

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN

Studi Kasus Pada CV. Kalingga Jati Furniture, Jepara

SKRIPSI

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



Oleh :

SUSANA DEWI NUGROHO

NIM : 982114046

NIRM : 980051121303120045

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



2004

PENGESAHAN
SKRIPSI
EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN
Studi Kasus pada CV. Kalingga Jati Furniture, Jepara

Oleh:

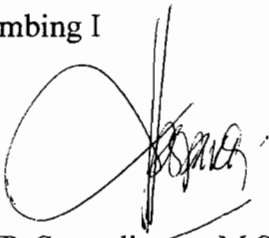
Nama : Susana Dewi Nugroho

Nim : 982114046

NIRM : 980051121303120045

Telah disetujui Oleh:

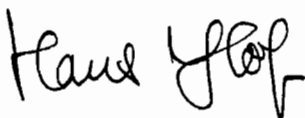
Pembimbing I



Drs. YP. Supardiyono, M.Si.,Akt.

Tanggal: 10 Desember 2003

Pembimbing II



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

Tanggal: 5 April 2004

SKRIPSI

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN

Studi Kasus Pada CV. Kalingga Jati Furniture, Jepara

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

Susana Dewi Nugroho

NIM : 982114046

NIRM : 980051121303120045

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 27 Mei 2004

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Narna Lengkap	Tanda tangan
Ketua	Firma Sulisuyowati, S.E., M.Si.	
Sekretaris	Lisia Apriani, S.E., M.Si., Akt.	
Anggota	Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt.	
Anggota	Ir. Drs. Hansiadi Yuli Hartanto, M.Si., Akt.	
Anggota	Lisia Apriani, S.E., M.Si., Akt.	

Yogyakarta, 30 Mei 2004

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma



Drs. Hg. Suseno TW., M.S.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”

(Filipi 4:13)

”Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya”

(Pengkhotbah 3:11)

Kupersembahkan kepada :


- ♥Tuhan Yesus Kristus sebagai Juru Selamatku
- ♥Bapak & Ibu tercinta yang telah banyak memberiku kasih sayang
dan kesempatan untuk belajar
- ♥Kakakku tercinta yang selalu mendukungku
- ♥Seseorang yang telah banyak memberiku kasih sayang
dan memberi semangat dalam hidupku

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa 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, Mei 2004

Penulis,



Susana Dewi nugroho

ABSTRAK
EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PESANAN
STUDI KASUS PADA CV. KALINGGA JATI FURNITURE, JEPARA

Susana Dewi Nugroho
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Apakah penentuan harga jual CV. Kalingga Jati Furniture sudah tepat 2) Apakah ada hubungan antara harga jual dengan jumlah pesanan yang diterima. Penelitian yang dilakukan berupa studi kasus yang mengambil tempat di CV. Kalingga Jati Furniture, yang beralamat di Jl. Raya Senenan No.16 Selama juni sampai dengan September 2002

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab masalah: 1) teknik analisis deskriptif dimana penulis terlebih dahulu memberikan gambaran konkrit penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan, kemudian dibandingkan dengan metode penentuan harga jual *Cost Type-Contract* 2) metode *Pearson Product Moment* dan Uji t.

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga jual *Folding Chair* dan *Regtaguler Extan Table* untuk periode 1(Jan-Apr) & periode 2(Mei-Agst) menurut perhitungan perusahaan lebih kecil dari harga jual menurut kajian teori, sedangkan harga jual *Folding Chair* dan *Regtaguler Extan Table* untuk periode 3,4 & 5 menurut perhitungan perusahaan lebih besar dari harga jual menurut kajian teori.

Kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan ini adalah bahwa penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan tidak sesuai dengan kajian teori, dan hasil dari analisis data menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara penentuan harga jual produk pesanan dengan jumlah pesanan yang diterima

ABSTRACT

AN EVALUATION OF THE ORDERED PRODUCTS PRICING

A Case Study on CV. Kalingga Jati Furniture,Jepra

Susana Dewi Nugroho
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004

The purposes of this research were to find out 1) Whether the price determination in CV. Kalingga Jati Furniture was already appropriate, 2) Whether there was any relationship between the price and the amount of the order. This research was a case study in CV. Kalingga Jati Furniture at Jl. Raya Senenan No. 16 from June to September 2002.

In this research, the researcher used observation, interview and documentation techniques in order to collect the needed data. There were two data analysis techniques which were used to answer the problem formulation, those were: 1) Descriptive analysis techniques a technique where the writer shall give a real description about the price determination which was done by the company, then compared it to the pricing method at *Cost Type Contact*. 2) *Pearson product moment method and Statistic T-test*.

The result of the analysis showed that the prices of *Folding Chair and Rectangular Extan Table* for the period of 1 (January-April) and of 2 (May-August) according to the company's calculation were smaller than the calculation based on the theory. Meanwhile, the prices of *Folding Chair and Rectangular Extan Table* for the period at 3, 4, and 5% according to the company's calculation were bigger than the calculation based on the theory.

The conclusion of the discussion was that the pricing which was done by the company was not suitable with the theory, and the result of the data analysis showed that there was no significant relationship between the ordered product pricing and the amount of the received order.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas berkat, pertolongan serta bimbinganNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis skripsi yang berjudul "Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Pesanan", disusun guna melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Drs. Hg. Suseno TW.,M.S. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma
2. Bapak Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing dan memberi masukan dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Ir. Drs. Hansiadi Yuli H., M.Si., Akt selaku Dosen Pembimbing II yang meluangkan waktu dan dengan sabar memberi bimbingan dan masukan dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Dsr. H. Syaifurrohman sebagai manajer CV. Kalingga Jati Furniture yang telah mengizinkan penulis untuk mengadakan penelitian di CV. Kalingga Jati Furniture.
5. Keluargaku yang selalu memberi dukungan moril dan materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Sahabat-sahabatku : Nyoman (thanks komputernya), Yeni, Debby, Tami, Mega, teman-teman kerjaku di Yanagi Sushi & Silla Restaurant (thanks pengertian & do'anya)
7. Saudara-saudaraku di 9 che : Mbak Gabby & Ina (Trim's juga komputernya), Nita, Mbak Mamik, Mbak Via, Dewi, Anit (thanks banget abstraknya), makasih semuanya.

Semoga Tuhan akan membalas budi baik tersebut dengan penuh berkelebihan. Penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat juga sebagai bahan bacaan untuk penelitian selanjutnya.

Akhir kata penulis terbuka atas semua kritik dan saran yang nantinya akan semakin mengembangkan dan menyempurnakan karya ini.

Yogyakarta, 30 Mei 2004

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	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.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	4



BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A. Harga Jual.....	6
1. Pengertian Harga Jual.....	6
2. Tujuan Penentuan Harga Jual.....	7
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi dalam Penentuan Harga Jual.....	8
4. Penentuan Harga Jual.....	11
B. Produk Pesanan.....	14
1. Pengertian Produk Pesanan.....	14
2. Metode Harga Pokok Pesanan.....	14
C. Biaya.....	15
1. Pengertian Biaya.....	15
2. Penggolongan Biaya.....	16
3. Perilaku Biaya.....	18
D. Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Jenis Penelitian.....	20
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
C. Subyek dan Obyek Penelitian.....	20
D. Data yang Dicari.....	21
E. Teknik Pengumpulan Data.....	21
F. Teknik Analisis Data.....	22

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	26
A. Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	26
B. Lokasi Perusahaan.....	27
C. Tujuan Perusahaan.....	28
D. Struktur Organisasi Perusahaan.....	29
E. Proses dan Hasil Penelitian.....	34
1. Bahan-bahan yang akan Diproses.....	34
2. Alat-alat yang Digunakan.....	34
3. Proses Produksi.....	35
4. Hasil Produksi.....	36
F. Personalia.....	36
G. Daerah Pemasaran.....	37
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Data.....	39
1. Menghitung Biaya Produksi.....	39
2. Menghitung Harga Jual.....	41
3. Harga dan Jumlah Produk yang Dipesan.....	42
B. Analisis Data.....	43
1. Analisis Penentuan Harga Jual.....	43
2. Analisis Penentuan Harga Jual <i>Folding Chair</i>	44
3. Analisis Penentuan Harga Jual <i>Regtaguler Extan Table</i>	46

4. Analisis Hubungan Harga Jual Produk dengan Jumlah Pesanan yang Diterima.....	48
C. Pembahasan.....	50
1. Pembahasan Penentuan Harga Jual.....	50
2. Pembahasan Hubungan Harga Jual Produk dengan Jumlah Produk yang Dipesan.....	51
BAB VI PENUTUP.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Keterbatasan Penelitian.....	54
C. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1. Stuktur Organisasi Perusahaan.....	30

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 5.1. Biaya bahan baku per unit dalam rupiah tahun 2002.....	40
Tabel 5.2. Biaya tenaga kerja langsung per unit dalam rupiah tahun 2002.....	40
Tabel 5.3. Biaya overhead pabrik per unit dalam rupiah tahun 2002.....	41
Tabel 5.4. Penentuan harga jual per unit dalam rupiah menurut perusahaan (periode Sept'01-Agust'02).....	42
Tabel 5.5. Penentuan harga jual per unit dalam rupiah menurut perusahaan (periode Jan'01-Agust'01).....	43
Tabel 5.6. Harga jual (dalam rupiah) dan jumlah produk yang dipesan (per unit produk)	44
Tabel 5.7. Analisis penentuan harga jual produk <i>Folding Chair</i> menurut Perusahaan dibandingkan dengan kajian teori.....	46
Tabel 5.8. Analisis penentuan harga jual produk <i>Regtaguler Extan Table</i> Menurut perusahaan dibandingkan dengan kajian teori.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini pembangunan di Indonesia dalam semua bidang semakin meningkat, terutama dalam bidang perekonomian. Situasi ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan-perusahaan yang didirikan baik oleh sektor swasta maupun pemerintah. Kondisi tersebut telah mendorong para manajer perusahaan untuk meningkatkan kualitas, jenis, maupun model produk-produknya. Jenis dan model dari masing-masing produk sangat bervariasi dan terus berkembang. Sejalan dengan perkembangan perusahaan, manajemen seringkali diladapkan pada berbagai masalah pengambilan keputusan yang menyangkut pemilihan berbagai macam alternatif tindakan.

Pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengambilan keputusan yang bersifat rutin dan pengambilan keputusan yang bersifat khusus. Pengambilan keputusan yang bersifat rutin pada umumnya berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan operasi perusahaan yang bersifat teratur dan rutin. Contoh keputusan rutin antara lain keputusan pembelian bahan baku yang dipakai dalam proses produksi, sedangkan keputusan yang bersifat khusus pada umumnya bersifat tidak rutin dan tidak teratur waktu terjadinya. Contoh keputusan yang bersifat khusus adalah keputusan untuk menerima penjualan produk pesanan, pengurangan atau penambahan jenis produk, dan pengambilan keputusan penggantian aktiva tetap.

Banyak diantara konsumen menginginkan suatu produk yang bentuk, kualitas dan desainnya tidak terdapat di pasaran atau dengan kata lain produk-produk yang ada tidak sesuai dengan selera konsumen tertentu. Dengan memahami keinginan konsumen perusahaan membuka usaha untuk memenuhi pesanan tersebut, dan tentu dengan adanya usaha tersebut perusahaan akan dapat lebih meningkatkan penjualannya karena disamping menerima pesanan produk perusahaan juga tetap menghasilkan produk-produk reguler. Penentuan harga jual produk pesanan akan berbeda dengan harga jual produk reguler perusahaan, penentuan harga jual ini kadangkala menjadi masalah, bagaimana suatu perusahaan menentukan harga jual produk pesanannya.

Penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen penting lainnya. Bagi manajemen, penentuan harga jual produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijakan di bidang pemasaran atau di bidang keuangan, melainkan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan, karena berkaitan dengan pendapatan dan laba perusahaan (Kusdianta, 1999: 1-2)

Laba perusahaan sangat dipengaruhi oleh harga jual produk, biaya-biaya dan volume penjualan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendaki, dan harga jual mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi dan laba yang diperoleh perusahaan

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah penentuan harga jual produk pesanan pada CV. Kalingga Jati Furniture sesuai dengan metode penentuan harga jual *cost-type contract* ?
2. Apakah ada hubungan antara harga jual produk pesanan dengan jumlah pesanan yang diterima ?

C. Batasan Masalah

Menurut kajian teori untuk menentukan harga jual, terdapat empat metode yaitu: penentuan harga jual normal (*cost plus pricing*), penentuan harga jual *cost-type contract*, penentuan harga jual pesanan khusus (*special order pricing*), dan penentuan harga jual berdasar pemerintan.

Dalam penelitian ini metode yang akan digunakan untuk menentukan harga jual produk pesanan adalah metode *cost-type contract*. Sedangkan pendekatan yang akan digunakan adalah pendekatan *full costing*, yang dalam kajian teori terdapat dua pendekatan yaitu pendekatan *full costing* dan pendekatan *variabel costing*.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah penentuan harga jual produk pesanan pada CV. Kalingga Jati Furniture sesuai dengan metode penentuan harga jual *cost-type contract*.

2. Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara harga jual produk pesanan dengan jumlah pesanan yang diterima.

E. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian tentang penentuan harga jual produk pesanan dengan metode *cost-type contract*, diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta berpartisipasi dalam kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam menganalisa masalah penentuan harga jual produk pesanan dengan metode *cost-type contract*

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan mengetengahkan dasar-dasar teori yang berhubungan dengan analisis penentuan harga jual produk pesanan dengan metode *cost-type contract*.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, data yang diperlukan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menyajikan mengenai gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah berdirinya, lokasi perusahaan, struktur organisasi, produk perusahaan dan proses produksi, personalia, dan pemasaran hasil produksi.

BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tentang analisa data serta pembahasan mengenai penentuan harga jual produk pesanan yang dilakukan oleh perusahaan dibandingkan dengan kajian teori.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini disajikan kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil pembahasan dan analisa, serta saran-saran yang dianggap perlu bagi perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Harga Jual

1. Pengertian harga jual

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swasta dan Sukotjo, 1982: 183).

Penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting manajemen karena harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya dan mendapatkan laba. Penetapan harga yang tidak tepat dapat menimbulkan kesulitan dalam perusahaan dan tidak jarang dapat menyebabkan kegagalan bagi perusahaan. Harga yang tinggi menyebabkan kesulitan dalam penjualan, sedangkan harga rendah mengakibatkan perusahaan rugi, karena tidak dapat menutupi biaya operasi. Dalam penentuan harga jual dititikberatkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditetapkan dengan jumlah yang cukup untuk menutupi biaya-biaya dan menghasilkan laba.

Harga jual adalah satuan moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1989 : 332).

2. Tujuan Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Ada beberapa macam tujuan penetapan harga jual, yaitu sebagai berikut (Swasta, 1984: 148):

a. Mendapatkan Laba Maksimum

Dalam praktek, terjadinya harga memang ditentukan oleh penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada.

b. Mendapatkan Pengembalian Investasi yang Ditargetkan

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambilkan dari laba perusahaan, laba hanya bisa diperoleh bila mana harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.

c. Mencegah atau Mengurangi Persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijaksanaan harga. Hal ini dapat diketahui bilamana para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijaksanaan harga, tetapi dengan servis lain. Persaingan seperti itu disebut persaingan bukan harga (*non-price competition*).

d. Mempertahankan atau Memperbaiki *Market Share*

Memperbaiki *market share* hanya mungkin dilaksanakan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan di bidang lain seperti bidang pemasaran, keuangan, dan sebagainya. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi dalam Penentuan Harga Jual

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penentuan harga jual adalah sebagai berikut (Swasta dan Irawan, 1985 : 242):

a. Faktor Internal Perusahaan

1). Tujuan Perusahaan

Penentuan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan perusahaan. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan antara lain mendapatkan laba maksimum, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, dan mengatasi persaingan.

2). Biaya

Biaya merupakan dasar dalam menentukan harga, karena memberikan informasi batas bawah suatu harga jual produk harus ditentukan. Suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya yang telah dikeluarkan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik

biaya produksi, biaya operasi, maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan.

3). Strategi Bauran Pemasaran

Harga merupakan salah satu komponen dari bauran pemasaran, oleh karena itu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.

b. Faktor Eksternal

1). Persaingan

Harga jual dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Ada beberapa kondisi persaingan, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat mengidentifikasi atau mengetahui kondisi pasar atas produk yang dijualnya.

a). Persaingan Sempurna

Dalam kondisi persaingan ini, penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli lain.

b). Persaingan Tidak Sempurna

Untuk barang-barang yang dihasilkan oleh pabrik (barang-barang manufaktur) dengan merk tertentu kadang-kadang mengalami kesulitan dalam pemasarannya. Hal ini dapat disebabkan karena harganya lebih tinggi dari barang sejenis

dengan merk lain. Keadaan pasar seperti ini disebut persaingan tidak sempurna (*imperfect competition*), dimana barang tersebut telah dibedakan dengan memberikan merk.

c). Persaingan Oligopoli

Dalam keadaan oligopoli, beberapa penjual menguasai pasar, sehingga harga yang ditetapkan dapat lebih tinggi dari pada kalau dalam persaingan sempurna.

d). Persaingan Monopoli

Dalam kondisi persaingan ini, jumlah penjual yang ada di pasar hanya satu, sehingga penentuan harga sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti permintaan barang yang bersangkutan, harga barang-barang substitusi, peraturan harga dari pemerintah.

2). Permintaan dan Penawaran

a). Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar.

b). Penawaran adalah sejumlah barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

Harga akan ditentukan dalam pertemuan atau interaksi antara pembeli atau permintaan dan penjual atau penawaran di pasar yang disebut harga keseimbangan atau *equilibrium price*.

3). Keadaan Perekonomian

Faktor kondisi ekonomi akan mempengaruhi tingkat harga yang berlaku, misalnya: krisis ekonomi, inflasi, dan tingkat bunga.

4). Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut diwujudkan dalam bentuk, seperti penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.

4. Metode Penentuan Harga Jual

a. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal biasa juga disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu prosentase *mark up*. Atau dapat pula diartikan penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Harga jual produk dapat dirumuskan:

$$\text{Harga jual} = \text{taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

b. Penentuan Harga Jual Dalam *Cost-Type Contract*

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa dimana pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar prosentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.

