

# **EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL**

**STUDI KASUS PADA PT. PRIMISSIMA YOGYAKARTA**

**Skripsi**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Akuntansi



Oleh:

**ANI MARTANTI**

NIM : 972114108

NIRM : 97005112130312012



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

**2003**

# **EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL**

**STUDI KASUS PADA PT. PRIMISSIMA YOGYAKARTA**

**Skripsi**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Akuntansi



Oleh:

**ANI MARTANTI**

NIM : 972114108

NIRM : 97005112130312012

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

**2003**

**SKRIPSI**  
**EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL**  
**Studi Kasus Pada PT. PRIMISSIMA Yogyakarta**

Oleh:

Nama : Ani Martanti

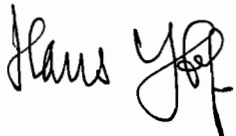
NIM : 972114108

NIRM : 970051121303120102

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Tanggal 16 – 04 – 03



Ir. Drs. Hansiadi Y.H.,M.Si., Ak

Pembimbing II

Tanggal 13 – 05 – 03



Fr. Reni Retno Anggraeni SE.,M.Si.,Akt


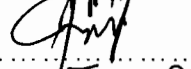

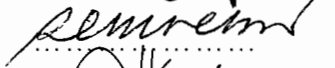

**SKRIPSI**  
**EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL**  
**STUDI KASUS PADA PT. PRIMISSIMA YOGYAKARTA**

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

Nama : Ani Martanti  
NIM : 972114108  
NIRM : 970051121303120102

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
Pada tanggal 24 Juni 2003  
dan dinyatakan memenuhi syarat

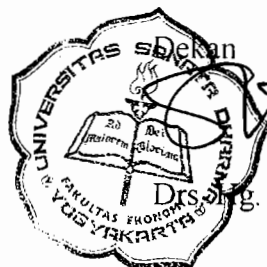
Susunan Panitia Penguji

	<b>Nama lengkap</b>	<b>Tanda tangan</b>
Ketua	Drs. YP. Supardiyono, Akt., M. Si.	
Sekretaris	Drs. G. Anto Listianto, MSA, Ak.	
Anggota	Ir. Drs. Hansiadi Y. H., M. Si., Ak.	
Anggota	Fr. Reni Retno Anggraeni SE., M. Si., Akt.	
Anggota	Drs. YP. Supardiyono, Akt., M. Si.	

Yogyakarta, 30 Juni 2003

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma



  
Drs. G. Suseno TW., M. S.

# HALAMAN MOTTO

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

# HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini kupersembahkan kepada Bapak Ibuku  
tercinta, nenekku, kakekku, adikku Agus dan Ana serta si  
kecil “cantik”*

### 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, Juni 2003

Penulis

Ani Martanti

**ABSTRAK**  
**EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL**  
**Studi Kasus Pada PT. PRIMISSIMA, YOGYAKARTA**  
**2003**

Ani Martanti  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penetapan harga jual yang diterapkan pada PT. PRIMISSIMA sudah tepat atau belum.

Penelitian yang dilakukan berupa studi kasus yang mengambil tempat di Perusahaan PT. PRIMISSIMA, yang beralamat di Medari, Sleman, Yogyakarta, selama bulan Agustus 2002. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif evaluatif, dimana penulis terlebih dahulu memberikan gambaran konkrit perhitungan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan, baru kemudian memberikan evaluasi terhadap perhitungan tersebut berdasarkan metode penentuan harga jual *cost plus pricing*. Berdasarkan hasil analisis terdapat selisih harga jual benang tenun Ne 60.s untuk 3 tahun (1997 – 1999) sebesar Rp – 9.931,- Perbedaan harga jual ini selain disebabkan perusahaan tidak memasukkan biaya komersial dan belum memasukkan biaya gaji pimpinan perusahaan ke dalam penentuan harga jualnya serta perusahaan mengalokasikan biaya listrik ke dalam BOP yang seharusnya dialokasikan ke dalam biaya komersial, juga karena perusahaan menentukan laba yang diinginkan tanpa melalui cara atau merumuskannya sebagaimana metode *cost plus pricing*.

Kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan ini adalah bahwa penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan tidak tepat.



## **ABSTRACT**

An Evaluation on the Selling Price Retermination  
A Case Study at PT. Primissima Medari Sleman  
Yogyakarta

Ani Martanti  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2003

The purpose of research was to know if the selling price regulation applied at PT. PRIMISSIMA had appropriated or not.

The research was a case study at the PT. PRIMISSIMA, Medari, Sleman, Yogyakarta, during August 2002. In this research, was counducted to collect data interview technique and documentation was conducted to collect data.

The data analysis technique used was evaluative descriptive analysis technique, in which the research gave concrete illustration of selling price calculation done by company, then gave evaluation to the calculation based on the cost plus pricing selling price determining method. Based on the analysis result, it has selling price difference of weaving string Ne 60.s for three years (1997 – 1999) in the mount of Rp. 9.931. The difference of this selling price happened because (1) the company didn't include the commercial cost and doesn't yet enter salary cost of company manager when determining the selling price (2) the company allocated the electricity cost into BOP not commercial cost as it should be (3) the company determined the profit without procedure or formula of cost plus pricing method.

In conclusion the reseach found that the selling price determination which was done by company was not appropriate.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL” pada perusahaan PT. Primissima Medari, Sleman, Yogyakarta.

Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi Program Studi Akuntansi di Universitas Sanata Dharma (USD) Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini selayaknya penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Hg. Suseno TW., M.s. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
2. Bapak Ir. Drs. Hansiadi Yuli H., M.si. Ak. Sebagai dosen pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing dan memberi masukan yang sangat membantu demi terwujudnya skripsi ini.
3. Ibu Fr. Reni Retno Anggraini., M.si. Ak. Sebagai dosen pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing dan memberi masukan yang sangat membantu demi terwujudnya skripsi ini.
4. Segenap dosen dan karyawan, karyawati Fakultas Ekonomi dan Perpustakaan atas pelayanannya yang dibutuhkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Edi, selaku Pimpinan Humas PT. Primissima yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Perusahaan dan bersedia memberikan keterangan yang dibutuhkan penulis.
6. Bapak dan Ibuku tercinta yang membiayaiku dan memberikan do'a restunya kepadaku.
7. Adikku Agus yang selalu mengantar aku ke PT. Primissima untuk mencari data-data beserta omelannya.
8. Temanku Tanti, Opik, Landy'98 yang selalu memberi dorongan dan semangat kepadaku.
9. Teman-temanku angkatan'97 Akuntansi B yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritikan dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Singkatnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Penulis

## DAFTAR ISI



HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	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 TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian .....	3
E. Manfaat Penelitian .....	3
F. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Harga Jual.....	6
1. Pengertian harga jual.....	6
2. Tujuan penetapan harga jual .....	6

3. Metode penentuan harga jual .....	7
4. Pengaruh dan pentingnya harga .....	10
B. Biaya .....	11
1. Pengertian Biaya .....	11
2. Penggolongan Biaya.....	12
C. Harga Pokok Produk .....	14
1. Pengertian Harga Pokok Produk .....	14
2. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produk .....	15
3. Metode Penentuan Harga Pokok Produk .....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
1. Jenis Penelitian.....	22
2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	22
3. Subjek dan Objek Penelitian .....	22
4. Data Yang Dicari.....	22
5. Teknik Pengumpulan Data.....	23
6. Teknik Analisis Data.....	23
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	30
A. Sejarah singkat Perusahaan.....	30
B. Lokasi Perusahaan.....	32
C. Permodalan.....	33
D. Struktur organisasi .....	34
E. Personalia .....	36
F. Jaminan Sosial.....	38

G. Usaha-Usaha Pengembangan Karyawan.....	40
H. Produksi.....	41
I. Pemasaran .....	48
BAB V DESKRIPSI, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Deskripsi Data.....	50
1. Biaya Produksi .....	50
2. Biaya Non Produksi .....	54
B. Analisis Data .....	56
1. Mendeskripsikan Penetapan Harga Jual oleh PT. Primissima.	56
2. Mendeskripsikan Penetapan Harga Jual Berdasarkan .....	57
Kajian Teori .....	64
3. Membandingkan Penghitungan Harga Jual antara	
PT. Primissima.....	69
C. Pembahasan .....	69
BAB VI PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan .....	71
B. Keterbatasan Penelitian.....	72
C. Saran .....	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

## Daftar Tabel

Tabel IV.1	Hasil Produksi Benang.....	41
Tabel IV.2	Volume Penjualan Benang.....	49
Tabel V.1	Biaya bahan baku bengang Tenun tahun 1997-1999 .....	51
Tabel V.2	Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	51
Tabel V.3	Biaya Overhead Pabrik Tahun 1997 .....	52
Tabel V.4	Biaya Overhead Pabrik Tahun 1998 .....	53
Tabel V.5	Biaya Overhead Pabrik Tahun 1999 .....	53
Tabel V.6	Biaya Administrasi dan Umum Tahun 1997-1999 .....	54
Tabel V.7	Biaya Penjualan Tahun 1997 .....	55
Tabel V.8	Biaya Penjualan Tahun 1998 .....	55
Tabel V.9	Biaya Penjualan Tahun 1999 .....	56
Tabel V.10	Harga Jual Benang Tenun PT. Primissima Tahun 1997-1999 .....	57
Tabel V.11	Biaya Produksi Benang Tenun Tahun 1997-1999 .....	58
Tabel V.12	Biaya Non Produksi .....	58
Tabel V.13	Harga Pokok Produk Per Kg Tahun 1997.....	59
Tabel V.14	Harga Pokok Produk Per Kg Tahun 1998.....	59
Tabel V.15	Harga Pokok Produk Per Kg Tahun 1999.....	60
Tabel V.16	Harga Jual Produk Berdasarkan Teori Tahun 1997-1999.....	63
Tabel V.17	Selisih Penentuan Harga Jual.....	64
Tabel V.18	Perhitungan Standar Deviasi .....	65

## Daftar Gambar

Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. PRIMISSIMA.....	35
---	----



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perusahaan mempunyai bermacam-macam tujuan yang hendak dicapai antara lain adalah mendapatkan keuntungan seperti yang diharapkan dan mempertahankannya. Tujuan ini dapat tercapai apabila perusahaan dapat melaksanakan penjualan seperti yang direncanakan. Salah satu tujuan dalam pemasaran adalah meningkatkan volume penjualan sampai ke tingkat volume penjualan tertentu.

Harga jual sangat ditentukan oleh harga pokok, sedangkan harga pokok ditentukan oleh sistem produksi serta biaya yang melekat pada sistem tersebut. Dalam keadaan normal harga jual dapat menutup biaya penuh produk yang bersangkutan. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa. Di samping itu harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai (Mulyadi, 1993: 348).

Untuk menentukan tingkat harga jual, biasanya dilakukan dengan mengadakan beberapa perubahan untuk menguji pasar yang jika pasarnya menerima penawaran berarti harga jual tersebut sudah sesuai. Tetapi jika mereka menolak, maka harga jual tersebut perlu diubah secepatnya.

Demikian juga bila terjadi perubahan-perubahan di lingkungan perusahaan, maka manajemen perlu mengadakan antisipasi yang menentukan penyesuaian dan tindakan yang cepat dan tepat. Untuk menentukan tindakan tersebut perusahaan perlu melihat apa tujuan dari penetapan harga jual itu sendiri. Karena tujuan akan turut menentukan tinggi rendahnya tingkat harga jual yang ditetapkan.

Tercapai tidaknya tujuan penetapan harga jual turut menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Kekeliruan dalam penetapan harga jual dapat menimbulkan kerugian yang besar bagi perusahaan dan kesalahan dalam mempertimbangkan biaya dengan mengesampingkan salah satu unsur biaya dapat mengakibatkan kesalahan dalam penentuan harga jual.

Harga merupakan sejumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli dan bersedia diterima oleh penjual sebesar harga yang ditetapkan dengan sejumlah kuantitas yang terjual dalam suatu periode waktu tertentu. Oleh karena itu, merupakan keharusan bagi perusahaan untuk mencatat seluruh biaya yang dikeluarkan agar kelangsungan perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa besarnya harga jual sangat mempengaruhi maju mundurnya sebuah perusahaan. Untuk itu penulis tertarik untuk meneliti harga jual dengan mengambil judul “EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL” pada perusahaan X.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, bahwa harga jual sangat menentukan jalannya perusahaan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: Apakah penetapan harga jual pada perusahaan X sudah tepat ?

## **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis membatasi pada perhitungan harga pokok produk dan harga jual, dengan menggunakan pendekatan :

1. Metode perhitungan harga pokok produk menggunakan harga pokok proses.
2. Metode perhitungan harga jual produk menggunakan metode *cost plus pricing* (harga jual normal).

## **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan X sudah tepat.

## **E. Manfaat Penelitian**

1. Hasil penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan terutama dalam menentukan harga jual produk yang bersangkutan.

2. Dapat menambah ilmu yang didapat di bangku kuliah pada situasi yang sesungguhnya dan dapat menambah pengalaman dalam bidang penelitian ilmiah.
3. Keberhasilan penulis dalam penelitian dapat menambah kepustakaan dan memberi manfaat bagi penelitian yang berhubungan dengan penetapan harga jual.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang digunakan sebagai dasar untuk mengolah data antara lain: pengertian harga jual, tujuan penetapan harga jual, metode penentuan harga jual, pengaruh dan pentingnya harga, pengertian biaya, penggolongan biaya, pengertian harga pokok produk, metode pengumpulan harga pokok produk, metode penentuan harga pokok produk.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan diuraikan jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data, teknik analisa data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini berisi mengenai sejarah perusahaan, lokasi perusahaan, permodalan, struktur organisasi, bagaian personalia, jaminan sosial, usaha-usaha pengembangan karyawan, produksi, pemasaran.

