

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK UNTUK PASAR DALAM NEGERI DAN LUAR NEGERI

Studi Kasus : Aneka Kerajinan Kulit
Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno Yogyakarta
1997

SKRIPSI



Oleh :

YUSNI WARASTUTI

NIM : 94 2114 046

NIRM : 940051121303120045

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

**EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
UNTUK PASAR DALAM NEGERI DAN LUAR NEGERI**

**Studi Kasus : Aneka Kerajinan Kulit
Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno Yogyakarta
1997**

SKRIPSI

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

Oleh :

YUSNI WARASTUTI

NIM : 94 2114 046

NIRM : 940051121303120045

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

SKRIPSI

**EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
UNTUK PASAR DALAM NEGERI DAN LUAR NEGERI**

**Studi Kasus : Aneka Kerajinan Kulit
Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno Yogyakarta
1997**

Oleh :

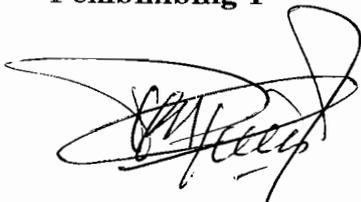
YUSNI WARASTUTI

NIM : 94 2114 046

NIRM : 940051121303120045

Telah disetujui oleh :

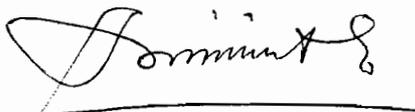
Pembimbing I



Drs. Th. Gieles, S.J.

Tanggal, 24 Juli 1998

Pembimbing II



Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.

Tanggal, 5 Agustus 1998

SKRIPSI
EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
UNTUK PASAR DALAM NEGERI DAN LUAR NEGERI

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

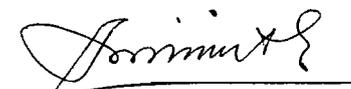
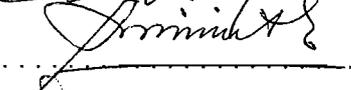
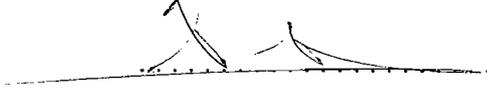
YUSNI WARASTUTI

NIM : 94 2114 046

NIRM : 940051121303120045

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 21 Agustus 1998
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.	
Sekretaris	Drs. E. Sumardjono, MBA.	
Anggota	Drs. Th. Gieles, S.J.	
Anggota	Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc.	
Anggota	Drs. E. Sumardjono, MBA.	

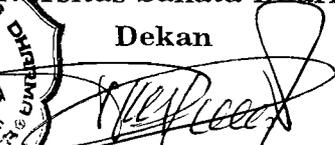
Yogyakarta, 21 Agustus 1998

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan




(Drs. Th. Gieles, S.J.)

MOTTO :

“ Ingatlah selalu akan Dia, yang tahan menanggung bantahan yang sehebat itu terhadap diriNya dari pihak orang-orang berdosa, supaya jangan kamu menjadi lemah dan putus asa”

(Ibrani 12 : 3)

“Berbahagialah orang yang bertahan dalam pencobaan, sebab apabila ia sudah tahan uji, ia akan menerima mahkota kehidupan yang dijanjikan Allah kepada barang siapa yang mengasihi Dia”

(Yakobus 1 : 12)

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- Ayah dan Ibu tersayang
- Mas Suryo, Anik, Siwi, dan Ardit tercinta
- Rekan-rekan Akuntansi 94B

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, Agustus 1998

Penulis

Yusni Warastuti

ABSTRAK
EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
UNTUK PASAR DALAM NEGERI DAN LUAR NEGERI
Studi Kasus : Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft
"Hadi Sukirno" Yogyakarta
1997

Yusni Warastuti
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penentuan harga jual produk untuk pasar dalam negeri dan luar negeri yang ditetapkan oleh perusahaan tepat atau tidak, dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Langkah-langkah dalam teknik analisis data yaitu : (1) mendeskripsikan penentuan harga jual produk yang dipasarkan di dalam negeri dan luar negeri yang dilakukan oleh perusahaan; (2) menghitung harga jual produk yang dipasarkan di dalam negeri dan luar negeri dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*; (3) menganalisis perbedaan penghitungan harga jual antara perusahaan dengan kajian teori berdasarkan kriteria batas toleransi sebagai berikut : selisih harga jual kurang dari 5% dinilai tepat dan selisih harga jual lebih dari atau sama dengan 5%, tidak tepat; (4) berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, kemudian diambil kesimpulan.

Hasil penelitian berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan terdapat perbedaan harga jual antara perusahaan dengan kajian teori. Selisih harga jual produk yang dipasarkan di dalam negeri untuk produk wayang ukuran standar Rp 465,47 = 0,62% dan kipas ukuran sedang Rp122,85 = 1,61%. Penetapan harga jual produk yang dipasarkan di dalam negeri adalah tepat. Untuk produk yang dipasarkan di luar negeri besarnya selisih harga jual yaitu wayang ukuran standar Rp 22.650 = 17,78% dan kipas ukuran sedang Rp 3.424,62 = 29,58%, dan untuk kap lampu ukuran 25 cm besarnya selisih harga jual yaitu Rp 4.583,62 = 34,16%. Penentuan harga jual untuk produk wayang, kipas dan kap lampu tidak tepat.

ABSTRACT
EVALUATION OF THE DETERMINATION OF PRODUCT SELLING PRICES
FOR DOMESTIC AND FOREIGN MARKETS
A Case Study at Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft
“Hadi Sukirno” Yogyakarta

Yusni Warastuti
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 1997

The purpose of this research is to find out whether the determination of the product selling price for domestic and foreign markets at Aneka Kerajinan Kulit Leather work and Handicraft “Hadi Sukirno” is appropriate.

The data collecting methods were interviews, observation, and documentation. The procedures of data analysis were as follows : (1) describing the product selling price determination for domestic and foreign market at the company; (2) computing the selling prices of products which were sold at domestic and foreign markets, applying the “cost plus pricing” method based on a full costing approach; (3) analyzing the differences between the two product selling prices, with criteria for appropriateness : a difference of selling price less than 5% is evaluated is appropriate, while a difference of selling price more than or equal to 5% is inappropriate; (4) based on the data analysis, draw a conclusion.

The result of the research found that there is a difference between the computation of the selling prices by the company and the computation based on the theory. The differences in selling prices are described as follows. For the products sold at the domestic market, the leather puppet had a price difference of Rp 465.47 = 0.62 %, while the leather fan Rp 122.85 = 1.61%. Therefore the product selling price determination for the domestic market was appropriate. Of the products sold in the foreign market, however, leather puppets showed a difference of Rp 22,650.58 = 17.78%; the leather fan’s price difference was Rp 3,424.62 = 29.58%, and the differences of leather lampshades was Rp 4,583.62 = 34.16%. The conclusion is that the price determination for the foreign market of leather puppets, leather fans and leather lampshades was inappropriate.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kami haturkan kepada Tuhan atas segala rahmat dan kasihnya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi dengan judul EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK UNTUK PASAR DALAM NEGERI DAN LUAR NEGERI membahas mengenai ketepatan perusahaan dalam menentukan besarnya harga jual masing-masing produk untuk pasar yang berbeda. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari adanya kesulitan-kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak baik yang berupa dukungan moril maupun materiil, maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rama Drs. Th. Gieles, S.J. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dra. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Bapak Drs. F.A. Joko Siswanto, M.M., Ak. yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Hadi Sukirno selaku pemilik dan pimpinan Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft “Hadi Sukirno” yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk melaksanakan penelitian, serta berkenan memberikan data yang diperlukan.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama belajar di bangku kuliah.
6. Seluruh staf dan karyawan Aneka Kerajinan Kulit “Hadi Sukirno” yang telah membantu dalam memberikan data dan keterangan yang diperlukan.
7. Ayah dan Ibu tersayang yang telah memberikan doa, dukungan, semangat serta dana, sehingga penulis dapat menyelesaikan belajar di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
8. Keluarga Bapak I. Soeyitno yang telah memberikan doa, dukungan, dan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Mas Suryo, Anik, Siwi, Ardit, dan Bian yang telah memberikan dorongan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini sangat diharapkan.

Akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Yogyakarta, Agustus 1998

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	3
C. Perumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	5
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Harga Pokok Produksi	7
B. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi	8
C. Metode Penentuan Harga Pokok Produk	9
1. Penentuan Harga Pokok Pesanan	9
2. Penentuan Harga Pokok Proses	11

D. Harga Jual	14
1. Pengertian	14
2. Faktor-Faktor Penentu Harga Jual	15
3. Metode Penentuan Harga Jual dengan Menggunakan	17
Informasi Akuntansi Penuh	17
E. Biaya	23
1. Pengertian Biaya	23
2. Penggolongan Biaya	24
F. Perdagangan Internasional	24
1. Ekspor	27
2. Impor	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian	41
C. Subjek dan Objek Penelitian	41
D. Data yang Dicari	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Analisis Data	43
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	48
B. Struktur Organisasi	51
C. Personalia	54
D. Produksi	57
E. Pemasaran	61
F. Permodalan	65
G. Perluasan Usaha	66

BAB V DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	67
1. Biaya Bahan Baku	68
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung	69
3. Harga Pokok Produk	70
4. Penentuan Harga Jual Menurut Perusahaan	71
5. Biaya-biaya yang Belum Diklasifikasikan ke dalam Harga Pokok Produksi dan Biaya Non Produksi	73
B. Analisis Data dan Pembahasan	75
1. Menghitung Biaya Produksi	75
2. Menghitung Biaya Non Produksi	82
3. Menghitung Harga Jual Produk Menurut Kajian Teori	90

BAB VI KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	105
B. Keterbatasan Penelitian	106
C. Saran	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft “Hadi Sukirno”	52
Gambar 2 Proses Produksi Produk Wayang, Kipas, dan Kap Lampu	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jumlah Tenaga Kerja Tetap Tahun 1997	55
Tabel 4.2 Struktur Modal Tahun 1997	66
Tabel 5.1 Penghitungan Biaya Bahan Baku (Kulit) yang Dipakai dalam Proses Produksi Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit)	68
Tabel 5.2 Penghitungan Biaya Bahan Baku Tambahan (Tanduk) yang Digunakan dalam Proses Produksi Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit)	70
Tabel 5.3 Penghitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung yang Digunakan dalam Proses Produksi Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit)	71
Tabel 5.4 Penghitungan Harga Pokok Produk Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit)	76
Tabel 5.5 Penghitungan Biaya bahan Baku (Kulit) yang Digunakan dalam Proses Produksi Untuk Setiap Jenis Produk Per Unit Menurut Kajian Teori	76
Tabel 5.6 Penghitungan Biaya Bahan Baku Tambahan (Tanduk) yang Digunakan dalam Proses Produksi Untuk Setiap Jenis Produk Per Unit Menurut Kajian Teori	76
Tabel 5.7 Penghitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung yang Dikeluarkan dalam Proses Produksi Untuk Setiap Jenis Produk Per Unit Berdasarkan Kajian Teori	77
Tabel 5.8 Penghitungan Pemakaian Biaya Tenaga Kerja Langsung	79
Tabel 5.9 Penghitungan Biaya Overhead Pabrik yang Dibebankan Pada setiap Jenis Produk Per Unit dengan Tarif 12,13% dari Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	79
Tabel 5.10 Penghitungan Harga Pokok Produk Per Unit Untuk Setiap Jenis Produk Menurut Kajian Teori	80

Tabel 5.11 Penghitungan Harga Pokok Produk Per Unit Wayang	
Menurut Perusahaan dan Kajian Teori	81
Tabel 5.12 Penghitungan Harga Pokok Produk Per Unit Kipas Menurut	
Perusahaan dan Kajian Teori	81
Tabel 5.13 Penghitungan Harga Pokok Produk Per Unit Kap Lampu	
Menurut Perusahaan dan Kajian Teori	82
Tabel 5.14 Pembagian Produk Untuk Pasar Dalam Negeri dan Luar	
Negeri	83
Tabel 5.15 Penghitungan Persentase Harga Pokok Produksi	84
Tabel 5.16 Penghitungan Persentase Harga Pokok Produksi Produk	
yang Dipasarkan di Luar Negeri	85
Tabel 5.17 Penghitungan Total Biaya Non Produksi	90
Tabel 5.18 Penghitungan Rata-rata Aktiva	93
Tabel 5.19 Perbandingan Persentase Mark up Berdasarkan	
Penghitungan Perusahaan dan Kajian Teori	102
Tabel 5.20 Perbandingan Harga Jual Berdasarkan Penghitungan	
Perusahaan dan Kajian Teori	103

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan di dunia ekonomi semakin pesat dan keadaan ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan juga semakin ketat. Masing-masing perusahaan menawarkan "nilai lebih" atau keunggulannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk dapat memberikan "nilai lebih" tersebut, perusahaan melakukan berbagai macam cara agar dapat menarik konsumen. Hal-hal yang ditawarkan oleh perusahaan sebagai keunggulan ada yang berupa bentuk produk yang unik, produk yang memiliki kualitas tinggi, jenis produk yang ditawarkan bervariasi, produk yang harga produknya murah dengan fasilitas yang ditawarkan dan kemungkinan juga lebih murah daripada pesaingnya.

Persaingan antar perusahaan haruslah "sehat" serta harus diimbangi dengan rasionalitas manajer sehingga langkah-langkah yang ditempuh dapat dipertanggungjawabkan dan dapat menguntungkan perusahaan. Seorang manajer penentu harga jual tidak bisa seenaknya atau semaunya sendiri dalam menentukan besarnya harga jual suatu produk. Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual. Faktor-faktor tersebut ada yang memiliki tingkat kepastian yang tinggi dan ada pula yang memiliki tingkat ketidakpastian yang tinggi. Biaya yang digunakan untuk memproduksi dan memasarkan produk

tersebut merupakan satu-satunya faktor yang memiliki tingkat kepastian relatif tinggi. Faktor lain yang tidak memiliki tingkat kepastian yang tinggi, misalnya : citra atau kesan masyarakat, tindakan pesaing, kebijakan pemerintah, dan lain-lain.

Pada umumnya dalam penentuan harga jual, besarnya harga jual harus dapat menutup besarnya biaya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut. Apabila besarnya biaya untuk memproduksi dan memasarkan barang tersebut dapat ditutup oleh besarnya harga jual, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan atau paling sedikit tidak merugi. Biaya-biaya tersebut terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap. Apabila besarnya harga jual sudah dapat menutup besarnya biaya variabel dan biaya tetap secara total, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan (laba) sebelum pajak sebesar total penjualan dikurangi dengan biaya tetap dan variabel secara total yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi, sehingga dengan diperolehnya laba maka kelangsungan hidup perusahaan dapat terjaga.

Penentuan harga jual hendaknya terus dievaluasi dengan melihat keadaan pasar, sehingga perusahaan dapat tetap bersaing dengan perusahaan lain. Tindakan tersebut dapat mengakibatkan harga jual yang ditentukan perusahaan dari periode ke periode akan berbeda, meskipun barang tersebut memiliki kualifikasi yang sama. Dalam penentuan harga jual ini, seorang manajer harus bisa menggunakan informasi akuntansi yang ada.

Pada saat ini, perdagangan tidak hanya terjadi dalam satu negara saja, namun sudah berkembang menjadi perdagangan internasional. Indonesia sebagai salah satu negara dari negara-negara yang ada di dunia juga tidak lepas dari hubungan dengan luar negeri, khususnya dalam bidang ekonomi. Hubungan ekonomi antar negara merupakan kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi suatu negara. Hubungan ekonomi ini dapat berupa kegiatan ekspor dan impor yang dapat berupa barang, jasa dan bahkan modal.

Berdasarkan latar belakang di atas dan mengingat betapa pentingnya penentuan harga jual suatu produk, maka judul yang diambil adalah **EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK UNTUK PASAR DALAM NEGERI DAN LUAR NEGERI.**

B. Batasan Masalah

Lingkup permasalahan akan dibatasi pada elemen biaya yang menentukan besarnya harga jual suatu produk. Dalam teori, metode yang digunakan dalam perhitungan biaya yakni metode *full costing*, sedangkan dalam penentuan harga pokok produk, khususnya dalam penentuan harga pokok proses metode yang digunakan untuk penilaian persediaan adalah metode rata-rata. Teori mengenai perdagangan internasional yang akan diuraikan secara rinci adalah kegiatan ekspor. Ukuran ketepatan penentuan harga jual untuk pasar dalam negeri dan luar negeri berdasarkan teori.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah penentuan harga jual produk pada Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno" untuk pasar dalam negeri sudah tepat ?
2. Apakah penentuan harga jual produk pada Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno" untuk pasar luar negeri sudah tepat ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui ketepatan penentuan harga jual produk pada Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno" untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri.
2. Untuk mengetahui ketepatan penetapan harga jual produk pada Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno" untuk produk yang dipasarkan di luar negeri.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan, khususnya mengenai penentuan harga jual produk untuk pasar dalam negeri dan pasar luar negeri.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi yang berupa bertambahnya koleksi bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang memerlukannya.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan dapat digunakan untuk sarana menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan di bangku kuliah.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan mengenai dasar-dasar teoritis yang berhubungan dengan pengolahan data yang diperoleh dari hasil penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai sejarah umum perusahaan yang terdiri dari sejarah perkembangan perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, personalia, kegiatan produksi, dan pemasaran hasil produksi.

BAB V DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hasil penelitian beserta pembahasan mengenai penentuan harga pokok, prosedur penentuan harga jual dan penentuan harga jual untuk produk yang dipasarkan di pasar dalam negeri dan pasar luar negeri.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil pembahasan serta diungkapkan pula mengenai keterbatasan dalam penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Harga Pokok Produksi

Setiap produk dalam pembuatannya membutuhkan biaya, yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan kumpulan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan pengolahan bahan baku sampai menjadi produk, sedangkan biaya non produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan di luar produksi, misalnya kegiatan pemasaran dan kegiatan administrasi dan umum. Semua biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk disebut sebagai harga pokok produksi produk tersebut. Untuk penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing*, besarnya biaya produksi yang berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik akan digunakan sebagai dasar penghitungan harga pokok produk. Harga pokok produksi ditambah dengan *mark up* tertentu yang terdiri dari biaya non produksi (misalnya : biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum), dan laba yang diharapkan akan menghasilkan harga jual produk.

Secara garis besar, cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam yaitu produksi berdasarkan pesanan dan produksi massa. Perusahaan yang melakukan produksi berdasarkan pesanan dalam pengolahan produknya atas dasar pesanan yang diterima dari pihak luar. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan produksi massa, dalam pelaksanaan kegiatan produksinya bertujuan

untuk memenuhi persediaan di gudang, (umumnya produk yang dihasilkan berupa produk standar).

Pengumpulan harga pokok produksi untuk perusahaan yang memproduksi berdasar pesanan menggunakan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*). Metode harga pokok pesanan dalam pengumpulan biaya-biaya produksinya berdasarkan pesanan tertentu, dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan untuk memenuhi pesanan tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya produksi untuk pesanan tersebut dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

Perusahaan yang memproduksi massa melakukan pengumpulan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok proses (*process cost method*). Dalam metode ini biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan harga pokok produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan membagi total biaya produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

B. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi merupakan cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam penentuan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing*, penentuan harga pokok produksi memperhitungkan semua biaya produksi ke dalam harga

pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang bersifat variabel maupun tetap. Bila diformulasikan, maka penentuan harga pokok produksi dengan metode *full costing* adalah sebagai berikut : (Mulyadi, 1991:19)

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya overhead pabrik variabel	xx
Biaya overhead pabrik tetap	xx
	+ -----
Harga pokok produksi	xx

Harga pokok produksi kemudian ditambah dengan biaya non produksi yang terdiri dari biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum akan membentuk total harga pokok produk. Metode penentuan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing* dapat diterapkan dalam penentuan harga pokok berdasar pesanan maupun berdasar proses untuk perusahaan yang menghasilkan produk massa.