- 1). Penentuan harga jual produk berdasarkan metode *cost-type contract* dengan pendekatan *full costing* adalah sebagai berikut (Mulyadi, 1997:364):

Biaya bahan baku sesungguhnya	Rp XXX
Biaya tenaga kerja langsung sesungguhnya	Rp XXX
Biaya overhead pabrik sesungguhnya	Rp XXX
Total biaya produksi sesungguhnya	<u> </u> + Rp XXX
Biaya administrasi dan umum sesungguhnya	Rp XXX
Biaya pemasaran sesungguhnya	Rp XXX
Total biaya operasi sesungguhnya	<u> </u> + Rp XXX
Biaya penuh sesungguhnya	<u> </u> + Rp XXX
Laba yang diharapkan (% x biaya penuh sesungguhnya)	Rp XXX
Harga jual <i>cost-type contract</i>	<u> </u> + Rp XXX

- 2). Penentuan harga jual produk berdasarkan metode *cost-type contract* dengan pendekatan *variable costing* adalah sebagai berikut:

Biaya variabel:

Biaya bahan baku sesungguhnya	Rp XXX	
Biaya tenaga kerja langsung sesungguhnya	Rp XXX	
Biaya overhead pabrik (variabel)	Rp XXX	+
Total biaya produksi variabel sesungguhnya		Rp XXX

Biaya tetap:

Biaya overhead pabrik (tetap) sesungguhnya	Rp XXX	
Biaya administrasi dan umum sesungguhnya	Rp XXX	
Biaya pemasaran sesungguhnya	Rp XXX	+
Total biaya produksi tetap sesungguhnya		Rp XXX
		+ Rp XXX
Biaya penuh sesungguhnya		
Laba yang diharapkan (% x biaya penuh sesungguhnya)	Rp XXX	+
Harga jual <i>cost-type contract</i>		Rp XXX

c. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan khusus biasanya mencakup jumlah yang besar, sehingga harga jual yang diperlukan dapat lebih rendah dari harga normal, bahkan seringkali harga berada dibawah biaya penuh.

d. Penentuan Harga Jual Berdasar Peraturan Pemerintah

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas, seperti listrik, air, telpon, transportasi, dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah

B. Produk Pesanan

1. Pengertian Produk Pesanan

Selain menghasilkan produk normal, perusahaan juga menerima pesanan produk. Produk pesanan merupakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan karena adanya pesanan dari pembeli atau pelanggan. Biasanya pengolahan produk akan dimulai setelah adanya pesanan dari pembeli atau pelanggan tersebut.

2. Metode Harga Pokok Pesanan

Metode harga pokok pesanan digunakan untuk menentukan harga pokok produk dimana biaya-biaya produksi dikumpulkan untuk sejumlah produk atau suatu jasa tertentu atas dasar pesanan atau kontrak yang dapat dipisahkan identitasnya selama proses produksi (Muntolib, 1980:20).

Penggunaan metode harga pokok pesanan, memerlukan syarat-syarat sebagai berikut (Mulyadi, 1983: 41):

- a. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesan dan setiap jenis produk perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual.
- b. Biaya produksi harus digolongkan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung
- c. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya overhead pabrik.

- d. Biaya produksi langsung diperhitungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya overhead pabrik diperhitungkan kedalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan.
- e. Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

C. Biaya

1. Pengertian Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan yang akan terjadi, untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyadi, 1983:68).

Sementara itu Gilarso (1993:133) mengemukakan, biaya diartikan sebagai pengorbanan yang perlu untuk suatu proses produksi dan dinyatakan dalam uang menurut harga pasar yang berlaku.

Sedangkan Harnanto (1992:24) mengemukakan, biaya adalah jumlah yang dinyatakan dari sumber-sumber ekonomi yang dikorbankan (terjadi atau tidak terjadi) untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu. Biaya sebagai harga pokok adalah biaya yang melekat pada suatu aktiva yang belum dikonsumsi atau digunakan dalam upaya merealisasikan pendapatan dalam suatu periode dan akan dikonsumsi dikemudian hari.

Dari beberapa pendapat tentang arti biaya diatas maka dapat disimpulkan bahwa biaya merupakan sumber ekonomis yang dinyatakan dalam satuan uang guna mencapai tujuan tertentu.

2. Penggolongan Biaya

Arti dari penggolongan yang dipakai dalam penggolongan biaya adalah proses pengelompokkan secara sistematis atas keseluruhan elemen yang ada kedalam golongan-golongan yang tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih punya arti atau lebih penting (Supriyono, 1999:18).

Biaya dapat digolongkan dengan berbagai macam cara:

a. Penggolongan biaya sesuai dengan pusat yang dibiayai

Penggolongan biaya sesuai dengan objek atau pusat yang dibiayai dibagi menjadi (Supriyono, 1999:31):

1). Biaya Langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu.

2). Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada objek atau pusat biaya tertentu, atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa objek atau pusat biaya tertentu.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan adalah sebagai berikut (Supriyono, 1999:19-21):

1). Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam:

a). Biaya Bahan Baku

Bahan baku adalah bahan yang diolah menjadi bagian produk selesai dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya. Biaya bahan baku merupakan harga perolehan dari biaya bahan yang dipakai didalam pengolahan produk.

b). Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.

c). Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan biaya produksi selain biaya bahan baku langsung dan biaya tenaga kerja langsung.

2). Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas.

3). Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum merupakan semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum.

4). Biaya Keuangan

Biaya keuangan merupakan semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan.

3. Perilaku Biaya

Pada umumnya pola perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan. Berdasarkan perilakunya dalam hubungan dan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan (Mulyadi, 1983:507) yaitu:

a. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang total biayanya konstan dan tidak dipengaruhi oleh volume kegiatan.

b. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

c. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel di dalamnya, jumlah totalnya berubah sesuai dengan tingkat kegiatan tetapi tingkat perubahannya tidak proposional.

D. Hipotesis

Jika perhitungan harga jual produknya tepat, maka harga jual produk tidak akan terlalu rendah atau tidak akan terlalu tinggi. Sehingga jumlah produk yang dipesan akan meningkat. Sebaliknya, jika perhitungan harga jual produknya tidak tepat maka ada 2 (dua) kemungkinan yaitu harga jual produk akan terlalu rendah atau terlalu tinggi. Jika harga jual produk terlalu rendah maka jumlah produk yang dipesan akan meningkat, jika harga jual produk terlalu tinggi maka jumlah produk yang dipesan akan menurun. Dengan berdasarkan pemikiran diatas maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

- Ada hubungan yang signifikan antara harga jual produk pesanan dengan jumlah pesanan yang diterima.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus dengan menggunakan objek tertentu yaitu, mengenai penentuan harga jual produk pesanan yang akan dilaksanakan oleh perusahaan. Data yang diperoleh dianalisis dan diambil kesimpulan. Kesimpulan yang diperoleh dari analisis tersebut hanya berlaku bagi perusahaan yang bersangkutan dan tidak berlaku umum.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di CV. Kalingga Jati Furniture.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan bulan September tahun 2002.

C. Subjek Dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian adalah orang-orang yang terkait langsung dengan proses produksi yaitu:

- a. Kepala bagian akuntansi
- b. Kepala bagian produksi

- c. Kepala bagian Penjualan
 - d. Kepala bagian administrasi dan umum
2. Objek penelitian adalah proses produksi yang dilakukan dalam pembuatan produk yang nantinya akan membentuk suatu harga jual produk.

D. Data Yang Dicari

1. Sejarah dan perkembangan perusahaan
2. Biaya produksi dan biaya non produksi
3. Penentuan harga jual produk tahun 2001-2002
4. Data tentang jumlah produk yang dipesan selama tahun 2001-2002
5. Data dan informasi lain yang relevan dengan penelitian

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk memperoleh data perusahaan khususnya gambaran umum perusahaan dan laba yang diharapkan. Selain itu teknik wawancara juga digunakan untuk melengkapi data yang belum diperoleh dari teknik dokumentasi dan observasi.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran, penentuan harga pokok produk dan penentuan harga jual.

4. Observasi

Teknik observasi digunakan untuk memperoleh keyakinan bahwa data yang diperoleh dari perusahaan baik menggunakan teknik wawancara maupun dokumentasi adalah data yang sesungguhnya.

F. Teknik Analisis Data

Langkah-langkah analisis data yang dilakukan adalah:

1. Untuk menjawab masalah yang pertama:

a. Menyajikan langkah-langkah penentuan harga jual produk yang ditetapkan oleh CV. Kalingga Jati Furniture.

b. Menyajikan langkah-langkah penentuan harga jual berdasarkan metode *Cost-Type Contract* dengan pendekatan *Full Costing*, yaitu:

1.) Mengelompokkan biaya langsung, yaitu biaya bahan baku sesungguhnya, biaya tenaga kerja sesungguhnya, dan biaya overhead pabrik sesungguhnya, kemudian biaya tidak langsung yaitu biaya administrasi dan umum sesungguhnya serta biaya pemasaran sesungguhnya.

2.) Menghitung total biaya langsung sesungguhnya dan biaya tidak langsung sesungguhnya.

3.) Menghitung total biaya penuh sesungguhnya dengan menjumlahkan total biaya langsung sesungguhnya dan biaya tidak langsung sesungguhnya.

4.) Menghitung besarnya laba yang diharapkan oleh perusahaan dengan persentase tertentu dikalikan total biaya penuh sesungguhnya, atau :

Laba yang diharapkan = % x total biaya penuh sesungguhnya

5.) Menghitung penentuan harga jual produk pesanan berdasarkan metode *cost-type contract* yaitu total biaya penuh sesungguhnya ditambah laba yang diharapkan, atau :

Harga jual *cost-type contract* = total biaya penuh sesungguhnya +
laba yang diharapkan

c. Membandingkan langkah-langkah penentuan harga jual produk yang dilakukan CV. Kalingga Jati Furniture dengan langkah-langkah penentuan harga jual produk yang dilakukan penulis. Sehingga dapat diketahui apakah penentuan harga jual yang dilakukan CV. Kalingga Jati Furniture sudah tepat.