**BAB V : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang deskripsi data dan pembahasannya serta pengujian terhadap hipotesa yang diajukan.

**BAB VI : PENUTUP**

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan, saran serta keterbatasan penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Harga Jual**

##### **1. Pengertian Harga Jual**

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli, atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1991: 332). Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau masalah biaya masa depan (*future cost*).

Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos dan mendapatkan laba. Dalam penentuan harga, seorang manajer harus dapat menentukan secara tepat sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga dapat mempertahankan kontinuitas usaha perusahaan.

##### **2. Tujuan Penetapan Harga Jual**

Beberapa tujuan penetapan harga jual, di antaranya adalah (Ranupandojo, 1990: 226)

- a. Untuk mendapatkan laba maksimal.
- b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditanamkan.
- c. Mencegah atau mengurangi persaingan.
- d. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*.
- e. Untuk mempromosikan suatu produk atau jasa tertentu.

### 3. Metode Penentuan Harga Jual

Ada lima metode yang dapat dipakai dalam menentukan harga jual:

1) *Cost plus pricing*

*Cost plus pricing* merupakan metode yang paling dasar yaitu dengan menambah tingkat keuntungan yang standar pada biaya-biaya yang telah dibebankan pada barang. Jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual disebut "*Mark-up*". Biasanya *mark-up* ini ditentukan dengan prosentase dari biaya produk atau harga jualnya. Jika *mark-up* tersebut harus dikalikan dengan biaya produk kemudian ditambahkan pada biaya produk.

Harga jual = Biaya produk + mark-up.

$$= \text{Biaya produk} + (\% \times \text{biaya produk})$$

*Mark-up* berupa biaya non produksi + laba yang diharapkan.

Ada beberapa alasan mengapa *mark-up* masih banyak digunakan :

- a) Kebanyakan penjual lebih tahu dengan pasti mengenai biaya daripada mengenai permintaan.
- b) Jika semua perusahaan dalam industri memakai metode ini, maka harga jual akan cenderung sama tingginya sehingga persaingan harga bisa diperkecil.
- c) Banyak orang merasa bahwa penetapan harga jual dengan *cost plus pricing* ini lebih adil baik pembeli maupun penjual.

2) *Break-even pricing*

Dalam *break even pricing* kita dapat mengetahui tentang bagaimana satuan-satuan produk itu dijual pada harga tertentu untuk mengembalikan dana yang tertanam dalam produk tersebut. Untuk memperoleh tingkat atau titik *break even* (TBE) dipakai rumus sebagai berikut:

$$\text{TBE (Rp)} = \frac{\text{BTT}}{1 - \frac{\text{BV}}{\text{P}}}$$

Dan

$$\text{TBE (unit)} = \frac{\text{BTT}}{\text{H} - \text{BVR}}$$

Dimana:

TBE = titik *break even*

BTT = biaya tetap total

BV = biaya variabel

P = penjualan

H = harga jual per unit

BVR = biaya variabel rata-rata



Penentuan harga yang optimal sangat dipengaruhi oleh hubungan antara harga jual eceran dengan jumlah produk X yang akan dibeli oleh konsumen. Manajer dapat memilih kombinasi harga dan volume *break-even* yang paling menguntungkan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan ini antara lain:

- a. Faktor saingan
- b. Pengalaman dalam penetapan harga
- c. Kondisi dari produk yang ditawarkan

### 3) *Rate of return pricing*

Kebijakan penentuan harga untuk mencapai tingkatan pengembalian investasi (*rate of return on investment*). Metode ini banyak dipakai oleh perusahaan-perusahaan besar. Faktor utama yang mempengaruhi kebijakan tersebut adalah:

- a) Estimasi permintaan
- b) Penggunaan fasilitas

Rumusan yang dipergunakan untuk menghitung harga jual adalah:

$$P = \frac{(C + RFc) / U}{I - Rvc}$$

Dimana:

- P : harga jual
- C : total biaya (harga pokok produk yang terjual)
- R : ROI yang diinginkan.

Fe : Capital tetap yang diinginkan.

Vc : Capital variabel yang diinvestasikan.

U : Jumlah satuan yang terjual

4) *Variabel cost pricing* (Biaya Variabel)

Penentuan harga biaya variabel ini didasarkan pada suatu ide bahwa biaya total tidak selalu harus ditutup untuk menjalankan kegiatan bisnis yang menguntungkan. Penentuan harga variabel ini sering dijumpai dalam situasi dimana biaya tetap merupakan bagian yang besar dalam biaya total.

5) *Peak-load pricing* (Beban Puncak)

Metode ini dapat dipakai bilamana jumlah barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sangat terbatas dan permintaan pembeli cenderung berubah di kemudian hari. Dalam metode ini perusahaan dapat menaikkan tarif diatas biaya rata-rata selama periode permintaan tinggi dan mengurangkan pada biaya-biaya variabelnya diluar periode.

*Peak-load pricing* mempunyai beberapa keuntungan, antara lain:

- a. Menekan permintaan pada periode ramai.
- b. Meningkatkan permintaan pada periode tidak ramai.
- c. Meningkatkan efisiensi penggunaan fasilitas yang ada.

#### 4. Pengaruh Dan Pentingnya Harga

Swastha (1984: 147) mengemukakan bahwa suatu tingkat harga dapat memberikan pengaruh baik di dalam perekonomian maupun di dalam perusahaan.

a. Dalam perekonomian

Harga pasar sebuah barang dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba atas pembayaran faktor-faktor produksi (tenaga kerja, tanah, kapital). Dalam cara tersebut harga menjadi suatu pengatur dasar pada sistem perekonomian secara keseluruhan karena mempengaruhi alokasi sumber-sumber yang ada. Suatu tingkat upah yang tinggi dapat menarik tenaga kerja yang lebih banyak. Begitu pula pada tingkat bunga yang tinggi, akan menarik kapital yang lebih besar.

b. Dalam perusahaan

Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga dapat mempengaruhi *market share* nya. Bagi perusahaan, harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih. Harga suatu barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan.

## **B. Biaya**

### **1. Pengertian Biaya**

Biaya merupakan data yang fundamental bagi akuntansi secara keseluruhan. Dalam akuntansi terdapat istilah *cost* dan *expense*, keduanya mengandung pengertian yang berbeda. *Cost* didefinisikan sebagai manfaat yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa. Manfaat yang

dikorbankan itu diukur dengan pengurangan harta atau dibebankan sebagai hutang pada saat manfaat itu diperoleh. Pada saat perolehan, *cost* yang dibebankan adalah untuk masa sekarang dan masa yang akan datang. Bila manfaat diterima, maka *cost* menjadi ongkos (*expense*). *Expense* didefinisikan sebagai berikut: *Cost* yang telah memberi manfaat dan sekarang manfaat itu telah habis. (Hutauruk, 1985: 27) Dengan kata lain *expense* adalah *cost* yang telah terpakai pada suatu periode usaha.

Pengertian biaya menurut Mulyadi dibedakan menjadi dua yaitu biaya dalam arti luas dan sempit. Luas berarti pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah atau mungkin terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Sempit berarti biaya merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan dalam usaha untuk memperoleh penghasilan, sedang harga pokok dapat disebut sebagai bagian dari harga perolehan yang ditunda pembebanannya atau belum dimanfaatkan dalam hubungannya dengan realisasi penghasilan.

## **2. Penggolongan Biaya**

- a. Penggolongan biaya atas dasar hubungan biaya dengan produk yang dibiayai.
  1. Biaya produksi langsung adalah biaya yang sejak terjadinya sudah mempunyai hubungan kausal (sebab-akibat) dengan kesatuan produk yang dibiayai. Apabila biaya produksi langsung tidak terjadi maka tidak akan ada produk yang dihasilkan.

2. Biaya produksi tidak langsung disebut juga BOP, adalah biaya produksi yang tidak mempunyai hubungan kausal dengan kesatuan produk yang dibiayai.
- b. Penggolongan biaya atas dasar tingkah laku dalam hubungannya dengan volume kegiatan
1. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah (*constant*) dalam kisar volume kegiatan tertentu.
  2. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah bersamaan dengan berubahnya volume kegiatan dimana perubahan tersebut searah dan proporsional.
  3. Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah tidak bersamaan dengan berubahnya volume kegiatan dimana perusahaan tersebut searah dan proporsional.
- c. Penggolongan Biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan/aktifitas perusahaan
1. Fungsi Produksi, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang siap untuk dijual.
  2. Fungsi Pemasaran, yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penjualan produk selesai yang siap dijual dengan cara yang memutuskan pembeli dan dapat memperoleh laba sesuai yang diinginkan. Perusahaan sampai dengan pengumpulan kas dari hasil penjualan.

3. Fungsi Administrasi dan Umum, adalah fungsi yang berhubungan dengan kegiatan penentuan kebijaksanaan, pengarahan dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berhasil guna (efektif) dan berdaya guna (efisien).
  4. Fungsi Keuangan (Financial), yaitu fungsi yang berhubungan dengan kegiatan keuangan atau penyediaan dana yang diperlukan perusahaan.
- d. Penggolongan Biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya yang dibiayai
1. Biaya langsung (Direct cost), adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada obyek atau pusat biaya tertentu.
  2. Biaya tidak langsung (Indirect cost) adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada obyek atau pusat biaya tertentu, atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa obyek atau pusat laba.

## **C. Harga Pokok Produk**

### **1. Pengertian Harga Pokok Produk**

Harga pokok produk adalah biaya bahan, upah langsung, dan biaya overhead pabrik yang dikeluarkan dalam proses produksi (Hutauruk, 1985: 44). Biaya tersebut akan melekat pada persediaan sebagai harga pokok produksi sebelum produk tersebut laku dijual.

Sedangkan menurut Charles dan Foster (1992: 111) harga pokok produk adalah biaya yang dialokasikan ke persediaan pada saat terjadi pada gilirannya. Biaya dimasukkan dalam persediaan ini menjadi beban sebagai harga pokok penjualan hanya jika jumlah unit yang terdapat dalam persediaan terjual dan ini bisa terjadi di dalam suatu periode setelah periode produksinya.

## **2. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produk**

Pada pengumpulan harga pokok produk dikelompokkan menjadi dua metode yaitu :

### **1) Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Method*)**

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan dapat dipisahkan identitasnya. Karakteristik perusahaan yang menggunakan metode harga pokok pesanan:

- a. Tujuan produksi untuk melayani pesanan pembeli yang bentuknya tergantung kepada spesifikasi pemesan, sehingga sifat produksinya terputus-putus.
- b. Biaya produksi dikumpulkan untuk setiap pesanan dengan tujuan dapat dihitung harga pokok pesanan dengan relatif teliti dan adil.
- c. Jumlah harga pokok untuk pesanan tertentu dihitung pada saat pesanan selesai.
- d. Pesanan yang sudah selesai dimasukkan ke gudang dan segera diserahkan kepada pemesan.

## 2) Metode harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan biaya produksi atau pusat pertanggungjawaban biaya yang umumnya ditetapkan pada perusahaan yang menghasilkan produk secara massal.

Karakteristik metode harga pokok proses:

- a. Biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya bulan, triwulan, semesteran atau tahunan.
- b. Produk yang dihasilkan bersifat homogen dan bentuknya standar, tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli.
- c. Kegiatan produksi didasarkan pada budget produksi untuk satuan waktu tertentu.
- d. Tujuan produksi untuk mengisi persediaan yang selanjutnya dijual.
- e. Kegiatan produksi bersifat kontinyu.
- f. Jumlah total biaya maupun biaya satuan dihitung setiap akhir periode.

Prosedur menentukan harga pokok produk pada metode harga pokok proses adalah :

- a. Mengumpulkan data produksi pada periode tertentu untuk menyusun laporan produksi dan menghitung produksi ekuivalen dalam rangka menghitung pokok produk persatuan.
- b. Mengumpulkan biaya bahan, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik periode tertentu.



- c. Menghitung harga pokok satuan setiap elemen biaya yaitu jumlah elemen biaya tertentu dibagi produksi ekuivalen dari elemen produk dalam proses akhir.
- d. Menghitung harga pokok produk selesai yang dipindahkan ke gudang atau ke departemen berikutnya dan menghitung harga pokok produk dalam proses akhir.

### 3. Metode Penentuan Harga Pokok Produk

Dalam perhitungan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksinya terdapat dua pendekatan (Mulyadi, 1993: 132)

#### a) Metode *Full Costing*

Metode *full costing* merupakan penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik yang berperilaku variabel maupun tetap. Harga pokok produksi menurut *full costing* terdiri dari:

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja	xx
Biaya overhead pabrik tetap	xx
Biaya overhead pabrik variabel	xx +
Harga pokok produk	xx

Dalam metode *full costing*, biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku tetap maupun variabel, dibebankan pada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhad* pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu, biaya

*overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan jadi yang belum laku dijual, dan baru dianggap sebagai biaya apabila produk jadi tersebut telah terjual.

Penggunaan metode ini dalam penentuan harga pokok mempunyai keuntungan harga pokok yang ditentukan berdasarkan *full costing* dalam jangka panjang memberikan rasa aman bagi manajemen. Hal ini disebabkan semua biaya yang berhubungan dengan pembuatan produk telah dimasukkan, baik biaya langsung maupun tidak langsung.

b) Metode *Variabel Costing*

*Variabel costing* adalah metode penentuan harga pokok produk yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk. Harga pokok produksi memuat metode *variabel costing* terdiri dari :

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya overhead pabrik variabel	xx +
Harga pokok produk	xx

Didalam metode *variabel costing* biaya overhead pabrik tetap diperlakukan sebagai *period cost* bukan sebagai harga pokok produk, biaya *overhead pabrik* tetap dibebankan sebagai biaya di dalam periode dimana biaya *overhead pabrik* tetap terjadi. Dengan demikian didalam metode *variabel costing* biaya overhead pabrik tetap tidak melekat pada proses produk yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya.

c) Perbandingan Metode *Full Costing* Dengan Metode Variabel *Costing*

Perbedaan pokok yang ada pada kedua metode tersebut terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang bersifat tetap. Adanya perbedaan perlakuan terhadap biaya produksi tetap ini akan mempunyai akibat pada (Supriyono, 1982: 264):

1) Perhitungan harga pokok produk

Dalam pembahasan di muka telah dikemukakan bahwa pada konsep penentuan harga pokok penuh (*full costing*), semua elemen biaya produksi baik tetap maupun variabel, dibebankan ke dalam harga pokok produk. Sedangkan dalam konsep penentuan harga pokok variabel hanya memasukkan biaya produk variabel ke dalam harga pokok produk.