C. Metode Penentuan Harga Pokok Produk

Dalam penentuan harga pokok produk ada dua metode yang dapat digunakan yaitu metode harga pokok pesanan dan harga pokok proses.

1. Metode Penentuan Harga Pokok Pesanan

Dalam metode harga pokok pesanan, penentuan harga pokok produksinya berdasarkan pada biaya-biaya produksi yang dikumpulkan untuk pesanan tertentu. Dalam penentuan harga jual produk pesanan, harga tersebut belum

tentu terbentuk di pasar. Untuk perusahaan yang menghasilkan produk pesanan, manajemen penentu harga jual harus bisa mengambil keputusan untuk menerima atau menolak sebuah pesanan. Agar dapat mengambil keputusan, maka manajemen memerlukan informasi total harga pokok pesanan yang akan diterima tersebut. Dalam penentuan harga pokok berdasarkan pesanan tersebut, manajemen dapat menggunakan taksiran biaya. Total harga pokok pesanan dihitung dengan unsur biaya berikut ini (Mulyadi, 1991:43) :

Biaya produksi pesanan:

Taksiran biaya bahan baku	xx	
Taksiran biaya tenaga kerja langsung	xx	
Taksiran biaya overhead pabrik	xx	
	_____	+
Taksiran total biaya produksi		xx
Biaya non produksi :		
Taksiran biaya administrasi dan umum	xx	
Taksiran biaya pemasaran	xx	
	_____	+
Taksiran biaya non produksi		xx

Taksiran total harga pokok pesanan		xx

Perusahaan yang melakukan kegiatan produksi berdasarkan pesanan memiliki karakteristik-karakteristik tertentu dalam usahanya. Karakteristik usaha ini berpengaruh terhadap pengumpulan biaya produksinya. Karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan adalah sebagai berikut (Mulyadi, 1991:41) :

1. Perusahaan memproduksi produk berdasarkan spesifikasi pemesanan sehingga produk yang dihasilkan bermacam-macam. Harga pokok produksi setiap jenis produknya dihitung secara individual.
2. Biaya produksi digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk, yang terdiri dari biaya produksi langsung (biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung) dan biaya produksi tidak langsung (biaya overhead pabrik).
3. Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya, sedangkan biaya overhead pabrik dihitung berdasarkan tarif yang ditentukan di muka.
4. Harga pokok produksi per unit dihitung saat pesanan telah selesai diproduksi dengan membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk.

2. Metode Penentuan Harga Pokok Proses

Metode harga pokok proses biasanya digunakan oleh perusahaan yang memproduksi secara massa dan produk yang dihasilkan merupakan produk standar. Pengumpulan biaya produksi dilakukan dengan cara pengumpulan biaya per departemen produksi per periode akuntansi. Metode harga pokok proses menghitung harga pokok produksi per satuan dengan cara membagi total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan selama periode yang bersangkutan dan

biasanya perhitungannya dilakukan pada akhir periode akuntansi. Unsur BOP dalam metode harga pokok proses dibebankan kepada produk sebesar biaya yang sesungguhnya terjadi selama periode akuntansi tertentu.

Dalam metode harga pokok proses ada dua cara perlakuan terhadap persediaan yaitu tanpa memperhitungkan persediaan produk dalam proses awal dan dengan cara memperhitungkan persediaan pada proses awal (Mulyadi, 1991: 72).

2.1. Metode harga pokok proses tanpa memperhitungkan persediaan produk dalam proses awal

Dalam metode ini masih dibagi lagi menjadi (Mulyadi, 1991: 74) :

- a) Metode harga pokok proses dalam perusahaan yang mengolah produknya melalui satu departemen produksi.

Biaya produksi per unit dihitung dengan cara membagi jumlah biaya dalam proses produksi (bahan baku, bahan penolong, tenaga kerja, BOP) total dengan jumlah unitnya (yang terdiri dari produk jadi dan barang dalam proses). Dari hasil perhitungan tersebut kemudian dihitung harga pokok produksi secara keseluruhan yang terdiri dari produk jadi dengan cara perkalian antara unit yang diproduksi dengan perhitungan biaya produksi per satuan yang telah dilakukan. Selain itu juga perlu dihitung harga pokok produk dalam proses dengan cara perkalian antara persentase (tingkat)

penyelesaian dengan jumlah barang dalam proses dan biaya produksi per satuan.

b) Metode harga pokok proses dalam perusahaan yang produknya diolah melalui lebih dari satu departemen produksi.

Perhitungan biaya produksi per unit yang dihasilkan oleh departemen setelah departemen pertama merupakan perhitungan yang bersifat kumulatif. Hal ini karena produk yang dihasilkan oleh departemen setelah departemen pertama merupakan produk jadi dari departemen sebelumnya, sehingga harga pokok produksi produk yang dihasilkan oleh departemen setelah departemen pertama terdiri dari biaya produksi yang dibawa dari departemen sebelumnya dan biaya produksi yang ditambahkan dalam departemen setelah departemen pertama.

2.2. Metode harga pokok proses dengan memperhitungkan persediaan awal dengan metode rata-rata tertimbang

Dalam metode ini harga pokok persediaan produk dalam proses awal ditambahkan pada biaya produksi sekarang, dan jumlahnya kemudian dibagi dengan unitnya. Bila harga pokok ini telah dihitung, maka akan dapat ditentukan harga pokok produk jadi yang ditransfer ke departemen berikutnya atau ke gudang dengan cara mengalikannya dengan jumlah (kuantitasnya).

Harga pokok per satuan kumulatif produk yang dihasilkan departemen setelah departemen produksi pertama yaitu rata-rata harga pokok per satuan produk yang berasal dari departemen sebelumnya dan harga pokok rata-rata yang ditambahkan dalam departemen setelah departemen pertama yang bersangkutan.

D. Harga Jual

1. Pengertian

Harga jual adalah jumlah satuan moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1989: 332). Definisi lain tentang harga (Winardi, 1991: 2) Secara singkat harga adalah jumlah uang yang diminta untuk barang atau jasa tertentu. Secara luas, harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan pada konsumen untuk mencapai manfaat penggunaan barang-barang atau jasa-jasa. Yang dimaksud dengan nilai yang dipertukarkan pada konsumen yaitu manfaat yang akan dinikmati oleh konsumen apabila konsumen tersebut membeli barang atau jasa dengan mengorbankan sejumlah uang tertentu untuk memperolehnya.

Yang dimaksud dengan harga di atas adalah harga jual. Dari definisi harga jual tersebut terdapat unsur-unsur penting dalam penentuan harga jual yakni : satuan moneter yang dibebankan, adanya objek dan subjek pembebanan, adanya saling penyerahan.

2. Faktor-faktor Penentu Harga Jual

Pengambilan keputusan mengenai penentuan harga jual merupakan hal yang sangat sulit, karena banyak faktor yang berpengaruh. Keputusan ini akan berakibat pada bagaimana kiranya produk tersebut dipersepsi oleh publik, siapa yang membelinya, dan bagaimana profitabilitas perusahaan yang bersangkutan. Penetapan harga merupakan keputusan yang sulit, tetapi keputusan ini merupakan keputusan yang penting bagi manajemen.

Secara umum faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan harga jual, yaitu (Winardi, 1991: 6) : biaya produk yang bersangkutan, tujuan-tujuan perusahaan yang bersangkutan, tekanan-tekanan dari pihak pesaing, ciri-ciri pelanggan yang tipikal, dan lingkungan ekonomi secara umum.

a. Biaya produk yang bersangkutan

Biaya merupakan faktor penentu harga jual yang memiliki kepastian relatif tinggi. Biaya dapat memberikan informasi batas bawah suatu harga jual. Dalam keadaan normal, seorang penjual atau produsen tidak akan menjual produknya di bawah biaya yang diperlukan untuk memproduksi dan memasarkan produk tersebut.

b. Sasaran-sasaran perusahaan

Faktor ini memainkan peranan penting dalam hal mendeterminasi strategi penentuan harganya. Kebijakan dari perusahaan disesuaikan dengan kondisi pasar yang ada.

c. Persaingan

Semakin intensif persaingan, maka akan semakin banyak pula perhatian yang harus dicurahkan oleh perusahaan untuk menentukan kebijaksanaan penentuan harga. Bila persamaan produk semakin tinggi, maka perusahaan itu semakin tergantung pada penentuan harga untuk menjual hasil produksinya.

d. Ciri-ciri pembeli

Sebelum menetapkan harga suatu produk, maka para penjual harus “mengenal” para pelanggan mereka, yang meliputi kebutuhan mereka, panghasilan mereka, dan pola-pola pembelian mereka.

e. Kondisi-kondisi ekonomi

Kondisi ekonomi yang sedang berekspansi dan sehat akan menguntungkan perusahaan karena pembeli mau membayar harga yang tinggi untuk memperoleh produk, dan produk yang diminta juga banyak. Sedangkan apabila kondisi ekonomi sedang mengalami resesi, maka mereka mengalami kelesuan untuk melakukan pembelian barang.

f. Faktor-faktor lain yang berpengaruh

Faktor-faktor tersebut, misalnya berupa waktu dan tingkat persediaan.

Selain itu juga ada pendapat yang hampir sama mengenai faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan harga jual: (Supriyono, 1989: 333)

- Tujuan perusahaan, khususnya laba dan return on investment (ROI) yang diharapkan
- Biaya, khususnya biaya masa depan
- Pendapatan yang diharapkan
- Jenis produk atau jasa yang dijual
- Jenis industri
- Citra atau kesan masyarakat

- Pengaruh pemerintah, khususnya UU, keputusan, peraturan dan kebijakan pemerintah
- Tanggung jawab sosial perusahaan
- Tujuan non laba perusahaan
- Tindakan pesaing
- Tipe pasar
- Trend ekonomi
- Gaya manajemen

3. Metode Penentuan Harga Jual dengan Menggunakan Informasi Akuntansi Penuh

3.1 Manfaat Informasi Biaya Penuh

Informasi akuntansi penuh yang diperlukan dalam penentuan harga jual yaitu informasi akuntansi penuh masa yang akan datang. Informasi akuntansi penuh ini berupa informasi biaya penuh. Yang dimaksud dengan biaya penuh adalah total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. (Mulyadi, 1993: 348)

Manfaat dari informasi biaya penuh dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual bagi manajer penentu harga jual (Mulyadi, 1993: 348) :

- a. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam mengambil keputusan. Hal ini karena dengan adanya informasi biaya penuh produk yang cermat, maka manajer memiliki dasar untuk menetapkan kebijakan penentuan harga jual dengan aman.
- b. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Apabila manajer penentu harga

jual memiliki informasi biaya penuh masa yang akan datang maka dalam penentuan harga jual akan relatif tepat sehingga dapat mengatasi adanya kemungkinan terjadinya kerugian.

- c. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual mengetahui struktur biaya perusahaan pesaing. Agar dapat bersaing di pasar, manajer penentu harga jual harus mengetahui bila ada gejala perubahan harga. Bila pesaing melakukan perubahan harga, manajer penentu harga jual harus memiliki informasi biaya penuh dari produknya sehingga dapat mengambil tindakan yang tepat. Hal ini dapat dilakukan dengan membandingkan struktur biaya produk pesaing dengan struktur biaya produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
- d. Biaya penuh dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan bagi perusahaan untuk memasuki pasar. Informasi biaya penuh merupakan faktor yang harus dipertimbangkan dalam memasuki pasar. Hal ini karena informasi biaya yang telah dimiliki dapat digunakan untuk perbandingan dengan harga jual yang terbentuk di pasar.

Dalam landasan teori ini biaya diperlakukan sebagai ukuran untuk perumusan kebijakan harga jual. Ada empat metode penentuan harga jual berdasarkan biaya, yaitu: (Mulyadi, 1993: 350) penentuan harga jual dalam keadaan normal, penentuan harga jual dalam *cost - type contract*, penentuan harga jual pesanan khusus, dan penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

Metode penentuan harga jual dalam keadaan normal yakni metode penentuan harga jual dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase tambahan di atas jumlah biaya. Penentuan harga jual dengan metode *cost - type contract* merupakan kontrak pembuatan produk atau jasa didasarkan pada total biaya sesungguhnya yang telah dikeluarkan ditambah laba yang diharapkan. Dalam penentuan harga jual pesanan khusus, yang dimaksud dengan pesanan khusus yaitu pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Sedangkan untuk harga jual produk atau jasa yang dihasilkan pemerintah ditentukan sama seperti penentuan harga jual dalam keadaan normal, namun produk atau jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas. Dalam teori selanjutnya, metode penentuan harga jual yang digunakan adalah penentuan harga jual dalam keadaan normal.

3.2. Penentuan Harga Jual dalam Keadaan Normal (Normal Pricing)

Dalam keadaan normal, seorang manajer khususnya manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang yang nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan besarnya harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal disebut sebagai *cost - plus pricing*, hal ini karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark up* (tambahan di atas jumlah biaya) yang telah dihitung dengan formula tertentu. Harga jual produk

atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

(Mulyadi, 1993 : 350)

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

Dalam keadaan normal, ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

a. Taksiran Biaya Penuh

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

(Mulyadi, 1993: 351).

Biaya bahan baku	XX	
Biaya tenaga kerja langsung	XX	
Biaya overhead pabrik (variabel + tetap)	XX	
	----+	
Taksiran total biaya produksi		XX
Biaya administrasi dan umum	XX	
Biaya pemasaran	XX	
	----+	
Taksiran total biaya komersial		XX
		----+
Taksiran biaya penuh		XX

b. Laba yang Diharapkan

Unsur kedua yang perlu diperhatikan dalam perhitungan harga jual adalah laba yang diharapkan, yang dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam memperkirakan besarnya laba wajar yang

diharapkan yaitu : *cost of capital*, resiko bisnis, dan besarnya *capital employed*.

1) Cost of capital

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

2) Risiko bisnis

Semakin besar risiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan, maka semakin besar pula persentase yang ditambahkan pada *cost of capital* dalam perhitungan laba yang diharapkan. Demikian pula sebaliknya.

3) Besarnya *capital employed* (jumlah investasi)

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

c. Harga Jual Per Unit

Biaya penuh masa yang akan datang baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing* dibagi menjadi dua yaitu biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dapat dipengaruhi oleh volume produk. Biaya penuh yang secara langsung

berhubungan dengan volume produk digunakan sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan pada laba yang diharapkan yang akan berpengaruh pada perhitungan persentase *mark up*.

Pengertian biaya dalam penentuan harga jual berdasarkan pendekatan harga pokok penuh adalah biaya untuk memproduksi satu unit produk. Dalam pengertian biaya tersebut tidak termasuk biaya non produksi (Supriyono, 1989 : 353-354). Dengan demikian, target harga jual ditentukan sebesar biaya produksi ditambah dengan *mark up* yang diinginkan. *Mark up* yang ditambahkan tersebut digunakan untuk menutup biaya non produksi dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan.

Bila diformulasikan harga jual per unit adalah sebagai berikut :

Harga pokok produksi penuh :

- Biaya bahan baku xx
- Biaya tenaga kerja langsung xx
- BOP tetap xx
- BOP variabel xx

_____+

Mark up = y% x Harga pokok produksi xx

_____+

Harga jual per unit

xx

Penentuan besarnya persentase *mark up* dapat menggunakan pendekatan *return on investment* (ROI). *Mark up* dengan pendekatan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan *return* atas investasi yang diinginkan.

Rumus persentase *mark up* adalah sebagai berikut (Slamet Sugiri, 1994: 184) :

$$\% \text{ Mark up} = \frac{(\text{target ROI}) + (\text{Biaya Penjualan dan Administrasi})}{(\text{volume dalam unit}) \times (\text{harga pokok produksi per unit})}$$

Return on Investment (ROI) dihitung dengan rumus :

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Laba bersih})}{(\text{Penjualan})} \times \frac{(\text{Penjualan})}{(\text{Rata-rata aktiva operasi})}$$

Dalam perhitungan ROI ini, yang dimaksud dengan laba bersih adalah laba sebelum bunga dan pajak. Aktiva operasi merupakan semua aktiva yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut, yang dapat berupa kas, piutang dagang, persediaan, tanah, gedung, dan peralatan. Rata-rata aktiva operasi dapat dihitung dengan cara nilai buku awal ditambah nilai buku akhir dibagi dua (2).

E. Biaya

1. Pengertian Biaya

Istilah biaya telah berkembang selaras dengan kebutuhan para pemakai. Pengertian pertama yang merupakan terjemahan dari Robert T. Spouse dan Maurice Moonits, 1962:25, biaya diartikan sebagai:

Suatu nilai tukar yang menentukan besarnya pengorbanan yang dikeluarkan guna memperoleh manfaat. Dalam akuntansi keuangan prasyarat atau pengorbanan tersebut pada tanggal perolehan dinyatakan dengan pengurangan kas atau aktiva lainnya pada saat ini atau di masa mendatang. (Usry, 1994:25)

Ada pengertian lain mengenai biaya yaitu : Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 1991:8).

Dalam bahasa asing, biaya sering disamakan atau disepadankan dengan *cost*, namun sering ada kesamaannya dengan *expense*. Pengertian *cost* yaitu : *Cost is the cash or cash equivalent value sacrificed for goods and services that are expected to bring a current or future benefit to the organization.* (Hansen and Mowen, 1996:28)

Sedangkan *expense* diartikan sebagai : *Expired cost are called expense* (Hansen and Mowen, 1996:25).

Secara umum, dalam pengertian-pengertian tersebut terdapat unsur-unsur :

- adanya pengorbanan sumber ekonomi yang dapat berupa kas atau setara dengan itu dan atau berupa non kas (misal : biaya penyusutan)
- dapat diukur dalam satuan uang/setara moneter
- merupakan kegiatan yang nantinya akan memberikan manfaat yakni untuk pencapaian tujuan tertentu

2. Penggolongan Biaya

Dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan menurut berbagai macam cara. Pada umumnya penggolongan biaya ditentukan dengan dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan biaya tersebut. Hal ini mengakibatkan dalam penggolongan biaya harus sesuai dengan informasi yang diperlukan oleh manajemen. Jadi tidak ada satu cara penggolongan biaya yang dapat memenuhi informasi untuk semua tujuan. Adapun penggolongan biaya tersebut meliputi :



a. Menurut fungsi pokok dalam perusahaan/hubungannya dengan produk (Usry, 1994: 37) :

- biaya produksi - merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan BOP
- biaya komersial - yang terdiri dari biaya pemasaran yang digunakan untuk pemasaran produk, (biaya iklan, promosi, contoh) dan biaya administrasi dan umum yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk (biaya gaji karyawan bag. keuangan, pemasaran produk, biaya pemeriksaan akuntan, *fotocopy*)

b. Menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Sesuatu yang dibiayai ini dapat berupa produk atau departemen. Pengelompokkannya menjadi (Mulyadi, 1991:15) :

- biaya langsung (*direct cost*)

Merupakan biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi pada objek atau biaya tertentu. Biaya-biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung departemen merupakan biaya-biaya yang terjadi dalam departemen tertentu.

- biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Adalah biaya yang terjadi atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada obyek atau pusat biaya tertentu atau manfaatnya dinikmati oleh beberapa obyek atau pusat biaya. Dengan kata lain, biaya tidak langsung

merupakan biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai (contoh BOP).

c. Menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan (Mulyadi, 1991: 17) :

- biaya variabel

Merupakan biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan (biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung)

- biaya semivariabel

Merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya ini mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel

- biaya *semifixed*

Biaya yang tetap untuk tingkat volume tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu

- biaya tetap

Merupakan biaya yang jumlahnya tetap dalam kisar volume tertentu

d. Dalam hubungannya dengan periode akuntansi/jangka waktu manfaatnya (Mulyadi, 1991: 17) :

- pengeluaran modal (*capital expenditures*)

Merupakan pengeluaran modal yang menghasilkan manfaat dalam periode mendatang dan dicatat sebagai aktiva

- pengeluaran pendapatan (*revenue expenditures*)

Merupakan pengeluaran pendapatan yang memberikan manfaat dalam periode berjalan dan dicatat sebagai beban

F. Perdagangan Internasional

Perdagangan antara negara lebih kompleks bila dibandingkan dengan perdagangan yang ada di dalam negeri, karena dalam hubungan perdagangan internasional melintasi batas-batas negeri dan berhubungan dengan negara dan pemerintah lain. Perdagangan dengan luar negeri tidak hanya mencakup ekspor dan impor barang (komoditi) tetapi juga penyelenggaraan jasa-jasa, dan juga hasil-hasil modal.