2. Untuk menjawab masalah yang kedua:

- a. Mencari data mengenai perhitungan harga jual produk pesanan menurut perusahaan selama tahun 2001-2002.
- b. Mencari data mengenai jumlah pesanan yang diterima selama tahun 2001-2002.
- c. Mencari hubungan antara harga jual produk pesanan dengan jumlah pesanan yang diterima dengan menggunakan koefisien korelasi *product moment* dari *pearson*, dengan rumus sebagai berikut (Sutrisno Hadi, 2001:289):

$$r_{xy} = \frac{\sum XY}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}}$$

dimana, r = koefisien korelasi antara x dan y

X = harga jual produk (variabel bebas)

Y = jumlah produk yang dipesan (variabel tidak bebas)

Nilai koefisien korelasi adalah $-1 \leq r \leq +1$ artinya:

Bila $r \leq +1$ hubungan x dan y sempurna dan positif (mendekati +1 berarti hubungannya erat dan positif)

Bila $r \geq -1$ hubungan x dan y sempurna dan negatif (mendekati -1 berarti hubungannya erat dan negatif)

Bila $r = 0$ hubungan x dan y tidak ada

Pengertian dari hubungan yang kuat, signifikan dan searah atau positif adalah sebagai berikut:

- (1) Hubungan yang kuat adalah hubungan yang koefisien korelasi yang dihasilkan mendekati 1
- (2) Hubungan yang signifikan adalah hubungan yang nyata atau berarti, hubungan yang terjadi bukan dikarenakan faktor kebetulan.
- (3) Hubungan yang searah atau positif adalah hubungan yang apabila variabel bebas mengalami kenaikan maka variabel independen juga akan meningkat.

d. Menguji apakah benar-benar ada hubungan yang nyata antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan dengan menggunakan analisis t-test (test signifikansi) dengan *level of significance* (α) 0,05

yang berarti kemungkinan kesalahan hanya sebesar 5%. Rumusnya adalah sebagai berikut:

Ho: $\rho = 0$; korelasi tidak berarti (tidak ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan)

Ha: $\rho \neq 0$; korelasi berarti (ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan)

e. Kriteria penolakan dan penerimaan hipotesis

Ho ditolak apabila $t_o \leq -t_{\alpha; n-2}$

Ha diterima apabila $t_o \geq -t_{\alpha; n-2}$

Keterangan: t_{α} = dicari pada tabel

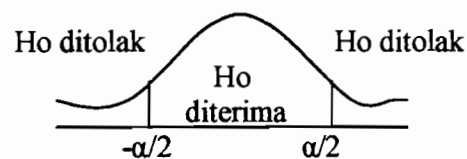
t_o = dicari dengan rumus (t-hitung), yaitu:

$$t_o = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{tabel} = t_{0,05}(n-2)$$



d. Diagram pengujian hipotesis



BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perkembangan Perusahaan

CV. Kalingga Jati Furniture merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri furniture. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1972 oleh Bapak Djumadi, yang pada waktu itu masih bernama UD. Kalingga Jati. Awal didirikannya perusahaan didasarkan pada keadaan bahwa Kabupaten Jepara terkenal dengan kerajinan ukirnya. Sehingga mendorong Bapak Djumadi untuk memanfaatkan keadaan tersebut sebagai usaha sekaligus untuk mempertahankan/melestarikan kerajinan ukir Jepara. Untuk mengembangkan usahanya, Bapak Djumadi juga mengajak pengrajin kecil untuk bergabung. Karena selain memproduksi furniture sendiri, perusahaan ini juga menerima barang setengah jadi dari pengrajin kecil. Barang setengah jadi yang diterima kemudian diolah lagi/disempurnakan supaya lebih baik dan lebih siap untuk dipasarkan.

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan perusahaan yang semakin pesat, maka pada tanggal 18 Juli 1985 UD. Kalingga Jati berubah menjadi perusahaan yang berbadan hukum yaitu menjadi CV. Kalingga Jati dengan akta notaris Dahlan Kosim, SH nomor 39/18 Juli 1985.

Dengan semakin bertambahnya permintaan dari negara luar negeri akan produk-produk Kalingga Jati dan semakin berkembangnya perusahaan, maka nama perusahaan yang pada mulanya adalah CV. Kalingga Jati, diperbaharui

dengan akta notaris Darmawan, SH dengan nomor 40/31 Mei 1997 menjadi CV. Kalingga Jati Furniture.

B. Lokasi Perusahaan

Dalam mendirikan suatu perusahaan, maka perlu diperhatikan terlebih dahulu semua yang mempunyai peran penting dalam aktivitas perusahaan. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam menentukan dimana perusahaan itu didirikan akan berbeda antara perusahaan yang satu dengan yang lain. Namun demikian secara umum semua pertimbangan-pertimbangan tersebut tidak jauh berbeda yaitu ditekankan pada pertimbangan ekonomis yaitu yang memungkinkan perusahaan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Tujuan perusahaan menentukan lokasinya dengan tepat adalah untuk dapat membantu perusahaan beroperasi dan berproduksi dengan lancar. Lokasi CV. Kalingga Jati Furniture Jepara memang strategis berada pada jalur lalu lintas utama Kabupaten Jepara yaitu terletak di Jalan Raya Senenan No. 16 Kecamatan Tahunan, Kabupaten Jepara. Adapun penentuan lokasi perusahaan ini didasarkan pada kemudahan-kemudahan sebagai berikut:

1. Bahan Baku

Bahan baku utama yang berupa kayu jati dapat diperoleh dengan mudah dari supplier yang jaraknya tidak begitu jauh dari lokasi perusahaan.

2. Tenaga Kerja

Karena dekat dengan pemukiman penduduk, perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam hal penarikan tenaga kerja.

3. Transportasi

Letak perusahaan yang dekat dengan jalan raya mempermudah mendapatkan transportasi baik untuk pengiriman produk atau dalam hal pengiriman bahan baku.

C. Tujuan Perusahaan

Seperti juga perusahaan lain pada umumnya, CV. Kalingga Jati Furniture di dalam usahanya mempunyai banyak tujuan yang hendak dicapai, antara lain sebagai berikut:

1. Tujuan Jangka Pendek

Merupakan tujuan perusahaan yang hendak dicapai dalam jangka waktu yang pendek kurang dari satu tahun dan dicapai sebagai sarana dalam mencapai tujuan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek CV. Kalingga Jati Furniture, antara lain:

- a. Menjaga kontinuitas produksi
- b. Mencapai target produksi yang telah ditetapkan
- c. Mencapai keuntungan yang maksimal
- d. Mempertahankan kualitas produk

2. Tujuan Jangka Panjang

Tujuan jangka panjang merupakan tindak lanjut dari tujuan jangka pendek yang telah direalisasikan.

Adapun tujuan jangka panjang tersebut adalah:

- a. Memperbaiki posisi perusahaan baik dalam bentuk kemampuan bersaingnya maupun dalam hal kemampuan finansialnya.
- b. Mencapai keuntungan yang maksimal
- c. Berusaha mengadakan ekspansi

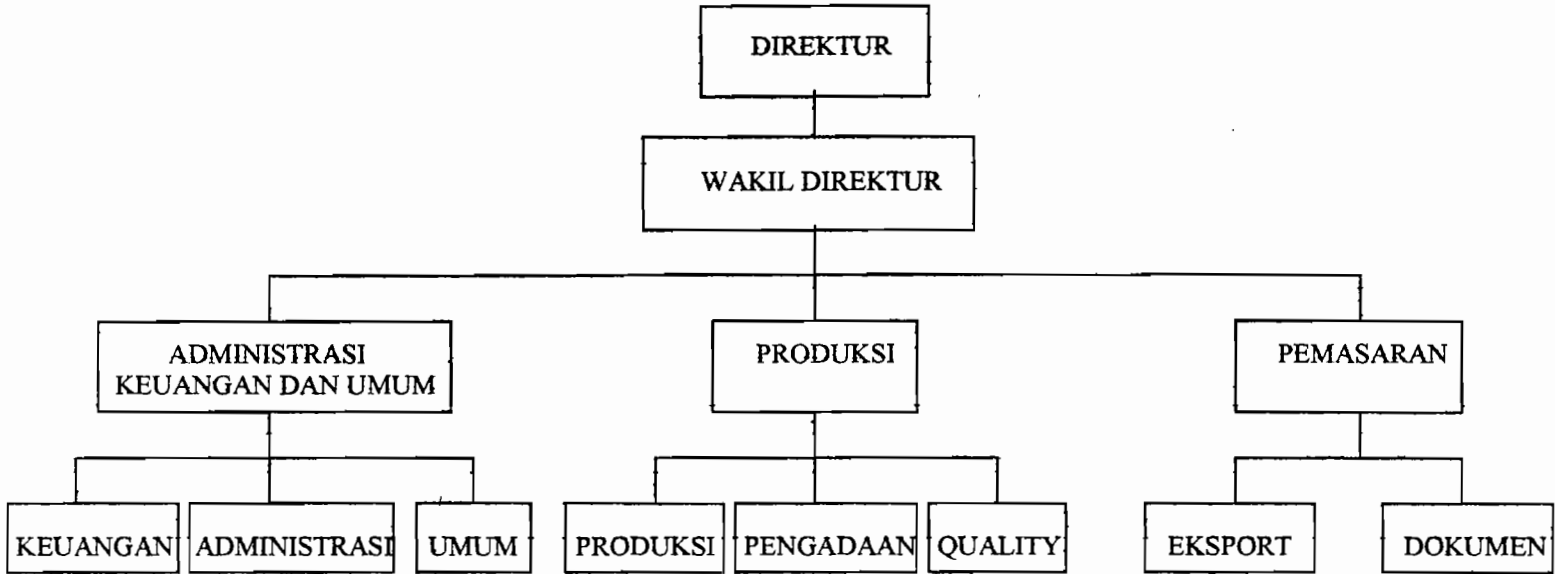
D. Struktur Organisasi Perusahaan

Dengan semakin berkembangnya perusahaan, maka sangatlah terasa arti pentingnya struktur organisasi. Struktur organisasi adalah suatu jenjang urutan dan pendelegasian wewenang dan tanggung jawab yang ada dalam sebuah organisasi.