2) Penentuan harga pokok persediaan

Dengan adanya perbedaan pembebanan elemen biaya produksi kepada produk antara konsep penentuan harga pokok penuh (*full costing*) dengan konsep penentuan harga pokok variabel, mengakibatkan pula perbedaan harga pokok persediaan. Pada konsep penentuan harga pokok penuh biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan ke dalam harga pokok produk, oleh karena itu apabila sebagian produk masih ada dalam persediaan atau belum terjual maka sebagian biaya *overhead* tetap masih melekat pada harga pokok persediaan. Sedangkan pada

konsep penentuan harga pokok variabel tidak membebankan biaya *overhad* tetap ke dalam harga pokok produk, biaya *overhead* tetap dibebankan langsung ke dalam laporan rugi laba sebagai biaya periode, oleh karena itu produk yang masih ada dalam persediaan atau belum terjual hanya dibebani biaya produksi variabel atau biaya *overhead* tetap tidak melekat pada harga pokok persediaan. Secara matematis perbedaan penentuan harga pokok persediaan antara kedua konsep (metode) tersebut dinyatakan dalam rumus:

$$PHP = KP (BVS + BTS)$$

$$PHV = KP (BVS)$$

$$PPP - PHV = KP (BTS)$$

Dimana:

PHP = persediaan pada konsep penentuan harga pokok penuh (*full costing*).

PHV = persediaan pada konsep penentuan harga pokok variabel.

KP = kuantitas persediaan.

BVS = biaya produksi variabel satuan.

BTS = biaya produksi tetap satuan.

### 3) Penyajian Laporan Rugi Laba

Ditinjau dari penyajian laporan rugi laba, perbedaan antara kedua metode kedua metode tersebut terletak pada klasifikasi pos-pos yang disajikan

dalam laporan rugi laba tersebut. Laporan rugi laba yang disusun dengan metode *full costing* menitik beratkan pada penyajian elemen-elemen biaya sesuai dengan hubungannya dengan fungsi pokok yang ada dalam perusahaan sehingga laporan rugi laba metode *full costing* nampak sebagai berikut (Mulyadi, 1985: 33-34):

Hasil penjualan	Rp xxx
Harga pokok penjualan	<u>(xxx)</u>
Laba bruto	xxx
Biaya administrasi dan umum	(xxx)
Biaya pemasaran	<u>(xxx)</u>
Laba bersih operasi	Rp xxx

Di lain pihak laporan rugi laba metode *variabel costing* lebih menitik beratkan pada penyajian biaya sesuai dengan tingkah lakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Sehingga laporan rugi laba metode metode *variabel costing* nampak sebagai berikut:

Hasil penjualan	Rp xxx
Biaya variabel	(xxx)
Kontribusi margin	xxx
Biaya tetap	<u>(xxx)</u>
Laba bersih operasi	Rp xxx

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan berupa studi kasus pada perusahaan X, studi kasus merupakan suatu penelitian pada objek tertentu sehingga kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan X saja.

#### **2. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat : Pada Perusahaan X

Waktu : Pada bulan April sampai Juni tahun 2002.

#### **3. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **a. Subjek Penelitian**

- Kepala bagian produksi.
- Kepala bagian pemasaran.
- Kepala bagian akuntansi.

##### **b. Objek Penelitian**

- Penentuan harga pokok produk.
- Penentuan harga jual.

#### **4. Data Yang Dicari**

- 1) Gambaran umum perusahaan.
- 2) Biaya produksi dan biaya non produksi untuk bulan x tahun 200x.

- 3) Volume penjualan tahun 1999-2001
- 4) Prosentase laba yang diharapkan.
- 5) Data metode penentuan harga jual.
- 6) Informasi lain yang berhubungan dengan penentuan harga jual.

## **5. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Wawancara**

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara lisan kepada orang-orang yang telah ditunjuk oleh pimpinan perusahaan.

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran umum perusahaan seperti sejarah perkembangan perusahaan, struktur perusahaan, proses produksi, pemasaran dan pengawasan kualitas.

### **b. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencatat data dari dokumen-dokumen milik perusahaan yang diperlukan. Dokumen perusahaan tersebut merupakan data biaya, produksi dan penjualan.

## **6. Teknik Analisis Data**

- 1) Mendeskripsikan penetapan harga jual sesungguhnya dengan langkah-langkah sebagai berikut :
  - a. Mengumpulkan seluruh biaya sesungguhnya yang meliputi, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.

- b. Menghitung total biaya sesungguhnya yang meliputi, biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.
- 2) Mendeskripsikan penetapan harga jual berdasarkan kajian teori (Metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*) dengan langkah-langkah sebagai berikut :
- a. Menghitung biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran) per unit.
- b. Menghitung harga pokok produk per unit.
- c. Menghitung prosentase *mark-up* dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ mark-up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya produksi}}{\text{volume penjualan (unit)} \times \text{biaya produksi per unit}}$$

- d. Menghitung harga jual per unit produk sebagai berikut :

Harga pokok produksi perusahaan per unit :

Biaya bahan baku	xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya overhead pabrik tetap	xx	
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xx</u> +	
Jumlah harga pokok produksi		xx
Make-up = Y % x harga pokok produksi		<u>xx</u> +
Harga jual per unit produk		xx

Catatan : Y % adalah % mark-up yang diharapkan perusahaan



3) Membandingkan antara hasil penghitungan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan hasil perhitungan harga jual berdasarkan kajian teori (*Metode cost plus pricing dengan pendekatan full costing*). Apabila dalam perhitungan harga jual menurut perusahaan dibandingkan dengan perhitungan harga jual menurut kajian teori dijumpai selisih, maka akan digunakan uji-t (t test) untuk menentukan apakah ada perbedaan yang signifikan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori dengan perhitungan sebagai berikut:

- a. Penentuan selisih harga jual produk per unit menurut perusahaan dengan harga jual produk berdasarkan kajian teori. Penentuan selisih di hitung dengan menggunakan rumus:

$$d = x_1 - x_2$$

Dimana:

$d$  = selisih antara harga jual produk per unit menurut perusahaan dengan kajian teori

$x_1$  = harga jual produk per unit menurut perusahaan

$x_2$  = harga jual produk per unit menurut kajian teori

- b. Penentuan jumlah selisih antara harga jual produk per unit menurut perusahaan dengan harga jual produk per unit berdasarkan kajian teori, dengan rumus:

$$\sum d = \sum (x_1 - x_2)$$



Dimana:

$\Sigma d$  = jumlah selisih antara harga jual produk per unit menurut perusahaan dengan harga jual produk per unit berdasarkan teori.

- c. Penentuan rata-rata selisih antara harga jual produk per unit menurut Perusahaan dengan harga jual produk per unit berdasarkan teori, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{d} = \frac{\Sigma d}{n}$$

Dimana:

$\bar{d}$  = rata-rata selisih antara harga jual produk per unit menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori.

$n$  = jumlah jenis produk

- d. Penentuan jumlah kuadrat dari selisih antara harga jual produk per unit menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori, dihitung dengan rumus:

$$\Sigma (d - \bar{d})^2$$

- e. Penentuan standar deviasi dengan rumus:

$$sd = \sqrt{\frac{\Sigma (d - \bar{d})^2}{(n - 1)}}$$

Dimana:

Sd = standar deviasi

Untuk menentukan kriteria tersebut digunakan pengujian hipotesis. Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan.

Langkah-langkahnya sebagai berikut:

#### 1. Penentuan hipotesa

$H_0$  merupakan hipotesa nol dan merupakan hipotesa yang akan di uji. Hipotesa ini akan diterima atau ditolak tergantung dari hasil pengujiannya. Untuk menunjukkan  $\mu_1 - \mu_2$  digunakan notasi  $D$ , karena  $d = x_1 - x_2$ .  $\mu_1$  adalah rata-rata harga jual produk yang dihitung menurut perusahaan dan  $\mu_2$  adalah rata-rata harga jual produk yang dihitung berdasarkan kajian teori.  $H_0$  menyatakan  $\mu_1 - \mu_2$ . Bila  $\mu_1 = \mu_2$  berarti  $\mu_1 - \mu_2 = 0$  atau  $D = 0$ . Jadi Hipotesa nol adalah  $H_0 : D = 0$ .  $H_1$  hipotesis alternatif atau hipotesis tandingan.  $H_1$  memiliki tiga alternatif yaitu  $\mu_1 - \mu_2 \neq 0$ ,  $\mu_1 - \mu_2 > 0$  atau  $\mu_1 - \mu_2 < 0$  karena  $D = \mu_1 - \mu_2$  maka diperoleh  $D \neq 0$ ,  $D > 0$  atau  $D < 0$ .

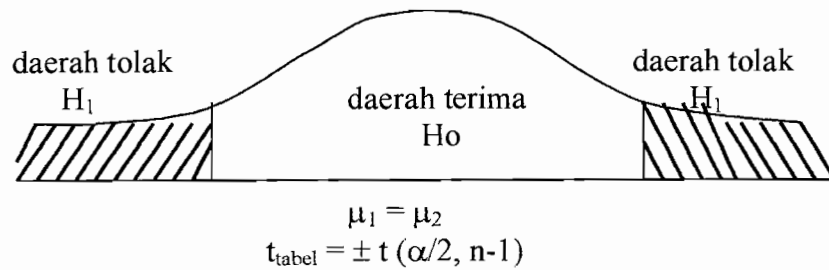
Dalam penelitian ini yang dipakai adalah alternatif  $D \neq 0$  karena penelitian ini untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara harga jual produk menurut perusahaan dengan harga jual produk berdasarkan teori. Untuk ini hipotesis alternatif yang digunakan adalah  $H_1 = D \neq 0$ .

#### 2. Penentuan tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah  $\alpha = 5\%$  atau tingkat kepercayaan 95%, dengan menggunakan pengujian dua arah dan sampel kecil. Tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$ , biasa digunakan dalam penelitian

dibidang ekonomi. Tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  diasumsikan sudah memenuhi syarat untuk pengujian hipotesis (Maddala, 1992: 30)

Selanjutnya dicari t dari tabel titik presentasi distribusi t.



Daerah terima  $H_0$  adalah  $-t(\alpha/2, n-1) < t_h < t(\alpha/2, n-1)$

Daerah terima  $H_1$  adalah  $t_h > t(\alpha/2, n-1)$  dan  $t_h < -t(\alpha/2, n-1)$

Dimana:

$$T_h = t_{\text{hitung}}$$

### 3. Penentuan nilai statistika penguji

Dalam perhitungan ini nilai t dihitung dengan menggunakan hasil-hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai statistik penguji adalah sebagai berikut:

$$T = \frac{\bar{D}}{Sd/\sqrt{n}}$$

### 4. Penentuan daerah kritrik

$H_0$  ditolak atau menerima  $H_1$  apabila  $-t_{\text{hit}} < -t_{\text{tabel}}$  atau  $t_{\text{hit}} > t_{\text{tabel}}$ .

##### 5. Penarikan kesimpulan

Apabila  $H_0$  ditolak berarti ada perbedaan yang signifikan antara harga jual yang dihitung perusahaan dengan harga jual yang dihitung berdasarkan teori. Apabila  $H_0$  diterima berarti tidak ada perbedaan yang signifikan.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Sejarah Singkat Perusahaan**

PT Primissima berdiri pada tanggal 22 Juni 1971 oleh Notaris R. Soerojo Wongsowidjoyo, SH Jakarta dengan Nomor 31/1971. Perusahaan ini merupakan *joint venture* (patungan antara pemerintah Republik Indonesia dengan Koperasi Batik Indoensia). Tujuan berdirinya pabrik ini adalah untuk memenuhi kebutuhan bahan baku batik harus berupa kain mori yang sebelumnya diimport dari RRC, India dan Jepang.

Modal PT Primissima terdiri dari bantuan dari Kerajaan Belanda kepada pemerintah Republik Indonesia dalam bentuk mesin yang nilainya merupakan saham pemerintah Republik Indonesia. Sedangkan tanah, bangunan pabrik, perumahan dan biaya pemasangan mesin dari pihak GKBI merupakan saham GKBI. Jika dinilai dengan uang (rupiah) maka modal dasar pembangunan PT Primissima adalah sebesar Rp 1.230.000.000,00 yang terdiri dari saham negara sebesar Rp 730.000.000,00 dan saham GKBI sebesar Rp 500.000.000,00 sehingga perbandingan saham saat berdirinya adalah saham pemerintah RI sebesar 59,35% dan saham GKBI sebesar 40,65%.

PT Primissima mulai memproduksi pada tanggal 2 Februari 1972, setelah diresmikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwana IX selaku Menteri Ekonomi dan Industri pada saat itu. Jumlah karyawan pada saat itu adalah 252 orang dan perusahaan dapat menghasilkan 4.000.000 yard per tahun. Pada awal bulan Maret 1974 PT Primissima memperluas pabrik dengan mendirikan pabrik II. Proyek ini diresmikan oleh Presiden Soeharto pada tanggal 7 Agustus 1976 dengan perluasan pabrik 7.500.000 yard per tahun, bahkan pada tahun 1979 produksi meningkat menjadi 10.000.000 yard. Jumlah karyawan pada saat itu 560 orang. Pada tahun 1981 perusahaan mengadakan perluasan pabrik untuk yang kedua kalinya dengan mendirikan pabrik III yang mulai dibangun pada bulan Juni 1981. Proyek ini selesai dan diresmikan pada tanggal 29 Maret 1984 oleh Menteri Perindustrian Hartarto. Dengan dibangunnya pabrik III kapasitas produksi menjadi 20.000.000 yard per tahun.

