

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENENTUAN HARGA POKOK PRODUK DAN HARGA JUAL**

**Studi Kasus UD Enam Delapan Mineral**

**SRI INDRAYANTI SUSILOWATI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2002**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan harga pokok produk dan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini berupa studi kasus yang mengambil tempat di UD Enam Delapan Mineral Yogyakarta pada bulan September sampai dengan Oktober 2001. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan komparatif. Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan harga pokok produk dan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan kajian teori. Langkah-langkah analisis penentuan harga pokok produk adalah mengumpulkan elemen-elemen biaya yang berhubungan penentuan harga pokok produk dan membandingkan hasil perhitungan harga pokok produk yang dilakukan oleh perusahaan dengan kajian teori. Sedangkan langkah-langkah analisis penentuan harga jual produk adalah dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dan membandingkan hasil perhitungan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan dengan kajian teori.

Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa penentuan harga pokok produk D1, D2, dan GM dikategorikan tidak tepat karena penyimpangan yang terjadi lebih besar dari batas toleransi 10%. Hasil perhitungan harga pokok produk tidak tepat karena perusahaan memperlakukan biaya non produksi yang termasuk kelompok biaya pemasaran, yaitu biaya tenaga sales ke dalam elemen biaya produksi pada kelompok biaya tenaga kerja kerja langsung. Penentuan harga jual produk untuk D1 dikategorikan sangat tepat karena penyimpangan yang terjadi lebih kecil dari batas toleransi 1%. Sedangkan penentuan harga jual produk untuk D2 dan GM dikategorikan tepat karena penyimpangan yang terjadi dalam batas toleransi 1%-5%. Penentuan harga jual produk yang dilakukan oleh perusahaan dengan kajian teori berbeda karena perusahaan mendasarkan pada taksiran total biaya per sak ditambah laba yang diharapkan. Sedangkan harga jual menurut metode *cost plus pricing* didasarkan pada taksiran biaya produksi ditambah *markup*.

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS OF PRODUCT COST AND SELLING PRICE DETERMINATION**

**A Case Study at “UD Enam Delapan Mineral”**

**SRI INDRAYANTI SUSILOWATI  
SANATA DHARMA UNIVERSITY  
YOGYAKARTA  
2002**

The aim of this research was to find out whether or not the decision of product cost and selling price made by the company had been appropriate. This research was a case study conducted at “UD Enam Delapan Mineral”, Yogyakarta since September until Oktober 2001. The data was obtained using interviews, observation, and documentation techniques.

The analysis techniques used were descriptive and comparative analysis. The analysis was done by comparing the calculation of product cost and selling price applied by the company with the theory. The steps taken to analyse the determination of product cost were as follows : (1) collecting all expenses elements connected with the product cost determination (2) comparing the calculation of product cost applied by the company with the theoretical results. Wheareas, to analyse the determination of selling price, this research used *cost plus pricing* method and after that compared calculation of selling price applied by the company with the theoretical results.

Based on the data analysis, it could be concluded that the determination of the product cost for product “D1”, “D2”, and “GM” had not been appropriate yet, because the deviation was beyond the tolerance limit of 10%. The result of product cost calculations by the company were not exact because the company treated the non product cost that including marketing cost group, that was a salesman cost, in the product cost element at the direct labor cost group. The determination of the selling price for “D1” was classified very correctly because the deviation was less than the 1% tolerance limit. Wheareas, the determination of the selling price for “D2” and “GM” was classified as correct because the deviation was within the tolerance limit of 1% - 5%. The determination of selling price applied by the company was different with the theory because the company relied on the estimation of total cost per zak added with the expected profit. Wheareas, according to the *cost plus pricing* method, the selling price should rely on the estimation of the production cost added by a *markup*.