Adapun struktur organisasi CV. Kalinga Jati Furniture adalah struktur organisasi garis lurus atau lini dimana wewenang dan tugas berjalan dari atas ke bawah dari pimpinan yang tertinggi kepada bagian-bagian yang ada dibawahnya sampai pada karyawan yang paling rendah. Sedangkan tanggung jawab berjalan secara lurus dari bawahan kepada bagian yang ada diatasnya sampai pada pimpinan yang tertinggi.

Bagan struktur organisasi pada CV. Kalinga Jati Furniture dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.1
STRUKTUR ORGANISASI
CV. KALINGGA JATI FURNITURE



SUMBER : CV. KALINGGA JATI FURNITURE

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Direktur, mempunyai tugas sebagai berikut:
 - a. Menetapkan kebijakan dan strategi perusahaan yang berkaitan dengan bidang keuangan, pemasaran, produksi, personalia dan bagian umum.
 - b. Menetapkan rencana kerja perusahaan
 - c. Mengkoordinasikan dan mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab kepada masing-masing bagian.
 - d. Memberikan keputusan terakhir terhadap suatu masalah yang tidak rutin dan bersifat khusus.
 - e. Memimpin karyawan dan perusahaan.
2. Wakil Direktur, mempunyai tugas sebagai berikut:
 - a. Membantu direktur dalam melaksanakan tugasnya.
 - b. Membantu direktur dalam mengkoordinir dan mengawasi kegiatan perusahaan.
3. Administrasi, Keuangan dan Umum
Administrasi, mempunyai tugas sebagai berikut:
 - a. Mengatur kerja serta memberikan rekomendasi atas mutasi, promosi dan training untuk karyawan di bidang administrasi.
 - b. Menyiapkan dokumen untuk pengolahan data.
 - c. Mengkoreksi dan meneliti hasil pengolahan data yang menyangkut administrasi.
 - d. Melaksanakan tata tertib administrasi.

Keuangan, mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Membantu tugas direktur dalam hal perencanaan, pengatur, pengontrol aktivitas perusahaan yang ada hubungannya dengan segi finansial.
- b. Memberikan laporan mengenai keluar masuknya keuangan yang terjadi dalam perusahaan.
- c. Bertanggung jawab atas uang dari konsumen.
- d. Mengatur penerimaan, penyimpanan, serta pengeluaran uang.
- e. Menyusun laporan keuangan berupa neraca dan laporan rugi laba.

Umum, mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Mengatur pembinaan atas personil dan hubungan tenaga kerja.
- b. Menentukan dan mengawasi kerja karyawan dengan menggunakan absensi kerja untuk mengetahui hadir tidaknya karyawan.

4. Produksi, mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Mengkoordinir dan mengatur kegiatan produksi sejak dari bahan baku sampai menjadi produk jadi yang sesuai dengan pesanan.
- b. Mengatur pelaksanaan dan pemeliharaan mesin produksi dan seluruh peralatan produksi sehingga selalu dalam keadaan baik untuk kelancaran proses produksi.

Pengadaan, mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Mengatur pembelian bahan baku agar tiba tepat pada waktunya.
- b. Mengadakan koordinasi dengan bagian gudang dan bagian produksi sebelum mengadakan pembelian bahan baku.
- c. Mengadakan pembelian aksesoris meubel.

d. Mengatur dan mengontrol persediaan bahan baku.

Quality/pengontrol, mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Mengawasi dan mengatur bahan baku yang dibeli agar sesuai dengan kualitas yang telah ditentukan perusahaan.
- b. Menjamin kualitas produk yang dihasilkan agar sesuai dengan pesanan.

5. Pemasaran, mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk-produk yang dihasilkan.
- b. Menjual hasil produksi.
- c. Berusaha agar seluruh target penjualan tercapai sesuai dengan rencana.

Eksport, mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan survey terhadap pasar luar negeri.
- b. Mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan pelaksanaan kontrak ekspor.

Dokumen, mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Mengatur tentang arsip-arsip yang berkaitan dengan pemasaran.
- b. Mengatur surat-surat yang akan dipergunakan dan surat-surat yang telah diterima.
- c. Mengatur nota-nota atau faktur-faktur yang berkaitan dengan pemasaran.

E. Proses dan Hasil produksi

1. Bahan-bahan yang akan diproses

Bahan-bahan yang akan dipergunakan dalam proses produksi adalah kayu jati. Sedangkan bahan pembantunya adalah sekrup, lem, paku, dan berbagai aksesoris dari kuningan seperti handle pintu, rel laci dan kunci.

2. Alat-alat yang dipergunakan:

a. Circle

Yaitu alat yang dipergunakan untuk memotong kayu menjadi komponen-komponen yang diinginkan.

b. Modling

Yaitu alat yang dipergunakan untuk membentuk kayu menjadi lekukan-lekukan.

c. Pasah mesin

Yaitu alat yang dipergunakan untuk menghaluskan kayu setelah proses penggergajian.

d. Gergaji blok

Yaitu alat yang dipergunakan untuk membuat kayu mentah menjadi potongan atau papan yang sesuai dengan produk yang akan dihasilkan.

e. Amplas

Yaitu alat yang dipergunakan untuk menghaluskan kayu setelah menjadi suatu produk jadi.

3. Proses produksi

Adapun proses produksi dari kayu gelondongan menjadi produk jadi adalah sebagai berikut:

a. Tahap pertama:

Memproses kayu gelondongan menjadi balok-balok atau lempengan-lempengan dengan bentuk dan ukuran yang berbeda-beda dengan menggunakan gergaji blok.

b. Tahap kedua:

Balok-balok/lempengan-lempengan kayu tersebut kemudian dibentuk sesuai dengan produk yang akan dihasilkan yaitu kursi, bangku, trolley dan meja.

c. Tahap ketiga:

Kayu-kayu yang sudah dibentuk dan diukir kemudian dirakit hingga menjadi produk kursi, meja dan bangku dengan menggunakan bantuan paku, lem, sekrup dan engsel. Pada tahap ini juga akan ada penambahan aksesoris dari kuningan yang berupa handle, rel laci, kunci dan sebagainya jika diperlukan.

d. Tahap keempat:

Pada tahap ini barang jadi diampelas dan untuk menghasilkan produk yang berkualitas bagus pengampelasan ini dilakukan berulang-ulang, kemudian untuk menutup pori-pori kayu digunakan wood filler kemudian diampelas lagi hingga rata dan yang terakhir disemprot dengan menggunakan cler mest atau dof.

4. Hasil produksi

Produk yang dihasilkan CV. Kalingga Jati Furniture adalah:

- a. Kursi: Slatted folding chair, Reclining chair dorset A, Dorset chair B, Stucking chair A, Betawi chair, Rocking chair, Marlboro chair, Colonial chair, Steamer rattan, Deck chair.
- b. Bangku: Marlboro bench, Cross bench, Jepara bench.
- c. Meja: Wine table, Steve table, Raffles table, Round table mini, Butterfly round table, Writing desk, Kitchen table, Octagonal folding table, Octagonal extending table, Round extending table.
- d. Trolley

F. Personalia

Salah satu unsur penting dalam kegiatan suatu perusahaan yang secara langsung mempengaruhi tingkat produktivitas dan tujuan perusahaan adalah karyawan. Produktivitas perusahaan tidak hanya ditentukan oleh lengkapnya mesin dan bahan baku yang cukup tersedia, tetapi juga ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia. Untuk itu perusahaan harus menciptakan kondisi kerja yang nyaman dan memotivasi semangat kerja karyawan, agar produktivitas kerja optimal. Berikut ini gambaran peronalia CV. Kalingga Jati Furniture:

1. Jumlah karyawan

Jumlah karyawan yang ada di CV. Kalingga Jati Furniture adalah sebanyak 200 orang dengan rincian sebagai berikut:

a. Karyawan bulanan

Karyawan ini bekerja menurut bidang tetap dan digaji secara bulanan.

Jumlah karyawan bulanan adalah 15 orang.

b. Karyawan harian

Karyawan ini bekerja menurut bidang tetap dan digaji secara harian.

Jumlah karyawan harian adalah 100 orang.

c. Karyawan borongan

Karyawan ini bertugas di bagian proses produksi dan digaji secara

borongan sesuai dengan produk yang dihasilkan. Jumlah karyawan

borongan adalah 85 orang.

2. Hari dan jam kerja

Hari kerja pada CV. Kalingga Jati Furniture adalah hari senin sampai dengan hari sabtu.

