

ABSTRAK

Penentuan Harga Jual Berdasarkan Metode Cost-Plus Pricing
Studi Kasus : PT. Akrovin Raya Semesta
Tahun 1997

Adrianus Bonggimarto
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan harga jual yang diterapkan PT. Akrovin Raya Semesta sudah tepat, dengan menggunakan pendekatan metode *cost-plus pricing*.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab perumusan masalah adalah sebagai berikut: pertama, mendeskripsikan penentuan harga jual yang diterapkan oleh perusahaan; kedua, menghitung harga jual menurut metode *cost-plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing*; ketiga, menganalisis perbedaan harga jual antara perusahaan dengan kajian teori; keempat, menentukan apakah harga jual yang diterapkan perusahaan sudah tepat atau belum dengan menggunakan kriteria dengan batas toleransi sebagai berikut: selisih harga jual lebih kecil dari atau sama dengan 5%, tepat; selisih harga jual lebih besar dari 5%, tidak tepat.

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan analisis data dan pembahasan adalah terdapat selisih atau perbedaan harga jual antara perusahaan dengan kajian teori. Adapun besarnya selisih harga jual untuk masing-masing produk adalah Rp 21.416,-(9,58%) untuk MTB I, Rp 29.414,-(10,52%) untuk MTB II, dan Rp 38.116,-(11,38%). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa harga jual perusahaan untuk MTB I, MTB II, dan MTB III tidak tepat karena melebihi batas toleransi sebesar 5%.

ABSTRACT

Determination of The Selling Price Based on The Cost-Plus Pricing Method
A Case Study at Akrovin Raya Semesta Company
1997

Adrianus Bonggimarto
Sanata Dharma University
Yogyakarta

The aim of this research is to examine whether the Determination of the selling price by using the cost-plus pricing method is appropriate.

The data collecting methods include observation, interviews, and documentation. The steps in analyzing the data to answer the problem are as follows: (1) describing the selling price determination by the company, (2) determining the selling price according to "cost-plus pricing" based on the full costing approach, (3) analyzing the difference between the selling price as computed by the company and that based on the theory, (4) determining whether the selling price of the company is appropriate using a maximum of 5% difference as criteria for appropriateness.

The result of the research shows that: the determination of the selling price for MTB I, MTB II, and MTB III is not appropriate because the selling price difference of MTB I is Rp 21,416 (9.58%), the selling price difference of MTB II is Rp 29,414 (10.52%), and the selling price difference of MTB III is Rp 38,116 (11.38%).