

ABSTRAK

PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING Studi Kasus Pada CV. Sahabat Klaten

Peristiwa Sembiring
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
1999

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan harga jual yang diterapkan CV. Sahabat Klaten sudah tepat, dengan menggunakan pendekatan metode *Cost Plus Pricing*.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab masalahnya adalah sebagai berikut: 1) mendeskripsikan penentuan harga jual yang diterapkan perusahaan, 2) menghitung harga jual menurut metode *Cost Plus Pricing* berdasarkan pendekatan *Full Costing*, 3) menganalisis perbedaan harga jual antara perusahaan dan kajian teori, 4) menentukan apakah harga jual yang diterapkan perusahaan sudah tepat atau belum dengan kriteria batas toleransi sebagai berikut: selisih harga jual lebih kecil atau sama dengan 5% tepat, selisih harga jual lebih besar dari 5% tidak tepat.

Hasil perhitungan yang diperoleh berdasarkan analisis data dan pembahasan terdapat selisih harga jual antara perusahaan dan kajian teori. Adapun selisihnya sebagai berikut: Rp. 17,35 (4,54%) untuk majalah sukses, Rp. 119,18 (4,54%) untuk buku ebtanas, dan Rp. 10,84 (4,53%) untuk buku agama. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa harga jual perusahaan untuk majalah sukses, buku ebtanas, dan buku agama tepat karena tidak melebihi batas toleransi 5%. Adanya perbedaan harga jual menurut perusahaan dan kajian teori disebabkan karena terdapat perbedaan penentuan *Markup* dan penentuan harga jual. Harga jual menurut perusahaan didasarkan pada harga pokok produk per unit (biaya produksi ditambah biaya non produksi) ditambah laba yang diharapkan (persentase laba diharapkan dikalikan dengan harga pokok produk per unit). Sedangkan penentuan harga jual menurut kajian teori didasarkan pada biaya produksi per unit ditambah *Markup* (persentase *Markup* dikalikan dengan biaya produksi per unit).

ABSTRACT

THE FIXING OF SELLING PRICES USING COST PLUS PRICING Case Study Of CV. Sahabat Klaten

Peristiwa Sembiring
Sanata Dharma University
Yogyakarta
1999

The aim of this research is to determine whether CV. Sahabat Klaten has a correct method to fix its prices. This will be examined using the *Cost Plus Pricing Method*.

Data are collected by observation, interview and documents. The steps undertaken in analysing the data are: 1) A description of the calculation of selling prices as applied by the company, 2) Next the selling prices are calculated in accordance with the *Cost Plus Pricing* method based on the *Full Costing* approach, 3) The differences between the company's selling prices and the theoretical prices are analyzed, 4) To determine whether the selling prices set by company are already correct discrepancies of less than or up to 5% are evaluated as correct, those exceeding 5% as not correct.

Based on analysis of the data the results indicate that there are price discrepancies between the company and the theory. The discrepancies are as follows: Rp. 17.35 (4.54 %) for the magazine Sukses, Rp. 119.18 (4.54 %) for the buku ebtanas, and Rp. 10.84 (4.53 %) for buku agama. Thus it can be concluded that the company's prices for the magazine Sukses, buku ebtanas and buku agama fit the criteria as they do not exceed the 5 % tolerance limit. The discrepancy in selling prices between the company and the theoretical approach is a result of differences in *Markup* and selling price formulation. According to the company, the price is based on the unit cost of goods sold (production costs plus non production cost) added with the expected profit (expected profit percentage multiplied by the unit cost of goods sold). Whereas, according to the theoretical approach the selling price is formulated based on the production costs per unit plus *Markup* (the *Markup* percentage multiplied by the production costs per unit).