Dengan jam kerja sebagai berikut:

- a. Jam masuk : pukul 08.00 WIB
- b. Jam istirahat : pukul 12.00 – 13.00 WIB
- c. Jam pulang : pukul 16.00 WIB

G. Daerah Pemasaran

CV. Kalingga Jati Furniture dalam memasarkan hasil produksinya lebih banyak ke luar negeri, antara lain ke negara-negara kawasan Asia Tenggara, Amerika Serikat, Belgia, Italia, Perancis dan terutama ke Jerman dan Belanda sebagai pasar terbesar.

Untuk pengembangan perusahaan dan menjaga kelangsungan produksinya, perusahaan melakukan riset pasar untuk mengetahui produk mana yang banyak diminati oleh konsumen. Oleh karena itu perusahaan selalu menyempurnakan produknya baik mengenai corak dan bentuknya, sehingga produk semakin bervariasi dan konsumen tidak jenuh dengan produk dari CV. Kalingga Jati Furniture.

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

CV. Kalingga Jati Furniture merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi meubel dengan berbagai jenis bentuk dan ukuran. Proses produksi di CV. Kalingga Jati Furniture dilaksanakan berdasarkan pesanan. Dari berbagai macam koleksi meubel yang diproduksi, dalam skripsi ini hanya akan memfokuskan pada dua jenis produk saja. Dua jenis produk ini dipilih dengan pertimbangan bahwa dua produk tersebut adalah produk yang penjualannya paling laris dalam unitnya. Dua produk tersebut adalah *Folding Chair* dan *Regtaguler Extan Table*.

A. Deskripsi Data

1. Menghitung Biaya Produksi

Perusahaan dalam memproduksi produk-produk tersebut membutuhkan biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

a. Biaya bahan baku

Perhitungan biaya bahan baku per unit dalam rupiah yang dipakai dalam proses produksi kedua jenis produk yang diteliti dapat dilihat pada tabel 5.1.

Tabel 5.1
Biaya bahan baku per unit dalam rupiah tahun 2002

No.	Produk	Kayu Jati
1.	<i>Folding Chair</i>	75.500
2.	<i>Regtaguler Extan Table</i>	202.000

Sumber data: CV. Kalingga Jati Furniture

b. Biaya tenaga kerja langsung

Upah yang diberikan CV. Kalingga Jati Furniture pada tenaga kerja langsung didasarkan pada tingkat kesulitan pembuatan produk dan jumlah unit produk yang dihasilkan. Biaya tenaga kerja langsung per unit dalam rupiah untuk masing-masing produk dapat dilihat dalam tabel 5.2.

Tabel 5.2
Biaya tenaga kerja langsung per unit dalam rupiah tahun 2002

No.	Produk	Total biaya
1.	<i>Folding Chair</i>	15.000
2.	<i>Regtaguler Extan Table</i>	30.000

Sumber data: CV. Kalingga Jati Furniture

c. Biaya Overhead pabrik

Biaya overhead pabrik yang diperhitungkan oleh CV. Kalingga Jati Furniture adalah seperti biaya bahan baku penolong, biaya tenaga kerja

tidak langsung, biaya pemakaian listrik, air, dan biaya pemeliharaan mesin dan gedung pabrik, termasuk biaya administrasi dan biaya pemasaran. Biaya overhead pabrik ini oleh perusahaan ditentukan dimuka dengan tarif sebesar 65% dari biaya utama (biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung). Perhitungan biaya overhead pabrik yang dibebankan pada produk yang diteliti dapat dilihat pada tabel 5.3.

Tabel 5.3
Biaya overhead pabrik per unit dalam rupiah tahun 2002

No.	Produk	Biaya utama x Tarif (65%)	Total BOP
1.	<i>Folding Chair</i>	90.500 x 65%	58.825
2.	<i>Regtaguler Extan Table</i>	232.000x 65%	150.800

Sumber data: CV. Kalingga Jati Furniture

2. Menghitung Harga Jual

CV. Kalingga Jati Furniture menentukan harga jualnya dengan menambah harga pokok produksi dengan laba, dimana laba ditentukan dengan tingkat persen tertentu disesuaikan dengan tingkat kesulitan dalam produksinya. Laba yang diharapkan dari produk *Folding Chair* sebesar 30% dari harga jual dan *Regtaguler Extan Table* sebesar 35% dari harga jual. Dengan persen laba tersebut perusahaan mengharapkan dapat menutup biaya produksi dan non produksi. Harga jual dari produk-produk tersebut menurut perusahaan dapat dilihat pada tabel 5.4 dan tabel 5.5.

Tabel 5.4
 Penentuan harga jual per unit dalam rupiah menurut perusahaan (periode
 Sept '01-Agust '02)

Keterangan	<i>Folding Chair</i>	<i>Regtaguler Extan Table</i>
Biaya bahan baku	75.500	202.000
Biaya tenaga kerja langsung	15.000	30.000
Biaya overhead pabrik ditentukan dimuka	58.825 +	150.800 +
Harga Pokok Produksi (BBB+BTKL+BOP)	149.325	382.800
Laba = %laba x Hpp	44.797,5	133.980
{ Hpp + (Hpp x %laba) }	194.122,5	516.780
Kebijakan Harga Jual Perusahaan (pembulatan)	194.150	516.800

Sumber data: CV. Kalingga Jati Furniture

Tabel 5.5
 Penentuan harga jual per unit dalam rupiah menurut perusahaan (periode
 Jan '01- Agust '01)

Keterangan	<i>Folding Chair</i>	<i>Regtaguler Extan Table</i>
Biaya bahan baku	70.000	185.000
Biaya tenaga kerja langsung	12.000	24.000
Biaya overhead pabrik ditentukan dimuka	53.300 + _____	135.850 + _____
Harga Pokok Produksi (BBB+BTKL+BOP)	135.300	344.850
Laba = %laba x Hpp	40.590	120.697,5
{ Hpp + (Hpp x %laba) }	175.890	465.547,5
Kebijakan Harga Jual Perusahaan (pembulatan)	175.250	466.450

Sumber data: CV. Kalingga Jati Furniture

3. Harga dan Jumlah Produk Yang Dipesan

CV. Kalingga Jati Furniture selalu meninjau kebijakan harga jualnya tiap caturwulan. Maka harga jual dan jumlah produk yang dipesan dalam unit terbagi dalam tiap caturwulan. Harga jual dan jumlah produk yang dipesan selama tahun 2001-2002 dapat dilihat dalam tabel 5.6

Tabel 5.6
 Harga jual (dalam rupiah) dan jumlah produk yang dipesan
 (per unit produk)

Periode	Folding Chair		Regtaguler Extan Table	
	Harga jual per unit (dalam Rp)	Jml. Penj. (dalam unit)	Harga Jual per unit (dalam Rp)	Jml. Penj. (dalam unit)
Jan-Apr '01	175.250	2.491	466.450	3.170
Mei-Agust '01	175.250	21.452	466.450	7.133
Sept-Des '01	194.150	33.999	516.800	7.430
Jan-Apr '02	194.150	16.067	516.800	6.176
Mei-Agust '02	194.150	7.874	516.800	8.530

Sumber data: CV. Kalingga Jati Furniture

B. Analisis Data

1. Analisis Penentuan Harga Jual

Dalam melakukan analisis terhadap langkah-langkah penentuan harga jual produk, penulis akan membandingkan penentuan harga jual produk menurut perusahaan dengan penentuan harga jual produk berdasarkan kajian teori. Metode penentuan harga jual produk yang digunakan adalah metode *cost type contract* karena perusahaan memproduksi berdasarkan pesanan. Analisis ini dilakukan agar dapat ditarik kesimpulan apakah penentuan harga jual produk yang dilakukan perusahaan sudah tepat.

Penentuan harga jual produk pesanan dihitung dengan menjumlahkan seluruh biaya produksi yang terdiri dari tiga elemen biaya yaitu biaya banan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead

pabrik, serta biaya non-produksi yang terdiri dari biaya administrasi dan umum dan biaya pemasaran. Total dari penjumlahan biaya produksi dan non-produksi tersebut dikalikan dengan persentase laba yang telah ditentukan dimuka, sehingga dapat ditentukan harga jualnya Pengumpulan biaya tersebut dilakukan setelah pesanan selesai dikerjakan yaitu dengan menghitung pemakaian biaya produksi dan biaya non-produksi. Penentuan biaya overhead pabrik yang dibebankan kepada produk didasarkan pada tarif yang telah ditentukan dimuka.

a. Analisis penentuan harga jual *Folding Chair*

Perbandingan penentuan harga jual produk antara perusahaan dengan kajian teori untuk produk *Folding Chair* disajikan dalam tabel 5.7 pada halaman berikut (penentuan harga jual menurut teori dapat dilihat pada lampiran):

Tabel 5.7

Analisis penentuan harga jual produk *Folding Chair* menurut perusahaan dibandingkan dengan kajian teori

Keterangan	Teori	Perusahaan
1. Menentukan biaya langsung yang terdiri dari: - biaya bahan baku sesungguhnya - biaya tenaga kerja langsung sesungguhnya - biaya overhead pabrik sesungguhnya	√ √ actual cost	√ √ predetermined cost
2. Menentukan biaya tidak langsung yang terdiri dari: - biaya administrasi dan umum sesungguhnya - biaya pemasaran sesungguhnya	actual cost actual cost	predetermined cost
3. Menghitung total biaya penuh sesungguhnya dengan menjumlahkan total biaya langsung sesungguhnya dan biaya tidak langsung sesungguhnya.	√	√
4. Menentukan besarnya laba yang diharapkan oleh perusahaan dengan persentase tertentu dikalikan dengan total biaya penuh sesungguhnya.	√	√
5. Menghitung besarnya harga jual produk pesanan berdasarkan metode <i>cost-type contract</i> yaitu dengan menjumlahkan total biaya penuh sesungguhnya ditambah laba yang diharapkan oleh perusahaan.	√	√