1. Ekspor

Sebagai salah satu negara di dunia, Indonesia juga melakukan kegiatan ekspor. Ekspor Indonesia berupa hasil-hasil bumi yang berasal dari perkebunan dan kekayaan alam lainnya, misalnya hasil perikanan. Pada saat ini ekspor Indonesia sudah mulai berkembang. Barang-barang yang diekspor saat ini berupa barang hasil perkebunan dan perikanan yang sudah diolah, barang migas, dan alat-alat elektronik, dan lain-lain. Dengan melakukan ekspor maka negara akan memperoleh devisa yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi perdagangan antar negara di pasar dunia.

Kegiatan ekspor non migas pada saat ini perlu digalakkan dengan cara peningkatan kualitas barang yang akan diekspor. Barang-barang yang diekspor seharusnya diolah terlebih dahulu, sehingga barang-barang tersebut akan memiliki harga jual yang lebih tinggi daripada barang yang diekspor dalam keadaan barang mentah.

Dengan semakin tingginya harga jual maka devisa yang diperoleh juga akan semakin tinggi. Selain peningkatan kualitas, hal lain yang perlu diperhatikan yakni menciptakan keunggulan relatif dari produk yang dihasilkannya, misalnya menghasilkan suatu barang dengan harga yang relatif lebih murah. Keunggulan relatif dapat diusahakan atau diciptakan, namun untuk keunggulan mutlak tidak dapat ditiru atau dikondisikan. Yang dimaksud dengan keunggulan mutlak yaitu letak geografis dan sarana-sarana produksi yang dimiliki oleh perusahaan.

1.1. Pengertian

Yang dimaksud dengan ekspor adalah perdagangan dengan mengeluarkan barang dari dalam ke luar daerah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku (Berry Punan, 1996: 1). Menurut Undang-Undang RI No 11 Tahun 1994 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang No 8 Tahun 1993 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa Penjualan Atas Barang Mewah pasal 1 point i, pengertian ekspor adalah setiap kegiatan mengeluarkan barang dari dalam Daerah Pabean ke luar daerah Pabean Menurut UUU yang sama pada pasal 1 point a yang dimaksud dengan

Daerah Pabean adalah wilayah RI yang di dalamnya berlaku peraturan perundang-undangan Pabean.

1.2. *Letter of Credit (L/C)*

a. Pengertian L/C

Pengertian *Letter of Credit (L/C)* (Berry Punan, 1996: 27-28) : L/C diartikan "Jaminan Pembayaran Bersyarat", artinya surat yang diterbitkan oleh suatu bank/*issuing bank* yang ditujukan kepada suatu bank di negara tujuan/*advising/negotiating bank* untuk kepentingan suatu pihak, tentunya atas permintaan suatu pihak agar sejumlah dana disiapkan untuk pembayaran apabila syarat-syarat dalam L/C terpenuhi.

Syarat-syarat L/C bisa meliputi : tanggal pengapalan, daluwarsa L/C, uraian barang, dokumen-dokumen yang diminta dan lain-lain

b. Bentuk-Bentuk L/C

Bentuk-bentuk L/C yang biasa dijumpai dalam praktik pembayaran yaitu *Sight L/C*, *Usance L.C*, dan *Red Clause L.C* (Berry Punan 1996: 28-30) :

1. *Sight L/C*

Merupakan L/C yang apabila semua persyaratannya dipenuhi, maka bank negosiasi paling lama dalam 7 hari kerja wajib membayar nominal L/C kepada eksportir. Termasuk sebagai L/C yang aman.

2. *Usance L/C*

Pembayaran akan dilunasi apabila L/C sudah jatuh tempo, yakni sekian hari dari tanggal pengapalan (tanggal *Bill of Loading*).

3. *Red Clause L/C*

Merupakan kebalikan dari *Usance L/C*, karena pembayarannya akan dilakukan oleh bank negosiasi kepada eksportir sebelum barang dikapalkan.

c. Segi Positif dan Negatif L/C

L/C memberikan manfaat (Berry Punan 1996: 31-32) :

Bagi eksportir

- Eksportir dapat menggantungkan kepercayaan pada L/C yang diterbitkan bank (*banker's L/C*), karena pembayaran dijamin selama persyaratan L/C dipenuhi
- Pembayaran atas ekspor dapat diterima segera (*Sight L/C*) sepanjang semua dokumen sesuai dengan syarat L/C.
- L/C dapat digunakan sebagai jaminan untuk memperoleh pinjaman (*pre-financing*).
- Dalam hal *Red Clause L/C*, eksportir mendapatkan pembayaran lebih dahulu sebelum pengapalan barang.
- Eksportir dapat melakukan transaksi ekspor walaupun tidak memiliki komoditi (*back to back L/C*).

Bagi Importir

- Dengan dana sangat minim/tanpa menyetorkan dana, importir dapat membeli/mengimpor barang, (sampai barang tiba baru ditebus/membayarkan sisa L/C).
- Importir akan merasa lebih aman, karena bank akan menolak pembayaran kepada eksportir sebelum semua persyaratan L/C terpenuhi.

Segi negatif L/C : (Berry Punan, 1996: 32)

Bagi Eksportir

- Terdapat banyak biaya-biaya yang berkenaan dengan persyaratan proses pembukuan L/C dan penyelesaian dokumen.
- Banyak waktu yang terbuang dalam proses pemenuhan persyaratan L/C, persiapan dokumen- dokumen.

Bagi Importir

- Importir tidak mendapat kepastian apakah barang-barang yang dikapalkan sesuai dengan yang dipesan melalui L/C.
- Importir masih memerlukan jasa *surveyor* untuk meyakinkan keaslian barang impor.

1.3. Lembaga-lembaga Yang Terkait Dalam Ekspor.

Dalam pelaksanaan kegiatan ekspor berbagai instansi pemerintah departemen, non departemen dan pihak-pihak swasta yang terlibat. Lembaga-lembaga tersebut yaitu : (Berry Punan, 1996 : 3)

a. Bea Cukai

Berada di bawah departemen keuangan, lembaga ini mengawasi keluar masuknya barang dari wilayah hukum Indonesia.

b. Departemen Perdagangan

Departemen ini berperan mulai dari menerbitkan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) sampai surat keterangan asal barang (*Certificate of Origin*). *Certificate of Origin* digunakan untuk meminta keringanan bea masuk saat barang tiba di negara tujuan, dalam rangka sistem preferensi umum (*Generalized System of Preference*).

c. Bank Devisa

Bank devisa berfungsi sebagai perantara antara pembeli dan penjual yang berada dalam dua wilayah hukum yang berbeda yang belum saling mengenal satu sama lain. Bank devisa melayani transaksi pembukuan dan penerimaan L/C sekaligus berfungsi sebagai *Authorized Money Changer*.

d. *Surveyor*

Berfungsi untuk melakukan pemeriksaan komoditi ekspor baik yang bersifat *pure inspection* maupun pemeriksaan dalam rangka pengambilan bea masuk atas bahan baku yang diproses untuk tujuan ekspor (*Draw Back System*). Di Indonesia, dilakukan oleh PT Sucofindo.

e. Bapeksta (Badan Pelayanan Kemudahan Ekspor Pengolahan Data Keuangan)

Merupakan lembaga pemerintah non departemen yang berada di bawah naungan Departemen Keuangan yang memiliki hak untuk memberikan pengembalian bea masuk yang bersangkutan.

f. Perusahaan Asuransi

Eksportir dapat mengamankan transaksi ekspor dengan cara mengasuransikan transaksi perdagangan internasional tersebut sesuai dengan besarnya resiko terhadap negara maupun pembeli barang tersebut. Di Indonesia lembaga asuransi tersebut dikenal sebagai lembaga Asuransi Ekspor Indonesia (ASEI).

g. Maskapai Pelayaran

Merupakan pihak pengangkut (*carrier*) barang menuju negara tujuan. Meliputi berbagai macam pengangkutan baik melalui udara, laut dan darat.

1.4. Prosedur ekspor

Dalam pelaksanaan ekspor, prosedur yang harus dilaksanakan yaitu :

(Berry Punan, 1996: 8-9)

1. Negosiasi ekspor dilakukan antara importir dan eksportir yang membahas mengenai harga satuan, syarat penyerahan barang, syarat pembayaran, cara pengiriman, spesifikasi komoditi, bank penerima L/C dan hal lain yang akan dijadikan dasar pembukaan L/C.

2. Hasil negosiasi tersebut dituangkan ke dalam *Sales Contract*/kontrak penjualan yang ditandatangani/disetujui oleh eksportir dan importir.
3. Berdasarkan *Sales Contract* tersebut importir akan mengajukan aplikasi pembukaan L/C.
4. L/C ekspor yang sudah dibuka oleh bank di luar negeri akan diteruskan kepada bank penerima L/C di Indonesia.
5. Bank penerima L/C akan meneruskan L/C ekspor tersebut kepada eksportir setelah diteliti selayaknya atas keabsahan L/C sesuai dengan ketentuan UCP yang berlaku.
6. Setelah L/C diterima dari bank, eksportir juga akan mengadakan pengecekan. Jika semua kondisi L/C sesuai dengan sales contract yang telah disepakati, eksportir akan menghubungi instansi-instansi yang terkait seperti *surveyor*.
7. Sementara itu eksportir akan meminta pengesahan PEB (Pemberitahuan Ekspor Barang). Pengesahan yang dimaksud adalah pemberian nomor dan tanggal PEB oleh bank pencair L/C. Eksportir juga menghubungi perusahaan pelayaran/penerbangan untuk *booking* kapal laut/kapal udara.
8. Setelah jadwal kapal diperoleh, pengangkutan komoditi ekspor diserahkan kepada ekspedisi muatan kapal laut (EMKL) atau ekspedisi muatan kapal udara (EMKU), tergantung alat transportasi yang digunakan.
9. Selanjutnya EMKL/EMKU akan membawa komoditi ekspor tersebut ke pejabat hanggar bea cukai untuk di fiat muat/disahkan pemuatannya ke kapal.

10. Setelah B/L diperoleh, jika diminta dalam L/C, eksportir akan menghubungi kantor wilayah departemen perdagangan atau KADIN untuk memperoleh surat keterangan asal (SKA) atau yang lebih sering dikenal dengan *Certificate of Origin*.
11. Dalam hal ekspor dilakukan dengan CIF (*Cost Insurance and Freight*) dengan sendirinya diperlukan hubungan dengan perusahaan asuransi; dalam pengalihan resiko *non payment* dapat juga menghubungi ASEI (Asuransi Ekspor Indonesia). Dengan kata lain eksportir sudah melengkapi semua persyaratan L/C dan dokumen lain untuk kemudian diserahkan ke bank pencair L/C.
12. Bank negosiasi mengadakan pengecekan secara horizontal maupun vertikal atas dokumen yang diserahkan oleh eksportir. Jika tidak terdapat penyimpangan/*discrepancy* atas dokumen tersebut, *negotiating bank* akan meneruskannya ke *opening bank*.
13. *Opening bank* akan menyampaikan dokumen-dokumen pengapalan tersebut kepada importir.
14. Importir akan menebus komoditi impor perusahaan pelayaran setelah melunasi bea masuk dan pungutan negara lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di negara masing-masing.

1.5. Syarat Penyerahan Barang

Selain syarat pembayaran (*payment terms*), dalam transaksi internasional juga ada faktor lain yang tidak kalah penting yaitu syarat

penyerahan barang. Jenis-jenis syarat penyerahan barang yang paling sering diterapkan dalam praktik perdagangan internasional adalah FOB, CFR, dan CIF. (Berry Punan, 1996: 49-52)

1. FOB (*Free on Board*)

Tanggung jawab eksportir hanya sebatas risiko dan biaya-biaya yang timbul sampai barang berada di atas dek kapal (*on board*). Biaya-biaya yang ditanggung oleh eksportir berupa : biaya *trucking*, pengurusan dokumen ekspor, biaya bank dan biaya lainnya sampai barang melewati pemeriksaan bea cukai.

2. CFR (*Cost and Freight*)

Tanggung jawab eksportir sama seperti dalam FOB, yakni sampai barang berada di atas kapal. Namun dalam CFR, eksportir menanggung tambahan biaya, yakni uang tambang dari pelabuhan muat sampai pelabuhan bongkar. Yang dimaksud dengan uang tambang yakni biaya selama berlayar (*ocean freight*).

3. CIF (*Cost Insurance and Freight*)

Merupakan kondisi CFR ditambah dengan komponen asuransi. Adanya asuransi risiko yang ditanggung oleh eksportir seperti kerusakan, kehilangan baik secara kualitas maupun kuantitas dapat dialihkan kepada perusahaan asuransi. Eksportir sebelum mengirimkan barang membayar premi asuransi pada perusahaan asuransi.

1.6. Kalkulasi Ekspor

Komponen biaya-biaya yang berpengaruh dalam kalkulasi ekspor antara lain biaya pembuatan, biaya *handling*, jasa-jasa pihak ketiga, pungutan negara/pajak, dan biaya promosi/pameran (Berry Punan, 1996: 57).

Biaya pembuatan (biaya langsung dan biaya tidak langsung) merupakan komponen biaya dari perusahaan manufaktur, sedangkan biaya pembelian merupakan komponen biaya dari perusahaan dagang.

Biaya *handling* dan jasa-jasa pihak ketiga meliputi *bank charges* (*interest, commission, amendement fee*), biaya *trucking*, biaya *surveyor inspection, demurrages charges* (biaya sewa gudang/penumpukan di pelabuhan), biaya *forwarder* (EMKL/EMKU), biaya pengurusan dokumen, dan premi asuransi (Berry Punan, 1996: 57-58).

Elemen-elemen biaya yang berpengaruh dalam kalkulasi ekspor di atas, bila diformulasikan menjadi :

Biaya Pembuatan :		
- Biaya langsung (BB, BTKL)	xx	
- Biaya tidak langsung (BOP)	xx	
	—	+
		xx
Biaya <i>Handling</i> dan Jasa Pihak Ketiga :		
- Biaya <i>Bank charges</i>	xx	
- Biaya <i>trucking</i>	xx	
- Biaya <i>surveyor</i>	xx	
- <i>Demurrages charges</i>	xx	
- Biaya <i>forwarder</i> / EMKL	xx	
- Biaya pengurusan dokumen	xx	
- Premi asuransi	xx	
	—	-
		xx
Pungutan Negara :		
- Pembayaran pajak ekspor atau Pajak ekspor tambahan	xx	
	—	+
		xx
Biaya Promosi :		
- Biaya promosi	xx	
	—	+
		xx
Kalkulasi Ekspor	—	+
		xx

Penetapan harga di pasaran internasional tidak hanya tergantung pada kalkulasi ekspor, tetapi faktor yang sangat berpengaruh yaitu jenis pasar, wilayah yang bersangkutan dan pertimbangan lain dari strategi penetapan harga. Umumnya harga yang terjadi pada pasaran internasional terdiri dari :
(Berry Punan, 1996: 58-60)

1. *Transfer Price*

Yaitu harga yang terjadi tanpa menambahkan margin, harga ini terjadi pada perusahaan afiliasi yang satu terhadap yang lain.

2. *Discriminatory Price*

Yaitu harga ekspor yang terjadi yang disesuaikan dengan wilayah yang bersangkutan di mana untuk wilayah yang satu dibedakan dengan wilayah yang lain.

3. *Current Market Price*

Juga sering disebut *Buyer's Price* yang berarti harga yang terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran. Harga jenis inilah yang sering terjadi di pasaran internasional.

4. *Skimming Price*

Adalah harga yang ditetapkan oleh penjual yang diharapkan setinggi mungkin dalam hal penjualan berada dalam kondisi monopoli.

5. *Subsidized Price*

Harga yang terjadi karena adanya subsidi dari pemerintah misalnya dengan *Draw Back System* atau *GSP (Generalized System of Preference)* sehingga dikenal dengan adanya surat keterangan Asal *Form A,B,C,D* dan *K*.

6. *Dumping Price*

Adalah harga ekspor yang dijual lebih murah di luar negeri dibandingkan di dalam negeri untuk jenis barang yang sama. Di samping itu, jika harga yang terjadi di bawah harga produksi, ini juga dapat dikategorikan *Dumping*, yang menimbulkan kerugian yang parah (*Material Injury*) pada produsen sejenis di negara importir.

7. *Bottom Price*

Adalah harga yang ditetapkan sebagai harga minimum yang harus ditawarkan. Hal ini untuk melindungi kepentingan produsen.

8. *Ceiling Target Price*

Adalah harga yang ditetapkan secara maksimum yang harus dijual. Hal ini untuk melindungi kepentingan konsumen.

9. *Prestige Price*

Adalah harga yang ditinggikan sedemikian rupa dengan pembuatan *packing design* yang menarik, sehingga menimbulkan kesan "CITRA" yang tinggi/gengsi yang tinggi.

Penetapan harga komoditi ekspor yang ideal memang tidak mudah. Apabila terlalu tinggi mengakibatkan tidak dapat bersaing, dan apabila terlalu rendah tidak

mampu menutup *cost*. Banyak teori penetapan harga yang digunakan seperti metode *Rate of Return*, metode *Mark up*, metode *Break Even*, dan metode penetapan biaya variabel. Dalam penelitian ini metode penentuan harga jual produk ekspor yang digunakan yakni metode *mark up*.

2. Impor

Kemajuan produksi dan keberhasilan pembangunan ekonomi nasional mengakibatkan impor ikut naik, terutama untuk bahan baku dan barang-barang modal. Impor untuk barang konsumsi hendaknya dibatasi, sehingga tidak merugikan perkembangan industri dalam negeri.

Barang-barang impor dirinci menjadi tiga golongan yakni barang konsumsi, bahan baku/penolong, dan barang modal (Gilarso, 1992: 306). Barang konsumsi dapat berupa beras, gandum, tekstil, obat-obatan, kosmetika, dan lain-lain. Bahan baku/penolong berupa pupuk, bahan-bahan kimia, kertas, dan benang tenun. Barang modal terdiri dari mesin-mesin, motor minyak, kendaraan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada dengan menggunakan studi kasus. Metode ini dilakukan dengan cara meneliti suatu obyek tertentu, sehingga pembahasan dan kesimpulan hasil penelitian ini hanya terbatas untuk perusahaan tersebut.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Aneka Kerajinan Kulit, LeatherWork and Handicraft "Hadi Sukirno" yang berlokasi di Jl. Let. Jend. S. Parman No 35 Yogyakarta

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai dengan bulan Mei tahun 1998

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Yang menjadi subyek dari penelitian yaitu

- a. executive manager
- b. bagian akuntansi

- c. bagian produksi
- d. bagian pemasaran
- e. bagian personalia
- f. bagian administrasi

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ialah :

- a. Elemen-elemen biaya yang menentukan besarnya harga pokok dan harga jual produk
- b. Metode yang digunakan dalam penentuan harga pokok dan harga jual

Data yang digunakan hanya meliputi bulan Januari sampai dengan Juni 1997. Hal ini karena pada rentang waktu tersebut dalam penetapan harga jual masih normal (stabil), sedangkan setelah bulan Juni 1997 penetapan harga jual mengalami perubahan yang tidak menentu karena menyesuaikan dengan keadaan ekonomi secara umum.

D. Data Yang Dicari

- 1. Gambaran umum perusahaan
- 2. Biaya-biaya yang menentukan besarnya harga pokok dan harga jual, baik untuk pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri
- 3. Metode yang digunakan dalam menentukan harga pokok dan harga jual untuk pasar dalam negeri maupun luar negeri

4. Kebijakan dari perusahaan mengenai penentuan harga jual di luar biaya
5. Data persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan
6. Harga jual per unit produk
7. Data lain yang berhubungan dengan penentuan harga jual

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Dilakukan dengan metode wawancara langsung, yang berkaitan dengan gambaran umum perusahaan, kebijaksanaan perusahaan, dan hal-hal lain yang terkait.

2. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung, khususnya mengenai kegiatan produksi.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengumpulkan arsip/data yang berhubungan dengan penentuan harga jual, baik berupa kebijaksanaan perusahaan maupun data-data biaya yang menjadi obyek penelitian

F. Teknik Analisis Data

Langkah-langkah menjawab permasalahan pertama adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan penentuan harga jual yang diterapkan oleh perusahaan.

a. Mendeskripsikan perhitungan :

1. Biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, BOP) per unit untuk masing-masing produk.
2. Harga pokok produksi per unit untuk masing-masing produk.

b. Mendeskripsikan penentuan harga jual :

1. Penentuan laba yang diinginkan oleh perusahaan untuk masing-masing produk.
2. Penentuan harga jual per unit untuk setiap jenis produk.

2. Menghitung harga jual menurut *cost plus pricing* dengan pendekatan harga pokok produksi penuh (*full costing*) :

a. Menghitung biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, BOP) per unit masing-masing produk.

b. Menghitung harga pokok produk per unit.

c. Menghitung return on investment (ROI).

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Rata-rata aktiva operasi}}$$

d. Menghitung persentase *mark up* :

$$\% \text{ Mark up} = \frac{(\text{Target ROI}) + (\text{Biaya Penjualan dan Administrasi})}{(\text{Volume dalam unit}) \times (\text{Harga pokok produksi per unit})}$$

e. Menghitung harga jual per unit masing-masing produk

Harga pokok produksi penuh :

- Biaya bahan baku	XX	
- Biaya tenaga kerja langsung	XX	
- BOP tetap	XX	
- BOP variabel	XX	
	_____	+

Mark up = y % x harga pokok produksi	XX	
	XX	
	_____	+
Harga jual per unit		XX

- f. Menganalisis perbedaan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dengan harga jual berdasarkan teori (*cost plus pricing*).
- g. Menentukan apakah harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan sudah tepat atau belum, berdasarkan kriteria batas toleransi tersebut :
- Selisih harga jual < 5%, tepat
 - Selisih harga jual \geq 5%, tidak tepat

Langkah-langkah untuk menjawab permasalahan kedua adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan penentuan harga jual yang diterapkan oleh perusahaan.
 - a. Mendeskripsikan perhitungan :
 1. Biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, BOP) per unit untuk masing-masing produk.
 2. Harga pokok per unit untuk masing-masing produk.
 3. Penentuan laba yang diinginkan perusahaan masing-masing produk.
 - b. Mendeskripsikan penentuan kalkulasi ekspor masing-masing produk.
2. Menghitung harga jual menurut *cost plus pricing* dengan pendekatan harga pokok produksi penuh (*full costing*) :

- a. Menghitung biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, BOP) per unit masing-masing produk.
- b. Menghitung harga pokok produk per unit.
- c. Mengklasifikasikan biaya-biaya non produksi yang termasuk dalam kalkulasi ekspor ke dalam biaya administrasi dan umum dan biaya pemasaran.
- d. Menghitung return on investment (ROI).

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Rata-rata aktiva operasi}}$$

- e. Menghitung persentase *mark up* :

$$\% \text{ Mark up} = \frac{(\text{Target ROI}) + (\text{Biaya Penjualan dan Administrasi})}{(\text{Volume dalam unit}) \times (\text{Harga pokok produksi per unit})}$$

- f. Menghitung harga jual produk ekspor :

Harga pokok produksi penuh :

- Biaya bahan baku	xx	
- Biaya tenaga kerja langsung	xx	
- BOP tetap	xx	
- BOP variabel	xx	
	xx	+

Mark up = y % x harga pokok produksi	xx	
	xx	
	xx	+
Harga jual per unit		xx

- g. Menganalisis perbedaan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dengan harga jual berdasarkan teori (*cost plus pricing*).
- h. Menentukan apakah harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan sudah tepat atau belum, berdasarkan kriteria batas toleransi tersebut :

- Selisih harga jual $< 5\%$, tepat
- Selisih harga jual $\geq 5\%$, tidak tepat

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Perusahaan Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft “Hadi Sukirno” didirikan oleh Bapak Hadi Sukirno pada tahun 1972. Usaha kerajinan kulit ini pada awalnya hanya dikerjakan oleh Bapak Hadi dan isterinya. Ketrampilan yang dimiliki oleh Bapak Hadi ini diperoleh dari Bapak Surosendjoyo yang juga merupakan bapak angkatnya. Usaha kerajinan kulit ini pun semakin berkembang karena pasar di Yogyakarta sangat memungkinkan. Hal ini beralasan karena objek wisata di Yogyakarta mulai berkembang. Pada awal usahanya, hasil kerajinan kulit ini dipasarkan di seputar Malioboro dan Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat. Permintaan pasar semakin meningkat sehingga membuat Bapak Hadi kewalahan dalam memproduksi kerajinan kulit. Melihat peluang yang ada maka Bapak Hadi kemudian melibatkan anak-anak di lingkungan tempat tinggalnya untuk ikut memahat dan mengerjakan pekerjaan sungging.

Usaha kerajinan kulit Leather Work and Handicraft “Hadi Sukirno” pada saat ini berada di daerah Tamansari yakni di Jl. Let.Jend. S. Parman No. 35 Yogyakarta. Luas tanah yang digunakan untuk operasi usaha kerajinan kulit ini yakni 600 m². Pemilihan lokasi ini sangat tepat karena :

1. Letak perusahaan sangat strategis

Lokasi perusahaan berada di dekat jalan raya dan banyak kendaraan umum yang dapat digunakan untuk mencapai tempat tersebut. Perusahaan juga berada di tengah kota dan dekat dengan daerah Kraton dan Malioboro yang merupakan objek wisata andalan Yogyakarta.

2. Kemudahan untuk memperoleh tenaga kerja

Di lingkungan perusahaan terdapat banyak tenaga kerja yang terampil di bidang kerajinan kulit.

3. Kemudahan untuk memperoleh bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penolong

4. Kemudahan sarana dan prasarana

Di sekitar perusahaan sudah terdapat sarana telekomunikasi, angkutan, dan listrik yang memadai sehingga dapat menunjang kegiatan perusahaan.

Kerajinan kulit Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno" telah memiliki Tanda Ijin Tempat Usaha (HO) dengan Nomor 503-T-1052/2.K/1998 yang berlaku sampai dengan tahun 2003. Perusahaan juga telah mempunyai Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) No. 627/12-05 PM/III/1987 atas nama Menteri Perdagangan, Kepala Kantor Wilayah Perdagangan Daerah Istimewa Yogyakarta, Soetarji.

Perusahaan Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft “Hadi Sukimo” merupakan perusahaan perorangan yang memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Melestarikan seni budaya Indonesia khususnya kerajinan kulit serta memperkenalkannya kepada bangsa lain melalui kegiatan ekspor.
2. Membantu mengurangi pengangguran dengan cara membuka lapangan kerja bagi masyarakat atau lingkungan sekitarnya.
3. Memproduksi barang dengan kualitas sesuai dengan keinginan konsumen (pasar) sehingga dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Bapak Hadi sebagai pemilik sekaligus pimpinan perusahaan selalu aktif mengikuti kegiatan kursus dan pelatihan peningkatan kepemimpinan dan kewiraswastaan yang diselenggarakan oleh Balai Pengembangan Produktivitas Daerah (BPPD-DIY). Usaha ini sangat berpengaruh dalam perkembangan perusahaan sehingga akhirnya perusahaan mendapat anugerah penghargaan dari Menteri Tenaga Kerja yang pada waktu itu dijabat oleh Bapak Sudomo dalam hal PRODUKTIVITAS DALAM BIDANG EKSPOR INDUSTRI KERAJINAN KULIT pada tanggal 29 Agustus 1987 dengan keputusan menteri No.1286/MEN/1987.

Pada tahun 1981 perusahaan belum bisa mengekspor hasil produksinya, namun beberapa tahun kemudian perusahaan sudah dapat mengekspor barang-barang kerajinan ke mancanegara melalui Jakarta dan kemudian diekspor ke negara tujuan.



Berkat perkembangan dan keberhasilan dari usaha kerajinan kulit ini, Bapak Hadi mendapat kepercayaan dari Departemen Tenaga Kerja Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menjadi bapak asuh bagi industri-industri kecil yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya.

B. Struktur Organisasi

Secara umum setiap perusahaan mempunyai struktur organisasi untuk menjalankan usahanya, tak terkecuali perusahaan kerajinan kulit "Hadi Sukirno". Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan antara fungsi-fungsi, bagian-bagian atau posisi, maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda dalam suatu organisasi yang ada di perusahaan. Bagan organisasi yang ada di perusahaan kerajinan kulit "Hadi Sukirno" merupakan bentuk piramid. Bentuk piramid merupakan bentuk yang paling banyak digunakan, karena sederhana, jelas, dan mudah dimengerti (Hani Handoko, 1993 : 174). Secara jelasnya bagan organisasi di perusahaan Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno" dapat dilihat pada bagan struktur organisasi Gambar 1 halaman 52.

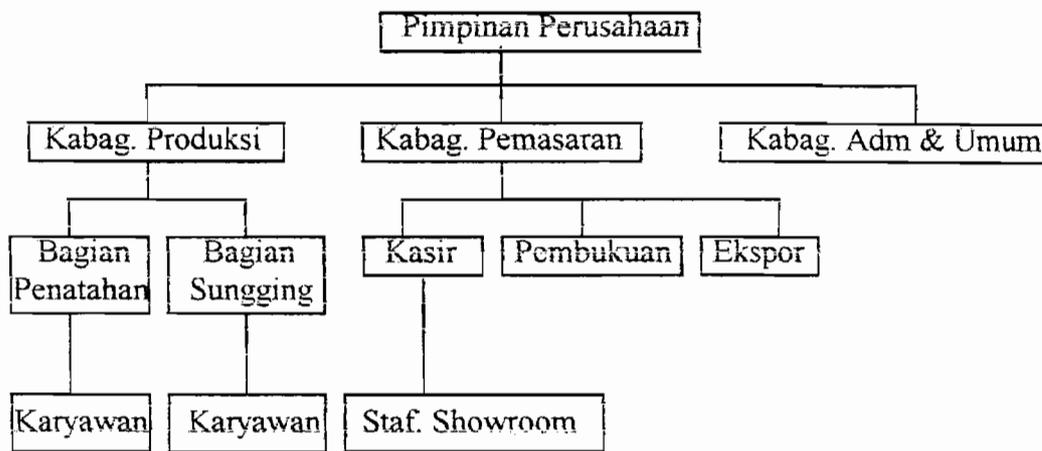
Adapun tugas-tugas dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan Perusahaan

- Menyelenggarakan kegiatan perusahaan serta bertanggung jawab penuh atas maju mundurnya perusahaan.

- Menetapkan kebijaksanaan perusahaan dan melaksanakan fungsi manajerial (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan).

Gambar 1.
Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Aneka Kerajinan Kulit
Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno"



Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

2. Kepala Bagian Produksi (45)

- Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan produksi perusahaan dari penyediaan bahan baku sampai menjadi barang jadi.

a. Bagian Penatahan (Sugiyanto)

- Bertugas untuk mengawasi karyawannya dalam kegiatan menatah atau melubangi kulit yang telah digambar atau dipola.

b. Bagian Sungging (Tajone)

- Mengawasi karyawan yang melaksanakan kegiatan sungging atau memberi warna pada kulit yang telah dilubangi atau kulit yang telah ditatah.

3. Kepala Bagian Pemasaran (HS)

- Bertanggung jawab atas kegiatan pemasaran produk baik untuk pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri, termasuk juga melaksanakan promosi dan publikasi.

a. Kasir (IGu HS)

- Bertugas menerima hasil penjualan barang dan mengeluarkan uang untuk keperluan penjualan produk.

b. Pembukuan (Ino)

- Melakukan pencatatan segala hal yang berhubungan dengan kegiatan penjualan produk.

c. Ekspor (HS)

- Melakukan negosiasi dengan pihak pembeli di luar negeri.
- Bertanggung jawab atas pengiriman barang sampai ke pelabuhan yakni sampai di atas kapal.

d. Staf *Showroom* (Maryanto)

- Bertanggung jawab pada kegiatan pemasaran, khususnya untuk pasar lokal
- Menjaga keadaan *showroom* agar tetap menarik pembeli, baik dari segi keindahan maupun kebersihannya.

4. Kepala Bagian Administrasi dan Umum (Sajidi)

- Bertanggung jawab atas pencatatan administrasi perusahaan secara keseluruhan.
- Bertugas untuk mencatat mengenai administrasi semua karyawan.

- Berhak untuk melakukan penarikan karyawan atas persetujuan pimpinan perusahaan.

5. Karyawan

- Melaksanakan proses produksi yang berupa kegiatan tatah dan sungging.

C. Personalia

Semua kegiatan perusahaan tidak terlepas dari tenaga kerja yang bertugas untuk mengoperasikan segala kegiatan operasional perusahaan. Tenaga kerja ini diperlukan baik untuk tenaga kerja bagian produksi, pemasaran, administrasi, personalia dan sebagainya.

1. Tenaga Kerja

a. Pengadaan Tenaga Kerja

Tenaga kerja di perusahaan kerajinan kulit “Hadi Sukirno” berasal dari Yogyakarta, khususnya masyarakat sekitar perusahaan. Pekerja dari luar Yogyakarta biasanya berasal dari Malang, Surakarta, Surabaya, dan lain-lain. Pendidikan yang dimiliki oleh pekerja bervariasi dari yang tidak memiliki pendidikan formal, tamatan SD, SLTP, SMA, dan ada juga yang lulusan sarjana. Perusahaan juga merekrut tenaga kerja dari kalangan masyarakat prasejahtera, misalnya dari kalangan tunawisma dan penyandang cacat tubuh yang benar-benar mau dibimbing. Bagi tenaga kerja bidang produksi yang belum memiliki ketrampilan di bidang tatah dan pahat, sebelum bekerja mereka diberi kesempatan untuk magang.

b. Jumlah Tenaga Kerja

Tenaga kerja di perusahaan kerajinan kulit “Hadi Sukirno” saat ini berjumlah 61 orang tenaga kerja tetap, sedangkan untuk tenaga kerja tidak tetap jumlahnya tidak pasti tergantung pada kebutuhan perusahaan. Tenaga kerja tidak tetap diperlukan apabila perusahaan mendapatkan pesanan melebihi kapasitas normalnya. Jumlah tenaga kerja di perusahaan kerajinan kulit “Hadi Sukirno” berdasarkan bagian dan jenis kelaminnya dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Jumlah Tenaga Kerja Tetap 1997

Bidang	Jenis Kelamin		Jumlah
	Pria	Wanita	
Administrasi	1	1	2
Produksi			
- Tatah	15	10	25
- Sungging	20	10	30
Pemasaran	3	1	4
Jumlah	39	22	61

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit “Hadi Sukirno”

2. Waktu Kerja

Hari kerja karyawan menggunakan sistem enam hari kerja (Senin - Sabtu). Setiap hari Minggu dan hari-hari libur nasional karyawan mendapat kesempatan untuk libur. Jam kerja karyawan dimulai pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB, dengan waktu istirahat antara pukul 12.00 WIB

sampai dengan pukul 13.00 WIB. Untuk karyawan harian ada jam lembur yakni antara pukul 17.00 WIB sampai dengan pukul 20.00 WIB.

3. Sistem Pengupahan

Perusahaan menerapkan sistem pengupahan harian dan borongan. Untuk tenaga kerja tidak tetap, upah setiap hari berkisar antara Rp 2.500,00 sampai Rp 3.500,00 sebagai batas minimalnya. Untuk karyawan tetap dengan gaji bulanan, gaji diberikan pada akhir bulan yang besarnya berkisar antara Rp 210.000,00 sampai Rp 300.000,00. Karyawan dengan sistem pengupahan borongan yakni karyawan bagian produksi, besarnya upah tergantung pada tingkat produktivitasnya atau kemampuannya untuk menghasilkan produk dan jenis produk yang dikerjakannya. Untuk karyawan yang lembur mendapat tambahan upah sebesar Rp 5.000,00 setiap harinya dan akan diberikan pada akhir bulan bersamaan dengan pemberian upah bulanan.

4. Jaminan Sosial

Jaminan sosial yang ada di perusahaan sangat mendukung aktivitas dan kesejahteraan karyawan. Jaminan sosial yang diberikan perusahaan antara lain :

a. Bidang kesehatan

Dengan program dana sehat. Jumlah dana sehat yang diperoleh karyawan tidak pasti karena tergantung pada besarnya laba yang diperoleh perusahaan. Selain dana sehat, bagi karyawan yang sakit juga diusahakan untuk mendapatkan pengobatan minimal di Puskesmas.

b. Tunjangan hari raya

Diberikan setiap tahun sekali yang dapat berupa uang atau barang.

5. Pengembangan Karyawan

Pengembangan karyawan dilakukan dengan cara magang. Karyawan yang ingin bekerja namun belum begitu terampil untuk bekerja diberikan kesempatan untuk berlatih, misalnya belajar cara menyungging atau mematah kulit. Apabila telah terampil maka karyawan tersebut dapat mulai bekerja dan mendapatkan upah.

D. Produksi

Perusahaan kerajinan kulit "Hadi Sukirno" menghasilkan berbagai macam kerajinan yang terbuat dari kulit, misalnya wayang dalam berbagai ukuran dan berbagai tokoh, kipas, kap lampu, lukisan, tas dan lain-lain. Wayang, kipas, kap lampu merupakan produk utama perusahaan dan sudah memiliki pasar yang pasti. Lukisan merupakan produk tambahan yang diproduksi bila ada pesanan, sedangkan tas dan lainnya merupakan hasil kerjasama dengan pengrajin lain.

1. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan untuk proses produksi pada perusahaan ini berupa kulit lembu, kulit kerbau, dan kulit kambing. Dari ketiga jenis kulit ini yang memiliki kualitas terbaik adalah kulit kerbau. Kebutuhan kulit ini dipenuhi dari para penjagal dan pabrik. Kulit yang berasal dari pabrik dinamakan sebagai kulit split, karena setiap satu lembarnya dapat dibelah menjadi empat

bagian. Kulit yang berasal dari para penjagal memiliki kualitas yang baik, sedangkan kulit dari pabrik memiliki kualitas yang sedang. Bahan baku ini didatangkan dari daerah Yogyakarta, Cirebon (Jawa Barat), Magetan (Jawa Timur), dan Magelang (Jawa Tengah).

2. Bahan Penolong

Bahan penolong yang diperlukan dalam proses produksi antara lain :

- Pewarna dan brom

Pewarna yang biasa digunakan yakni *Singwhite* (oker putih) dan macam-macam warna poster.