Setelah melalui usaha antara lain penggantian sparepart, perubahan konstruksi dan pengetatan pengawasan hasil produksi maka sejak tahun 1986 hasil produksi PT Primissima bisa diekspor. Eksport pertama kali ditujukan ke Inggris.

Mengingat persaingan yang cukup ketat dari beberapa negara pengeksport ekstil seperti Taiwan, RRC, Korea Selatan kualitas sangat perlu dijaga dan ditingkatkan. Salah satu usaha yang telah ditempuh PT Primissima adalah membeli mesin Winding merk SAVIA buatan Italia yang dapat menyambung benang secara otomatis tanpa kelihatan sambungannya.

Pada awal tahun 1987 produk PT Primissima sudah bisa memenuhi kualitas Japan Industri Standard (JIS) yang merupakan standar internasional paling ketat di bidang tekstil. Dengan demikian pada tahun itu juga negara tujuan ekspor menjadi lebih luas yang meliputi Inggris, Irlandia, Denmark, USA, Jepang, Perancis, Italia, Korea Selatan, Belgia dan Hongkong.

## **B. Lokasi Perusahaan**

Sejak awal berdirinya tahun 1971 hingga sekarang PT Primissima berlokasi di Medari, Sleman, Yogyakarta. Perusahaan terletak di atas tanah seluas 73.194 m<sup>2</sup> yang terdiri dari:

- a. Ruang kantor seluas 460 m<sup>2</sup>
- b. Pabrik I seluas 9.600 m<sup>2</sup>
- c. Pabrik II seluas 4.400 m<sup>2</sup>
- d. Pabrik III seluas 12.430 m<sup>2</sup>
- e. Gudang pabrik I dan II seluas 1.980 m<sup>2</sup>
- f. Gudang pabrik III seluas 1.200 m<sup>2</sup>
- g. Mess, Kantin, dll seluas 4.263 m<sup>2</sup>

Pemilihan lokasi ini sangat menguntungkan karena di Jalan Yogyakarta-Magelang. Dari segi pemasaran memudahkan penjualan produk karena berada di pusat produsen pengrajin batik Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah. Keuntungan lain adalah tenaga kerja mudah diperoleh karena berada di dekat pedesaan.



### **C. Permodalan**

Modal yang digunakan dalam pendirian PT Primissima terdiri dari 59,35% pemerintah Republik Indonesia yaitu sebesar Rp 730.000.000,00 dan modal GKBI sebesar 40,65% yaitu Rp 500.000.000,00. Jadi modal keseluruhan pada awal berdirinya sebesar Rp 1.230.000.000,00.

Pada bulan Maret 1974 diadakan perluasan pabrik yang pertama memerlukan dana sebesar Rp 2.397.455.000,00 dan tambahan modal kerja sebesar Rp 3.000.045.000,00 yang sepenuhnya berasal dari dana cadangan yang disisihkan dari keuntungan.

Untuk perluasan pabrik yang kedua dibutuhkan dana yang dibiaya modal sendiri 45% dan selebihnya merupakan kredit dari BNI<sup>46</sup> yaitu kredit investasi sebesar Rp 7.000.000.000,00. Sehingga struktur modal di PT Primissima sejak berdirinya hingga tahun 1982 adalah 59,35% milik pemerintah Republik Indonesia dan 40,65% milik GKBI, sedangkan sejak tahun 1983 sampai sekarang modal berubah menjadi 53% modal pemerintah RI dan 47% modal GKBI.

### **D. Struktur Organisasi**

Sebagai industri yang cukup besar dengan jumlah karyawan yang cukup banyak maka sudah selayaknya bila PT Primissima mempunyai bagian yang terstruktur dan terorganisasi untuk kelancaran tugasnya. PT Primissima dipimpin oleh Dewan Direksi yang terdiri dari empat direktur yaitu: Direktur Utama, Direktur Administrasi dan Keuangan, Direktur Komersial dan Direktur Produksi.

1. Direktur Utama

- a. Sebagai koordinator
- b. Mengkoordinasi atau memimpin penyusunan rencana.
  - 1) Anggaran Belanja
  - 2) Laporan tahunan
  - 3) Perluasan dan rehabilitasi
  - 4) Menentukan kebijaksanaan penjualan dan pembelian bahan baku
  - 5) Melakukan hubungan dengan pihak-pihak luar

2. Direktur Administrasi

Mempunyai wewenang dan tanggung jawab:

- a. Melaksanakan pengawasan di segala bidang (pembeli, penjualan dan tertib administrasi).
- b. Memimpin bagian administrasi dan kepegawaian.
- c. Menyelesaikan seluruh biaya berdasarkan anggaran.
- d. Menyelesaikan neraca akhir tahun dan menyusun laporan.

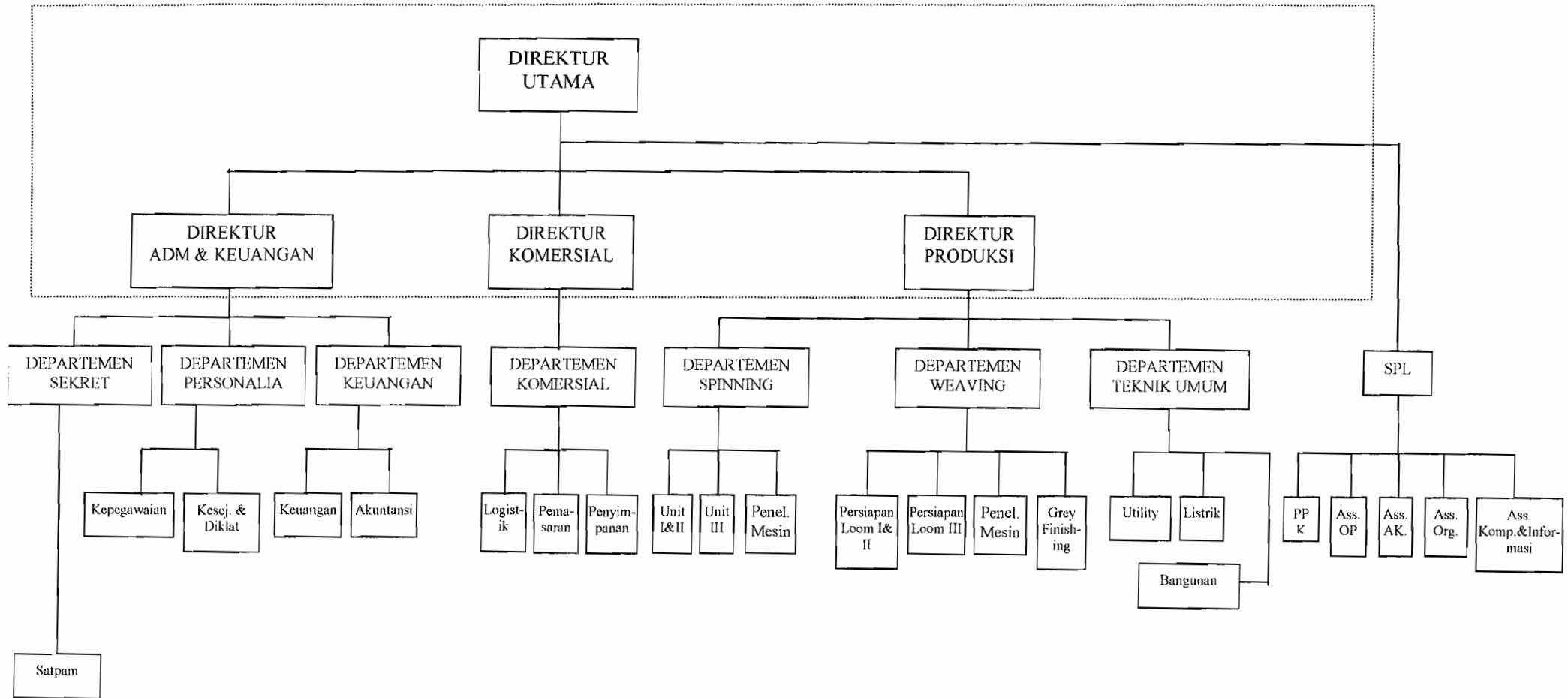
3. Direktur Komersial

- a. Melaksanakan atau memimpin pembelian bahan baku.
- b. Melaksanakan atau memimpin penjualan produk.
- c. Melaksanakan atau memimpin survey pasar.

4. Direktur Produksi

Memimpin dan mengawasi bagian produksi.

# STRUKTUR ORGANISASI PT. PRIMISSIMA MEDARI YOGYAKARTA



## E. Personalia

### 1. Jumlah Jam Kerja dan Pembagiannya

Dalam kegiatannya, jumlah jam kerja karyawan dalam seminggu adalah 40 jam kegiatan produksi dilakukan selama 24 jam sehari kecuali hari Jum'at hanya 22,5 jam dan hari besar atau hari libur tidak ada kegiatan. Karena kondisi perusahaan tersebut, maka sistem jam kerja terdiri atas 3 shift dan 4 group khusus untuk bagian produksi dan Satpam.

Adapun pembagian jam kerja ditentukan sebagai berikut:

- a. Shift pertama (pagi) dari jam 06.00 WIB sampai dengan 14.00 WIB.
- b. Shift kedua (siang) dari jam 14.00 WIB sampai dengan 22.00 WIB.
- c. Shift ketiga (malam) dari jam 22.00 WIB sampai dengan 06.00 WIB.

Pergantian shift tersebut untuk tiap group dilaksanakan 2 hari masuk pagi, 2 hari masuk siang dan 2 hari masuk malam.

Sedangkan untuk bagian teknik umum dan administrasi mengikuti jam kerja biasa, yaitu:

- a. Hari biasa (Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Jum'at) 07.00 – 15.30 WIB.
- b. Hari Sabtu 07.00 – 13.00 WIB.
- c. Istirahat 11.00 – 13.00 WIB.

## 2. Sistem Upah dan Jaminan

<b>Golongan</b>	<b>Keterangan</b>
I. SD	Pelayan
II. SLTP	Operator/Pembantu II
III. SLTA	Montir I
IV. SLTA	Kepala Regu/Pemb. Utama
V. Sarmud	Kepala Urusan
VI. Sarmud/Sarjana	Kepala Bagian
VII. Sarjana	Kepala Departemen
VIII. Ahli	Biro (Devisi)

Sumber data: PT Primissima

### a) Karyawan Bulanan Tetap

Karyawan bulanan tetap adalah karyawan yang tergolong dalam golongan III sampai dengan VIII. Penggajian bersifat bulanan. Jika tidak masuk dengan alasan-alasan di bawah ini, maka gaji akan dipotong sebesar:

- a.1. Opname 2% dari gaji pokok.
- a.2. Sakit 3% dari gaji pokok.
- a.3. Mangkir 4% dari gaji pokok.

### b) Karyawan Harian Tetap

Karyawan harian tetap adalah karyawan yang berdiri dari golongan I dan II. Walaupun perhitungan gaji dihitung secara harian namun pembagiannya tetap diberikan setiap bulan. Karyawan harian tetap yang tidak masuk akan dipotong gajinya dengan perhitungan hari dimana karyawan yang bersangkutan tidak masuk kerja. Pemotongan gaji

dilakukan bila karyawan terlambat atau pulang lebih awal sebelum waktu kerja selesai. Jumlah karyawan hingga akhir tahun 1997 sebanyak 1.247. jumlah tersebut dengan perincian sebagai berikut:

b.1. SD	140 orang
b.2. SLTP	451 orang
b.3. SLTA	612 orang
b.4. Sarjana Muda	25 orang
b.5. Sarjana	19 orang

#### **F. Jaminan Sosial**

Di samping memberikan gaji dan upah setiap bulan PT Primissima masih memberikan tunjangan-tunjangan lain. Tunjangan tersebut berwujud uang dan barang. Tunjangan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tunjangan jabatan sebesar 20% dari gaji pokok.
2. Tunjangan isteri anak maksimal 3.
3. Tunjangan beras maksimal 5 anggota keluarga.
4. Tunjangan pengobatan.

Untuk karyawan tetap dan keluarganya bila sakit, berobat ke rumah sakit yang telah ditunjuk oleh perusahaan. Apabila berobat ke rumah sakit lain maka dibantu 50% dari biayanya. Dan apabila harus opname di rumah sakit, maka ada ketetnuan kelas-kelas tersendiri sesuai dengan jabatannya atau golongannya.

#### 5. Tunjangan perumahan

Tunjangan ini diberikan kepada karyawan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Untuk perumahan lengkap diberikan kepada karyawan yang punya jabatan sebagai kepala bagian ke atas.
- b) Baik yang belum mendapat perumahan akan diberikan bantuan atau tunjangan perumahan.

#### 6. Tunjangan melahirkan

Tunjangan ini diberikan kepada karyawati atau isteri karyawan yang melahirkan. Apabila melahirkan di rumah sakit, tunjangan ini diberikan dengan ketentuan seperti karyawan yang sakit atau opname dengan kelas sesuai dengan golongan atau jabatannya. Dan apabila melahirkan di rumah, tunjangan ini akan diberikan berupa uang.

#### 7. Tunjangan pakaian

Tunjangan ini diberikan kepada karyawan dan karyawati setiap satu tahun sekali yaitu berupa:

- a) Celana panjang/rok 2 potong
- b) Hem 2 potong
- c) Topi 2 potong
- d) Kaos oblong 2 potong (khusus diberikan kepada karyawan operator khusus untuk jaket diberikan dalam 2 tahun sekali satu potong).

