporan periodik kepada pimpinan perusahaan dalam pelaksanaan tugas memimpin bagian pemasaran.

b. Karyawan Bagian Pemasaran

Pelaksana dari kegiatan yang ada di dalam bagian pemasaran.

5. Umum

a. Kepala Bagian Umum

1) Kasubag Personalia

- a) Membantu pimpinan perusahaan dalam memutuskan dan melaksanakan kebijaksanaan mengenai kepegawaian dan administrasi dalam perusahaan.
- b) Mencari dan mengetahui sumber-sumber tenaga kerja serta mempelajari cara-cara penarikan tenaga kerja yang menentukan standar kualitas dan komposisi pemakaian bahan baku dalam pelaksanaan proses produksi.
- c) Membantu pimpinan perusahaan dalam merumuskan dan merencanakan kebijaksanaan yang berkaitan dengan bidang personalia dan pelaksanaannya.

2) Kasubag Pengawasan

Memberikan bimbingan dan melaksanakan pengawasan dalam pelaksanaan wewenang dan tanggung-jawab yang telah didelegasikan kepada tiap bagian dalam perusahaan.

3) Kasubag Umum

Bertanggung-jawab atas keseluruhan pembukuan yang menyangkut pencatatan volume produksi, penjualan, persediaan dalam gudang dan lain-lain.

b. Karyawan Bagian Umum

Pelaksana dari kegiatan yang ada di bagian umum

C. Personalia

Tenaga kerja sebagai salah satu faktor produksi yang utama dalam perusahaan ini perlu mendapat perhatian berupa upah yang layak dan sesuai dengan keahlian dan ketrampilan dalam bidang pekerjaannya. Hal ini masih harus diperkuat lagi dengan adanya ketentuan tentang upah minimum regional (UMR) yang ditetapkan oleh pemerintah daerah, sesuai dengan kebutuhan fisik minimum bagi tiap pekerja beserta keluarganya.

Sistem karir dalam perusahaan berupa kesempatan promosi bagi karyawan yang memiliki kemampuan dan loyalitas tinggi dengan memperhatikan pengalaman dan atau lamanya bekerja. Adanya promosi dalam karir serta insentif berupa upah yang layak diharapkan mampu untuk

memacu peningkatan produktivitas karyawan sehingga akan meningkatkan pula efisiensi dan efektivitas bagi perusahaan.

1. Jumlah Karyawan

Jumlah karyawan yang dimiliki perusahaan saat ini sebanyak 23 orang yang terdiri dari:

a. Direktur	1 orang
b. Bagian Pemasaran	6 orang
c. Bagian Administrasi dan Keuangan	2 orang
d. Bagian Produksi	12 orang
e. Bagian Umum	<u>2 orang</u>
Jumlah Karyawan	23 orang

2. Lingkungan Kerja

Pada perusahaan, hubungan kerja antar karyawan, hubungan timbal balik antara atasan dengan bawahan dan sebaliknya sudah terjalin cukup baik dan membawa dampak yang menggembirakan dalam suasana kekeluargaan. Pelaksanaan tugas dalam bidang produksi sangat sedikit terjadi kesalahan, karena semua tugas dan pekerjaan yang akan dikerjakan sudah tercantum dalam daftar dan jadwal kerja.

3. Jam Kerja

Perusahaan menyusun jam kerja untuk semua karyawan sebagai berikut:

- a. Hari Senin sampai Sabtu
 - 1) Jam kerja selama 7 jam yaitu mulai dari jam 08.00 sampai 16.00
 - 2) Istirahat selama 1 jam yaitu dari jam 12.00 sampai 13.00
- b. Hari Minggu dan hari besar libur

4. Sistem Pengupahan

Untuk menunjang kegiatan produksi dan memperhatikan kesejahteraan karyawan, maka perlu diberlakukan suatu sistem pengupahan yang sesuai dan layak dengan kebutuhan baik bagi karyawan maupun manajemen. Sistem pengupahan dilaksanakan dengan cara pembayaran upah karyawan sebagian bersifat bulanan dan sebagian bersifat harian. Pendapatan yang diterima oleh karyawan berupa:

- 1) Gaji pokok
- 2) Tunjangan makan
- 3) Tunjangan kesehatan
- 4) Tunjangan jabatan
- 5) Insentif lainnya

5. Kesejahteraan dan Jaminan Sosial

Untuk memelihara kesehatan dan semangat kerja karyawan dalam melaksanakan tugasnya, perusahaan mengadakan beberapa program jaminan sosial bagi para karyawan. Jaminan sosial yang diberikan tersebut antara lain:

- a) Pemeriksaan kesehatan dan pengobatan
- b) Pemberian tunjangan hari raya di luar gaji pokoknya

- c) Diikutsertakan dalam program ASTEK
- d) Sumbangan bagi karyawan yang meninggal dunia.

D. Produksi

1. Bahan Baku yang Digunakan

Produk yang dihasilkan adalah anggur minuman beralkohol sebagai obat kuat penambah tenaga. Perusahaan ini mengolah atau memproses bahan baku menjadi barang jadi yang dikemas dalam botol berukuran 300 ml, 600 ml, dan 1000 ml dengan jenis produk sebagai berikut:

- a. Anggur Beras Kencur
- b. Anggur Buah Beraroma
- c. Anggur Ketan Hitam

Adapun bahan baku yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan barang jadi adalah:

- a. Produk Anggur Beras Kencur
 - 1) Beras
 - 2) Gula Pasir
 - 3) Agar-agar
 - 4) Telur
 - 5) Rempah-rempah
 - 6) Kencur
 - 7) Jahe

- 8) Susu
- 9) Asam Sitrat
- 10) Esens
- 11) Ragi

b. Produk Anggur Buah Beraroma

- 1) Buah-buahan
- 2) Gula Pasir
- 3) Rempah-rempah
- 4) Asam Sitrat
- 5) Esens
- 6) Ragi

c. Produk Anggur Ketan Hitam

- 1) Beras Ketan Hitam
- 2) Gula Pasir
- 3) Buah-buahan
- 4) Rempah-rempah
- 5) Asam Sitrat
- 6) Esens
- 7) Ragi

2. Komposisi Pemakaian Bahan Baku

Komposisi pemakaian bahan baku yang digunakan ditunjukkan pada tabel 4.1. berikut:

Tabel 4.1
Komposisi Pemakaian Bahan Baku Anggur

No	Jenis Produk	Liter	Bahan yang Dibutuhkan
1	Anggur Beras Kencur	2100 Liter	Beras 1.102 kg
			Gula Pasir 588 kg
			Agar-agar 10 kg
			Telur 210 kg
			Rempah-rempah 32 kg
			Kencur 52 kg
			Jahe 10 kg
			Susu 42 kg
			Asam Sitrat 4 kg
			Esens 8 kg
			Ragi 2 kg
2	Anggur Buah Beraroma	780 Liter	Buah-buahan 1.560 kg
			Gula Pasir 218,4 kg
			Rempah-rempah 15,6 kg
			Asam Sitrat 15,6 kg
			Esens 3,7 kg
			Ragi 0,7 kg
3	Anggur Ketan Hitam	780 Liter	Beras Ketan Hitam 780 kg
			Gula Pasir 218 kg
			Buah-buahan 390 kg
			Rempah-rempah 15,6 kg
			Asam Sitrat 15,6 kg
			Esens 3,7 kg
			Ragi 1,5 kg