- Tanduk

Digunakan untuk tangkai pada wayang dan kipas

- Benang dan lem

Digunakan untuk merekatkan tangkai pada wayang dan kipas, dan untuk menjahit kap lampu

- Malam

Dipakai untuk pelicin pada waktu memahat

3. Alat-alat Produksi

- Tatah/pahat

Digunakan untuk melubangi kulit sesuai motif dan corak yang akan dibentuk

- Pandog

Berfungsi sebagai alas memahat

- Tindih besi

Untuk menjaga agar kulit yang dipahat tidak berubah posisi

- Pemukul

Berfungsi sebagai pemukul sewaktu memahat

- Kuas

Untuk memberi warna pada waktu proses sungging

- Pensil

Berguna untuk membuat sketsa dari gambar

- Pisau

Untuk memotong dan merapikan hasil gambar atau sketsa yang telah dibuat

4. Proses Produksi

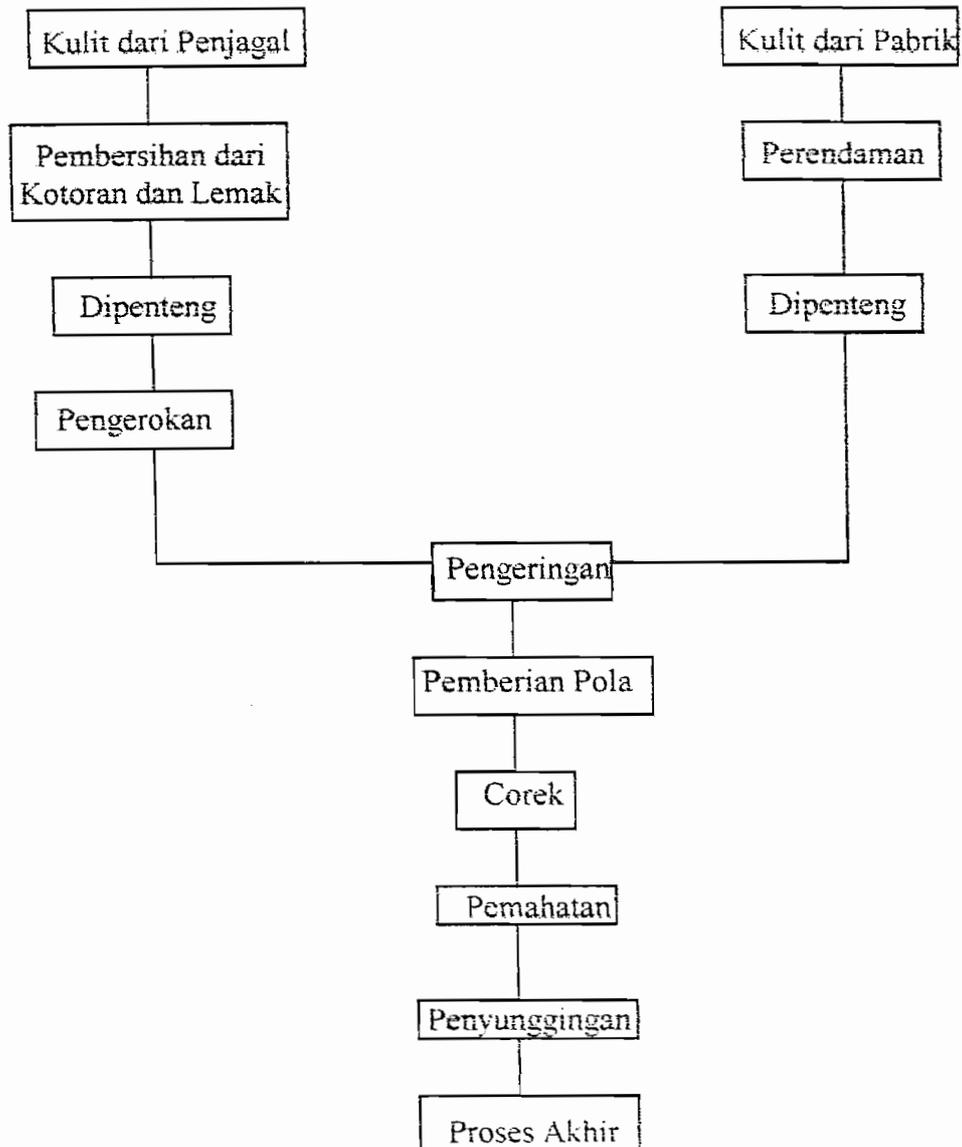
Proses produksi merupakan serangkaian kegiatan untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Gambar proses produksi ketiga jenis produk dapat dilihat pada Gambar 2 halaman 60. Ketiga jenis produk tersebut yakni wayang, kipas, kap lampu memiliki proses produksi yang sama yakni sebagai berikut :

a. Persiapan Kulit

- Kulit dari penjagal

Kulit yang dibeli dari penjagal masih dalam keadaan basah dan kotor sehingga harus dipenteng dan dibersihkan. Setelah bersih kemudian dikerok/dihilangkan bulu-bulunya maupun lemaknya. Kulit yang pantas dipakai untuk kerajinan kemudian diambil dan dikeringkan sampai tuntas (kurang lebih satu bulan), barulah kulit siap untuk dibuat kerajinan.

Gambar 2.
Proses Produksi Wayang, Kipas, dan Kap Lampu



Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

- Kulit dari pabrik (kulit split)

Kulit direndam selama satu bulan, setelah lemas dipenteng kemudian diangin-anginkan sampai kering (tidak terkena sinar matahari secara langsung). Kulit yang kering siap untuk dibuat kerajinan.

b. Dipola (dikelowong)

Kulit kering tadi kemudian dipola sesuai dengan bentuk yang akan dibuat

c. Corek

Kulit yang telah dipola kemudian dicorek atau diberi petunjuk yang akan dipahat sesuai dengan contohnya

d. Dipahat

Kulit yang telah selesai dicorek kemudian dipahat

e. Sungging

Kulit yang telah dipahat kemudian disungging atau diberi warna

f. Diberi tangkai

Untuk wayang dan kipas setelah disungging kemudian diberi tangkai, sedangkan untuk kap lampu dijahit

E. Pemasaran

Kegiatan pemasaran di Aneka Kerajinan Kulit Leather Work and Handicraft "Hadi Sukirno" dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Pemasaran secara langsung adalah menjual hasil produksi langsung kepada konsumen, sedangkan pemasaran tidak langsung adalah memasarkan hasil produksinya dengan melalui perantara penyalur barulah barang tersebut sampai kepada konsumen.

Yang menjadi penyalur/perantara adalah :

- Para pedagang yang menjual barang kerajinan dan cinderamata
- Importir

Barang kerajinan kulit “Hadi Sukirno” tidak hanya dipasarkan di daerah lokal (dalam negeri) saja tetapi sudah mampu menarik konsumen luar negeri. Daerah pemasaran yang telah dijangkau oleh perusahaan ini yakni :

a. Pasar Dalam Negeri :

- | | |
|--------------|---------|
| - Yogyakarta | - Solo |
| - Semarang | - Bali |
| - Jakarta | - Medan |

b. Pasar Luar Negeri :

- | | |
|-------------|-------------------|
| - Kanada | - Yunani |
| - Italia | - Perancis |
| - Singapura | - Amerika Serikat |

Untuk pemasaran di luar negeri akan dibahas secara rinci sebagai berikut :

1. *Letter of Credit (L/C)*

Perusahaan kerajinan kulit “Hadi Sukirno” dalam melaksanakan kegiatan ekspor, khususnya dalam praktik pembayarannya menggunakan L/C. Bentuk L/C yang digunakan yakni *Usance L.C.* Pembayaran untuk jenis L/C ini akan dilunasi apabila L/C sudah jatuh tempo. Jatuh tempo ini tergantung pada hasil negosiasi yang telah disepakati dalam kontrak penjualan.

2. Lembaga-lembaga yang Terkait dalam Ekspor

Untuk kegiatan ekspor yang dilakukan perusahaan kerajinan kulit “Hadi Sukirno” lembaga-lembaga yang terkait yaitu :

a. Bea Cukai

Bertugas mengawasi keluar masuknya barang dari wilayah hukum Indonesia.

b. Departemen Perdagangan

Merupakan lembaga yang menerbitkan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) dan keterangan asal barang (*Certificate of Origin*).

c. Bank Devisa

Bank pembuka yang digunakan oleh perusahaan yakni Bank BNI⁴⁶

d. Perusahaan Asuransi

e. Maskapai Pelayaran

Aneka Kerajinan Kulit “Hadi Sukirno” menggunakan alat angkut melaut (kapal laut).

3. Prosedur Ekspor

Kegiatan ekspor dilakukan melalui pelabuhan di Jakarta. Prosedur ekspor di perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Melakukan negosiasi yang membahas mengenai harga satuan, syarat penyerahan barang, syarat pembayaran, cara pengiriman, spesifikasi barang dan bank penerima L/C.
- b. Hasil negosiasi dituangkan dalam *Sales Contract* dan kemudian importir mengajukan aplikasi pembukaan L/C.

- c. L/C yang telah dibuka di luar negeri akan diteruskan kepada Bank BNI'46 di Indonesia.
- d. Bank BNI'46 kemudian meneruskan L/C ekspor tersebut kepada perusahaan kerajinan kulit "Hadi Sukirno" setelah L/C dianggap sah.
- e. Perusahaan mengadakan pengecekan dan kemudian menghubungi instansi-instansi yang terkait.
- f. Perusahaan meminta pengesahan Pemberitahuan Ekspor Barang ke Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Perusahaan juga menghubungi perusahaan pelayaran.
- g. Apabila jadwal kapal telah diperoleh kemudian pengangkutan komoditi ekspor diserahkan kepada Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL).
- h. EMKL membawa komoditi ekspor ke pejabat hanggar bea dan cukai untuk disahkan pemuatannya ke kapal.
- i. Perusahaan menghubungi kantor wilayah departemen perdagangan untuk memperoleh surat keterangan asal barang.
- j. Bank pembuka akan menyampaikan dokumen-dokumen pengapalan kepada importir setelah melakukan pengecekan atas dokumen yang diserahkan oleh perusahaan "Hadi Sukirno".
- k. Importir akan menebus komoditi impor setelah melunasi bea masuk dan pungutan negara lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di negara masing-masing.

4. Syarat Penyerahan Barang

Jenis syarat penyerahan barang yang berlaku di perusahaan kerajinan kulit “Hadi Sukirno” yakni CFR (*Cost and Freight*). Tanggung jawab perusahaan hanya sebatas risiko dan biaya-biaya yang timbul sampai barang berada di atas dek kapal (misal : biaya *trucking*, pengurusan dokumen ekspor, biaya bank dan lainnya sampai barang melewati pemeriksaan bea dan cukai), tetapi eksportir masih menanggung biaya selama berlayar.

Kegiatan pemasaran baik untuk pasar dalam negeri maupun luar negeri tentunya tidak terlepas dari kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan antara lain :

- Periklanan

Menggunakan media massa yaitu media cetak Bernas dan Kedaulatan Rakyat

- Promosi Penjualan

Melalui pameran dagang dan pekan pariwisata.

Kegiatan promosi ini diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan, sehingga perusahaan dapat semakin memperluas pasarnya.

F. Permodalan

Kegiatan perusahaan tentunya tidak akan dapat berjalan tanpa adanya modal. Di perusahaan kerajinan kulit “Hadi Sukirno” modal diperoleh dari dua sumber yakni modal pinjaman dan modal sendiri. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 4.2. halaman 66

Tabel 4.2.
Struktur Modal Tahun 1997

Jenis Modal	Jumlah
- Modal sendiri	Rp 450.000.000,00
- Modal pinjaman	Rp 50.000.000,00
Jumlah	Rp 500.000.000,00

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Pinjaman modal tersebut diperoleh dari Bank BNI'46 dengan tingkat bunga sebesar 17% per tahun dengan jangka waktu satu tahun. Modal perusahaan tersebut digunakan untuk kegiatan produksi dan promosi untuk memperluas pasar. Perusahaan juga menyisihkan sejumlah modalnya untuk pengembangan usaha ekspor.

G. Perluasan Usaha

Kegiatan perusahaan yang terus berkembang sampai saat ini belum mengalami kendala yang berarti, karena adanya usaha kemitraan antar para pengrajin. Untuk memperluas usaha, perusahaan menitikberatkan pada peningkatan kualitas dan dengan didukung oleh kegiatan promosi ke luar negeri. Hal ini beralasan karena dalam jangka panjang perusahaan berencana untuk melakukan peningkatan dalam ekspornya.

BAB V

DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai deskripsi data, analisis data, dan pembahasan mengenai penentuan harga pokok dan harga jual untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri dan di luar negeri.

A. Deskripsi Data

Produk yang dihasilkan oleh Aneka Kerajinan Kulit “Hadi Sukimo” sangat bervariasi. Pada umumnya semua kerajinan yang berasal dari kulit dapat dihasilkan oleh perusahaan ini. Produk yang digunakan sebagai objek penelitian berupa wayang dengan ukuran standar jenis dagel, kipas ukuran sedang, dan kap lampu ukuran 25 cm. Alasan pemilihan ketiga produk ini yaitu ketiga jenis produk tersebut telah memiliki sasaran pasar yang sudah pasti dan merupakan produk unggulan dari perusahaan. Produk yang dipasarkan di dalam negeri yakni wayang dan kipas, sedangkan untuk pasar luar negeri produk yang dipasarkan yaitu wayang, kipas, dan kap lampu. Perusahaan melakukan kegiatan ekspor setiap dua bulan sekali.

Untuk melaksanakan kegiatan produksi tentunya tidak terlepas dari bahan baku, bahan tambahan, tenaga kerja, dan faktor-faktor lain. Bahan baku yang digunakan yakni kulit dan untuk produk wayang dan kipas membutuhkan tanduk yang akan digunakan sebagai tangkai. Kebutuhan bahan baku tersebut menimbulkan adanya biaya bahan baku, demikian pula kebutuhan akan tenaga

kerja juga menimbulkan biaya tenaga kerja. Perusahaan "Hadi Sukirno" mengelompokkan biaya-biaya produksi ke dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan baku tambahan sedangkan biaya-biaya depresiasi, biaya listrik, biaya bahan penolong, biaya administrasi dan umum, dan biaya pemasaran diperlakukan sebagai unsur biaya yang berpengaruh dalam penghitungan *mark up*.

1. Biaya Bahan Baku dan Biaya Bahan Baku Tambahan

Untuk memulai proses produksi diperlukan bahan yang akan diolah atau diproses agar menjadi produk jadi. Pemakaian bahan baku ini menimbulkan adanya biaya bahan baku. Bahan baku yang digunakan untuk proses produksi ketiga jenis produk tersebut yaitu kulit. Besarnya biaya bahan baku yang digunakan oleh setiap jenis produk dalam setiap unitnya dapat dilihat pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1.
Penghitungan Biaya Bahan Baku (Kulit)
yang Dipakai dalam Proses Produksi
Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit)

Jenis Produk	Biaya Bahan Baku (1 Kg = Rp 10.000,00)	Jumlah
Wayang standar	2,2 Kg = Rp 22.000,00	Rp 22.000,00
Kipas sedang	0,25 Kg = Rp 2.500,00	Rp 2.500,00
Kap Lampu 25 cm	0,44 Kg = Rp 4.400,00	Rp 4.400,00

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Produk belum dapat dikatakan sebagai produk jadi apabila belum dapat difungsikan. Untuk produk wayang dan kipas tidak hanya memerlukan kulit saja,

tetapi masih memerlukan adanya bahan tambahan yang berupa tanduk untuk dijadikan tangkai sehingga produk tersebut dapat difungsikan. Besarnya biaya bahan baku tambahan untuk masing-masing produk dalam setiap unitnya dapat dilihat pada Tabel 5.2.

Tabel 5.2.
Biaya Bahan Baku Tambahan
yang Digunakan dalam Proses Produksi
Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit Produk)

Jenis Produk	Biaya Bahan Tambahan (Tanduk)
Wayang standar	Rp 20.000,00
Kipas sedang	Rp 2.500,00
Kap Lampu 25 cm	-

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja memberikan usaha fisik atau mental untuk mengolah produk. Tenaga kerja yang melaksanakan proses produksi di perusahaan kerajinan kulit "Hadi Sukirno" merupakan tenaga kerja dengan sistem pengupahan borongan. Dasar yang digunakan untuk penentuan besarnya upah yakni produktivitas dari tenaga kerja tersebut. Tenaga kerja di perusahaan kerajinan kulit "Hadi Sukirno" melaksanakan kegiatan tatah dan sungging. Kegiatan tatah yakni kegiatan melubangi kulit sehingga membentuk suatu model tertentu sesuai dengan yang dipola sebelumnya. Sungging merupakan proses pewarnaan kulit. Tenaga sungging juga melakukan kegiatan akhir yaitu memasang tangkai untuk produk wayang dan kipas, sedangkan untuk produk kap lampu tenaga sungging juga

melakukan kegiatan menyatukan setiap ujung kulit dengan cara dijahit. Pemakaian jasa tenaga kerja menimbulkan kewajiban bagi perusahaan untuk memberikan balas jasa kepada para karyawannya. Balas jasa bagi tenaga kerja ini merupakan biaya bagi perusahaan dan disebut sebagai biaya tenaga kerja langsung dalam proses produksi. Besarnya biaya tenaga kerja yang diperlukan untuk melaksanakan proses produksi ketiga jenis produk tersebut dalam setiap unitnya dapat dilihat pada Tabel 5.3. berikut ini :

Tabel 5.3.
Penghitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung
yang Digunakan dalam Proses Produksi
Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit)

Jenis Biaya Tenaga Kerja Langsung	Jenis Produk		
	Wayang standar	Kipas sedang	Kap Lampu 25 cm
Ongkos Tatah	Rp 13.000,00	Rp 700,00	Rp 600,00
Ongkos Sungging	Rp 3.000,00	Rp 300,00	Rp 1.000,00
Jumlah	Rp 16.000,00	Rp 1.000,00	Rp 1.600,00

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno "

3. Harga Pokok Produksi

Penentuan besarnya harga pokok produk di perusahaan kerajinan kulit "Hadi Sukirno" menggunakan dasar semua biaya bahan baku, biaya bahan tambahan, dan biaya tenaga kerja langsung. Besarnya harga pokok produk untuk pasar dalam negeri dan pasar luar negeri adalah sama untuk setiap jenis produknya. Dengan demikian besarnya harga pokok produk untuk masing-masing produk dalam setiap unitnya dapat dilihat pada Tabel 5.4. halaman 71.

Tabel 5.4.
Penghitungan Harga Pokok Produk
Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit)

Jenis Biaya	Jenis Produk		
	Wayang standar	Kipas sedang	Kap Lampu 25 cm
Biaya Bahan Baku (Kulit)	Rp 22.000,00	Rp 2.500,00	Rp 4.400,00
Biaya Bahan Baku Tambahan	Rp 20.000,00	Rp 2.500,00	---
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 16.000,00	Rp 1.000,00	Rp 1.600,00
J u m l a h	Rp 58.000,00	Rp 6.000,00	Rp 6.000,00

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

4. Penentuan Harga Jual Menurut Perusahaan

Berdasarkan harga pokok produk yang telah ditentukan, perusahaan kemudian menentukan besarnya harga jual masing-masing produk. Penentuan harga jual berdasarkan pada harga pokok produk ditambah dengan sebesar *mark up* tertentu. Untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri besarnya *mark up* masing-masing produk yakni 29% untuk produk wayang ukuran standar dan kipas ukuran sedang sebesar 25%. Produk yang dipasarkan di luar negeri besarnya *mark up* pada umumnya di atas 100%. Untuk produk wayang ukuran standar besarnya *mark up* yakni 158,5%, kipas ukuran sedang sebesar 150%, sedangkan kap lampu ukuran 25 cm sebesar 200%. Besarnya *mark up* yang ditetapkan tersebut merupakan kebijaksanaan dari perusahaan. Perusahaan mengharapkan *mark up* yang telah ditentukan ini dapat digunakan untuk menutup biaya-biaya bahan penolong, biaya-biaya non produksi dan memperoleh laba sesuai dengan yang

diharapkan. Penghitungan harga jual menurut perusahaan berdasarkan pasarnya dapat dilihat pada penghitungan berikut ini :

a. Pasar Dalam Negeri

- Wayang ukuran standar :

Harga Pokok Produk	Rp 58.000,00
<i>Mark up</i> = 29% x Rp 58.000,00	Rp 16.820,00
	<hr/>
Harga Jual	Rp 74.820,00
dibulatkan menjadi	Rp 75.000,00

- Kipas ukuran sedang :

Harga Pokok Produk	Rp 6.000,00
<i>Mark up</i> = 25% x Rp 6.000,00	Rp 1.500,00
	<hr/>
Harga Jual	Rp 7.500,00

b. Pasar Luar negeri

- Wayang ukuran standar :

Harga Pokok Produk	Rp 58.000,00
<i>Mark up</i> = 158,5% x Rp 58.000,00	Rp 91.930,00
	<hr/>
Harga Jual	Rp 149.930,00
dibulatkan menjadi	Rp 150.000,00

- Kipas ukuran sedang :

Harga Pokok Produksi	Rp 6.000,00
<i>Mark Up</i> = 150% x Rp 6.000,00	Rp 9.000,00
	<hr/>
Harga Jual	Rp 15.000,00

- Kap Lampu ukuran 25 cm:

Harga Pokok Produksi	Rp 6.000,00
<i>Mark up</i> = 200% x Rp 6.000,00	Rp 12.000,00
	<hr/>
Harga Jual	Rp 18.000,00

5. Biaya-biaya yang Belum Diklasifikasikan ke dalam Harga Pokok Produk dan Biaya Non Produksi

a. Biaya Produksi yang Belum Diperhitungkan ke dalam Harga Pokok Produk

Biaya-biaya produksi yang belum diperhitungkan ke dalam harga pokok produk yaitu biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan baku tambahan. Biaya-biaya tersebut yaitu :

Biaya Overhead Pabrik :

- Biaya Listrik	Rp 1.800.000,00
- Kesejahteraan Karyawan	Rp 2.400.000,00
- Pemeliharaan Gedung	Rp 1.000.000,00
- Biaya Depresiasi Gedung	Rp 1.500.000,00
- Biaya Bahan Penolong :	
• Cat dan Brom	Rp 8.100.000,00
• Benang dan Malam	Rp 13.575.000,00
- Biaya Depresiasi Peralatan	Rp 10.000,00
	+ Rp 28.385.000,00
Jumlah	

b. Biaya-biaya Non Produksi

Biaya-biaya non produksi yaitu biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum. Biaya-biaya tersebut oleh perusahaan tidak dibebankan secara proporsional terhadap produk. Biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum yang merupakan biaya bersama oleh perusahaan dibebankan terhadap produk berdasarkan kebijaksanaan perusahaan, yaitu sebagai pengurang laba perusahaan secara keseluruhan, namun sebelumnya perusahaan telah memperhitungkan bahwa besarnya *mark up* yang telah ditetapkan tersebut telah mampu menutup semua biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum serta dapat menghasilkan laba sejumlah tertentu.