Keterangan : √ = Penentuan harga jual perusahaan sesuai Teori

b. Analisis penentuan harga jual *Regtaguler Extan Table*

Perbandingan penentuan harga jual produk antara perusahaan dengan kajian teori untuk produk *Regtaguler Extan Table* disajikan dalam table 5.8 pada halaman berikut (penentuan harga jual menurut teori dapat dilihat pada lampiran):

Tabel 5.8

Analisis penentuan harga jual produk *Regtaguler Extan Table* menurut perusahaan dibandingkan dengan kajian teori

Keterangan	Teori	Perusahaan
1. Menentukan biaya langsung yang terdiri dari: - biaya bahan baku sesungguhnya - biaya tenaga kerja langsung sesungguhnya - biaya overhead pabrik sesungguhnya	√ √ actual cost	√ √ predetermined cost
2. Menentukan biaya tidak langsung yang terdiri dari: - biaya administrasi dan umum sesungguhnya - biaya pemasaran sesungguhnya	actual cost actual cost	predetermined cost
3. Menghitung total biaya penuh sesungguhnya dengan menjumlahkan total biaya langsung sesungguhnya dan biaya tidak langsung sesungguhnya.	√	√
4. Menentukan besarnya laba yang diharapkan oleh perusahaan dengan persentase tertentu dikalikan dengan total biaya penuh sesungguhnya.	√	√
5. Meghitung besarnya harga jual produk pesanan berdasarkan metode <i>cost-type contract</i> yaitu dengan menjumlahkan total biaya penuh sesungguhnya ditambah laba yang diharapkan oleh perusahaan.	√	√

Ket : √ = Penentuan harga jual perusahaan sesuai teori

Setelah melihat perbandingan antara langkah-langkah penentuan harga jual produk yang dilakukan oleh CV. Kalingga Jati Furniture dengan langkah-langkah penentuan harga jual produk menurut kajian teori, ternyata antara kedua langkah-langkah tersebut berbeda.

Perbedaan tersebut dikarenakan dasar pembebanan biaya overhead pabrik dan biaya tidak langsung yang berbeda.

2. Analisis Hubungan harga jual produk dengan jumlah pesanan yang diterima
 - a. Menggunakan metode korelasi *product moment* dari *pearson*, dengan rumus sebagai berikut (Hadi, 2001:289):

$$r_{xy} = \frac{\sum XY}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}}$$

dimana, r = Koefisien korelasi antara x dan y

X = harga jual produk (variabel bebas)

Y = jumlah produk yang dipesan (variabel tidak bebas)

- b. Digunakan uji t
 - 1) $H_0: \rho = 0$; korelasi tidak berarti (tidak ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan)
 $H_a: \rho \neq 0$; korelasi berarti (ada hubungan antara harga jual dengan jumlah produk yang dipesan)
 - 2) Dipilih $\alpha = 0,05$

3) Kriteria pengujian:

H_0 ditolak apabila $t_o \leq -t_{\alpha}; n-2$

H_a diterima apabila $t_o \geq -t_{\alpha}; n-2$

4) Rumus uji t:

a.) untuk produk *Folding Chair*

$$t_o = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_o = \frac{0,328\sqrt{5-2}}{\sqrt{1-0,328^2}}$$

$$t_o = \frac{0,328\sqrt{3}}{\sqrt{0,9447}} = 0,6012$$

$$t_o : t \text{ hitung} = 0,6012$$

$$t_{\alpha} : t \text{ tabel} = 3,182 \text{ (Lihat lampiran t-tabel)}$$

b.) untuk produk *Regtaguler Extan Table*

$$t_o = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_o = \frac{0,599\sqrt{5-2}}{\sqrt{1-0,599^2}}$$

$$t_o = \frac{0,599\sqrt{3}}{\sqrt{0,8006}} = 1,2963$$

$$t_o : t \text{ hitung} = 1,2963$$

$$t_{\alpha} : t \text{ tabel} = 3,182 \text{ (Lihat lampiran t-tabel)}$$



5) Kesimpulan

Dari pengujian diatas untuk produk *Folding Chair* diperoleh hasil t-hitung sebesar 0,6012 lebih kecil dari t-tabel yaitu sebesar 3,182 maka H_0 diterima. Sedangkan untuk produk *Regtaguler Extan Table* diperoleh hasil t-hitung sebesar 1,2963 lebih kecil dari t-tabel yaitu sebesar 3,182 maka H_0 diterima. Dengan demikian terdapat indikasi bahwa tidak ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan.

C. Pembahasan

1. Pembahasan Penentuan Harga Jual

Setelah dilakukan analisis data tentang penentuan harga jual produk pesanan terdapat perbedaan antara perusahaan dengan kajian teori. Perbedaan ini timbul karena adanya prosedur dan konsep perhitungan yang berbeda. Pertama, perbedaan tersebut dikarenakan perhitungan harga jual produk perusahaan tidak menghitung secara rinci biaya lem, dowel, amplas, kuningan, solar, tenaga amplas, tenaga harian, tenaga graji dalam biaya overhead pabrik tetapi perusahaan telah menentukan biaya overhead pabrik dimuka dengan tarif 65% dari biaya utama (biaya bahan baku ditambah biaya tenaga kerja langsung). Kedua, perbedaan pada penentuan biaya non-produksi (yaitu, biaya administrasi & umum dan biaya pemasaran) oleh

perusahaan biaya tersebut sudah masuk dalam tarif yang telah ditentukan diatas.

Perbedaan konsep tersebut diatas menyebabkan harga jual *Folding Chair* untuk periode 1 (Jan - April) & periode 2 (Mei - Agst) menurut perhitungan perusahaan lebih kecil dari harga jual menurut perhitungan kajian teori, untuk periode 3,4 dan 5 menurut perhitungan perusahaan lebih besar dari harga jual menurut perhitungan kajian teori, sedangkan harga jual untuk *Regtaguler Extan Table* untuk periode 1 (Jan - April) & periode 2 (Mei - Agst) menurut perhitungan perusahaan lebih kecil dari harga jual menurut perhitungan kajian teori, untuk periode 3,4 dan 5 menurut perhitungan perusahaan lebih besar dari harga jual menurut perhitungan kajian teori. Dari perbedaan tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual produk untuk *Folding Chair* dan *Regtaguler Extan Table* tidak sesuai dengan teori. Ketidaksesuaian harga jual dari kedua produk tersebut karena perbedaannya dalam penentuan biaya overhead pabrik dan penentuan biaya non-produksi. Menurut kajian teori, biaya lem, dowel, amplas, kuning, solar, tenaga amplas, tenaga harian, tenaga graji dimasukkan dalam biaya overhead pabrik.

2. Pembahasan Hubungan Harga Jual Produk Dengan Jumlah Produk Yang Dipesan

Setelah dilakukan analisis data dengan metode *Pearson Product Moment* diketahui bahwa produk *Folding Chair* dan produk *Regtaguler*

Extan Table tidak memiliki hubungan antara harga jual dengan jumlah produk yang dipesan.

Untuk lebih memastikan digunakan uji t, dari uji t tersebut untuk produk *Folding Chair* diperoleh hasil t-hitung sebesar 0,6012 lebih kecil dari t-tabel yaitu sebesar 3,182. Sedangkan untuk produk *Regtaguler Extan Table* diperoleh hasil t-hitung sebesar 1,2963 lebih kecil dari t-tabel yaitu sebesar 3,182. Berdasarkan kriteria batas yang telah ditentukan maka hasilnya H_0 diterima. Dengan demikian terdapat indikasi bahwa tidak ada hubungan antara harga jual dengan jumlah produk yang dipesan dari produk *Folding Chair* dan *Regtaguler Extan Table*.

Tidak adanya hubungan yang telah disebutkan diatas dapat terjadi karena beberapa faktor antara lain:

- a. Produk yang dibuat memiliki karakteristik yang berbeda dari produk lain.
- b. Kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang dihasilkan oleh CV. Kalingga Jati, serta
- c. Wilayah yang sudah dikenal sebagai kota ukir.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Prosedur penentuan harga jual produk pesanan tahun 2001-2002 yang dilakukan oleh CV. Kalingga Jati Furniture tidak sesuai teori Hal ini disebabkan oleh :
 - a. Perusahaan tidak membebankan biaya listrik, air, telepon dan biaya pemeliharaan mesin sebagai biaya overhead pabrik
 - b. Perusahaan menggunakan biaya taksiran dalam menghitung biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.
 - c. Perusahaan tidak melakukan penyusutan untuk peralatan kantor, mesin pabrik dan gedung.
2. Berdasarkan analisis data untuk produk *Folding Chair* diketahui $r = 0,328$. Sedangkan untuk produk *Regtaguler Extan Table* diketahui $r = 0,599$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan. Hasil tersebut diperkuat lagi dengan hasil uji t untuk produk *Folding Chair* t-hitung sebesar 0,6012 lebih kecil dari t-tabel yaitu sebesar 3,182 dan untuk produk *Regtaguler Extan Table* t-hitung sebesar 1,2963 lebih kecil dari t-tabel yaitu sebesar 3,182

yang berarti H_0 diterima. Dengan demikian terdapat indikasi bahwa tidak ada hubungan antara harga jual produk dengan jumlah produk yang dipesan.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penulis dalam menentukan harga jual perusahaan memakai dasar *mark-up* dan tidak memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual seperti: keadaan ekonomi, selera konsumen, permintaan dan penawaran serta persaingan.
2. Penulis kurang dapat menelusuri kebenaran data yang ada diperusahaan tetapi data tersebut didapat dari perusahaan.
3. Keterbatasan jumlah data penelitian sebanyak lima periode kemungkinan mempengaruhi hasil analisis yang dilakukan penulis.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam menghitung harga jual produk, perusahaan sebaiknya melakukan perhitungan dan pencatatan biaya dengan lebih rinci untuk setiap jenis produk yang dihasilkan, karena perhitungan harga jual produk yang tepat akan berguna bagi peningkatan jumlah pesanan.