Sumber data: Perusahaan Anggur 5000 Gemini

3. Proses Produksi

Proses pembuatan anggur pada dasarnya melalui tahap-tahap yang sama. Tahap-tahap dalam proses produksi tersebut adalah:

a. *Handling*

Sebelum bahan-bahan diolah lebih lanjut, dilakukan *handling* bahan yang meliputi perlakuan sortasi, pengupasan, pencucian, penggilingan dan penyaringan. Pada unit *handling* ini pelaksanaannya selalu diawasi oleh tenaga ahli berpengalaman. Proses ini membutuhkan waktu 60 menit untuk 200 kg bahan.

b. Pasteurisasi dan atau pemasakan

Setelah melalui tahap *handling*, semua bahan yang akan diproses lebih lanjut harus melalui proses pasteurisasi dan atau pemasakan. Hal ini dilakukan agar semua bahan terbebas dari bakteri patogen yang membahayakan.

c. Fermentasi

Setelah melalui tahap pasteurisasi dan atau pemasakan, bahan-bahan masuk ke tahap fermentasi, yaitu pendiaman bahan yang telah dicampur dengan ragi selama kurang lebih 190 jam agar menghasilkan larutan (anggur kasar) dan sebagai bahan baku spirit.

d. Distilasi

Larutan hasil fermentasi didistilasi *vacuum* (disuling) akan menghasilkan spirit dan digunakan sebagai penambah kadar alkohol

dalam produk. Distilasi dilakukan selama 4 jam untuk 250 liter larutan.

e. Pencampuran dan Pembotolan

Anggur kasar hasil fermentasi dicampur dengan spirit dan bahan-bahan lainnya yang akan menghasilkan anggur. Anggur ini kemudian disimpan dalam *holding tank* beberapa hari, kemudian dilakukan pembotolan dan pelabelan.

Untuk membantu lancarnya proses produksi, maka di bagian produksi dibentuk 2 unit pembantu yang berupa:

a. Laboratorium

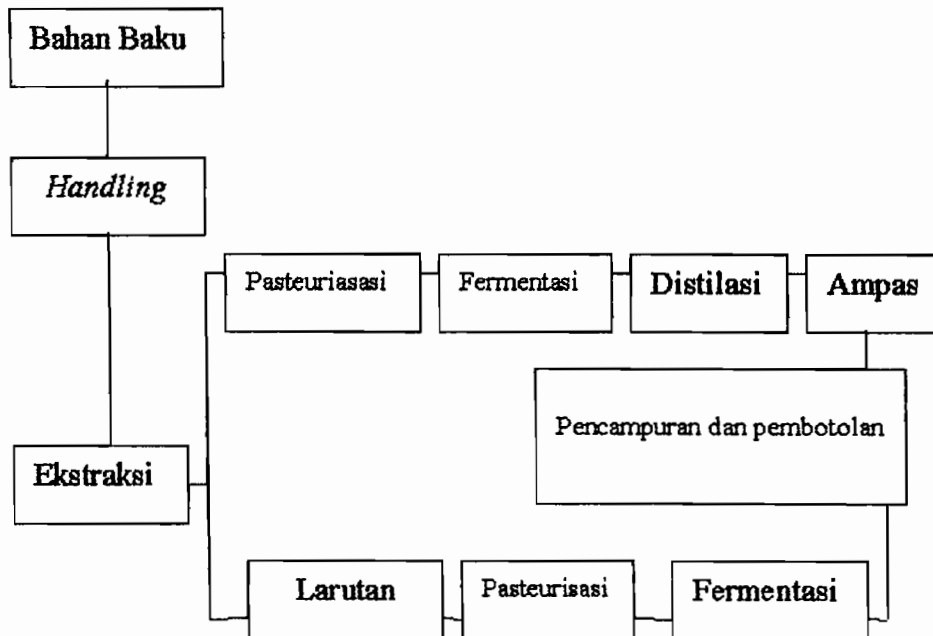
Laboratorium merupakan salah satu bagian uji mutu bahan dan produk jadi. Laboratorium yang ada dilengkapi dengan berbagai peralatan antara lain berupa alkoholmeter, pHmeter, *hand refractometer*, mikroskop, pendingin balik dan alat-alat penunjang lainnya.

b. Boiler

Merupakan alat pembangkit uap yang jasanya digunakan untuk membantu pasteurisasi, pencuci tanki *fermentor*, *mixer* dan *holding tank*. Boiler ini tersedia 1 unit dengan kapasitas terpasang 14 ton/jam pada tekanan 13 bar.

Secara garis besar proses produksi masing-masing produk dapat dilihat pada gambar 4.2. berikut ini dan gambar 4.3. di halaman 41

Gambar 4.2.
Skema Proses Produksi Anggur Buah Beraroma



Sumber data: Perusahaan Anggur 5000 Gemini

4. Mesin dan Peralatan

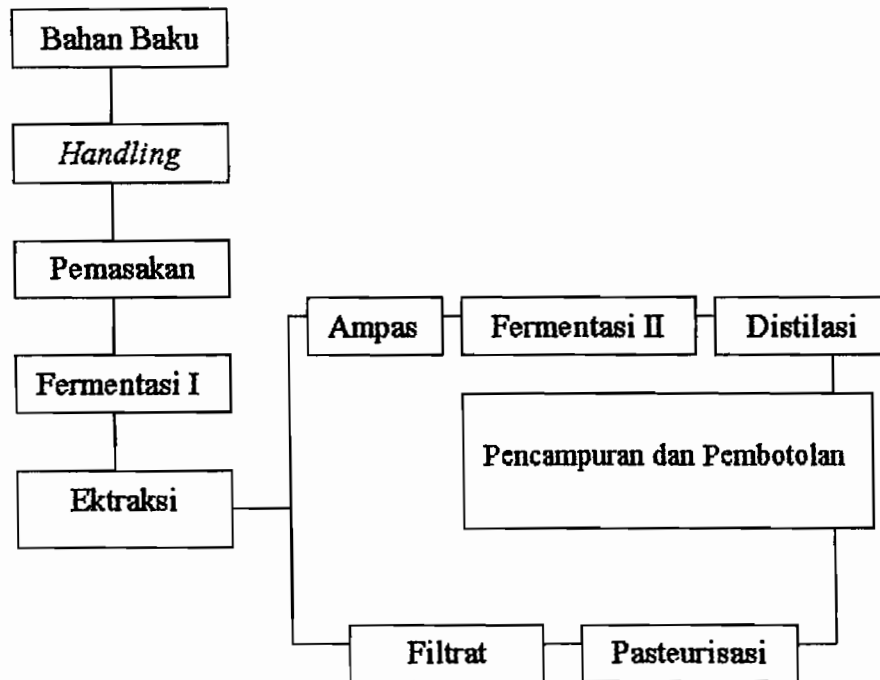
Perusahaan mempunyai sejumlah macam peralatan yang digunakan dalam proses produksi sebagai berikut:

a. Pompa Air

Fungsinya untuk memompa (memindahkan) produk setengah jadi dari tahap yang satu ke tahap yang lain. Pompa air ini mempunyai kapasitas untuk memompa sebanyak 80 liter per menit, berjumlah 2 buah.

Gambar 4.3.

Skema Proses Produksi Anggur Beras Kencur dan Ketan Hitam



Sumber data: Perusahaan Anggur 5000 Gemini

b. Penghancur Buah

Fungsinya untuk menghancurkan atau menggiling buah setelah dilakukan *handling*. Alat ini mempunyai kapasitas penghancuran sebanyak 200 kg per jam.

c. *Flesk Pasteurisation*

Alat ini digunakan untuk proses pasteurisasi dan mempunyai kapasitas sebanyak 600 liter per jam, berjumlah 1 buah.

d. *Fermentor*

Merupakan alat untuk melakukan fermentasi yang mempunyai kapasitas 1000 liter dan memakan waktu selama 190 jam.