Yang termasuk biaya administrasi dan umum yang ditanggung oleh semua produk baik untuk pasar dalam negeri maupun luar negeri yaitu :

- Gaji Karyawan Bag. Administrasi & Umum	Rp 3.600.000,00
- Biaya Telepon	Rp 1.800.000,00
- Operasional Administrasi & Umum	Rp 356.000,00
	<hr/>
J u m l a h	Rp 5.756.000,00

Untuk produk yang dipasarkan di luar negeri masih menanggung adanya biaya pengurusan dokumen sebesar Rp 3.600.000,00.

Biaya-biaya yang termasuk sebagai biaya pemasaran yaitu :

- Biaya pemasaran yang ditanggung oleh semua produk baik untuk pasar dalam negeri maupun luar negeri :

- Biaya Promosi	: Rp 900.000,00
- Gaji Karyawan Bag. Penjualan	: Rp 5.040.000,00
	<hr/>
J u m l a h	Rp 5.940.000,00

- Biaya pemasaran yang ditanggung oleh semua produk yang dipasarkan di luar negeri adalah :

- Biaya <i>Bank Charges</i> (jasa bank)	: Rp 450.000,00
- Biaya <i>Trucking</i> (biaya angkut sampai di pelabuhan)	: Rp 1.350.000,00
- Biaya <i>Demurrages Charges</i> (biaya sewa gudang)	: Rp 1.500.000,00
- Biaya <i>Forwarder / EMKL</i> (biaya angkut lewat laut)	: Rp 1.800.000,00
	<hr/>
J u m l a h	Rp 5.100.000,00

B. Analisis Data dan Pembahasan

1. Menghitung Biaya Produksi yang Digunakan dalam Proses Produksi

1.1. Menghitung Biaya Bahan Baku dan Biaya Bahan Baku Tambahan

Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi dan dalam pemakaiannya dapat diidentifikasi secara langsung terhadap produk. Biaya bahan baku yaitu harga perolehan bermacam-macam bahan baku tersebut yang digunakan dalam pengolahan produk. Bahan baku yang digunakan yaitu kulit, dan biaya bahan baku tambahan berupa tanduk. Jadi biaya bahan baku yang dimaksud dalam kajian teori ini yakni jumlah uang kas yang dikeluarkan untuk memperoleh kulit dan tanduk tersebut, yang besarnya sejumlah harga pokok ditambah dengan biaya angkut bahan baku tersebut. Bahan penolong yang berupa benang, cat, brom, dan malam tidak dapat ditelusuri secara langsung pada produk sehingga digolongkan pada biaya overhead pabrik.

Untuk membandingkan hasil penghitungan biaya bahan baku yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan disajikan penghitungan biaya bahan baku dengan metode *cost - plus pricing* yang menggunakan pendekatan metode *full costing*. Penghitungan besarnya biaya bahan baku yang berupa kulit dapat dilihat pada Tabel 5.5 halaman 76.



Tabel 5.5.
 Penghitungan Biaya Bahan Baku (Kulit)
 yang Dipakai dalam Proses Produksi
 Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit) Menurut Kajian Teori

Jenis Produk	Biaya Bahan Baku (1 Kg = Rp 10.000,00)	Jumlah
Wayang standar	2,2 Kg = Rp 22.000,00	Rp 22.000,00
Kipas sedang	0,25 Kg = Rp 2.500,00	Rp 2.500,00
Kap Lampu 25 cm	0,44 Kg = Rp 4.400,00	Rp 4.400,00

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Besarnya biaya bahan baku tambahan yang berupa tanduk ada pada Tabel 5.6.

berikut ini :

Tabel 5.6.
 Biaya Bahan Baku Tambahan
 yang Digunakan dalam Proses Produksi
 Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit Produk) Menurut Kajian Teori

Jenis Produk	Biaya Bahan Tambahan (Tanduk)
Wayang standar	Rp 20.000,00
Kipas sedang	Rp 2.500,00
Kap Lampu 25 cm	-

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Berdasarkan pada analisis data yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa dalam penghitungan biaya bahan baku dan biaya bahan baku tambahan menurut perusahaan dan kajian teori tidak ada perbedaan, sehingga penghitungan menurut perusahaan sudah benar atau sesuai dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

1.2. Menghitung Biaya Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang jasanya dapat diidentifikasi manfaatnya pada produk tersebut. Biaya tenaga kerja dapat dibedakan menjadi biaya tenaga kerja langsung (BTKL) dan biaya tenaga kerja tidak langsung (BTKTL). Biaya tenaga kerja langsung yaitu balas jasa yang diberikan oleh perusahaan yang dapat diidentifikasi secara langsung terhadap produk tertentu, sedangkan BTKTL adalah biaya tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diidentifikasi secara langsung pada produk tertentu, sehingga digolongkan menjadi biaya overhead pabrik. Biaya tenaga kerja langsung di perusahaan dibedakan menjadi ongkos tenaga tatah dan ongkos tenaga sungging. Biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk wayang, kipas, dan kap lampu menurut kajian teori dapat dilihat pada Tabel 5.7.

Tabel 5.7.
Penghitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung
yang Digunakan dalam Proses Produksi
Untuk Setiap Jenis Produk (Per Unit) Menurut Kajian Teori

Jenis Biaya Tenaga Kerja Langsung	Jenis Produk		
	Wayang standar	Kipas sedang	Kap Lampu 25 cm
Ongkos Tatah	Rp 13.000,00	Rp 700,00	Rp 600,00
Ongkos Sungging	Rp 3.000,00	Rp 300,00	Rp 1.000,00
Jumlah	Rp 16.000,00	Rp 1.000,00	Rp 1.600,00

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukimo "

Menurut analisis data yang telah dilakukan terhadap biaya tenaga kerja langsung dapat dilihat bahwa dalam penghitungan biaya tenaga kerja langsung

menurut perusahaan dan kajian teori adalah sama, sehingga penghitungan perusahaan sudah benar.

1.3. Menghitung Biaya Overhead Pabrik yang Dibebankan Terhadap Produk

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan baku tambahan. Perusahaan sampai pada saat ini belum mengelompokkan biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan baku tambahan ke dalam biaya overhead pabrik. Dari analisis data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung yang termasuk ke dalam unsur biaya overhead pabrik yaitu :

- Biaya Listrik	Rp 1.800.000,00
- Kesejahteraan Karyawan	Rp 2.400.000,00
- Pemeliharaan Gedung	Rp 1.000.000,00
- Biaya Depresiasi Gedung	Rp 1.500.000,00
- Biaya Bahan Penolong :	
Cat dan Brom	Rp 8.100.000,00
Benang dan Malam	Rp 13.575.000,00
- Biaya Depresiasi Peralatan	Rp 10.000,00
	+
Jumlah	Rp 28.385.000,00

Besarnya tarif biaya overhead pabrik yang dibebankan pada produk didasarkan pada biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan. Besarnya biaya tenaga kerja langsung yaitu Rp 234.000.000,00 dan dapat dilihat pada Tabel 5.8. halaman 79.

Tabel 5.8.
Penghitungan Pemakaian Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 1997

Jenis Produk	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Unit Ekuivalensi	Jumlah
Wayang standar	Rp 16.000,00	3.000	Rp 48.000.000,00
Kipas sedang	Rp 1.000,00	90.000	Rp 90.000.000,00
Kap Lampu 25 cm	Rp 1.600,00	60.000	Rp 96.000.000,00
			Rp 234.000.000,00

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

BOP dalam tahun yang bersangkutan

Tarif BOP = $\frac{\text{Biaya tenaga kerja langsung dalam tahun yang bersangkutan}}{\text{Biaya tenaga kerja langsung dalam tahun yang bersangkutan}}$

Biaya tenaga kerja langsung dalam tahun yang bersangkutan

$$\text{Tarif Biaya Overhead Pabrik} = \frac{\text{Rp 28.385.000,00}}{\text{Rp 234.000.000,00}}$$

$$= 12,13\%$$

Biaya overhead pabrik yang dibebankan pada produk wayang, kipas, kap lampu terdapat pada Tabel 5.9. berikut :

Tabel 5.9.
Penghitungan Biaya Overhead Pabrik yang Dibebankan pada Setiap Jenis Produk Per Unit dengan Tarif 12,13% dari Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jenis Produk	Biaya overhead pabrik (12,13% x Biaya Tenaga Kerja Langsung)	Jumlah
Wayang standar	12,13% x Rp 16.000,00	Rp 1.940,80
Kipas sedang	12,13% x Rp 1.000,00	Rp 121,30
Kap lampu 25 cm	12,13% x Rp 1.600,00	Rp 194,08

Unsur biaya overhead pabrik ini oleh perusahaan tidak digolongkan menjadi biaya overhead pabrik, sehingga menimbulkan adanya perbedaan dengan

kajian teori. Biaya-biaya tersebut oleh perusahaan tidak dibebankan pada setiap jenis produk dalam unsur biaya produksinya, namun dimasukkan sebagai unsur *mark up*.

1.4. Menghitung Harga Pokok Produk

Berdasarkan pada kajian teori, unsur-unsur biaya yang membentuk harga pokok produk per unit yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Adanya perbedaan dalam unsur biaya overhead pabrik, yakni perusahaan tidak membebankan biaya overhead pabrik pada setiap jenis produk pada harga pokok produksinya, maka mengakibatkan perbedaan dalam besarnya harga pokok produk.

Penghitungan harga pokok produk menurut kajian teori dapat dilihat pada Tabel 5.10.

Tabel 5.10.
Penghitungan Harga Pokok Produk Per Unit
untuk Setiap Jenis Produk Menurut Kajian Teori

Jenis Biaya	Jenis Produk		
	Wayang standar	Kipas sedang	Kap Lampu 25 cm
Biaya Bahan Baku	Rp 22.000,00	Rp 2.500,00	Rp 4.400,00
Biaya Bahan Baku Tambahan	Rp 20.000,00	Rp 2.500,00	---
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 16.000,00	Rp 1.000,00	Rp 1.600,00
Biaya Overhead Pabrik	Rp 1.940,80	Rp 121,30	Rp 194,08
Harga Pokok Produk	Rp 59.940,80	Rp 6.121,30	Rp 6.194,08

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Penghitungan harga pokok produk per unit untuk setiap jenis produk menurut perusahaan dan kajian teori kemudian dibandingkan. Perbandingan

penghitungan harga pokok produk menurut perusahaan dengan kajian teori dapat dilihat pada Tabel 5.11. dan Tabel 5.12. pada halaman 81, dan Tabel 5.13. pada halaman 82.

Tabel 5.11.
Penghitungan Harga Pokok Produk Per Unit
Produk Wayang Ukuran Standar Menurut Perusahaan dan Kajian Teori

Jenis Biaya	Perusahaan	Kajian Teori	Selisih
Biaya Bahan Baku	Rp 22.000,00	Rp 22.000,00	Rp 0,00
Biaya Bahan Baku Tambahan	Rp 20.000,00	Rp 20.000,00	Rp 0,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 16.000,00	Rp 16.000,00	Rp 0,00
Biaya Overhead Pabrik	---	Rp 1.940,80	Rp 1.940,80
Harga Pokok Produk	Rp 58.000,00	Rp 59.940,80	Rp 1.940,80

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Tabel 5.12.
Penghitungan Harga Pokok Produk Per Unit
Produk Kipas Ukuran Sedang Menurut Perusahaan dan Kajian Teori

Jenis Biaya	Perusahaan	Kajian Teori	Selisih
Biaya Bahan Baku	Rp 2.500,00	Rp 2.500,00	Rp 0,00
Biaya Bahan Baku Tambahan	Rp 2.500,00	Rp 2.500,00	Rp 0,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1.000,00	Rp 1.000,00	Rp 0,00
Biaya Overhead Pabrik	---	Rp 121,30	Rp 121,30
Harga Pokok Produk	Rp 6.000,00	Rp 6.121,30	Rp 121,30

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Tabel 5.13.
Penghitungan Harga Pokok Produk Per Unit
Produk Kap Lampu Ukuran 25 cm Menurut Perusahaan dan Kajian Teori

Jenis Biaya	Perusahaan	Kajian Teori	Selisih
Biaya Bahan Baku	Rp 4.400,00	Rp 4.400,00	Rp 0,00
Biaya Bahan Baku Tambahan	----	----	----
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 1.600,00	Rp 1.600,00	Rp 0,00
Biaya Overhead Pabrik	----	Rp 194,08	Rp 194,08
Harga Pokok Produk	Rp 6.000,00	Rp 6.194,08	Rp 194,08

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Berdasarkan analisis data yang dilakukan, ditemukan adanya perbedaan dalam besarnya harga pokok produk setiap jenis produk menurut perusahaan dengan kajian teori. Hal ini disebabkan karena dalam penghitungan harga pokok produksi, perusahaan tidak menggolongkan biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan baku tambahan (misal : biaya depresiasi dan biaya listrik) ke dalam biaya overhead pabrik, sedangkan dalam kajian teori biaya-biaya tersebut digolongkan ke dalam biaya overhead pabrik.

2. Menghitung Biaya Non Produksi

Pembebanan biaya non produksi yang merupakan biaya bersama berdasarkan pada persentase harga pokok produksi. Pembagian produk untuk pasar dalam negeri dan luar negeri dapat dilihat pada Tabel 5.14. pada halaman 83.

Tabel 5.14.

Pembagian Produk Untuk Pasar Dalam Negeri dan Luar Negeri

Keterangan	Wayang standar	Kipas sedang	Kap Lampu 25 cm	Jumlah
Volume Produk (unit)	3.000	90.000	60.000	153.000
Pasar Dalam Negeri (%) :	65	65	0	
Kuantitas (unit)	1.950	58.500	0	60.450
Pasar Luar Negeri (%) :	35	35	100	
Kuantitas (unit)	1.050	31.500	60.000	92.550

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Berdasarkan pada analisis data harga pokok produksi produk yang yang diproduksi oleh perusahaan kemudian dapat dihitung persentase harga pokok produksinya. Persentase harga pokok produksi ini kemudian digunakan untuk menghitung besarnya biaya administrasi dan umum, serta biaya pemasaran yang dibebankan terhadap setiap jenis produk dan masing-masing pasar. Besarnya persentase harga pokok produksi yang digunakan sebagai dasar penghitungan pembebanan biaya non produksi terhadap setiap jenis produk dapat dilihat pada Tabel 5.15. halaman 84.

Tabel 5.15.
Penghitungan Persentase Harga Pokok Produksi

Jenis Produk	Harga Pokok Produksi (Rp)	Persentase (%)
1. Wayang :		
- Standar halus	78.374,25	17,89
- Stahdar dagel *	59.940,80	13,68
- Standar kasar	13.062,37	2,98
- Kidangan halus	46.102,50	10,52
- Kidangan dagel	23.051,25	5,26
- Kidangan kasar	8.452,12	1,93
2. Kap Lampu :		
- Ukuran 19 cm	4.423,75	1,01
- Ukuran 25 cm *	6.194,08	1,41
- Ukuran 32 cm	7.078,00	1,61
- Ukuran 36 cm	8.847,50	2,02
- Ukuran 39 cm	10.617,00	2,42
- Ukuran 40 cm	11.501,75	2,62
- Ukuran 44 cm	14.156,00	3,24
3. Kipas sedang *	6.121,30	1,40
4. Lukisan :		
- Ukuran kecil	12.750,00	2,91
- Ukuran sedang	22.500,00	5,13
- Ukuran besar	36.000,00	8,22
5. Topeng :		
- Batik biasa	12.000,00	2,74
- Batik malam	21.000,00	4,79
- Batik kulit	36.000,00	8,22
J u m l a h	438.172,67	100,00

* : Produk yang digunakan sebagai objek penelitian

Sumber : Aneka Kerajinan Kulit "Hadi Sukirno"

Untuk produk yang dipasarkan di luar negeri masih menanggung biaya non produksi yang termasuk dalam kalkulasi ekspor. Besarnya persentase harga pokok produksi yang digunakan sebagai dasar penghitungan pembebanan biaya

non produksi yang dipasarkan di luar negeri dapat dilihat pada Tabel 5.16. berikut ini :

Tabel 5.16.
Penghitungan Persentase Harga Pokok Produksi
Produk yang Dipasarkan di Luar Negeri

Jenis Produk	Harga Pokok Produksi (Rp)	Persentase (%)
Wayang standar	59.940,80	82,96
Kipas sedang	6.121,30	8,47
Kap Lampu 25 cm	6.194,08	8,57
J u m l a h	72.256,18	100,00

2.1. Menghitung Biaya Administrasi dan Umum Setiap Jenis Produk

Yang dimaksud dengan biaya administrasi dan umum yaitu semua biaya dalam rangka melaksanakan fungsi administrasi dan umum yakni biaya perencanaan, penentuan strategi dan kebijaksanaan, pengarahan, pengendalian kegiatan agar berdaya guna dan berhasil guna.

Dari analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa biaya-biaya yang termasuk dalam biaya administrasi dan umum adalah sebagai berikut :

Yang termasuk biaya administrasi dan umum yang ditanggung oleh semua produk baik untuk pasar dalam negeri maupun luar negeri yaitu :

- Gaji Karyawan Bag. Administrasi & Umum	Rp 3.600.000,00
- Biaya Telepon	Rp 1.800.000,00
- Operasional Administrasi & Umum	Rp 356.000,00
J u m l a h	Rp 5.756.000,00

Untuk produk yang dipasarkan di luar negeri masih menanggung adanya biaya pengurusan dokumen sebesar Rp 3.600.000,00. Jumlah tersebut kemudian dibebankan kepada masing-masing produk berdasarkan persentase harga pokok produksi.