## **G. Usaha-Usaha Pengembangan Karyawan**

Untuk mengembangkan karyawan PT Primissima mengadakan usaha-usaha yang bertujuan meningkatkan efisiensi dan produktifitas karyawan meliputi:

1. Pendidikan intern
  - a) Pra penempatan
  - b) Pemantapan
  - c) Total Quality Control

2. Pendidikan ekstern

Yaitu kursus di Pusat Pembinaan dan Latihan Departemen Perindustrian.

3. Training intern

- a) Achievement motivation training
- b) Studi komparatif dan observasi ke perusahaan sejenis lain.

4. Pertemuan rutin

Pertemuan rutin dimaksudkan untuk mengetahui masukan yang ada.

5. Jenjang karier

6. Perjanjian bersama

7. Memperbaiki sistem pengupahan



## H. Produksi

Pada awal produksinya, PT Primissima telah menghasilkan mori sebesar 4.000.000 yard per tahun. Setelah perluasan pertama produksinya meningkat menjadi 7.500.000 yard per tahun. Pada tahun 1981 setelah perluasan kedua produksinya meningkat menjadi 20.000.000 yard per tahun. Sampai saat ini produksinya terus berkembang seiring ekspor yang dilakukan sejak tahun 1986.

Hasil produksi PT. Primissima yang terjadi selama tahun 1997 – 1999 adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 1**  
**Hasil Produksi Benang**  
**PT. Primissima**

<b>Keterangan</b>	<b>1997 (Kg)</b>	<b>1998 (Kg)</b>	<b>1999 (Kg)</b>
Triwulan 1	635.350	825.435	735.150
Triwulan 2	567.803	850.550	895.696
Triwulan 3	615.225	720.315	835.325
Triwulan 4	725.425	625.850	645.205
Jumlah	2.543.803	3.022.150	3.111.376

Jenis produk yang dihasilkan PT Primissima adalah benang dan grey. Produk utama PT Primissima adalah grey yaitu cambrics yang belum diputihkan.

### 1. Bahan Baku dan Bahan Penolong

Bahan baku yang digunakan untuk pembuatan benang adalah kapas yang 90% diimport dari luar negeri. Bahan baku grey adalah benang. Kadang-kadang benang ini masih diimport dari luar negeri, karena kebutuhan kapas sebagai bahan baku benang kurang sesuai dengan kebutuhan produksi. Bahan baku cambrics adalah grey. Untuk proses pemutihan dilakukan di luar PT Primissima yaitu di PT Primatexo Pekalongan.

Bahan penolong yang dipergunakan adalah bahan-bahan untuk membuat kanji, seperti:

- a) Natural starch
- b) Anti septic
- c) Pelemas wax
- d) Partial Hidrolized PVA
- e) Atmozise RE 9
- f) Acrylic
- g) Sun size
- h) Tyssalus
- i) Syntetic starch
- j) After waxing

## 2. Proses Produksi dan Alat-Alat yang Digunakan

Proses produksi di PT Primissima dimulai dari bahan kapas halus hingga menjadi kain grey yaitu melalui proses pemintalan di Departemen spinning yang menghasilkan benang dan proses pertenenan serta grey finishing di departemen *weaving* yang menghasilkan grey. Untuk lebih jelasnya dibawah ini/proses *Departemen Spinning* (unit pemintalan).

### a. Bagian persiapan

Mempersiapkan kapas agar dapat dipintal, bagian ini mempunyai 5 (lima) proses.

#### 1) Proses *Blowing*

Berfungsi membuka kapas press untuk dikembalikan ke bentuk semula serta membersihkan dari kotoran-kotorannya.

Mesin yang dipergunakan disini adalah:

a) *Bale Opener*

Bertugas membuka dan membersihkan kapas tingkat pertama, disini kotoran yang besar akan jatuh dan yang halus akan terhisap oleh fan, disamping itu kotoran yang berwujud metal dihisap oleh magnet.

b) *Waste Opener*

Fungsinya sama dengan *bale opener*, hanya *input*/muatannya berupa sisa kapas dari mesin *Carding*, *Drawing an Silver lap* yang masih dapat dipakai/diproses lagi (panjang serat kapas masih memenuhi syarat).

c) *Monocylinder Cleaner*

Membersihkan kotoran yang masih tertinggal, bagian utama mesin ini adalah *cylinder* berpaku yang diputar oleh motor.

d) *Autanixer*

Mesin pencampur kapas agar kualitas dapat lebih merata. *Distribution conveyer* berjalan bolak-balik untuk membagi kapas dalam 40-60 lapisan campuran.

e) *ERM Cleaner*

Berfungsi membersihkan kotoran dan memisahkannya sebelum diproses di mesin *Carding*. Serat serat panjang diteruskan ke mesin berikutnya, sedang serat pendek dihisap oleh fan.

## 2) Proses *Carding*

Berfungsi memisahkan dan membersihkan serat-serat membentuknya menjadi *sliver*.

Mesin yang dipergunakan disini ialah:

### a) *Flock feeder*

Mesin ini adalah bagian terakhir dari proses blowing, membersihkan kapas dengan silinder yang terpaku.

### b) *Carding*

Adalah mesin mengurai kapas berfungsi antara lain:

- (1) Membersihkan kapas yang terakhir dan memisahkan serat-serat yang pendek.
- (2) Mengurai berkas kapas ke dalam bentuk serat-serat individu tanpa merusak berkas tersebut.
- (3) Distribusi serat-serat individu kepada bentuk jaringan serat-serat panjang.
- (4) Membentuk serat-serat menjadi draftable sliver (sumbu panjang).

## 3) Proses *Combing*

Proses untuk menyejajarkan serat dan membuat sliver disamping membersihkan kotoran serta seleksi serat pendek. Benang akan bermutu tinggi apabila ia serat-seratnya berkaitan secara uniform, dimana kekuatannya sebagian besar didukung oleh penyejajaran serat disaat drafting. Mesin yang dipergunakan antara lain:

a) *Pre Drawing*

Mesin untuk menyejajarkan dan meratakan dengan tarikan-tarikan rol-rol yang pertama lambat, rol yang kedua lebih cepat dan rol yang ketiga lebih cepat lagi dan begitu seterusnya.

b) *Sliver Lap*

Berfungsi membuat lap atau jajaran sliver untuk memberikan umpan pada mesin comber.

c) *Ribbon Lap*

Hasil dari sliver lap dirangkap agar kualitas bahan baku pemintalan benang lebih merata.

d) *Comber*

Berfungsi menyisih dan memisahkan serat panjang dengan yang pendek, juga menghilangkan kotoran serta membuat sliver. Disini dikeluarkan serat-serat kapas yang pendek dan tidak terpakai (afval) sebesar  $\pm 16\%$ .

4) *Proses Drawing*

Proses menyejajarkan dan meratakan serat, karena serta hasil dari mesin comber sudah tidak rata lagi.

5) *Proses Roving*

Berfungsi mengubah sliver menjadi roving dimana 1 meter sliver akan menghasilkan roving sepanjang 11,25 meter (kelipatan 11,25 kali).

## b. Bagian Ring Spinning

1) Disini hanya terdapat sebuah proses pemintalan benang yaitu mengubah roving menjadi benang dengan kelipatan 33,33 kali (1 meter roving akan menjadi 33,33 meter benang) benang yang dibuat terdiri atas 100% kapas (*all cotton*) dengan ukuran Ne.40's, Ne.50's, Ne.60's, Ne.70's, Ne.80's, Ne.100's. Hasil produksi benang terutama dipergunakan untuk keperluan sendiri. Jika ada kelebihan produksi dijual dalam bentuk single atau double (60/2, 70/2, 80/2, 100/2) yang banyak dipergunakan untuk pembuatan sarung halus.

### 2) Mesin Kelos (Cone Winder)

Berfungsi menggulung benang dari beberapa bobbin (gulungan benang dari Ring Spinning) menjadi sebuah kelos yang panjangnya 106.000 yard dengan berat 1 kg netto.

### 3) Mesin Doubling (Fadis)

Untuk merangkap benang 2 helai atau lebih.

### 4) Mesin Pembakaran & Penggintiran (volkman)

Untuk pembakaran bulu benang dan penggintiran benang.

## 3. Departemen *Weaving* (Pertemuan)

### a. Bagian Persiapan Pertenunan

Bagian yang mempersiapkan benang lusi (benang memanjang) dan benang pakan (benang melintang).

Mesin-mesin yang dipergunakan antara lain:

a) Mesin *Pirn Winder (Palet)*

Berfungsi mengubah benang kelos menjadi benang yang disebut palet, sebuah gulungan benang kelos menjadi 70 buah gulungan palet.

b) Mesin *Warper (Hani)*

Mengubah benang menjadi benang lusi yang digulung dalam sebuah boom yang panjangnya  $\pm 52.00$  yard.

c) Mesin *Sizing (Kanji)*

Benang perlu dikaji untuk mengubah kekuatan, benang tahan gesekan sewaktu ditenun dan bulu-bulu pada benang tidak mudah keluar. Disini dilakukan perangkapan beberapa boom menjadi sebuah boom yang sekaligus dikaji (menjadi boom kanji).

d) Mesin *Reaching (Cucuk)*

Berfungsi memasukkan benang lusi ke dalam yang disebut dropper, gun dan sisir.

b. Bagian Pertenunan

Bagian yang bertugas menenun benang pakan dan benang lusi hingga menghasilkan grey (kain yang belum diputihkan/finishing).

c. Bagian *Grey Finishing*

Bertugas mencukur bulu-bulu pada grey serta mengadakan perbaikan cacat grey yang ada.

a) Mesin *Shearing* (Cukur)

Berfungsi mencukup bulu-bulu pada grey dan menghaluskan grey agar mudah diadakan pemeriksaan.

b) Mesin *Inspecting Folding* (Periksa dan Lipat)

Berfungsi untuk memeriksa grey bila ada cacat, memperbaikinya dan sekaligus melipatnya.

## I. Pemasaran

Hasil produksi PT Primissima berupa benang tenun dan grey yaitu cambries yang belum diputihkan. Pada tahun 1986 produk grey yang diexport baru 45% dari total penjualan. Pada tahun-tahun berikutnya prosentase yang diekspor meningkat hingga mencapai 73%.

Beberapa usaha yang dilakukan dalam bidang pemasaran adalah:

1. Mencari pembeli baru baik melalui pemasaran bersama GKBI maupun penjualan langsung.
2. Penjualan yang lebih luwes untuk pengusaha kecil.
3. Selalu menjaga kualitas produk agar tetap memenuhi kualitas export.
4. Mengadakan penjajagan mencari pemasaran tekstil di luar negeri.
5. Mengadakan pembinaan terhadap industri kecil dan mengusahakan anggota koperasi primer GKBI.



6. Meningkatkan koordinasi antara departemen pemasaran dan produksi agar produk betul-betul dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan pasar serta menghindari penumpukan persediaan barang jadi.
7. Menjaga dan memupuk hubungan baik dengan pelanggan.

Jumlah penjualanyang terjadi pada PT. Primissima selama tahun 1997 – 1999 adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 2**  
**Volume Penjualan Benang**  
**PT. Primissima**

<b>Keterangan</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
Triwulan 1	68.475	97.839	89.320
Triwulan 2	66.925	98.730	90.715
Triwulan 3	67.335	98.275	88.440
Triwulan 4	69.325	96.365	87.735
Jumlah	272.060	391.209	356.210

## **BAB V**

### **DESKRIPSI, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

Untuk menentukan berapa harga jual yang harus ditetapkan pada suatu produk, tentu saja harus mempertimbangkan semua unsur biaya yang terkait di dalamnya. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya produksi (biaya bahan, biaya tenaga kerja, biaya overhead), dan biaya non produksi (biaya administrasi, dan biaya pemasaran). Pada Perusahaan PT. Primissima, biaya produksi digolongkan menjadi biaya bahan baku (BBB), biaya tambahan, biaya tenaga kerja langsung (BTKL), biaya finishing, dan biaya overhead (BOP). Produk yang dihasilkan oleh PT. Primissima berupa benang, grey, dan cambrics. Dalam hal ini peneliti hanya akan meneliti salah satu produk yang dihasilkan yaitu produk benang dengan merk Ne.60's cm. Untuk itu hanya akan diuraikan biaya produksi dan non produksi yang terjadi pada tahun 1997 – 1999.