Perusahaan mempunyai alat ini sebanyak 8 buah.

e. Distilator

Merupakan alat untuk mendistilasi atau penyulingan untuk mendapatkan spirit yang akan berfungsi untuk menambah kadar alkohol sampai pada kadar yang diinginkan. Alat ini mempunyai kapasitas 250 liter selama 4 jam operasinya, berjumlah 1 buah.

f. Mixer

Alat ini digunakan untuk mencampur bahan-bahan baku produk anggur. Alat ini mampu mencampur bahan-bahan tersebut selama 60 menit untuk 500 liter dan jumlah alat ini adalah 2 buah.

g. Boiler

Merupakan alat pembangkit uap untuk pembangkit mesin-mesin lain. Alat ini mempunyai kemampuan 200 kg uap per jam, berjumlah 1 buah.

h. Holding Tank

Berfungsi untuk menyimpan produk jadi sebelum dibotolkan. Alat ini berjumlah 3 buah dan berkemampuan menampung 16.000 liter.

i. Filling Machine

Merupakan alat untuk membantu proses pembotolan produk yang sudah jadi dan mempunyai kemampuan untuk melakukan pekerjaan pembotolan sebanyak 4000 botol/jam.

E. Pemasaran

1. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran produk yang dihasilkan saat ini meliputi daerah-daerah seperti: Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Jawa Barat.

Untuk memperbesar volume penjualan, ada beberapa cara yang ditempuh oleh perusahaan, yaitu:

a. Kualitas Produk

Perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produk dengan cara uji kualitas produk di laboratorium, baik kualitas bahan bakunya maupun kualitas produk jadi. Dengan kualitas yang baik dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan, sehingga akan memperbesar volume penjualan.

b. Potongan Harga

Perusahaan memberikan potongan harga bagi pembeli dan pelanggan yang membeli dengan jumlah relatif besar.

2. Saluran Distribusi

Perusahaan menggunakan dua macam saluran distribusi, yaitu:

a. Produsen – Agen – Pedagang Eceran – Konsumen.

b. Produsen – Pedagang Eceran – Konsumen.

Agen dan pedagang eceran adalah berupa toko atau warung yang melayani kebutuhan konsumen yang berada dalam daerah pemasaran yang telah mempunyai ijin usaha dari pemerintah.

3. Sarana Promosi

Di dalam usaha memasarkan semua jenis produknya, perusahaan melakukan kegiatan promosi, yaitu:

a. Unit Keliling.

Mengadakan penawaran ke daerah-daerah. Hal ini biasanya dilakukan bersamaan dengan pengiriman produk pada pemesan.

b. Periklanan

Pengenalan produk melalui media cetak maupun elektronik. Periklanan melalui radio dilakukan secara bergantian, dari stasiun radio yang satu ke stasiun radio yang lain. Hal ini dimaksudkan agar iklan produk dapat menjangkau kawasan yang luas.

c. Promosi Penjualan

Hal ini ditempuh melalui:

- 1) Pemberian brosur kepada pembeli dan pelanggan
- 2) Ikut serta dalam pameran
- 3) Pembuatan kalender untuk dibagi-bagikan
- 4) Membuat papan nama, poster maupun spanduk.

4. Harga Jual

Perusahaan dalam menetapkan kebutuhan harga pokok produknya selalu disesuaikan dengan barang-barang sejenis yang dihasilkan oleh pesaing dan mempertimbangkan harga pokok produksi serta keuntungan yang diharapkan.

BAB V

DESKRIPSI DATA, ANALISIS DATA, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Berbicara penentuan harga jual berarti juga membicarakan masalah biaya, karena dalam penentuan harga jual terkandung unsur-unsur biaya.

Biaya-biaya tersebut meliputi biaya produksi (Biaya Bahan Baku dan Biaya Bahan Kemasan, Biaya Tenaga Kerja Langsung, Biaya Overhead Pabrik), dan biaya non produksi (Biaya Pemasaran, Biaya Administrasi dan Umum).

Berikut ini data-data yang berhubungan dengan harga jual:

1. Biaya Produksi

a. Biaya Bahan Baku dan Biaya Bahan Kemasan

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi.

Biaya Bahan Baku yang diperlukan perusahaan untuk memproduksi Anggur Beras Kencur yaitu: Beras, Gula Pasir, Agar-agar, Telur, Rempah-rempah, Kencur, Jahe, Susu, Asam Sitrat, Esense dan Ragi.

Tabel 5.1

**Data Biaya Bahan Baku Anggur Beras Kencur
(Dalam Rupiah)**

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Biaya Bahan Baku	4.517.625	14.269.185	3.618.670

Sumber data: Perusahaan Anggur 5000 Gemini

Biaya Bahan Kemasan adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan kemasan yang digunakan untuk mengemas produk yang dihasilkan yaitu Botol, Tutup Botol, dan Label.

Biaya Bahan Kemasan yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 1996 adalah sebesar Rp. 15.114.500. Besarnya Biaya Bahan Kemasan masing-masing produk dihitung dengan membagi jumlah liter masing-masing produk dengan jumlah total liter produk, kemudian dikalikan dengan Biaya Bahan Kemasannya.

Perhitungan Biaya Bahan Kemasan Anggur Beras Kencur dapat dilihat pada lampiran 1, halaman 68.

Tabel 5.2
Data Biaya Bahan Kemasan Anggur Beras Kencur
(Dalam Rupiah)

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Biaya Bahan Kemasan	1.099.676	3.683.304	1.204.304

Sumber data: Perusahaan 5000 Gemini

b. **Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)**

Biaya Tenaga Kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku sampai menjadi produk selesai. Biaya Tenaga Kerja dikelompokkan menjadi 2 yaitu: Biaya Tenaga Kerja Langsung dan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung. Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar

tenaga kerja yang berhubungan langsung dengan bagian produksi. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung merupakan Biaya *Overhead* Pabrik sehingga tidak dicatat dalam Biaya Tenaga Kerja Langsung. Biaya Tenaga Kerja Langsung yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 1996 sebesar Rp. 26.092.000. Besarnya Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk masing-masing produk dihitung dengan membagi jumlah liter masing-masing produk dengan jumlah total liter produk yang dihasilkan, kemudian dikalikan dengan Biaya Tenaga Kerja Langsunnya.

Perhitungan besarnya Biaya Tenaga Kerja Langsung dapat dilihat pada lampiran 2, halaman 69.

Tabel 5.3
Data BTKL Anggur Beras Kencur
(Dalam Rupiah)

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
BTKL	1.898.359	6.358.449	2.078.978

Sumber data: Perusahaan Anggur 5000 Gemini

c. *b.* **Biaya *Overhead* Pabrik (BOP)**

Biaya *Overhead* Pabrik adalah biaya produksi selain Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung.

Biaya *Overhead* Pabrik yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 1996 adalah:

Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp. 1.185.500
Biaya Pemeliharaan Gedung	Rp. 910.500
Biaya Penyusutan Mesin	Rp. 3.000.000
Biaya Penyusutan Gedung	Rp. 3.750.000
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp. 1.800.000

Total BOP	Rp.10.646.000

BOP dibebankan ke masing-masing jenis produk atas dasar jumlah satuan produksi, dengan membagi jumlah liter masing-masing produk dengan jumlah total liter produk yang diproduksi, kemudian dikalikan dengan BOP totalnya.