Pembebanan biaya administrasi dan umum yang ditanggung oleh semua produk baik yang dipasarkan di dalam negeri maupun luar negeri untuk setiap jenis produk :

Wayang standar	= 13,68% #	x Rp 5.756.000,00	= Rp 787.420,80
Kipas sedang	= 1,40% #	x Rp 5.756.000,00	= Rp 80.584,00
Kap Lamp 25 cm	= 1,41% #	x Rp 5.756.000,00	= Rp 81.159,60

: Lihat Tabel 5.15. hlm. 84

Pembebanan biaya administrasi dan umum untuk masing-masing produk :

- Produk yang dipasarkan di dalam negeri :

Wayang standar	= 65% *	x Rp 787.420,80	= Rp 511.823,52
Kipas sedang	= 65% *	x Rp 80.584,00	= Rp 52.379,60

- Produk yang dipasarkan di luar negeri :

Wayang standar	= 35% *	x Rp 787.420,80	= Rp 275.597,28
Kipas sedang	= 35% *	x Rp 80.584,00	= Rp 28.204,40
Kap Lampu 25 cm	= 100% *	x Rp 81.159,60	= Rp 81.159,60

* Lihat Tabel 5.14. hlm. 83

Untuk produk yang dipasarkan di luar negeri masih menanggung biaya pengurusan dokumen ekspor. Ekspor dilakukan dua bulan sekali dan besarnya biaya pengurusan dokumen ekspor Rp 3.600.000,00. Besarnya biaya pengurusan dokumen yang dibebankan terhadap setiap jenis produk untuk pasar luar negeri :

Wayang standar	= 82,96% "	x Rp 3.600.000,00	= Rp 2.986.560,00
Kipas sedang	= 8,47% "	x Rp 3.600.000,00	= Rp 304.920,00
Kap Lampu 25 cm	= 8,57% "	x Rp 3.600.000,00	= Rp 308.520,00

= Lihat Tabel 5.16. hlm. 85

Total biaya administrasi dan umum untuk produk yang dipasarkan di luar negeri yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Wayang standar} &= \text{Rp } 275.597,28 + \text{Rp } 2.986.560,00 \\ &= \text{Rp } 3.262.157,28 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kipas sedang} &= \text{Rp } 28.204,40 + \text{Rp } 304.920,00 \\ &= \text{Rp } 333.124,40 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kap Lampu 25 cm} &= \text{Rp } 81.159,60 + \text{Rp } 308.520,00 \\ &= \text{Rp } 389.679,60 \end{aligned}$$

Besarnya biaya administrasi dan umum untuk setiap jenis produk dan pasar adalah sebagai berikut :

- Pasar Dalam Negeri :

- Wayang ukuran standar : Rp 511.823,52

- Kipas ukuran sedang : Rp 52.379,60

- Pasar Luar Negeri :

- Wayang ukuran standar : Rp 3.262.157,28

- Kipas ukuran sedang : Rp 333.124,40

- Kap Lampu 25 cm : Rp 389.679,60

2.2. Menghitung Biaya Pemasaran

Untuk memasarkan produk agar sampai kepada konsumen diperlukan adanya kegiatan pemasaran. Pemasaran mewujudkan adanya transaksi yang mungkin terjadi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kegiatan pemasaran ini mengakibatkan timbulnya biaya pemasaran. Biaya pemasaran yaitu biaya yang dikeluarkan dalam rangka melaksanakan kegiatan pemasaran atau

kegiatan penjualan produk kepada pembeli sampai pengumpulan piutang menjadi kas. Dari analisis data yang dilakukan ditemukan bahwa biaya-biaya yang termasuk sebagai biaya pemasaran yaitu :

- Biaya pemasaran yang ditanggung oleh semua produk baik untuk pasar dalam negeri maupun luar negeri :

- Biaya Promosi	: Rp 900.000,00
- Gaji Karyawan Bag. Penjualan	: Rp 5.040.000,00
	_____ +
J u m l a h	Rp 5.940.000,00

- Biaya pemasaran yang ditanggung oleh semua produk yang dipasarkan di luar negeri adalah :

- Biaya <i>Bank Charges</i> (jasa bank)	: Rp 450.000,00
- Biaya <i>Trucking</i> (biaya angkut sampai di pelabuhan)	: Rp 1.350.000,00
- Biaya <i>Demurrages Charges</i> (biaya sewa gudang)	: Rp 1.500.000,00
- Biaya <i>Forwarder / EMKL</i> (biaya angkut lewat laut)	: Rp 1.800.000,00
	_____ +
J u m l a h	Rp 5.100.000,00

Besarnya pajak ekspor untuk barang kerajinan yakni 0% dan negara tidak melakukan pungutan pajak ekspor tambahan. Hal ini ditegaskan dalam Undang-undang No.11 tahun 1994 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Barang Mewah pada pasal 7 ayat 2 yang berbunyi "Tarif pajak pertambahan nilai atas barang ekspor Barang Kena Pajak adalah 0% (nol persen)". Pembebanan biaya pemasaran pada masing-masing produk yang dipasarkan di luar negeri berdasarkan pada persentase harga pokok produksi.

Pembebanan biaya pemasaran untuk masing-masing produk, baik yang dipasarkan di dalam negeri maupun di luar negeri yaitu :

Wayang standar = $13,68\% \# \times \text{Rp } 5.940.000,00 = \text{Rp } 812.592,00$
 Kipas sedang = $1,40\% \# \times \text{Rp } 5.940.000,00 = \text{Rp } 83.160,00$
 Kap Lampu 25 cm = $1,41\% \# \times \text{Rp } 5.940.000,00 = \text{Rp } 83.754,00$
 # Lihat Tabel 5.15. hlm 84

Pembebanan biaya pemasaran untuk produk yang dipasarkan di :

- Dalam Negeri :

Wayang standar = $65\% * \times \text{Rp } 812.592,00 = \text{Rp } 528.184,80$
 Kipas sedang = $65\% * \times \text{Rp } 83.160,00 = \text{Rp } 54.054,00$

- Luar Negeri :

Wayang standar = $35\% * \times \text{Rp } 812.592,00 = \text{Rp } 284.470,20$
 Kipas sedang = $35\% * \times \text{Rp } 83.160,00 = \text{Rp } 29.106,00$
 Kap Lampu 25 cm = $100\% * \times \text{Rp } 83.754,00 = \text{Rp } 83.754,00$
 * Lihat Tabel 5.14. hlm. 83

Untuk produk yang dipasarkan di luar negeri masih menanggung biaya-biaya pemasaran yang termasuk dalam kalkulasi ekspor sejumlah Rp 5.100.000,00

Pembebanan biaya pemasaran, untuk produk yang dipasarkan di luar negeri :

Wayang standar = $82,96\% \# \times \text{Rp } 5.100.000,00 = \text{Rp } 4.230.960,00$
 Kipas sedang = $8,47\% \# \times \text{Rp } 5.100.000,00 = \text{Rp } 431.970,00$
 Kap Lampu 25 cm = $8,57\% \# \times \text{Rp } 5.100.000,00 = \text{Rp } 437.070,00$
 # Lihat Tabel 5.16. hlm 85

Total biaya pemasaran yang ditanggung produk yang dipasarkan di luar negeri :

Wayang standar = $\text{Rp } 284.407,20 + \text{Rp } 4.230.960,00$
 = $\text{Rp } 4.515.367,20$
 Kipas sedang = $\text{Rp } 29.106,00 + \text{Rp } 431.970,00$
 = $\text{Rp } 461.076,00$
 Kap Lampu 25 cm = $\text{Rp } 83.754,00 + \text{Rp } 437.070,00$
 = $\text{Rp } 520.824,00$

Besarnya biaya pemasaran untuk masing-masing produk dan pasar adalah sebagai berikut :

- Pasar dalam Negeri :
 - Wayang ukuran standar : Rp 528.184,80
 - Kipas ukuran sedang : Rp 54.054,00
- Pasar Luar Negeri :
 - Wayang ukuran standar : Rp 4.515.367,20
 - Kipas ukuran sedang : Rp 461.076,00
 - Kap Lampu 25 cm : Rp 520.824,00

Penghitungan besarnya biaya non produksi dapat dilihat pada Tabel 5.17. berikut ini :

Tabel 5.17.
Penghitungan Total Biaya Non Produksi (dalam rupiah)

Jenis Pasar dan Produk	Biaya Administrasi dan Umum	Biaya Pemasaran	Jumlah
Pasar Dalam Negeri			
Wayang standar	511.823,52	528.184,80	1.040.008,32
Kipas sedang	52.379,60	54.054,00	106.433,60
Pasar Luar Negeri			
Wayang standar	3.262.157,28	4.515.367,20	7.777.524,48
Kipas sedang	333.124,40	461.076,00	794.200,40
Kap Lampu 25 cm	389.679,60	520.824,00	910.503,60

3. Menghitung Harga Jual Produk Menurut Kajian Teori

Secara teoritis, harga jual produk ditentukan oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran yang ada di pasar. Hal ini mengakibatkan biaya bukan

merupakan satu-satunya penentu harga jual. Biaya digunakan sebagai dasar analisis karena biaya memiliki kepastian yang relatif tinggi apabila dibandingkan dengan faktor-faktor yang lain. Pada keadaan normal harga jual produk harus dapat menutup semua pengorbanan sumber daya dan dapat menghasilkan laba yang dikehendaki.

Penentuan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* terdiri dari harga pokok produk yang berupa harga pokok produksi ditambah dengan persentase *mark up* tertentu. Besarnya *mark up* tersebut harus dapat menutup semua biaya non produksi dan dapat menghasilkan laba sesuai dengan yang diharapkan.

Persentase *mark up* dihitung dengan menggunakan pendekatan *Return on Investment* (ROI). Pendekatan ROI menggambarkan biaya non produksi yang harus ditutup dan *return* yang diinginkan atas investasi yang telah ditanamkan.

3.1. Menghitung Persentase Mark up dengan Pendekatan ROI

Penentuan harga jual sebesar biaya produksi yang merupakan harga pokok produk ditambah dengan *mark up* yang diinginkan. *Mark up* yang ditambahkan tersebut digunakan untuk menutup biaya produksi dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan.

Sebelum menghitung besarnya persentase *mark up* perlu diketahui terlebih dahulu besarnya kembalian yang diharapkan (target ROI) atau besarnya laba yang diharapkan. Setelah laba diketahui kemudian melakukan penghitungan besarnya

rata-rata aktiva yang digunakan untuk memproduksi dan memasarkan setiap jenis produk. Besarnya rata-rata aktiva yang digunakan oleh semua produk adalah sebagai berikut :

$$\text{Rata-rata aktiva} = \frac{\text{total aktiva awal} + \text{total aktiva akhir}}{2}$$

Besarnya total aktiva awal Rp 9.243.319.400,00 dan besarnya total aktiva akhir Rp 3.961.422.600,00, sehingga besarnya rata-rata aktiva adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata aktiva} &= \frac{\text{Rp } 9.243.319.400,00 + \text{Rp } 3.961.422.600,00}{2} \\ &= \frac{\text{Rp } 13.204.742.000,00}{2} = \text{Rp } 6.602.371.000,00 \end{aligned}$$

Rata-rata aktiva per produk :

$$\text{Wayang standar} = 13,68\% * \text{Rp } 6.602.371.000,00 = \text{Rp } 903.204.352,80$$

$$\text{Kipas sedang} = 1,40\% * \text{Rp } 6.602.371.000,00 = \text{Rp } 92.433.194,00$$

$$\text{Kap Lampu 25 cm} = 1,41\% * \text{Rp } 6.602.371.000,00 = \text{Rp } 93.093.431,10$$

* Lihat Tabel 5.15. hlm 85

Rata-rata aktiva per produk untuk masing-masing pasar :

Pasar Dalam Negeri :

$$\text{Wayang standar} = 65\% \# \times \text{Rp } 903.204.352,80 = \text{Rp } 587.082.829,30$$

$$\text{Kipas sedang} = 65\% \# \times \text{Rp } 92.433.194,00 = \text{Rp } 60.081.576,10$$

Pasar Luar Negeri :

$$\text{Wayang standar} = 35\% \# \times \text{Rp } 903.204.352,80 = \text{Rp } 316.121.523,50$$

$$\text{Kipas sedang} = 35\% \# \times \text{Rp } 92.433.194,00 = \text{Rp } 32.351.617,90$$

$$\text{Kap Lampu 25 cm} = 100\% \# \times \text{Rp } 93.093.431,10 = \text{Rp } 93.093.431,10$$

\# Lihat 5.14. hlm 83

Besarnya rata-rata aktiva yang digunakan oleh masing-masing produk dapat dilihat pada Tabel 5.18. berikut ini :

Tabel 5.18.
Penghitungan Rata-rata Aktiva

Jenis Pasar / Jenis Produk	Rata-rata Aktiva (Rp)
Pasar dalam Negeri :	
- Wayang standar	587.082.829,30
- Kipas sedang	60.081.576,10
Pasar Luar Negeri :	
- Wayang standar	316.121.523,50
- Kipas sedang	32.351.617,90
- Kap Lampu 25 cm	93.093.431,10

Apabila besarnya rata-rata aktiva sudah diketahui, kemudian menghitung besarnya ROI dan *mark up* masing-masing produk. Setelah diketahui besarnya laba yaitu sebesar 20% dari harga jual menurut perusahaan untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri dan 40% dari harga jual menurut perusahaan untuk produk yang dipasarkan di luar negeri, kemudian menghitung besarnya ROI dan *mark up*. Besarnya laba untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Wayang standar} &= 20\% \times (\text{Rp } 75.000,00 \times 1950) \\
 &= 20\% \times \text{Rp } 146.250.000,00 \\
 &= \text{Rp } 29.250.000,00 \\
 \text{Kipas sedang} &= 20\% \times (\text{Rp } 7.500,00 \times 58.500) \\
 &= 20\% \times \text{Rp } 438.750.000,00 \\
 &= \text{Rp } 87.750.000,00
 \end{aligned}$$

Besarnya ROI dan *mark up* untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri yaitu :

Penghitungan ROI :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Bersih Sebelum Pajak}}{\text{Rata-rata Aktiva}^{\#}}$$

Lihat Tabel 5.18. hlm. 93

$$\text{Wayang standar} = \frac{\text{Rp } 29.250.000,00}{\text{Rp } 587.082.829,30} = 0,0498$$

$$\text{Kipas sedang} = \frac{\text{Rp } 87.750.000,00}{\text{Rp } 60.081.576,10} = 1,4605$$

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Target ROI} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Wayang standar} &= \frac{(\text{0,0498} \times \text{Rp } 587.082.829,30) + \text{Rp } 1.040.008,30}{(\text{1950} \times \text{Rp } 59.940,80)} \\ &= \frac{\text{Rp } 29.236.724,90 + \text{Rp } 1.040.008,32}{\text{Rp } 116.884.560,00} \\ &= \frac{\text{Rp } 30.276.733,22}{\text{Rp } 116.884.560,00} \\ &= 0,259 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kipas sedang} &= \frac{(\text{1,4605} \times \text{Rp } 60.081.576,10) + \text{Rp } 106.433,60}{(\text{58.500} \times \text{Rp } 6.121,30)} \\ &= \frac{\text{Rp } 87.749.141,89 + \text{Rp } 106.433,60}{\text{Rp } 358.096.050,00} \end{aligned}$$

$$= \frac{\text{Rp } 87.855.575,49}{\text{Rp } 358.096.050,00}$$

$$= 0,2453$$

Untuk produk yang dipasarkan di luar negeri, besarnya laba adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Wayang standar} &= 40\% \times (\text{Rp } 150.000,00 \times 1050) \\ &= 40\% \times \text{Rp } 157.500.000,00 \\ &= \text{Rp } 63.000.000,00 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kipas sedang} &= 40\% \times (\text{Rp } 15.000 \times 31.500) \\ &= 40\% \times \text{Rp } 427.500.000,00 \\ &= \text{Rp } 171.000.000,00 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kap lampu 25 cm} &= 40\% \times (\text{Rp } 18.000,00 \times 60.000) \\ &= 40\% \times \text{Rp } 1.080.000.000,00 \\ &= \text{Rp } 432.000.000,00 \end{aligned}$$

Besarnya ROI dan *mark up* untuk produk yang dipasarkan di luar negeri yaitu :

Penghitungan ROI :

$$\text{Wayang standar} = \frac{\text{Rp } 63.000.000,00}{\text{Rp } 316.121.523,50} = 0,1993$$

$$\text{Kipas sedang} = \frac{\text{Rp } 171.000.000,00}{\text{Rp } 32.351.617,90} = 5,2857$$

$$\text{Kap Lampu 25 cm} = \frac{\text{Rp } 432.000.000,00}{\text{Rp } 93.093.431,10} = 4,645$$

Penghitungan *Mark Up* :

$$\begin{aligned} \text{Wayang standar} &= \frac{(0,1993 \times \text{Rp } 316.121.523,50) + \text{Rp } 7.777.524,48}{(1.050 \times \text{Rp } 59.940,80)} \\ &= \frac{\text{Rp } 63.003.019,63 + \text{Rp } 7.777.524,48}{\text{Rp } 62.937.840,00} \\ &= \frac{\text{Rp } 70.780.544,10}{\text{Rp } 62.937.840,00} \\ &= 1,1246 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kipas sedang} &= \frac{(5,2857 \times \text{Rp } 32.351.617,90) + \text{Rp } 794.200,40}{(31.500 \times \text{Rp } 6.121,30)} \\ &= \frac{\text{Rp } 171.000.946,70 + \text{Rp } 794.200,40}{\text{Rp } 192.820.950,00} \\ &= \frac{\text{Rp } 171.795.147,10}{\text{Rp } 192.820.950,00} \\ &= 0,891 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kap Lampu 25 cm} &= \frac{(4,645 \times \text{Rp } 93.093.431,10) + \text{Rp } 910.503,60}{(60.000 \times \text{Rp } 6.194,08)} \\ &= \frac{\text{Rp } 432.418.987,50 + \text{Rp } 910.503,60}{\text{Rp } 371.644.800,00} \\ &= \frac{\text{Rp } 433.329.491,10}{\text{Rp } 371.644.800,00} \\ &= 1,166 \end{aligned}$$

Besarnya ROI menunjukkan besarnya tingkat kembalian yang diinginkan, yang berupa laba bersih sebelum pajak atas rata-rata aktiva yang digunakan untuk memproduksi dan memasarkan produk tersebut. Dari analisis data yang telah dilaksanakan, diketahui bahwa besarnya ROI yang diharapkan untuk masing-masing produk yang dipasarkan di dalam negeri sebagai berikut : produk wayang ukuran standar memiliki ROI sebesar $0,0498 = 4,98\%$ berarti besarnya laba yang diharapkan dari penjualan produk tersebut adalah $4,98\% = \text{Rp } 29.250.000,00$ dari rata-rata aktiva yang ditanamkan, sedangkan kipas ukuran sedang besarnya ROI adalah $1,4605 = 146,05\%$ yang berarti besarnya laba yang diharapkan dari penjualan produk tersebut adalah $146,05\% = \text{Rp } 87.750.000,00$ dari rata-rata aktiva yang ditanamkan. Besar ROI yang diharapkan untuk masing-masing produk yang dipasarkan di luar negeri sebagai berikut : wayang ukuran standar $0,1993 = 19,93\%$ berarti besarnya laba yang diharapkan dari penjualan produk tersebut adalah $19,93\% = \text{Rp } 63.000.000,0$ dari rata-rata aktiva yang ditanamkan, kipas ukuran sedang $5,2857 = 528,57\%$ berarti besarnya laba yang diharapkan dari penjualan produk tersebut adalah $528,57\% = \text{Rp } 171.000.000,00$ dari rata-rata aktiva yang ditanamkan, dan kap lampu ukuran 25 cm sebesar $4,645 = 464,5\%$ berarti besarnya laba yang diharapkan dari penjualan produk tersebut adalah $464,5\% = \text{Rp } 432.000.000,00$ dari rata-rata aktiva yang ditanamkan.