#### **1. Biaya Produksi**

##### **a. Biaya Bahan Baku**

Bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi dan pemakaiannya dapat diikuti jejaknya. Dalam menghasilkan produknya PT. Primissima menggunakan kapas sebagai bahan bakunya. Biaya yang dikeluarkan oleh PT. Primissima untuk memberi bahan baku kapas selama tahun 1997 – 1999 sebagai berikut :



**Tabel V.1**  
**Biaya Bahan Baku Benang Tenun Ne.60's cm**  
**Tahun 1997 – 1999**

<b>Keterangan</b>	<b>1997 Rp</b>	<b>1998 Rp</b>	<b>1999 Rp</b>
Triwulan 1	46.815.928	329.957.445	238.099.789
Triwulan 2	12.413.363	461.515.914	250.394.859
Triwulan 3	28.950.858	335.557.217	228.051.139
Triwulan 4	242.060.868	121.277.832	122.046.021
<b>Total</b>	<b>330.241.017</b>	<b>1.248.308.408</b>	<b>838.591.808</b>

Sumber: PT. Primissima

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah upah yang diberikan kepada karyawan bagian produksi yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan oleh perusahaan. Besarnya biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh PT. Primissima selama tahun 1997-1999 sebagai berikut:

**Tabel V.2**  
**Biaya Tenaga Kerja Langsung**  
**Tahun 1997-1999**

<b>Keterangan</b>	<b>Tahun</b>		
	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
Triwulan 1	131.155.237	129.291.342	124.770.552
Triwulan 2	189.965.955	197.146.473	261.879.700
Triwulan 3	193.361.408	220.463.988	263.072.609
Triwulan 4	194.260.464	221.552.955	288.359.901
<b>Total</b>	<b>708.743.064</b>	<b>769.084.758</b>	<b>938.082.762</b>

Sumber: PT. Primissima

## c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead adalah biaya produksi selain biaya bahan dan biaya tenaga kerja langsung. Besarnya biaya overhead yang terjadi pada PT. Primissima selama tahun 1997-1999 antara lain sebagai berikut :

**Tabel V.3**  
**Biaya Overhead Pabrik**  
**Tahun 1997**

Jenis	1997			
	I	II	III	IV
Biaya pemakaian tenaga listrik	608.666.074	684.846.173	745.158.088	746.501.083
Biaya pemeliharaan mesin	7.247.000	8.407.750	3.661.395	11.479.275
Biaya pemakaian spareparts	48.810.278	88.011.576	167.066.559	132.522.610
Biaya pemakaian barang teknik	44.750	540.500	7.847.750	931.100
Biaya pemeliharaan bangunan	241.500	0	0	333.450
Biaya pemeliharaan inventaris	0	200.400	266.250	0
Biaya Asuransi Mesin	6.612.615	6.612.615	6.612.615	6.612.615
Biaya asuransi Bangunan	1.532.615	1.532.615	1.532.615	1.532.615
Biaya asuransi kapas	1.735.812	1.735.812	1.735.812	1.735.812
Total	674.890.644	791.887.441	933.881.084	901.648.560

Sumber: PT. Primissima

**Tabel V.4**  
**Biaya Overhead Pabrik**  
**Tahun 1998**

Jenis	1998			
	I	II	III	IV
Biaya pemakaian tenaga listrik	458.732.913	852.920.041	919.906.324	883.093.623
Biaya pemeliharaan mesin	906.000	5.794.754	10.786.014	16.340.000
Biaya pemakaian spareparts	592.40.145	52.358.529	160.218.268	416.284.282
Biaya pemakaian barang tek-nik	2.628.800	2.213.750	3.216.200	7.821.525
Biaya pemeliharaan bangunan	1.083.085	6.001.550	759.500	1.362.500
Biaya pemeliharaan inventaris	0	1.309.550	191.500	0
Biaya Asuransi Mesin	4.758.639	4.758.639	4.758.639	4.758.639
Biaya Asuransi Bangunan	1.102.914	1.102.914	1.102.914	1.102.914
Biaya asuransi kapas	1.249.143	1.249.143	1.249.143	1.249.143
Total	529.701.639	927.708.870	1.102.188.502	1.332.012.626

Sumber: PT. Primissima

**Tabel V.5**  
**Biaya Overhead Pabrik**  
**Tahun 1999**

Jenis	1999			
	I	II	III	IV
Biaya pemakaian tenaga listrik	820.508.919	884.832.087	918.732.135	871.793.607
Biaya pemeliharaan mesin	13.141.500	25.965.500	6.948.915	27.768.250
Biaya pemakaian spareparts	42.746.160	183.372.285	411.377.477	493.358.297
Biaya pemakaian barang tek-nik	8.908.500	773.800	10.001.267	3.909.618
Biaya pemeliharaan bangunan	184.000	480.000	13.336.650	32.751.500
Biaya pemeliharaan inventaris	3.171.000	12.712.250	443.500	12.500
Biaya Asuransi Mesin	4.758.600	4.758.600	4.758.600	4.758.600
Biaya Asuransi Bangunan	1.102.800	1.102.800	1.102.800	1.102.800
Biaya asuransi kapas	1.248.900	1.248.900	1.248.900	1.248.900
Total	895.770.379	1.115.246.222	1.367.550.244	1.436.704.072

Sumber: PT. Primissima

## 2. Biaya Non Produksi

Selain biaya produksi PT. Primissima juga mempertimbangkan biaya non produksi. Biaya non produksi meliputi biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.

### a. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya Administrasi dan Umum adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya ini terjadi dalam rangka penentuan kebijaksanaan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Total biaya administrasi dan umum yang terjadi pada tahun 1997-1999 sebagai berikut :

**Tabel V.6**  
**Biaya Administrasi dan Umum**  
**Tahun 1997-1999**

<b>Keterangan</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
Triwulan 1	436.874.937	332.397.751	459.927.708
Triwulan 2	397.479.102	348.484.697	561.823.596
Triwulan 3	415.101.145	387.329.176	491.323.126
Triwulan 4	428.421.238	384.684.341	558.634.744
<b>Total</b>	<b>1.677.876.422</b>	<b>1.452.895.995</b>	<b>2.071.709.174</b>

Sumber: PT. Primissima

### b. Biaya Penjualan

Biaya penjualan yaitu yang terjadi dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas.

**Tabel V.7**  
**Biaya Penjualan**  
**Tahun 1997**

Keterangan	1997			
	I	II	III	IV
Biaya pembungkus	14.955.760	23.436.190	25.040.250	18.338.400
Biaya angkutan dan EMKL	61.227.930	81.488.030	99.680.266	122.475.936
Biaya promosi	94.469	367.300	17.710.645	19.452.258
Biaya komisi	94.498.704	94.451.667	106.853.731	182.687.091
Biaya pengurusan Dok. Ekspor	25.135.206	23.312.694	32.164.767	24.036.527
Biaya penjualan lain-lain	1.438.803	10.993.940	2.705.525	3.102.349
<b>Total</b>	<b>197.350.872</b>	<b>234.049.821</b>	<b>284.155.184</b>	<b>370.092.561</b>

Sumber: PT. Primissima

**Tabel V.8**  
**Biaya Penjualan**  
**Tahun 1998**

Keterangan	1998			
	I	II	III	IV
Biaya pembungkus	34.076.200	44.193.220	44.386.250	37.180.195
Biaya angkutan dan EMKL	240.964.285	238.340.602	332.121.326	343.635.252
Biaya promosi	18.688	25.764	295.670	25.660.667
Biaya komisi	15.754.199	295.224.625	250.216.723	393.032.441
Biaya pengurusan Dok. Ekspor	44.636.948	34.844.690	52.834.083	86.646.446
Biaya penjualan lain-lain	1.696.450	19.379.316	2.055.800	992.100
<b>Total</b>	<b>337.146.770</b>	<b>632.008.217</b>	<b>681.909.852</b>	<b>887.147.101</b>

Sumber: PT. Primissima

**Tabel V.9**  
**Biaya Penjualan**  
**Tahun 1999**

Keterangan	1999 (Triwulan)			
	I	II	III	IV
Biaya pembungkus	33.470.280	68.896.658	45.6910.900	74.180.200
Biaya angkutan dan EMKL	192.891.974	256.214.885	384.769.288	208.268.038
Biaya promosi	20.649.335	2.256.289	31.031.246	62.524.486
Biaya komisi	329.593.734	278.818.729	271.302.067	180.989.913
Biaya pengurusan Dok. Ekspor	46.472.657	63.460.343	49.343.224	32.550.933
Biaya penjualan lain-lain	572.500	4.927.750	3.305.550	19.503.067
Total	623.650.480	674.574.654	1.196.662.275	578.016.637

Sumber: PT. Primissima

## B. Analisis Data

### 1. Mendeskripsikan Penetapan Harga Jual Yang Dilakukan oleh PT. Primissima

Dalam menentukan harga jual, PT. Primissima selain memperhitungkan biaya produksinya juga mempertimbangkan harga para pesaing dan biaya pengiriman yang ditanggung oleh perusahaan. PT. Primissima dalam menetapkan harga jual untuk masing-masing tahun dalam triwulan sebagai berikut :



**Tabel V.10**  
**Harga Jual Benang Tenun**  
**PT. Primissima**

Keterangan	Taksiran Biaya Produksi (1)	Laba (%) (2)	Volume Produksi (3)	Harga Jual (Kg) (4) [(1) x (2)] + (1) : 3 = 4
Tahun 1997				
Triwulan 1	872.725.722	57,64	635.350	2.165
Triwulan 2	998.266.759	62,64	725.425	2.238
Triwulan 3	1.157.194.355	21,76	615.225	2.290
Triwulan 4	1.140.969.892	14,9	567.803	2.308
Jumlah	4.169.156.728		2.543.803	9.001
Tahun 1998				
Triwulan 1	998.940.426	85,83	625.850	2.966
Triwulan 2	1.587.381.257	93,96	720.315	4.274
Triwulan 3	1.658.209.707	32,64	825.435	2.665
Triwulan 4	1.674.853.500	2235	850.550	2.409
Jumlah	5.919.384.890		3.022.150	12.315
Tahun 1999				
Triwulan 1	1.350.640.720	14,44	735.150	2.102
Triwulan 2	1.630.520.781	45,28	645.205	3.671
Triwulan 3	1.859.730.992	73,52	835.325	3.195
Triwulan 4	1.847.200.995	29,8	895.696	2.677
Jumlah	6.688.093.488		3.111.376	11.645

Sumber Data: Laporan Penjualan PT Primissima

## 2. Mendeskripsikan penetapan harga jual berdasarkan kajian teori

a. Menghitung total biaya produksi dan non produksi untuk tahun 1997-1999

### 1) Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai.

Besarnya biaya produksi untuk masing-masing triwulan adalah:

**Tabel V.11**  
**Biaya Produksi Benang Tenun**  
**1997-1999**

JENIS	BBB	BTKL	BOP	TOTAL
<b>TAHUN</b>				
Tahun 1997				
Triwulan 1	46.815.928	131.155.237	674.890.644	852.861.809
Triwulan 2	12.413.363	189.965.955	791.887.441	994.266.759
Triwulan 3	28.950.858	193.361.408	933.881.084	1.156.193.350
Triwulan 4	242.060.868	194.260.464	901.648.560	1.337.969.892
Tahun 1998				
Triwulan 1	329.957.445	129.921.342	529.701.639	988.950.426
Triwulan 2	461.515.914	197.146.473	927.708.870	1.586.371.257
Triwulan 3	335.557.217	220.463.988	1.102.188.502	1.658.209.707
Triwulan 4	121.277.832	221.552.955	1.332.012.626	1.674.843.413
Tahun 1999				
Triwulan 1	238.099.789	124.770.552	895.770.379	1.258.640.720
Triwulan 2	250.394.859	261.879.700	1.115.246.222	1.627.520.781
Triwulan 3	228.051.139	263.072.609	1.367.950.244	1.859.073.992
Triwulan 4	122.046.021	288.359.901	1.436.704.072	1.847.109.994

Sumber: PT. Primissima

2) Biaya Non Produksi

Besarnya biaya non produksi untuk masing-masing triwulan dalam tahun 1997-1999 adalah:

**Tabel V.12**  
**Biaya Non Produksi**  
**1997-1999**

TAHUN	Biaya Adm. & Umum	Biaya Penjualan	Total
Tahun 1997			
Triwulan 1	436.874.937	197.350.872	634.225.809
Triwulan 2	397.479.102	234.049.821	631.528.923
Triwulan 3	415.101.145	284.155.184	699.256.329
Triwulan 4	428.421.238	370.092.561	798.513.799
Tahun 1998			
Triwulan 1	332.397.751	337.146.770	669.544.521
Triwulan 2	348.484.697	632.008.217	980.492.914
Triwulan 3	387.329.176	681.909.852	1.069.239.028
Triwulan 4	384.684.341	887.147.101	1.271.831.442
Tahun 1999			
Triwulan 1	459.927.708	623.650.480	1.083.578.188
Triwulan 2	561.823.596	674.574.654	1.236.398.250
Triwulan 3	491.323.126	1.196.662.275	1.687.985.401
Triwulan 4	558.634.744	578.016.637	1.136.651.381

Sumber: PT. Primissima

## b. Menghitung harga pokok produk per unit

Setelah menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum serta biaya penjualan, maka langkah selanjutnya adalah menghitung harga pokok produk dengan cara menjumlahkan setiap unsur biaya. Perhitungan harga pokok produk per unit sebagai berikut:

**Tabel V.13**  
**Harga Pokok Produk Per Unit (Per kg)**  
**Tahun 1997**

Keterangan	1997			
	1	2	3	4
BBB	46.815.928	12.413.363	28.950.858	242.060.868
BTK	131.155.237	189.965.955	193.361.408	194.260.464
BOP	674.890.644	791.887.441	933.881.084	901.648.560
T.Bi. Produk	852.861.809	994.266.759	1.156.193.350	1.137.969.892
Produk (kg)	635.350	725.425	615.225	567.803
HP Produk per kg	1.342	1.370	1.879	2.004

Sumber: PT. Primissima

**Tabel V.14**  
**Harga Pokok Produk Per Unit (Per kg)**  
**Tahun 1998**

Keterangan	1998 (Triwulan)			
	1	2	3	4
BBB	329.957.445	461.515.914	335.557.217	121.277.832
BTK	29.921.342	197.146.473	220.463.988	221.552.955
BOP	529.701.639	927.708.870	1.262.406.770	1.332.012.626
T.Bi. Produk	988.950.426	1.586.371.257	1.658.209.707	1.674.843.413
Produk (kg)	625.850	720.315	825.435	850.550
HP Produk per kg	1.580	2.202	2.008	1.969

Sumber: PT. Primissima

**Tabel V.15**  
**Harga Pokok Produk Per Unit (Per kg)**  
**Tahun 1999**

Keterangan	1999 (Triwulan)			
	1	2	3	4
BBB	238.099.789	250.394.859	228.051.139	122.046.021
BTK	124.770.553	261.879.700	263.072.609	288.359.901
BOP	895.770.379	1.115.246.222	1.367.950.244	1.436.704.072
T.Bi. Produk	1.258.640.720	1.627.520.781	1.859.073.992	1.847.109.994
Produk (kg)	735.150	645.205	835.325	895.696
HP Produk per kg	1.712	2.522	2.225	2.062