Perhitungan besarnya BOP yang dibebankan Anggur Beras Kencur dapat dilihat pada lampiran 3, halaman 70.

Tabel 5.4
Data BOP Anggur Beras Kencur
(Dalam Rupiah)

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
BOP	774.564	2.594.360	848.260

2. Biaya Non Produksi

a. Biaya Pemasaran.

Biaya ini terjadi dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas. Biaya Pemasaran yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 1996 sebagai berikut:

1) Biaya Gaji dan Komisi	Rp. 5.230.860
2) Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Kendaraan	Rp. 2.065.320
3) Bahan Bakar	Rp. 1.587.620
4) Advertensi	Rp. 1.764.140

Total Biaya Pemasaran	Rp.10.647.940

b. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya ini terjadi dalam rangka penentuan kebijaksanaan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Biaya Administrasi dan Umum yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 1996 sebagai berikut:

1) Biaya Gaji	Rp. 6.216.450
2) Biaya Listrik	Rp. 1.169.000
3) Biaya Telepon	Rp. 1.021.000
4) Biaya Perlengkapan Kantor	Rp. 465.000

Total Biaya Administrasi dan Umum	Rp. 8.871.450

3. Jumlah Produksi

Selama tahun 1996 perusahaan memproduksi sebanyak 25.251,4 liter anggur. Anggur beras kencur yang diproduksi selama tahun 1996 sebanyak 10.002,8 liter, dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 5.5
Data Produksi Anggur Beras Kencur Tahun 1996

	Anggur Beras Kencur			
	300 ml	600 ml	1000 ml	Jumlah
Banyaknya (Botol)	6.124	10.256	2.012	18.392
Jumlah Liter	1.837,2	6.153,6	2.012	10.002,8

Sumber Data: Perusahaan Anggur 5000 Gemini



B. Analisis Data

1. Mendeskripsikan penentuan harga jual pada Perusahaan Anggur 5000

Gemini

Analisis ini digunakan untuk mengetahui penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan pada tahun 1996.

Adapun langkah-langkah penentuan harga jual menurut perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung taksiran biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya bahan kemasan, biaya tenaga kerja langsung, dan BOP.

Tabel 5.6
Data Anggaran Biaya Bahan Baku Anggur Beras Kencur
(Dalam Rupiah)

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Anggaran B. Bahan Baku	3.758.863	13.543.700	3.562.394

Sumber data: Perusahaan Anggur 5000 Gemini

Data Anggaran biaya selain biaya bahan baku dan anggaran biaya komersial untuk semua produk untuk tahun 1996 adalah sebagai berikut:

Anggaran Biaya Bahan Kemasan Rp. 14.000.000

Anggaran BTKL Rp. 25.000.000

Anggaran BOP terdiri dari :

1) Biaya Pemeliharaan Mesin Rp. 1.800.000.

2) Biaya Pemeliharaan Gedung Rp. 1.100.000

3) Biaya Depresiasi Mesin Rp. 3.000.000

4) Biaya Depresiasi Gedung Rp. 3.750.000

5) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Rp. 1.800.000

Total Anggaran BOP Rp. 11.450.000

Anggaran Biaya Komersial terdiri dari:

1) Biaya Pemasaran terdiri dari :

a) Biaya Gaji dan Komisi Rp. 5.000.000

b) Biaya Reparasi dan Pemeliharaan

Kendaraan Rp. 1.500.000

c) Bahan Bakar Rp. 1.100.000

d) Advertensi Rp. 1.700.000

Total Anggaran Biaya Pemasaran Rp. 9.300.000

2) Biaya Administrasi dan Umum terdiri dari:

a) Biaya Gaji	Rp. 5.400.000
b) Biaya Listrik	Rp. 1.100.000
c) Biaya Telepon	Rp. 900.000
d) Biaya Perlengkapan Kantor	Rp. 400.000

Total Biaya Adm & Umum	Rp. 7.800.000

Total Anggaran Biaya Komersial	Rp. 17.100.000

Tabel 5.7

Data Anggaran Produksi Tahun 1996

No	Nama Produk	Banyaknya (Bottle)	Isi (Liter)	Jumlah (Liter)
1.	Anggur Beras Kencur 300 ml	6.124	0,30	1.837,20
2.	Anggur Beras Kencur 600 ml	10.256	0,60	6.153,60
3.	Anggur Beras Kencur 1.000 ml	2.012	1,00	2.012,00
4.	Anggur Buah 300 ml	10.210	0,30	3.063,00
5.	Anggur Buah 600 ml	16.846	0,60	10.107,60
6.	Anggur Buah 1.000 ml	2.078	1,00	2.078,00
				25.251,40

Sumber data: Perusahaan Anggur 5000 Gemini

Besarnya taksiran Biaya Bahan Kemasan, BTKL, dan BOP, untuk Anggur Beras Kencur berukuran 300 ml, 600 ml, 1000 ml dihitung dengan membagi jumlah liter anggur yang akan diproduksi masing-masing ukuran dengan total liter anggur yang akan diproduksi perusahaan, kemudian masing-masing dikalikan dengan anggaran

dan BOP dapat dilihat masing-masing pada lampiran 4,5, dan lampiran 6, yang terdapat pada halaman 71,72, dan halaman 73.

Tabel 5.8
Data Taksiran Biaya Produksi Anggur Beras Kencur
(Dalam Rupiah)

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Biaya Bahan Baku	3.758.863	13.543.700	3.562.394
B. Bahan Kemasan	1.018.589	3.411.708	1.115.503
BTKL	1.818.909	6.092.335	1.991.969
BOP	833.060	2.790.290	912.322
Taksiran Biaya Produksi	7.429.421	25.838.033	7.582.188

b. Menghitung harga jual pada Perusahaan Anggur 5000 Gemini.

Analisis ini digunakan untuk mengetahui penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan yang kemudian dibandingkan dengan penentuan harga jual berdasarkan kajian teori.

Taksiran biaya produksi Anggur Beras Kencur 1000 ml adalah sebesar Rp. 7.582.188 Taksiran biaya produksi ini kalau dibagi dengan jumlah botolnya yaitu 2012 botol akan menghasilkan biaya Rp. 3.768 per botol, sedangkan harga jual menurut perusahaan adalah sebesar Rp. 3500. Sehingga perusahaan akan merugi Rp. 268 perbotolnya. Hal ini memang disengaja oleh perusahaan dimana

kerugian dari Anggur Beras Kencur 1000 ml ini dapat ditutup oleh keuntungan dari penjualan produk-produk lainnya. Motivasi perusahaan melakukan penjualan produk yang merugi ini adalah untuk menarik pelanggan.

Perusahaan menentukan harga jual untuk Anggur Beras Kencur 300 ml, 600 ml, dan 1000 ml masing-masing sebesar Rp 1550,- Rp 3000,- dan Rp. 3500.