Besarnya *mark up* untuk masing-masing produk dan pasar adalah sebagai berikut : pasar dalam negeri : wayang ukuran standar $0,259 = 25,9\%$ berarti *mark up* sebesar $25,9\%$ atau $\text{Rp } 30.276.733,22$ digunakan untuk menutup biaya

administrasi dan umum dan biaya pemasaran sebesar Rp 1.040.008,30 dan laba bersih sebelum pajak (ROI) yang diharapkan sebesar Rp 29.236.724,90, sedangkan *mark up* untuk produk kipas ukuran sedang $0,2453 = 24,53\%$ berarti *mark up* sebesar 24,53% atau Rp 87.855.575,49 digunakan untuk menutup biaya administrasi dan umum dan biaya pemasaran sebesar Rp 106.433,60 dan laba bersih sebelum pajak (ROI) yang diharapkan sebesar Rp 87.749.141,89. Untuk pasar luar negeri besarnya *mark up* adalah sebagai berikut : wayang ukuran standar $1,1246 = 112,46\%$ berarti *mark up* sebesar 112,46% atau Rp 70.780.544,10 digunakan untuk menutup biaya administrasi dan umum dan biaya pemasaran sebesar Rp 7.777.524,48 dan laba bersih sebelum pajak (ROI) yang diharapkan sebesar Rp 63.003.019,63, kipas ukuran sedang $0,891 = 89,1\%$ berarti *mark up* sebesar 89,1% atau Rp 171.795.147,10 digunakan untuk menutup biaya administrasi dan umum dan biaya pemasaran sebesar Rp 794.200,40 dan laba bersih sebelum pajak (ROI) yang diharapkan sebesar Rp 171.000.946,70, dan kap lampu ukuran 25 cm $1,166 = 116,6\%$ berarti *mark up* sebesar 116,6% atau Rp 433.329.491,10 digunakan untuk menutup biaya administrasi dan umum dan biaya pemasaran sebesar Rp 910.503,60 dan laba bersih sebelum pajak (ROI) yang diharapkan sebesar Rp 432.418.987,50.

Mark up untuk produk yang dipasarkan di luar negeri lebih tinggi daripada produk yang dipasarkan di dalam negeri, karena perusahaan merasa biaya non produksi yang dikeluarkan untuk memasarkan produk ke luar negeri lebih banyak bila dibandingkan dengan pasar dalam negeri.

3.2. Menghitung Harga Jual Produk Per Unit

Penentuan harga jual produk per unit dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing* yaitu :

Harga Pokok Produksi Penuh Per Unit	xx
Mark up = $y\%$ x Harga Pokok Produksi Penuh Per Unit	xx
	-----+
Harga Jual	xx

di mana $y\%$ = persentase mark up yang diharapkan oleh perusahaan

Penghitungan harga jual per unit untuk produk wayang, kipas, dan kap lampu yang dipasarkan di dalam negeri dan luar negeri adalah sebagai berikut :

- Pasar Dalam Negeri :

- Wayang ukuran standar :

KAJIAN TEORI

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	59.940,80
<i>Mark up</i> = $0,259 \times \text{Rp } 59.940,80$	Rp	15.524,67
		-----+
Harga Jual per unit	Rp	75.465,47

PERUSAHAAN

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	58.000,00
<i>Mark up</i> = $0,29 \times \text{Rp } 58.000,00$	Rp	16.820,00
		-----+
Harga Jual per unit	Rp	74.820,00
dibulatkan menjadi	Rp	75.000,00

- Kipas ukuran sedang :

KAJIAN TEORI

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	6.121,30
<i>Mark up</i> = $0,2453 \times \text{Rp } 6.121,30$	Rp	1.501,55
		-----+
Harga Jual per unit	Rp	7.622,85

PERUSAHAAN

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	6.000,00
<i>Mark up</i> = $0,25 \times \text{Rp } 6.000,00$	Rp	1.500,00
		+
Harga Jual per unit	Rp	7.500,00

- Pasar Luar Negeri :

- Wayang ukuran standar :

KAJIAN TEORI

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	59.940,80
<i>Mark up</i> = $1,1246 \times \text{Rp } 59.940,80$	Rp	67.409,42
		+
Harga Jual per unit	Rp	127.349,42

PERUSAHAAN

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	58.000,00
<i>Mark up</i> = $1,585 \times \text{Rp } 58.000,00$	Rp	91.930,00
		+
Harga Jual per unit	Rp	149.930,00
dibulatkan menjadi	Rp	150.000,00

- Kipas ukuran sedang :

KAJIAN TEORI

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	6.121,30
<i>Mark up</i> = $0,891 \times \text{Rp } 6.121,30$	Rp	5.454,08
		+
Harga Jual per unit	Rp	11.575,38

PERUSAHAAN

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	6.000,00
<i>Mark up</i> = $1,5 \times \text{Rp } 6.000,00$	Rp	9.000,00
		+
Harga Jual per unit	Rp	15.000,00



- Kap Lampu ukuran 25 cm :

KAJIAN TEORI

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	6.194,08
<i>Mark up</i> = 1,166 x Rp 6.194,08	Rp	7.222,30
		+
Harga Jual per unit	Rp	13.416,38

PERUSAHAAN

Harga pokok produksi penuh per unit	Rp	6.000,00
<i>Mark up</i> = 2 x Rp 6.000,00	Rp	12.000,00
		+
Harga Jual per unit	Rp	18.000,00

Berdasarkan pada perbandingan tersebut, sebenarnya besarnya harga jual antara perusahaan dengan kajian teori adalah hampir sama, namun dalam menghitung harga pokok produk ada perbedaan. Perbedaan tersebut yaitu dalam unsur biaya yang menentukan besarnya harga pokok produksi. Unsur biaya yang diperhitungkan oleh perusahaan yaitu biaya bahan baku, biaya bahan baku tambahan, dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan menurut kajian teori biaya-biaya yang berpengaruh adalah biaya bahan baku, biaya bahan baku tambahan, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Besarnya *mark up* ditentukan berdasarkan kebijaksanaan perusahaan dengan memperhitungkan bahwa *mark up* tersebut mampu menutup biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya bahan baku tambahan, dan biaya tenaga kerja langsung dan biaya-biaya non produksi, serta dapat menghasilkan laba.

Besarnya *mark up* berdasarkan kajian teori yang dihitung dengan pendekatan ROI digunakan untuk menutup biaya non produksi dan menghasilkan laba. Penentuan *mark up* (dalam persen) dihitung dengan cara :

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{ROI yang diinginkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Total biaya produksi}}$$

Menurut penghitungan yang telah dilakukan, terdapat perbedaan penentuan besarnya persentase *mark up* yang dilakukan oleh perusahaan dengan kajian teori. Perbandingan persentase *mark up* ini dapat diringkas pada Tabel 5.19. berikut ini :

Tabel 5.19.
Perbandingan Persentase *Mark up*
Berdasarkan Penghitungan Perusahaan dengan Kajian Teori

Jenis Pasar/Jenis Produk	Perusahaan	Kajian Teori
• Pasar Dalam Negeri :		
- Wayang standar	0,29	0,259
- Kipas sedang	0,25	0,2453
• Pasar Luar negeri :		
- Wayang standar	1,585	1,1246
- Kipas sedang	1,5	0,891
- Kap Lampu 25 cm	2	1,166

Dari Tabel 5.19. tersebut dapat dilihat bahwa besarnya *mark up* berdasarkan penghitungan perusahaan lebih besar daripada penghitungan berdasarkan pada kajian teori. Hal ini karena perusahaan dalam penghitungan *mark up* memasukkan unsur biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya bahan baku tambahan, dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan menurut kajian teori biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya bahan baku tambahan, dan

biaya tenaga kerja langsung dimasukkan sebagai biaya overhead pabrik yang berpengaruh dalam penghitungan harga pokok produksi. Harga jual menurut penghitungan perusahaan kemudian dibandingkan dengan penghitungan harga jual berdasarkan kajian teori. Tabel 5.20. halaman 103 menunjukkan perbandingan penghitungan harga jual menurut perusahaan dengan kajian teori. Perbedaan harga jual yang ada langsung dapat dianalisis berdasarkan pada kriteria yang telah ditentukan, yaitu selisih kurang dari 5% dianggap tepat, sedangkan selisih lebih dari atau sama dengan 5% tidak tepat.

Tabel 5.20.
Perbandingan Harga Jual
Berdasarkan Penghitungan Perusahaan dengan Kajian Teori

Jenis Pasar/Jenis Produk	Harga Jual (Rp)		Selisih (Rp)	Selisih (%)
	Perusahaan	Kajian Teori		
• Pasar Dalam Negeri :				
- Wayang standar	75.000	75.465,47	465,47	0,62
- Kipas sedang	7.500	7.622,85	122,85	1,61
• Pasar Luar Negeri :				
- Wayang standar	150.000	127.349,42	22.650,58	17,78
- Kipas sedang	15.000	11.575,38	3.424,62	29,58
- Kap Lampu 25 cm	18.000	13.416,38	4.583,62	34,16

Perbedaan yang ditemukan, kemudian dibandingkan dengan batas toleransi yang telah ditetapkan, untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri produk wayang ukuran standar selisih harga jualnya sebesar 0,62% dan kipas ukuran sedang 1,61%, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penetapan harga jual untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri adalah tepat. Besar selisih

harga jual produk wayang ukuran standar yaitu 17,78% sedangkan kap lampu ukuran 25 cm yaitu 34,16%, produk kipas ukuran sedang besarnya selisih harga jualnya sebesar 29,58%. Untuk produk yang dipasarkan di luar negeri yaitu produk wayang ukuran standar, kipas ukuran sedang dan kap lampu ukuran 25 cm dalam penetapan harga jualnya tidak tepat.

Perbedaan besarnya harga jual terjadi karena adanya perbedaan dalam penghitungan harga pokok produk dan persentase *mark up*. Perbedaan harga pokok produk dikarenakan oleh adanya perbedaan unsur biaya yang berpengaruh pada harga pokok produk. Perbedaan unsur tersebut yaitu perusahaan tidak memasukkan biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan baku tambahan ke dalam biaya overhead pabrik, tetapi menjadi unsur dari persentase *mark up*. Hal ini mengakibatkan besarnya harga pokok produk berdasarkan kajian teori lebih besar daripada penghitungan oleh perusahaan.

Perbedaan kedua yaitu perbedaan besarnya persentase *mark up*. Penghitungan persentase *mark up* menurut perusahaan secara keseluruhan lebih tinggi apabila dibandingkan dengan kajian teori. Perusahaan menentukan besarnya *mark up* berdasarkan kebijaksanaan perusahaan dengan memperhatikan unsur biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan tambahan, biaya non produksi, volume produksi, dan laba yang diharapkan. Menurut kajian teori dengan pendekatan ROI, dengan cara menambahkan tingkat



kembalian yang diharapkan atas aktiva yang ditanamkan ditambah dengan biaya non produksi kemudian membaginya dengan total biaya produksi.

BAB VI

KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada deskripsi data, analisis data, dan pembahasan yang telah dilakukan, kemudian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Ada perbedaan harga jual antara perusahaan dan kajian teori. Harga jual menurut perusahaan untuk pasar dalam negeri untuk produk wayang ukuran standar Rp 75.000,00 dan kipas ukuran sedang Rp 7.500,00 sedangkan menurut kajian teori harga jual untuk produk wayang ukuran standar Rp 75.465,47 dan kipas ukuran sedang Rp 7.622,85. Selisih harga jual untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri yaitu wayang ukuran standar Rp 465,47 = 0,62% dan kipas ukuran sedang Rp 122,85 = 1,61%. Berdasarkan kriteria dengan batas toleransi yang telah ditetapkan yakni selisih harga jual kurang dari 5% tepat dan selisih harga jual lebih dari atau sama dengan 5% tidak tepat, maka dapat dikatakan bahwa penetapan harga untuk produk yang dipasarkan di dalam negeri adalah tepat. Untuk produk yang dipasarkan di luar negeri, besarnya harga jual menurut perusahaan yaitu wayang ukuran standar Rp 150.000,00, kipas ukuran sedang Rp 15.000,00, dan kap lampu ukuran 25 cm Rp 18.000,00, sedangkan menurut kajian teori besarnya harga jual untuk produk wayang ukuran standar Rp 127.349,42 dan kipas ukuran sedang Rp 11.575,38, dan untuk kap lampu ukuran 25 cm besarnya harga jual yaitu sebesar Rp 13.416,38. Selisih harga jual

untuk produk yang dipasarkan di luar negeri yaitu produk wayang ukuran standar Rp 22.650,58 = 17,78%, kipas ukuran sedang Rp 3.424,62 = 29,58%, dan kap lampu ukuran 25 cm Rp 4.583,62 = 34,16%. Penentuan harga jual untuk produk wayang ukuran standar, kipas ukuran sedang dan kap lampu ukuran 25 cm yang dipasarkan di luar negeri tidak tepat.

B. Keterbatasan Penelitian

Deskripsi data yang ada dalam penelitian ini berdasarkan pada data dan informasi yang diperoleh dari penjelasan pemilik dan karyawan perusahaan. Data yang diperoleh tidak dapat ditelusuri kebenarannya sehingga diasumsikan data tersebut merupakan data yang sebenarnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan tidak memiliki laporan keuangan secara formal. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan perorangan.

3. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, berikut ini beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan :

1. Biaya-biaya produksi selain biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya bahan baku tambahan seharusnya dipertakutkan sebagai biaya overhead pabrik yang nantinya akan berpengaruh pada besarnya harga pokok produk, dan bukannya diperhitungkan sebagai elemen penentu besarnya *mark up*.

2. Perusahaan sebaiknya meninjau kembali keputusan mengenai penentuan harga jual yang telah diterapkan selama ini dengan mempertimbangkan pemakaian metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Metode ini menjamin semua biaya produksi dan biaya non produksi dapat ditutup. Perusahaan juga dapat memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan dengan memperhatikan besarnya investasi yang ditanamkan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiyuwono, Nugroho, *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan Jilid 2*, Yogyakarta : unit Penerbitan dan Percetakan AMP YKPN, 1993.
- Gilarso, T, *Pengantar Ilmu Ekonomi Bag. Makro*, Yogyakarta : Kanisius, 1992.
- Handoko, T. Hani, *Manajemen*, Yogyakarta : BPFE, 1993.
- Hansen, Don R, *Management Accounting*, Ohio : SouthWestern College Publishing, 1996.
- Machfoedz, Mas'ud, *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 1986.
- Mulyadi, *Akuntansi Biaya Ed.5*, Yogyakarta: STIE YKPN,1991.
- _____, *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat, dan Rekayasa Ed.2*, Yogyakarta: STIE YKPN, 1993.
- _____, *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya Ed.3* Yogyakarta: BPFE, 1986.
- Punan, Berry, *Teknik dan Strategi Bisnis Ekspor di Indonesia*, Yogyakarta : Yayasan Pustaka Nusatama, 1996.
- Sugiri, Slamet, *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 1994.
- Supriyono,RA, *Akuntansi Biaya 2 Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan Ed.2*, Yogyakarta: BPFE, 1992.
- _____, *Akuntansi Manajemen 1 Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*, Yogyakarta: BPFE, 1987
- _____, *Akuntansi Manajemen 3 Proses pengendalian Manajemen Ed.1*, Yogyakarta, BPFE, 1989.
- Undang-Undang RI NO 11 Th 1994 *Tentang Perubahan Atas UU NO 8 Th 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Barang Mewah*, Bandung : 1995.

Usry, Milton F, *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta, Erlangga, 1994.

Winardi, *Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran (Marketing)*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1991.

LAMP9RAN

Lampiran 1 : Panduan Wawancara

A. Sejarah Perusahaan

1. Kapan perusahaan didirikan, oleh siapa dan di mana lokasi perusahaan ?
2. Dalam pendirian perusahaan menggunakan akte notaris siapa dan nomor berapa ?
3. Apa misi dan tujuan perusahaan ?
4. Apa latar belakang pendirian perusahaan ?
5. Apa bentuk perusahaan dan siapa yang bertanggung jawab ?
6. Siapa nama direktur perusahaann pertama ? Siapa direktur yang sekarang ?
Sudah berapa kali penggantian direktur ?
7. Tahun berapa dimulainya pembuatan pabrik ?
8. Tahun berapa perusahaan mulai berproduksi ?
9. Berapa luas tanah yang dipakai oleh perusahaan ?
10. Apa yang menjadi dasar pemilihan lokasi perusahaan ?

B. Struktur Organisasi

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

C. Bagian Personalia

1. Berapa jumlah karyawan yang bekerja di perusahaan (karyawan tetap dan karyawan tidak tetap) ?
2. Bagaimana cara memperoleh tenaga kerja ?
3. Apa persyaratan minimal untuk menjadi tenaga kerja ?
4. Bagaimana sistem pengupahan di perusahaan ?
5. Berapa upah minimal dan maksimal bagi karyawan ?
6. Jika ada lembur bagaimana sistem pengupahannya ?
7. Apakah ada tunjangan dan jaminan sosial bagi karyawan? Jika ada apa saja ?
8. Apakah ada usaha untuk memajukan karyawan ? Jika ada bagaimana ?
9. Bagaimana sistem jam kerja karyawan ?
10. Apakah fasilitas yang dapat dinikmati oleh karyawan ?

D. Bagian Produksi

a. Bahan Baku

1. Apa bahan baku yang digunakan ? Diperoleh dari mana ?
2. Apa bahan penolong yang digunakan ? Diperoleh dari mana ?
3. Apakah ada fluktuasi bahan baku ?
4. Jika ada bagaimana pengaruhnya terhadap harga jual ?
5. Bagaimana kebijaksanaan perusahaan dalam membeli bahan baku ?
6. Bagaimana cara menjaga kualitas bahan baku ?
7. Apakah alat yang digunakan perusahaan untuk mengangkut bahan baku dan bahan penolong ?

8. Metode apa yang digunakan untuk menghitung pemakaian bahan baku ?
9. Bagaimana cara penentuan pemakaian bahan baku untuk setiap jenis produk ?

b. Biaya Tenaga Kerja

1. Unsur-unsur biaya apa saja yang termasuk dalam biaya tenaga kerja langsung?
2. Berapa tarif setiap jam kerja langsung ?
3. Bagaimana penentuan setiap jam kerja langsung untuk setiap produk ?
4. Bagaimana penentuan biaya tenaga kerja langsung untuk setiap jenis produk ?

c. Biaya Overhead Pabrik

1. Biaya apa saja yang termasuk dalam BOP ?
2. Metode apa yang digunakan untuk tarif BOP ?
3. Apakah yang menjadi dasar penentuan BOP ?
4. Bagaimana penentuan BOP untuk setiap jenis produk ?

d. Proses Produksi

1. Bagaimana pengolahan bahan mentah sampai menjadi barang jadi ?
2. Berapa waktu yang diperlukan ?
3. Peralatan mesin apa saja yang digunakan ?
4. Berapa kapasitas mesin yang dimiliki ?

E. Bagian Akuntansi

1. Bagaimana pengumpulan harga pokok produk ?
2. Metode apa yang digunakan untuk pengumpulam harga pokok produk ?
3. Bagaimana pencatatan biaya produksi dilakukan ?

F. Bagian Pemasaran

1. Bagaimana usaha perusahaan yang dilakukan untuk menarik pembeli agar membeli hasil produksi ?
2. Usaha-usaha apa yang dijalankan perusahaan agar pembeli tetap membeli hasil produksinya ?
3. Apa syarat yang dituntut oleh perusahaan dalam penyerahan barang maupun dalam pembayaran ?
4. Apakah ada usaha promosi dari perusahaan ? Jika ada melalui apa ?
5. Apakah ada potongan harga ? Bagaimana penentuannya ?
6. Bagaimana pengangkutan barang produksi ?
7. Produk yang dihasilkan di pasarkan ke mana ?
8. Apakah perusahaan memiliki kantor cabang ?
9. Apakah ada fluktuasi penjualan ? Apa penyebabnya ? Bagaimana mengatasinya ?
10. Apakah barang yang ada segera dapat di pasarkan ?

G. Kalkulasi Harga Jual

1. Bagaimana penentuan harga jual produk yang dipasarkan di dalam negeri dan luar negeri ?
2. Faktor non biaya apa saja yang berpengaruh dalam harga jual ?
3. Biaya apa saja yang ditanggung oleh perusahaan untuk produk yang di ekspor ?

H. Permodalan

1. Bagaimana struktur modal perusahaan ?
2. Bagaimana penggunaan modal perusahaan ?
3. Apakah ada penyisihan modal untuk ekspansi ?

I. Perluasan Usaha

1. Apakah ada usaha untuk memperluas usaha ?
2. Apakah yang menjadi kendala usaha tersebut ?
3. Apakah rencana jangka panjang perusahaan ?