Sumber: PT. Primissima

c. Menghitung Prosentase *Mark-up*

Untuk mengetahui besarnya prosentase *mark-up* yang dihitung berdasarkan kajian teori adalah sebagai berikut:

$$\% \text{ mark up} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva ditanamkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Volume penjual (unit) x biaya produksi (unit)}}$$

1) Tahun 1997

$$\begin{aligned} \text{Triwulan I} &= \frac{(0,14 \times 1.497.601.157) + 634.225.809}{635.350 \times 1.342} \\ &= \frac{843.889.971}{852.639.700} \\ &= 0,98\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Triwulan II} &= \frac{(0,14 \times 1.497.601.157) + 631.528.923}{725.425 \times 1.370} \\ &= \frac{841.193.085}{993.832.250} \\ &= 0,84\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Triwulan III} &= \frac{(0,14 \times 1.497.601.157) + 699.256.329}{615.225 \times 1.879} \\ &= \frac{908.920.491}{1.156.007.775} \\ &= 0,78\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Triwulan IV} &= \frac{(0,14 \times 1.497.601.157) + 798.513.799}{567.803 \times 2.004} \\ &= \frac{1.008.177.961}{1.137.877.212} \\ &= 0,88\% \end{aligned}$$

2) Tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{Triwulan I} &= \frac{(0,14 \times 1.553.226.342) + 669.544.521}{625.850 \times 1.580} \\ &= \frac{886.996.209}{988.843.000} \\ &= 0,89\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Triwulan II} &= \frac{(0,14 \times 1.553.226.342) + 980.492.914}{720.315 \times 2.202} \\ &= \frac{1.197.944.603}{1.586.133.630} \\ &= 0,75\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Triwulan III} &= \frac{(0,14 \times 1.553.226.342) + 1.069.239.028}{825.435 \times 2.008} \end{aligned}$$

$$= \frac{1.286.690.716}{1.657.473.480}$$

$$= 0,77\%$$

$$\text{Triwulan IV} = \frac{(0,14 \times 1.553.226.342) + 1.271.831.442}{850.550 \times 1.969}$$

$$= \frac{1.489.283.130}{1.674.732.950}$$

$$= 0,89\%$$

3) Tahun 1999

$$\text{Triwulan I} = \frac{(0,14 \times 1.797.121.388) + 1.083.578.188}{735.150 \times 1.712}$$

$$= \frac{1.335.175.182}{1.258.576.800}$$

$$= 1,06\%$$

$$\text{Triwulan II} = \frac{(0,14 \times 1.797.121.388) + 1.236.398.250}{645.205 \times 2.522}$$

$$= \frac{1.487.995.244}{1.627.207.010}$$

$$= 0,91\%$$

$$\text{Triwulan III} = \frac{(0,14 \times 1.797.121.388) + 1.687.985.401}{835.325 \times 2.225}$$

$$= \frac{1.939.582.395}{1.858.598.125}$$

$$= 1,04\%$$

$$\begin{aligned}
 \text{Triwulan IV} &= \frac{(0,14 \times 1.797.121.388) + 1.136.651.381}{895.696 \times 2.062} \\
 &= \frac{1.388.248.375}{1.846.925.152} \\
 &= 0,75\%
 \end{aligned}$$

d. Menghitung harga

Setelah mengetahui besarnya *mark-up*, maka harga jualnya dapat dihitung sebagai berikut:

**Tabel V.16**  
**Harga Jual Produk**  
**Tahun 1997-1999**

Keterangan	Biaya Produksi per Kg (Rp)	Mark-Up (%)	Harga Jual per Kg (Rp)
	(1)	(2)	(3)
Tahun 1997			
Triwulan 1	1.342	0,98	2.657
Triwulan 2	1.370	0,84	2.520
Triwulan 3	1.879	0,78	3.345
Triwulan 4	2.004	0,88	3.767
Tahun 1998			
Triwulan 1	1.580	0,89	2.986
Triwulan 2	2.202	0,75	3.854
Triwulan 3	2.008	0,77	3.554
Triwulan 4	1.969	0,89	3.721
Tahun 1999			
Triwulan 1	1.712	1,06	3.527
Triwulan 2	2.522	0,91	4.817
Triwulan 3	2.225	1,04	4.539
Triwulan 4	2.062	0,75	3.609

Catatan : [ (1) x (2) ] + (1) = (3)

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

**Tabel V.17**  
**Selisih Penentuan Harga Jual per Kg**  
**Tahun 1997-1999**

Keterangan	Menurut Perusahaan ( $x_1$ )	Menurut Teori ( $x_2$ )	Selisih ( $d = x_1 - x_2$ )	% ( $d : x_1$ )
Tahun 1997				
Triwulan 1	2.165	2.657	(492)	23
Triwulan 2	2.238	2.520	(282)	13
Triwulan 3	2.290	3.340	(1.050)	46
Triwulan 4	2.308	3.767	(1.459)	63
Tahun 1998				
Triwulan 1	2.966	2.986	(20)	74
Triwulan 2	4.274	3.854	420	9
Triwulan 3	2.665	3.554	(889)	33
Triwulan 4	2.409	3.721	(1.312)	54
Tahun 1999				
Triwulan 1	2.102	3.527	(1.425)	67
Triwulan 2	3.671	4.817	(1.146)	31
Triwulan 3	3.195	4.539	(1.344)	42
Triwulan 4	2.699	3.609	(932)	35
	32.960	42.891	(9.931)	

Berdasarkan hasil perbandingan tersebut terdapat perbedaan harga jual produk berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan. Harga jual produk berdasarkan metode *cost plus pricing* lebih besar dibandingkan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan.

Sebelum masuk pada uji  $-t$  atau  $t$ -test maka diperlukan perhitungan sebagai berikut:



**Tabel V.18**  
**Perhitungan Standar Deviasi**

Keterangan	X1	X2	d = X1 - X2	(d - $\bar{d}$ )	(d - $\bar{d}$ ) <sup>2</sup>
Tahun 1997					
Triwulan 1	2.165	2.657	(492)	336	112.896
Triwulan 2	2.238	2.520	(282)	546	298.116
Triwulan 3	2.290	3.340	(1.050)	(222)	49.284
Triwulan 4	2.308	3.767	(1.459)	(631)	398.161
Tahun 1998					
Triwulan 1	2.966	2.986	(20)	808	652.864
Triwulan 2	4.274	3.854	420	1.248	1.557.504
Triwulan 3	2.665	3.554	(889)	(61)	3.721
Triwulan 4	2.409	3.721	(1.312)	(484)	234.256
Tahun 1999					
Triwulan 1	2.102	3.527	(1.425)	(597)	356.409
Triwulan 2	3.671	4.817	(1.146)	(318)	101.124
Triwulan 3	3.195	4.539	(1.344)	(516)	266.256
Triwulan 4	2.699	3.609	(932)	(104)	10.816
Total	32.960	42.891	(9.931)		4.041.407

Dimana:

X1 = rata-rata harga jual produk per kg menurut perusahaan.

X2 = rata-rata harga jual produk per kg menurut kajian teori.

d = selisih antara harga jual produk per kg menurut perusahaan dengan  
kajian teori

n = jumlah triwulan dalam proses produksi

Untuk menghitung rata-rata selisih dengan menggunakan rumus  
sebagai berikut:

$$\bar{d} = \frac{\sum d}{n}$$

$$= \frac{-9.931}{12}$$

$$= -828$$

Jumlah kuadrat dari selisih antara harga jual produk menurut perusahaan dengan kajian teori adalah sebesar Rp 4.041.407. Hasil perhitungan pada tabel V.12 selanjutnya digunakan untuk menghitung Standar Deviasi (SD) sebagai berikut:

$$SD = \frac{\sqrt{\sum (d - \bar{d})^2}}{n - 1}$$

$$= \frac{\sqrt{4.041.407}}{12 - 1}$$

$$= \frac{\sqrt{4.041.407}}{11}$$

$$= \sqrt{367.400}$$

$$= 606$$

Setelah perhitungan di atas dilakukan, maka selanjutnya dapat dilakukan perhitungan uji-t untuk membandingkan adanya perbedaan antara selisih harga jual produk yang dihitung oleh perusahaan dengan yang dihitung menurut kajian teori, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Penentuan Hipotesa

Hipotesa nol ( $H_0$ ) dan hipotesa alternatif ( $H_1$ ) yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 \rightarrow$  tidak ada perbedaan yang signifikan antara harga jual produk yang dihitung oleh perusahaan dengan harga jual produk yang dihitung berdasarkan kajian teori.

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \rightarrow$  ada perbedaan yang signifikan antara harga jual produk yang dihitung oleh perusahaan dengan harga jual produk yang dihitung berdasarkan kajian teori.

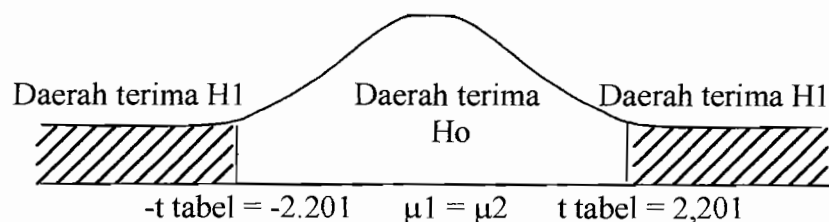
Dimana:

$\mu_1$  = rata-rata harga jual produk per unit yang dihitung oleh perusahaan.

$\mu_2$  = rata-rata harga jual produk per unit yang dihitung berdasarkan kajian teori.

b. Penentuan tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah  $\alpha = 5\%$ , dengan menggunakan dua arah dan sampel kecil.



$$\begin{aligned}
 t_{\text{tabel}} &= \pm t (\alpha/2, n - 1) \\
 &= \pm t \left(1 - \frac{5\%}{2}, 12 - 1\right) \\
 &= \pm t (1 - 0,025, 12 - 1) \\
 &= \pm t 0,0975 ; 11 = \pm 2,201
 \end{aligned}$$

Daerah terima Ho adalah  $- 2,201 < t_h < 2,201$

Daerah terima Hi adalah  $t_h > 2,201$  dan  $t_h < - 2,201$

c. Penentuan nilai statistik pengujian

Nilai statistik pengujian dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 T_{\text{hitung}} &= \frac{\bar{d}}{SD/\sqrt{n}} \\
 &= \frac{- 828}{606 / \sqrt{12}} \\
 &= - 4,731
 \end{aligned}$$

d. Penentuan daerah kritik

Dari hasil perhitungan di atas maka Ho ditolak karena  $t_h = -4,731$  terletak pada daerah penerimaan Hi, karena  $t_{\text{hit}} < t_{\text{tabel}}$  atau  $-4,731 < 2,201$ .

e. Kesimpulan

Karena nilai t hitung =  $-4,731$  berada di daerah penolakan Ho yaitu  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ,  $-4,731 > 2,201$  atau  $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ ,  $-4,731 < -2,201$  yang berarti bahwa ada perbedaan yang signifikan antara harga jual produksi yang dihitung oleh PT. Primissima dengan kajian teori.

### C. Pembahasan

Berdasarkan deskripsi data dan analisis data maka dapat dikatakan, bahwa terjadi perbedaan antara besarnya harga jual yang ditentukan oleh perusahaan dengan harga jual yang dihitung menurut kajian teori. Perbedaan besarnya harga jual yang terjadi disebabkan oleh adanya perbedaan dalam kebijakan penentuan besarnya laba yang diharapkan dari penjualan produk tersebut. Menurut kajian teori harga jual dihitung dengan menambahkan *mark-up* pada harga pokok produksinya. *Mark-up* yang ditambahkan tersebut dimaksudkan untuk menutup biaya non produksi dan untuk menghasilkan laba. Sedangkan menurut perusahaan harga jual dihitung dengan menambahkan laba pada harga pokok produk tanpa melalui cara seperti dalam metode *cost plus pricing*.

Besarnya harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan untuk produk benang tenang dengan merk Ne 60's cm lebih kecil daripada harga jual yang dihitung menurut kajian teori yaitu besarnya selisih pada tahun 1997 sebesar 492 untuk triwulan ke-1, 282 triwulan 2, 1.050 triwulan 3 dan sebesar 1.459 untuk triwulan ke-4. Sedang tahun 1998, 20 triwulan 1, 420 triwulan 2, 889 triwulan 3 dan 1.312 triwulan ke-4. Dan untuk tahun 1999 pada triwulan 1 sebesar 1.425, triwulan 2: 1.146, triwulan 3: 1.344 dan 932 untuk triwulan ke-4. Penetapan harga jual yang lebih rendah ini, dimaksudkan untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas atau tingkat penjualan tertentu. Produk tersebut dimaksudkan sebagai produk pancingan sehingga dijual dengan harga yang lebih rendah agar produk yang lain

juga terkesan lebih murah sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Orientasi perusahaan dalam menetapkan harga tersebut cenderung berorientasi pada penjualan yaitu suatu orientasi yang menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk mencapai tingkat penjualan atau pangsa pasar tertentu tanpa menghubungkannya dengan keuntungan atau laba.

Kebijakan penetapan harga seperti apa yang seharusnya digunakan tergantung pada sasaran penetapan harga yang akan dituju oleh suatu perusahaan apakah dalam menetapkan harga jual, perusahaan hanya berorientasi pada penjualan atautkah berorientasi untuk mencapai laba.