Perhitungan harga jual Anggur Beras Kencur 300 ml:

Taksiran Biaya Produksi	Rp. 7.429.421
Laba Yang Diinginkan (27,8%)	Rp. 2.065.379
Jumlah Harga Jual	----- + Rp. 9.494.800
Volume Produk (Botol)	6.124
Harga Jual per Botol	----- Rp. 1.550

Perhitungan harga jual Anggur Beras Kencur 600 ml :

Taksiran Biaya Produksi	Rp. 25.838.833
Laba Yang Diinginkan (19,1%)	Rp. 4.935.217
Jumlah Harga Jual	----- + Rp. 30.774.050
Volume Produk (Botol)	10.256
Harga Jual per Botol	----- Rp. 3.000

Perhitungan harga jual Anggur Beras kencur 1000 ml :

Taksiran Biaya Produksi	Rp. 7.582.188
Laba Yang Diinginkan (-7,1%)	Rp. -538.335
Jumlah Harga Jual	----- + Rp. 7.043.853
Volume Produk (Botol)	2.012
Harga Jual per Botol	----- Rp. 3.500

2. Mendeskripsikan penentuan harga ^{jual} menurut kajian teori:
- a. Menghitung taksiran biaya penuh.

Taksiran biaya penuh terdiri dari taksiran biaya produksi dan taksiran biaya komersial diambil dari anggaran Perusahaan 5000 Gemini.

Dalam perhitungan harga jual menurut perusahaan di atas, perusahaan mengalokasikan biaya listrik pada kelompok Biaya Administrasi dan Umum, yang seharusnya dimasukkan ke dalam kelompok BOP. Selain itu perusahaan ternyata belum memasukkan Biaya Gaji Pimpinan Perusahaan ke dalam kelompok biaya manapun juga, dan biaya tersebut harus dimasukkan ke dalam kelompok Biaya Administrasi dan Umum. Sehingga dalam hal ini, total anggaran BOP menjadi Rp. 12.550.000,- dan total anggaran Biaya Komersial menjadi Rp. 22.906.000.

Besarnya taksiran biaya komersial Anggur Beras Kencur 300 ml, 600 ml, 1000 ml dihitung dengan membagi jumlah liter anggur yang akan diproduksi masing-masing ukuran dengan total liter anggur yang akan

diproduksi perusahaan, kemudian dikalikan dengan dengan anggaran biaya komersialnya. Perhitungan taksiran BOP (*berdasarkan cost-plus pricing*) dan biaya komersial dapat dilihat pada lampiran 7 dan 8 pada halaman 74 dan 75.

Tabel 5.9
Data Taksiran Biaya Penuh Anggur Beras Kencur
(Dalam Rupiah)

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Biaya Bahan Baku	3.758.863	13.543.700	3.562.394
B. Bahan Kemasan	1.018.589	3.411.708	1.115.503
BTKL	1.818.909	6.092.335	1.991.969
BOP	913.092	3.058.352	999.968
Taksiran total biaya produksi	7.509.453	26.106.095	7.669.834
Taksiran total biaya komersial	1.666.557	5.582.041	1.825.121
Taksiran biaya penuh	9.176.010	31.688.136	9.494.955

b. Menghitung besarnya laba yang diharapkan.

Total aktiva yang diperkirakan pada awal tahun anggaran adalah sebesar Rp. 225.035.731.

Sebagaimana disebutkan di landasan teori, bahwa aktiva penuh adalah aktiva langsung yang bersangkutan dengan objek informasi ditambah dengan bagian yang adil aktiva tidak langsung yang menjadi beban

objek informasi tersebut (Mulyadi, 1993:50), maka saya perlu mengalokasikan total aktiva tersebut ke masing-masing produk. Besarnya aktiva penuh masing-masing anggur dihitung dengan membagi jumlah liter masing-masing anggur yang akan diproduksi dengan total liter anggur yang akan diproduksi, kemudian dikalikan dengan total aktiva awal tahun anggaran. Perhitungan besarnya aktiva penuh untuk masing-masing anggur dapat dilihat pada lampiran 9 di halaman 76.

Besarnya laba yang diharapkan dihitung dengan mengalikan aktiva penuh masing-masing anggur dengan tarif kembalian investasi (ROI) yaitu sebesar 15% sebagaimana yang diinginkan perusahaan pada awal tahun anggaran.

Tabel 5.10
Data Laba yang Diharapkan Anggur Beras Kencur
(Dalam Rupiah)

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Aktiva Penuh	16.372.781	54.839.727	17.930.566
ROI	15%	15%	15%
Laba yang Diharapkan	2.455.917	8.225.959	2.689.585

c. Menghitung besarnya persentase *markup*.

Perhitungan besarnya persentase *markup* Anggur Beras Kencur dapat dilihat pada lampiran 10, pada halaman 77.

Tabel 5.11
Data Persentase Markup Anggur Beras Kencur

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Persentase <i>Markup</i>	54,9%	52,9%	58,8%

Setelah persentase markup diketahui, baru kita dapat menentukan harga jual per unit masing-masing produk.

Tabel 5.12
Perhitungan Harga Jual Anggur Beras Kencur Berdasarkan
***Cost-Plus Pricing* (Dalam Rupiah)**

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Taksiran Biaya Produksi	7.509.453	26.106.095	7.669.834
<i>Markup</i>	4.122.690	13.810.124	4.509.862
Jumlah Harga Jual	11.632.143	39.916.219	12.179.696
Volume Produk (botol)	6.124	10.256	2.012
Harga Jual per Botol	1.900	3.900	6.050

- d. Membandingkan hasil penentuan harga jual menurut perusahaan dengan penentuan harga jual menurut kajian teori

Analisis ini digunakan untuk mengetahui adanya persamaan dan perbedaan antara penentuan harga jual menurut perusahaan dengan kajian teori.

Tabel 5.13

Perbandingan Penentuan Harga Jual Perusahaan Dengan Kajian Teori

Elemen yang Dibandingkan	Menurut Perusahaan	Menurut Kajian Teori	Keterangan
Elemen Biaya	Taksiran Biaya Produksi: <ul style="list-style-type: none"> • Taksiran BBB • Taksiran Biaya Bahan Kemasan • Taksiran BTKL • Taksiran BOP 	1. Taksiran Biaya Produksi : <ul style="list-style-type: none"> • Taksiran BBB • Taksiran Biaya Bahan Kemasan • Taksiran BTKL • Taksiran BOP 2. Taksiran Biaya Non Produksi	TIDAK SAMA
Penentuan Harga Jual	<ul style="list-style-type: none"> • Taksiran Biaya Produksi + Laba yang Diinginkan • Laba yang diinginkan berdasarkan persentase tertentu dari Taksiran Biaya Produksi • Laba yang diinginkan masing-masing sebesar 27,8%; 19,1% dan -7,1% untuk Anggur Beras Kencur 300 ml, 600 ml dan 1000 ml. 	<ul style="list-style-type: none"> • Taksiran Biaya Produksi + <i>Markup</i> • <i>Markup</i> dinyatakan berdasarkan persentase tertentu dari Laba yang Diharapkan + Biaya Non Produksi kemudian dibagi dengan Biaya Produksi • <i>Markup</i> masing-masing sebesar 54,9%; 52,9% dan 58,8% untuk Anggur Beras Kencur 300 ml, 600 ml dan 1000 ml 	TIDAK SAMA

Hasil Perhitungan	Anggur Beras Kencur 300 ml : Rp. 1550. Anggur Beras Kencur 600 ml : Rp. 3000 Anggur Beras Kencur 1000 ml : Rp. 3500	Anggur Beras Kencur 300 ml : Rp. 1900 Anggur Beras Kencur 600 ml : Rp. 3900 Anggur Beras Kencur 1000 ml : Rp. 6050	TIDAK SAMA
-------------------	---	--	------------

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil temuan lapangan, deskripsi data dan analisis data maka dapat disimpulkan bahwa penentuan harga jual yang dilakukan Perusahaan Lima Ribu Gemini tidak tepat. Perusahaan memasukkan biaya listrik ke dalam kelompok biaya yang salah yaitu ke dalam kelompok biaya administrasi dan umum. Hal ini akan memperkecil persentase laba yang diinginkan, apalagi lagi perusahaan juga tidak memperhitungkan biaya non produksi ke dalam perhitungan harga jualnya, sehingga biaya listrik sama sekali tidak terserap dalam harga jual. Ada satu jenis biaya yang perusahaan belum alokasikan sama sekali ke dalam kelompok biaya manapun juga, biaya tersebut adalah biaya gaji pimpinan perusahaan yang merupakan kelompok biaya administrasi dan umum. Jelas hal ini akan mengurangi persentase laba yang diinginkan. Berikut langkah-langkah penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan :

1. Menghitung taksiran biaya produksi yang terdiri dari taksiran biaya bahan baku, biaya bahan kemasan, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
2. Perusahaan menetapkan laba yang diinginkan sebesar 27,8% untuk Anggur Beras Kencur 300 ml dan 19,1% untuk Anggur Beras Kencur 600

ml dari biaya produksi. Sedangkan untuk Anggur Beras Kencur 1000 ml perusahaan menetapkan harga jual per botol yang lebih rendah daripada biaya produksi perbotolnya, yang menghasilkan laba yang diinginkan negatif yaitu $-7,1\%$. Biaya produksi ditambah laba sebesar $27,8\%$, $19,1\%$ dan $-7,1\%$ kemudian dibagi dengan jumlah botol masing-masing produk akan menghasilkan harga jual per botol untuk masing-masing produk tersebut.

Berikut perhitungan harga jual menurut perusahaan dan berdasarkan metode *cost-plus pricing*:

1. Produk Anggur Beras Kencur 300 ml

a. Menurut Perusahaan

Taksiran Biaya Produksi	Rp. 7.429.421
Laba (27,8%)	Rp. 2.065.379
	----- +
Jumlah Harga Jual	Rp. 9.494.800
Volume Produk (botol)	6.124

Harga Jual per Botol	Rp. 1.550

b. Berdasarkan Metode *Cost-Plus Pricing*

Taksiran Biaya Produksi	Rp. 7.509.453
Markup	Rp. 4.122.690
	----- +
Jumlah Harga Jual	Rp. 11.632.143
Volume Produk (botol)	6.124

Harga Jual per Botol	Rp. 1.900

2. Produk Anggur Beras Kencur 600 ml

a. Menurut Perusahaan

Taksiran Biaya Produksi	Rp. 25.838.833
Laba (19,1%)	Rp. 4.935.217
Jumlah Harga Jual	----- + Rp. 30.774.050
Volume Produk (botol)	10.256
Harga Jual per Botol	----- Rp. 3.000

b. Berdasarkan Metode *Cost-Plus Pricing*.

Taksiran Biaya Produksi	Rp. 26.106.095
Markup	Rp. 13.810.124
Jumlah Harga Jual	----- + Rp. 39.916.219
Volume Produk (botol)	10.256
Harga Jual per Botol	----- Rp. 3.900

3. Produk Anggur Beras Kencur 1000 ml

Penjualan produk ini sebenarnya dimaksudkan untuk menarik pelanggan. Dari penjualan produk ini perusahaan tidak mendapatkan keuntungan, malah perusahaan akan merugi Rp.268 perbotolnya. Taksiran biaya produksinya sebesar Rp.7.582.188 untuk menghasilkan 2.012 botol, sehingga kalau biaya produksi dibagi dengan banyaknya botol akan didapatkan biaya produksi per botol sebesar Rp. 3.768.

Sedangkan perusahaan menetapkan harga jual sebesar Rp.3.500 per botol.

a. Menurut Perusahaan

Taksiran Biaya Produksi	Rp. 7.582.188
Laba (-7,1%)	Rp. -538.335
Jumlah Harga Jual	Rp. 7.043.853
Volume Produk (botol)	2.012
Harga Jual per Botol	Rp. 3.500

b. Berdasarkan Metode *Cost-Plus Pricing*.

Taksiran Biaya Produksi	Rp. 7.669.834
Markup	Rp. 4.509.862
Jumlah Harga Jual	Rp.12.179.696
Volume Produk (botol)	2.012
Harga Jual per Botol	Rp. 6.050

Tabel 5.14

Perbandingan Harga Jual Perusahaan Dengan *Cost-Plus Pricing*
(Dalam Rupiah)

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Harga Jual Perusahaan	1.550	3.000	3.500
Harga Jual <i>Cost-Plus Pricing</i>	1.900	3.900	6.050
Perbedaan (Rupiah)	400	900	2.550
Perbedaan (%)	25,8%	30,%	72,9%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa perbedaan harga jual menurut perusahaan dan berdasarkan *cost-plus pricing* sangat besar sekali. Hal ini disebabkan perusahaan tidak memasukkan biaya komersial ke dalam perhitungan harga jual, juga perusahaan salah mengalokasikan biaya listrik ke dalam kelompok BOP yang seharusnya dialokasikan ke dalam kelompok biaya komersial, dan yang terakhir perusahaan belum mengalokasikan biaya gaji pimpinan perusahaan ke dalam kelompok biaya manapun juga. Akan tetapi walaupun perusahaan sudah memasukkan biaya komersial dan biaya gaji pimpinan perusahaan ke dalam perhitungan harga jual, dan memasukkan biaya listrik ke dalam kelompok BOP, hal ini tidak akan menjamin harga jual perusahaan akan sama dengan harga jual berdasarkan *cost-plus pricing*. Tentu saja karena cara perhitungan yang berbeda antara perusahaan dengan berdasarkan *cost-plus pricing*, di mana perusahaan menetapkan laba yang diinginkan sebesar persentase tertentu dari taksiran total biaya, tanpa melalui cara atau rumus tertentu sebagaimana *metode cost-plus pricing*. Harga jual mana yang paling cocok untuk perusahaan? Dalam hal ini berpulang pada tujuan perusahaan itu sendiri yaitu mencari keuntungan tanpa terlalu membebankan harga yang terlalu mahal terhadap konsumen dan tetap berusaha paling tidak dapat mempertahankan pangsa pasarnya saat ini.

BAB VI
KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN
DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah penulis lakukan di muka, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa penentuan harga jual yang dilakukan oleh Perusahaan Lima Ribu Gemini tidak tepat.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penulis kurang dapat menelusuri kebenaran data-data yang ada di perusahaan, tetapi data-data ini adalah data yang diperoleh langsung dari Perusahaan Anggur Lima Ribu Gemini.
2. Penulis tidak bisa menelusuri lebih lanjut tentang komposisi bahan yang digunakan dalam pembuatan Anggur Beras Kencur. Apabila komposisi tersebut tidak dapat diandalkan maka akan mempengaruhi hasil penelitian.
3. Penulis dalam penentuan harga jual produk memakai dasar ROI dan penulis tidak memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi harga jual seperti keadaan perekonomian, selera konsumen permintaan dan penawaran, dan persaingan.
4. Penulis tidak memasukkan Biaya Depresiasi Gedung bagian pemasaran dan administrasi umum, Biaya Pemeliharaan Gedung bagian pemasaran

dan administrasi umum, dan Biaya Depresiasi Kendaraan, ke dalam perhitungan harga jual, karena penulis tidak dapat memperoleh informasi tersebut dari perusahaan.