Uji  $-t$  digunakan untuk melihat perbedaan yang signifikan antara harga jual produk yang dihitung perusahaan dengan harga jual produk yang dihitung berdasarkan kajian teori. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $-2,201$ . Nilai  $-2,201$  terletak dalam daerah penerimaan  $H_1$ , yaitu  $t_h > 2,201$  dan  $t_h < -2,201$ . Hal ini berarti ada perbedaan yang signifikan antara harga jual yang dihitung oleh perusahaan dengan harga jual yang dihitung berdasarkan kajian teori.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

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

Pada dasarnya prosedur penentuan harga jual menurut perusahaan dan kajian teori adalah sama yaitu dengan menghitung biaya produksi per kg ditambah dengan laba atau *mark-up* tertentu pada harga pokok produknya. Perbedaannya terletak pada kebijakan perhitungan laba yang diharapkan. Perusahaan tidak menetapkan *mark-up* tetapi menetapkan laba yang diharapkan berdasarkan kebijakan perusahaan. Selain itu dalam menetapkan harga jual perusahaan juga memperhatikan harga pesaing, sedangkan dalam metode *cost plus pricing* harga yang ada di pasaran tidak mempengaruhi besarnya harga jual yang ditetapkan. Menurut kajian teori besarnya *mark-up* yang diharapkan dihitung dengan menggunakan pendekatan ROI, yaitu sebesar 14%. Besarnya *mark-up* ini diharapkan dapat menutup semua biaya non produksi dan dapat menghasilkan laba.

Terjadi perbedaan antara harga jual yang ditentukan oleh perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori. Sehingga timbul selisih antara perhitungan harga jual menurut perusahaan dengan kajian teori. Besarnya selisih

tahun 1997 untuk triwulan 1, 2, 3, 4 secara berturut-turut adalah 492, 282, 1.050, 1.459, dan untuk tahun 1998 sebesar 20, 420, 889, 1.312 serta untuk tahun 1999 sebesar 1.425, 1.146, 1.344 dan 932.

Dari hasil analisis statistik terjadi perbedaan yang signifikan antara harga jual produk yang dihitung menurut PT. Primissima dengan kajian teori yaitu  $t_{hit} < t_{tabel}$  atau  $-4,731 < -2,201$ .

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penyusunan skripsi ini hasil yang diperoleh peneliti belum bisa dikatakan maksimal. Hal ini disebabkan karena dalam penyusunan skripsi ini penulis menemui berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang ada adalah:

1. Penulis tidak dapat melacak kebenaran dari data yang diberikan oleh pihak perusahaan meskipun data yang digunakan dalam menganalisis masalah berasal dari perusahaan PT. Primissima.
2. Penulis tidak bisa mengetahui besarnya tingkat penyelesaian produk dalam proses, sedangkan dalam metode harga pokok proses untuk menghitung biaya per kg perlu dihitung produk ekuivalennya, maka total produk yang dihasilkan oleh PT. Primissima diasumsikan dalam produk ekuivalen.
3. Penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan ini merupakan harga jual yang berlaku untuk tahun 1997 sampai dengan 1999. Sehingga kesimpulan yang ada hanya berlaku pada tahun tersebut.



### C. Saran

Sebaiknya perusahaan lebih teliti lagi dalam menentukan besarnya harga jual. Hal ini untuk menghindari adanya kerugian yang dapat dialami akibat kesalahan dalam perhitungan harga jual. Untuk itu penulis memberi alternatif supaya perusahaan mempertimbangkan penggunaan metode *cost plus pricing* dalam menentukan harga jual produknya. Sebab dengan menggunakan metode *cost plus pricing* ini lebih dapat menjamin bahwa semua biaya yang telah dikeluarkan dalam proses produksi dapat ditutup. Selain itu perusahaan juga dapat memperoleh besarnya laba yang diharapkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Charles dan Foster. (1992). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: BP STIE YKPN.
- Hutauruk, Gunawan. (1985). *Akuntansi Biaya Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Muhadi. (1993). *Diktat Akuntansi Biaya Lanjutan*.
- Mulyadi. (1992). *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Yogyakarta: Edisi kesatu STIE.
- (1993). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Edisi 5 BP STIE YKPN.
- Mulyadi. (1993). *Akuntansi Manajemen: Konsep Manfaat dan Rekayasa*. Edisi ke-2. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Soetrisno. (1995). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Supriyono, RA. (1991). *Akuntansi Manajemen I: Proses Pengendalian Manajemen*. BPFE dan STIE.
- . (1992). *Akuntansi Biaya, Pengumpulan dan Penentuan Harga Pokok*, Yogyakarta: BPFE.
- . (1999). *Akuntansi Biaya, Pengumpulan dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta: Edisi Kedua BPFE.
- Swasta, DH. Basu dan Irawan. (1985). (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Edisi Kedua Liberty.

**LAMPIRAN**

## LAMPIRAN I

$$\text{Harga Pokok Produk per kg} = \frac{\text{Biaya Produksi untuk waktu tertentu}}{\text{Unit Produk yang dihasilkan dalam periode yang sama}}$$

Rumus ROI

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba yang diharapkan}}{\text{Total Aktiva}}$$

Tahun 1997

$$\text{ROI} = \frac{\text{Rp. 5.990.404.628}}{\text{Rp. 42.788.604.484}} \times 100\%$$

Tahun 1998

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{\text{Rp. 6.212.905.368}}{\text{Rp. 43.885.432.754}} \times 100\% \\ &= \text{Rp. 0,14 atau } 14\% \end{aligned}$$

Tahun 1999

$$\begin{aligned} \text{ROI} &= \frac{\text{Rp.7.188.485.552}}{\text{Rp. 48.887.624.508}} \times 100\% \\ &= \text{Rp. 0,14 atau } 14\% \end{aligned}$$

## T-Test

### Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harga menurut perusahaan	2748.5000	12	672.3646	194.0949
	Harga menurut kajian teori	3574.2500	12	672.1519	194.0335

### Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Harga menurut perusahaan & Harga menurut kajian teori	12	.594	.042

### Paired Samples Test

		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	Harga menurut perusahaan - Harga menurut kajian teori	-825.7500	605.8243	174.8864	-1210.6724	-440.8276	-4.722	11	.001

TABEL T

	10%	5%	2,5%	1%
1	3.08	6.31	12.71	31.82
2	1.89	2.92	4.30	6.96
3	1.64	2.35	3.18	4.54
4	1.53	2.13	2.78	3.75
5	1.48	2.02	2.57	3.36
6	1.44	1.94	2.45	3.14
7	1.41	1.89	2.36	3.00
8	1.40	1.86	2.31	2.90
9	1.38	1.83	2.26	2.82
10	1.37	1.81	2.23	2.76
11	1.36	1.80	2.20	2.72
12	1.36	1.78	2.18	2.68
13	1.35	1.77	2.16	2.65
14	1.35	1.76	2.14	2.62
15	1.34	1.75	2.13	2.60
16	1.34	1.75	2.12	2.58
17	1.33	1.74	2.11	2.57
18	1.33	1.73	2.10	2.55
19	1.33	1.73	2.09	2.54
20	1.33	1.72	2.09	2.53
21	1.32	1.72	2.08	2.52
22	1.32	1.72	2.07	2.51
23	1.32	1.71	2.07	2.50
24	1.32	1.71	2.06	2.49
25	1.32	1.71	2.06	2.49
26	1.31	1.71	2.06	2.48
27	1.31	1.70	2.05	2.47
28	1.31	1.70	2.05	2.47
29	1.31	1.70	2.05	2.46
30	1.31	1.70	2.04	2.46
31	1.31	1.70	2.04	2.45
32	1.31	1.69	2.04	2.45
33	1.31	1.69	2.03	2.44
34	1.31	1.69	2.03	2.44
35	1.31	1.69	2.03	2.44
36	1.31	1.69	2.03	2.43
37	1.30	1.69	2.03	2.43
38	1.30	1.69	2.02	2.43
39	1.30	1.68	2.02	2.43
40	1.30	1.68	2.02	2.42
41	1.30	1.68	2.02	2.42
42	1.30	1.68	2.02	2.42
43	1.30	1.68	2.02	2.42
44	1.30	1.68	2.02	2.41
45	1.30	1.68	2.01	2.41
46	1.30	1.68	2.01	2.41
47	1.30	1.68	2.01	2.41
48	1.30	1.68	2.01	2.41
49	1.30	1.68	2.01	2.40
50	1.30	1.68	2.01	2.40

	10%	5%	2,5%	1%
51	1.30	1.68	2.01	2.40
52	1.30	1.67	2.01	2.40
53	1.30	1.67	2.01	2.40
54	1.30	1.67	2.00	2.40
55	1.30	1.67	2.00	2.40
56	1.30	1.67	2.00	2.39
57	1.30	1.67	2.00	2.39
58	1.30	1.67	2.00	2.39
59	1.30	1.67	2.00	2.39
60	1.30	1.67	2.00	2.39
61	1.30	1.67	2.00	2.39
62	1.30	1.67	2.00	2.39
63	1.30	1.67	2.00	2.39
64	1.29	1.67	2.00	2.39
65	1.29	1.67	2.00	2.39
66	1.29	1.67	2.00	2.38
67	1.29	1.67	2.00	2.38
68	1.29	1.67	2.00	2.38
69	1.29	1.67	1.99	2.38
70	1.29	1.67	1.99	2.38
71	1.29	1.67	1.99	2.38
72	1.29	1.67	1.99	2.38
73	1.29	1.67	1.99	2.38
74	1.29	1.67	1.99	2.38
75	1.29	1.67	1.99	2.38
76	1.29	1.67	1.99	2.38
77	1.29	1.66	1.99	2.38
78	1.29	1.66	1.99	2.38
79	1.29	1.66	1.99	2.37
80	1.29	1.66	1.99	2.37
81	1.29	1.66	1.99	2.37
82	1.29	1.66	1.99	2.37
83	1.29	1.66	1.99	2.37
84	1.29	1.66	1.99	2.37
85	1.29	1.66	1.99	2.37
86	1.29	1.66	1.99	2.37
87	1.29	1.66	1.99	2.37
88	1.29	1.66	1.99	2.37
89	1.29	1.66	1.99	2.37
90	1.29	1.66	1.99	2.37
91	1.29	1.66	1.99	2.37
92	1.29	1.66	1.99	2.37
93	1.29	1.66	1.99	2.37
94	1.29	1.66	1.99	2.37
95	1.29	1.66	1.99	2.37
96	1.29	1.66	1.98	2.37
97	1.29	1.66	1.98	2.37
98	1.29	1.66	1.98	2.37
99	1.29	1.66	1.98	2.36
100	1.29	1.66	1.98	2.36

No.	X1	X2	d	$(d - \bar{d})$	$(d - \bar{d})^2$
1	2165.00	2657.00	-492.00	333.75	111389.06
2	2238.00	2520.00	-282.00	543.75	295664.06
3	2290.00	3340.00	-1050.00	-224.25	50288.06
4	2308.00	3767.00	-1459.00	-633.25	401005.56
5	2966.00	2986.00	-20.00	805.75	649233.06
6	4274.00	3854.00	420.00	1245.75	1551893.06
7	2665.00	3554.00	-889.00	-63.25	4000.56
8	2409.00	3721.00	-1312.00	-486.25	236439.06
9	2102.00	3527.00	-1425.00	-599.25	359100.56
10	3671.00	4817.00	-1146.00	-320.25	102560.06
11	3195.00	4539.00	-1344.00	-518.25	268583.06
12	2699.00	3609.00	-910.00	-84.25	7098.06
Total	32982.00	42891.00	-9909.00		4037254.25
Rata-rata	2748.50	3574.25	-825.75		

SD	605.824
t	-4.722

## **DAFTAR PERTANYAAN**

### **I. Sejarah Perusahaan**

1. Perusahaan didirikan tahun berapa, dimana dan oleh siapa?
2. Dengan akte notaris nomer berapa?
3. Sebab apa memilih nama perusahaan?
4. Apa alasan perusahaan ini didirikan?
5. Siapa pemimpin perusahaan yang pertama dan siapa sekarang?
6. Sudah berapa kali terjadi pergantian jabatan?
7. Berapa luas tanah yang ditempati perusahaan?
8. Tahun berapa dimulainya pembuatan pabrik?
9. Kapan perusahaan mulai berproduksi?

### **II. Struktur Organisasi**

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan?
2. Pimpinan membawahi siapa dan berapa jumlahnya?
3. Apa saja tugas masing-masing bagian?

### **III. Bagian Personalia**

1. Apa syarat untuk menjadi karyawan?
2. Berapa jumlah tenaga kerja yang bekerja pada perusahaan?
3. Apakah ada usaha untuk memajukan karyawan?
4. Bagaimana jam kerja karyawan?
5. Bagaimana pemberian gaji/upah karyawan?



#### **IV. Bagian Pemasaran**

1. Dimana daerah pemesanannya?
2. Apakah ada saluran distribusinya?
3. Siapakah konsumennya?
4. Bagaimana kebijakan harga jualnya?
5. Bagaimana sistem penjualannya?

#### **V. Bagian Produksi**

1. Produk apa yang dihasilkan oleh Perusahaan?
2. Apa bahan baku yang dipakai?
3. Darimana bahan baku diperoleh?
4. Bahan pembantu apa yang dipakai?
5. Metode apa yang dipakai untuk menghitung pemakaian bahan?
6. Upah apa saja yang termasuk biaya tenaga kerja langsung?
7. Bagaimana penentuan biaya tenaga kerja langsung untuk tiap-tiap jenis produk?
8. Biaya apa saja yang termasuk Biaya Overhead Pabrik?
9. Metode apa yang dipakai untuk menentukan tarif BOP?
10. Bagaimana penentuan BOP untuk tiap jenis produk?
11. Apa saja peralatan/mesin yang dipakai?

**Data Yang Dianalisis:**

**I. Bagian Akutansi**

1. Apa saja macam-macam biaya produksi.
2. Apa saja macam-macam biaya administrasi dan umum.
3. Apa saja macam-macam biaya pemasaran.
4. Berapa biaya produksi untuk masing-masing jenis produksi.
5. Berapa biaya administrasi dan umum.
6. Berapa biaya pemasaran.

**II. Bagian Produksi**

1. Berapa jumlah dan prosentasi hasil kerja dalam pembuatan.
2. Berapa volume produksi perusahaan untuk bulan .....