C. Saran

1. Perusahaan sebaiknya mengalokasikan biaya listrik ke dalam kelompok BOP, dan memasukkan elemen biaya non produksi dan biaya gaji pimpinan perusahaan dalam menghitung harga jual produknya.
2. Perusahaan sebaiknya mengurangi penjualan produk Anggur Beras Kencur 1000 ml.
3. Perusahaan dapat menggunakan metode *cost-plus pricing* sebagai salah satu alternatif penentuan harga jual produknya.

DAFTAR PUSTAKA

Mulyadi, Drs., M.Sc., Akuntan. (1993). *Akuntansi Biaya* (Edisi 5). Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YKPN.

----- (1993). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa* (Edisi 2). Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YKPN.

Pedoman Penulisan Skripsi. (1996). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Stanton, William J., Etzel, Michael J., & Walker, Bruce J. (1991). *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill, Inc.

Supriyono, R.A., Drs., SU., Akuntan. (1989). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok* (Buku 1). Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.

Supriyono, R.A, Dra., SU., Akuntan, & Mulyadi, Drs., M.Sc., Akuntan (Editor). *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA & STIE-YKPN.

Swastha, Basu, DH., Drs., M.B.A. (1984). *Azas-Azas Marketing* (Edisi 3). Yogyakarta: Liberty.

LAMPIRAN 1

Biaya Bahan Kemasan yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 1996 adalah sebesar Rp. 15.114.500

Total Anggur yang diproduksi = 25.251,4 liter

Anggur Beras Kencur (ABK) 300 ml = 1.837,2 liter

Anggur Beras Kencur 600 ml = 6.153,6 liter

Anggur Beras Kencur 1000 ml = 2.012 liter

$$\begin{aligned} \text{Biaya Bahan Kemasan ABK 300 ml} &= \frac{1.837,2}{25.251,4} \times 15.114.500 \\ &= \text{Rp. 1.099.676} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Bahan Kemasan ABK 600 ml} &= \frac{6.153,6}{25.251,4} \times 15.114.500 \\ &= \text{Rp. 3.683.304} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Biaya Bahan Kemasan ABK 1000 ml} &= \frac{2.012}{25.251,4} \times 15.114.500 \\ &= \text{Rp. 1.204.304} \end{aligned}$$

LAMPIRAN 2

Biaya Tenaga Kerja Langsung yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 1996 adalah sebesar Rp. 26.092.000

Total Anggur yang diproduksi	= 25.251,4 liter
Anggur Beras Kencur (ABK) 300 ml	= 1.837,2 liter
Anggur Beras Kencur 600 ml	= 6.153,6 liter
Anggur Beras Kencur 1000 ml	= 2.012 liter

$$\begin{aligned} \text{BTKL Anggur Beras Kencur 300 ml} &= \frac{1.837,2}{25.251,4} \times 26.092.000 \\ &= \text{Rp. 1.898.359} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BTKL Anggur Beras Kencur 600 ml} &= \frac{6.153,6}{25.251,4} \times 26.092.000 \\ &= \text{Rp. 6.358.449} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BTKL Anggur Beras Kencur 1000 ml} &= \frac{2.012}{25.251,4} \times 26.092.000 \\ &= \text{Rp. 2.078.978} \end{aligned}$$

LAMPIRAN 3

Biaya *Overhead* Pabrik yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 1996 adalah sebesar Rp. 10.646.000.

Total Anggur yang diproduksi	=	25.251,4 liter
Anggur Beras Kencur (ABK) 300 ml	=	1.837,2 liter
Anggur Beras Kencur 600 ml	=	6.153,6 liter
Anggur Beras Kencur 1000 ml	=	2.012 liter

$$\begin{aligned} \text{BOP Anggur Beras Kencur 300 ml} &= \frac{1.837,2}{25.251,4} \times 10.646.000 \\ &= \text{Rp. } 774.564 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BOP Anggur Beras Kencur 600 ml} &= \frac{6.153,6}{25.251,4} \times 10.646.000. \\ &= \text{Rp. } 2.594.360 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{BOP Anggur Beras Kencur 1000 ml} &= \frac{2.012}{25.251,4} \times 10.646.000 \\ &= \text{Rp. } 848.260 \end{aligned}$$

LAMPIRAN 4

Anggaran Biaya Bahan Kemasan sebesar Rp. 14.000.000

Total Anggur yang diproduksi = 25.251,4 liter

Anggur Beras Kencur (ABK) 300 ml = 1.837,2 liter

Anggur Beras Kencur 600 ml = 6.153,6 liter

Anggur Beras Kencur 1000 ml = 2.012 liter

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Biaya Bahan Kemasan ABK 300 ml} &= \frac{1.837,2}{25.251,4} \times 14.000.000 \\ &= \text{Rp. 1.018.589} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Biaya Bahan Kemasan ABK 600 ml} &= \frac{6.153,6}{25.251,4} \times 14.000.000 \\ &= \text{Rp. 3.411.708} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Biaya Bahan Kemasan ABK 1000 ml} &= \frac{2.012}{25.251,4} \times 14.000.000 \\ &= \text{Rp. 1.115.503} \end{aligned}$$

LAMPIRAN 5

Anggaran Biaya Tenaga Kerja Langsung sebesar Rp. 25.000.000

Total Anggur yang diproduksi = 25.251,4 liter

Anggur Beras Kencur (ABK) 300 ml = 1.837,2 liter

Anggur Beras Kencur 600 ml = 6.153,6 liter

Anggur Beras Kencur 1000 ml = 2.012 liter

$$\begin{aligned} \text{Taksiran BTKL Anggur Beras Kencur 300 ml} &= \frac{1.837,2}{25.251,4} \times 25.000.000 \\ &= \text{Rp. 1.818.909} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran BTKL Anggur Beras Kencur 600 ml} &= \frac{6.153,6}{25.251,4} \times 25.000.000 \\ &= \text{Rp. 6.092.335} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran BTKL Anggur Beras Kencur 1000 ml} &= \frac{2.012}{25.251,4} \times 25.000.000 \\ &= \text{Rp. 1.991.969} \end{aligned}$$

LAMPIRAN 6

Anggaran Biaya Overhead Pabrik sebesar Rp. 11.450.000

Total Anggur yang diproduksi = 25.251,4 liter

Anggur Beras Kencur (ABK) 300 ml = 1.837,2 liter

Anggur Beras Kencur 600 ml = 6.153,6 liter

Anggur Beras Kencur 1000 ml = 2.012 liter

$$\begin{aligned} \text{Taksiran BOP Anggur Beras Kencur 300 ml} &= \frac{1.837,2}{25.251,4} \times 11.450.000 \\ &= \text{Rp. 833.060} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran BOP Anggur Beras Kencur 600 ml} &= \frac{6.153,6}{25.251,4} \times 11.450.000 \\ &= \text{Rp. 2.790.290} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran BOP Anggur Beras Kencur 1000 ml} &= \frac{2.012}{25.251,4} \times 11.450.000 \\ &= \text{Rp. 912.322} \end{aligned}$$

LAMPIRAN 7

Anggaran BOP (berdasarkan *cost-plus pricing*) sebesar Rp. 12.550.000

Total Anggur yang diproduksi = 25.251,4 liter

Anggur Beras Kencur (ABK) 300 ml = 1.837,2 liter

Anggur Beras Kencur 600 ml = 6.153,6 liter

Anggur Beras Kencur 1000 ml = 2.012 liter

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Biaya Komersial ABK 300 ml} &= \frac{1.837,2}{25.251,4} \times 12.550.000 \\ &= \text{Rp. 913.092} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Biaya Komersial ABK 600 ml} &= \frac{6.153,6}{25.251,4} \times 12.550.000 \\ &= \text{Rp. 3.058.352} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Biaya Komersial ABK 1000 ml} &= \frac{2.012}{25.251,4} \times 12.550.000 \\ &= \text{Rp. 999.968} \end{aligned}$$

LAMPIRAN 8

Anggaran Biaya Komersial sebesar Rp. 22.906.000

Total Anggur yang diproduksi	=	25.251,4 liter
Anggur Beras Kencur (ABK) 300 ml	=	1.837,2 liter
Anggur Beras Kencur 600 ml	=	6.153,6 liter
Anggur Beras Kencur 1000 ml	=	2.012 liter

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Biaya Komersial ABK 300 ml} &= \frac{1.837,2}{25.251,4} \times 22.906.000 \\ &= \text{Rp. 1.666.557} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Biaya Komersial ABK 600 ml} &= \frac{6.153,6}{25.251,4} \times 22.906.000 \\ &= \text{Rp. 5.582.041} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Taksiran Biaya Komersial ABK 1000 ml} &= \frac{2.012}{25.251,4} \times 22.906.000 \\ &= \text{Rp. 1.825.121} \end{aligned}$$



LAMPIRAN 9

Total aktiva yang diperkirakan pada awal tahun anggaran sebesar Rp. 225.035.731

Total Anggur yang diproduksi = 25.251,4 liter

Anggur Beras Kencur (ABK) 300 ml = 1.837,2 liter

Anggur Beras Kencur 600 ml = 6.153,6 liter

Anggur Beras Kencur 1000 ml = 2.012 liter

$$\begin{aligned} \text{Aktiva penuh Anggur Beras Kencur 300 ml} &= \frac{1.837,2}{25.251,4} \times 225.035.731 \\ &= \text{Rp. } 16.372.781 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Aktiva penuh Anggur Beras Kencur 600 ml} &= \frac{6.153,6}{25.251,4} \times 225.035.731 \\ &= \text{Rp. } 54.839.727 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Aktiva penuh Anggur Beras Kencur 1000 ml} &= \frac{2.012}{25.251,4} \times 225.035.731 \\ &= \text{Rp. } 17.930.566 \end{aligned}$$

LAMPIRAN 10

	Anggur Beras Kencur		
	300 ml	600 ml	1000 ml
Laba yang Diharapkan	2.455.917	8.225.959	2.689.585
Taksiran Biaya Komersial	1.666.557	5.582.041	1.825.121
Taksiran Biaya Produksi	7.509.453	26.106.095	7.669.834

$$\begin{aligned} \text{Persentase Markup Anggur Beras Kencur 300 ml} &= \frac{2.455.917 + 1.666.557}{7.509.453} \\ &= 54,9\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persentase Markup Anggur Beras Kencur 600 ml} &= \frac{8.225.959 + 5.582.041}{26.106.095} \\ &= 52,9\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persentase Markup Anggur Beras Kencur 1000 ml} &= \frac{2.689.585 + 1.825.121}{7.669.834} \\ &= 58,8\% \end{aligned}$$

Daftar Pertanyaan

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

1. Perusahaan didirikan oleh siapa, tahun berapa, dan berlokasi di mana?
2. Apa bentuk perusahaan pada waktu didirikan?
3. Dengan akte notaris dan nomor berapa?
4. Apa alasan perusahaan didirikan?
5. Apa dasar pemilihan letak perusahaan?
6. Siapa nama direktur pertama, dan siapa direktur yang sekarang?
7. Sudah berapa kali terjadi pergantian jabatan?
8. Berapa luas tanah yang ditempati oleh perusahaan?
9. Tahun berapa dimulai pembuatan pabrik?
10. Tahun berapa perusahaan tersebut mulai berfungsi?

B. Struktur Organisasi

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

C. Bagian Personalia

1. Berapa jumlah karyawan seluruhnya?
2. Berapa jumlah karyawan masing-masing bagian?
3. Berapa jumlah karyawan tetap dan tidak tetap?
4. Apa syarat-syarat untuk menjadi karyawan?

5. Apakah ada usaha untuk memajukan karyawan? Bila ada, apa usaha tersebut?
6. Bagaimana sistem upah yang dipakai?
7. Bagaimana jam kerja karyawan?
8. Berapa upah maksimum dan minimum karyawan bagian produksi?

D. Bagian Produksi

1. Produk apa yang dihasilkan oleh perusahaan?

Biaya Bahan Baku

1. Apa bahan baku yang dipakai?
2. Darimana bahan baku diperoleh?
3. Bahan pembantu apa saja yang dipakai?
4. Metode apa yang dipakai untuk menghitung pemakaian bahan?

Biaya Tenaga Kerja

1. Upah apa saja yang termasuk biaya tenaga kerja langsung?
2. Berapa tarif perjam kerja langsung?
3. Bagaimana penentuan biaya tenaga kerja langsung untuk tiap jenis produk?

Biaya *Overhead* Pabrik

1. Biaya apa saja yang termasuk biaya *overhead* pabrik?
2. Metode apa yang dipakai untuk menentukan tarif BOP?

3. Bagaimana penentuan BOP untuk tiap jenis produk?

Bagian Proses Produksi

1. Bagaimana proses produksi dilaksanakan?
2. Berapa lama waktu yang diperlukan?
3. Apa saja peralatan/mesin yang dipakai?
4. Tahap-tahap apa yang dilakukan dalam proses produksi?

E. Bagian Akuntansi

1. Bagaimana pengumpulan harga pokok produk?
2. Metode apa yang dipakai dalam pengumpulan harga pokok produk?
3. Periode pencatatan biaya produksi dilakukan setiap bulan, tahun atau periode tertentu?
4. Bagaimana bentuk laporan biaya produksi?

F. Bagian Pemasaran

1. Siapa yang menjadi pemesan dari produk tersebut?
2. Bagaimana cara memasarkan produk?
3. Bagaimana penentuan harga jualnya?
4. Saluran distribusi apa yang dipakai perusahaan?
5. Biaya pemasaran ditanggung oleh siapa?
6. Apakah ada potongan harga? Kalau ada, bagaimana penentuannya?
7. Apakah ada usaha promosi dari perusahaan?

8. Syarat-syarat apa yang dituntut perusahaan dalam memasarkan produk?
9. Bagaimana penyelenggaraan pengangkutan bahan produksi dan hasil produksi?

G. Bagian Permodalan

1. Bagaimana perusahaan memperoleh modal?
2. Apa saja sumber modal perusahaan?
3. Bagaimana struktur modal perusahaan?
4. Bagaimana penggunaan modal perusahaan?
5. Apakah ada modal yang disisihkan untuk ekspansi?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cu Wui
Umur : 21 tahun
Tempat/Tanggal Lahir : Perdagangan/ 9 Januari 1977
Bangsa : Indonesia
Agama : Buddha
Tempat Tinggal : Jl. Pramuka 1G, Kisaran – SUMUT

menerangkan dengan sesungguhnya.

PENDIDIKAN

1. Tamatan SD RK “Abdi Sejati”, Perdagangan – SUMUT tahun 1987
2. Tamatan SMP RK “Abdi Sejati”, Perdagangan – SUMUT tahun 1990
3. Tamatan SMA Wiyata Dharma, Medan – SUMUT tahun 1993
4. Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, lulus tahun 1998.