2. Perusahaan perlu memasukkan biaya bahan penolong (seperti: lem, dowel, amplas, kuningan dan solar) dan biaya tenaga kerja tidak langsung (seperti: tenaga amplas, tenaga harian dan tenaga graji) dalam biaya overhead pabrik untuk menghitung harga jual produk.
3. Perusahaan juga perlu memasukkan biaya listrik, air, telepon dan biaya pemeliharaan mesin sehingga dapat dipastikan bahwa harga jual telah mencakup semua biaya dan laba yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Swasta, Basu dan Ibnu Sukotjo. (1993). *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Swasta, Basu dan Irawan. (1985). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Bismoko, J. dan Supratiknya, A. (1998). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Edisi dua. Yogyakarta: Penerbit Universitas Sanata Dharma
- Dajan, Anto. (1986). *Pengantar Metode Statistik*. Jilid dua. Jakarta: Penerbit LP3ES
- Harnanto. (1992). *Akuntansi Biaya: Perhitungan Harga Pokok Produk*. Yogyakarta: Penerbit BPFE UGM
- Kusdianta. (1999). *Penentuan Harga Jual Produk Pesanan dan Produk Cacat*. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Mulyadi. (1997). *Akuntansi Manajemen*. Edisi dua. Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN
- Mulyadi. (1992). *Akuntansi Biaya: Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian Biaya*. Edisi tiga. Yogyakarta: Penerbit BPFE UGM
- Muntholib. (1980). *Akuntansi Manajemen Praktis*. Yogyakarta: Penerbit BPFE UGM
- Supriyono, R.A. (1989). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit BPFE UGM
- Supriyono, R.A. (1999). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Edisi dua. Yogyakarta: Penerbit BPFE UGM
- Hadi, Sutrisno (2001). *Statistik*. Edisi satu. Cetakan ke-18. Yogyakarta: Andi
- Gilarso, Th. (1993). *Teori Ekonomi Bagian Mikro*. Edisi satu. Yogyakarta: Penerbit Kanisius

LAMPIRAN

Lampiran I: Penentuan Harga Jual *Folding Chair* Menurut Kajian Teori
(periode Sept '01-Agust '02)

Perincian Biaya	Total biaya
Biaya Bahan Baku	Rp. 75.500,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 15.000,00
TOTAL BIAYA UTAMA	Rp. 90.500,00
Biaya Overhead Pabrik	
- Biaya bahan pembantu:	
1 set lem	Rp. 1.250,00
1 set dowel	Rp. 700,00
Amplas	Rp. 350,00
Solar	Rp. <u>300,00</u>
Total biaya bahan pembantu	Rp. 2.600,00
- Biaya tenaga kerja tidak langsung:	
Biaya tenaga amplas	Rp. 1.750,00
Biaya tenaga harian	Rp. 1.250,00
Biaya tenaga graji	Rp. <u>1.250,00</u>
Total biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 4.250,00
- Biaya lain-lain	Rp. 17.650,00
TOTAL BIAYA OVERHEAD PABRIK	Rp. 24.500,00
TOTAL BIAYA PRODUKSI	Rp. 115.000,00
Biaya Pemasaran sesungguhnya	Rp. 10.000,00
Biaya Administrasi sesungguhnya	Rp. 20.100,00
TOTAL BIAYA NON-PRODUKSI	Rp. 31.100,00
TOTAL BIAYA PENUH	Rp. 146.100,00
LABA YANG DIHARAPKAN (30%)	Rp. 43.830,00
HARGA JUAL <i>FOLDING CHAIR</i>	Rp. 189.930,00

Keterangan : Biaya lain-lain yang diperhitungkan adalah biaya pemakaian listrik, air, telepon dan biaya pemeliharaan mesin.

Lampiran II: Penentuan Harga Jual *Regtaguler Extan Table* Menurut Kajian Teori (periode Sept '01-Agust '02)

Perincian Biaya	Total biaya
Biaya Bahan Baku	Rp. 202.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 30.000,00
TOTAL BIAYA UTAMA	Rp. 232.000,00
Biaya Overhead Pabrik	
- Biaya bahan pembantu:	
1 set lem	Rp. 2.500,00
Kuningan	Rp. 10.000,00
Amplas	Rp. 600,00
Solar	Rp. 400,00
Total biaya bahan pembantu	Rp. 13.500,00
- Biaya tenaga kerja tidak langsung:	
Biaya tenaga amplas	Rp. 5.000,00
Biaya tenaga harian	Rp. 1.750,00
Biaya tenaga graji	Rp. 1.750,00
Total biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 8.500,00
- Biaya lain-lain	Rp. 45.250,00
TOTAL BIAYA OVERHEAD PABRIK	Rp. 67.250,00
TOTAL BIAYA PRODUKSI	Rp. 299.250,00
Biaya Pemasaran sesungguhnya	Rp. 30.750,00
Biaya Administrasi sesungguhnya	Rp. 51.000,00
TOTAL BIAYA NON-PRODUKSI	Rp. 81.750,00
TOTAL BIAYA PENUH	Rp. 381.000,00
LABA YANG DIHARAPKAN (35%)	Rp. 133.350,00
HARGA JUAL <i>FOLDING CHAIR</i>	Rp. 514.350,00

Keterangan : Biaya lain-lain yang diperhitungkan adalah biaya pemakaian listrik, air, telepon dan biaya pemeliharaan mesin.

Lampiran III: Penentuan Harga Jual *Folding Chair* Menurut Kajian Teori
(periode Jan '01-Agust '01)

Perincian Biaya	Total biaya
Biaya Bahan Baku	Rp. 70.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 12.500,00
TOTAL BIAYA UTAMA	Rp. 82.500,00
Biaya Overhead Pabrik	
- Biaya bahan pembantu:	
1 set lem	Rp. 1.250,00
1 set dowel	Rp. 700,00
Amplas	Rp. 350,00
Solar	Rp. 300,00
Total biaya bahan pembantu	Rp. 2.600,00
- Biaya tenaga kerja tidak langsung:	
Biaya tenaga amplas	Rp. 1.250,00
Biaya tenaga harian	Rp. 1.000,00
Biaya tenaga graji	Rp. 1.000,00
Total biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 3.250,00
- Biaya lain-lain	Rp. 16.000,00
TOTAL BIAYA OVERHEAD PABRIK	Rp. 21.850,00
TOTAL BIAYA PRODUKSI	Rp. 104.350,00
Biaya Pemasaran sesungguhnya	Rp. 9.650,00
Biaya Administrasi sesungguhnya	Rp. 21.000,00
TOTAL BIAYA NON-PRODUKSI	Rp. 30.650,00
TOTAL BIAYA PENUH	Rp. 135.000,00
LABA YANG DIHARAPKAN (30%)	Rp. 40.500,00
HARGA JUAL <i>FOLDING CHAIR</i>	Rp. 175.500,00

Keterangan : Biaya lain-lain yang diperhitungkan adalah biaya pemakaian listrik, air, telepon dan biaya pemeliharaan mesin.

Lampiran IV: Penentuan Harga Jual *Regtaguler Extan Table* Menurut Kajian Teori (periode Jan '01- Agust '01)

Perincian Biaya	Total biaya
Biaya Bahan Baku	Rp. 185.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 25.000,00
TOTAL BIAYA UTAMA	Rp. 210.000,00
Biaya Overhead Pabrik	
- Biaya bahan pembantu:	
1 set lem	Rp. 2.500,00
Kuningan	Rp. 10.000,00
Amplas	Rp. 600,00
Solar	Rp. 400,00
Total biaya bahan pembantu	Rp. 13.500,00
- Biaya tenaga kerja tidak langsung:	
Biaya tenaga amplas	Rp. 4.000,00
Biaya tenaga harian	Rp. 1.500,00
Biaya tenaga graji	Rp. 1.500,00
Total biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 7.000,00
- Biaya lain-lain	Rp. 40.950,00
TOTAL BIAYA OVERHEAD PABRIK	Rp. 61.450,00
TOTAL BIAYA PRODUKSI	Rp. 271.450,00
Biaya Pemasaran sesungguhnya	Rp. 30.150,00
Biaya Administrasi sesungguhnya	Rp. 52.000,00
TOTAL BIAYA NON-PRODUKSI	Rp. 82.150,00
TOTAL BIAYA PENUH	Rp. 353.600,00
LABA YANG DIHARAPKAN (35%)	Rp. 123.760,00
HARGA JUAL <i>FOLDING CHAIR</i>	Rp. 477.360,00

Keterangan : Biaya lain-lain yang diperhitungkan adalah biaya pemakaian listrik, air, telepon dan biaya pemeliharaan mesin.

Correlations

Correlations

		X1 Harga jual (Rp) Folding Chair	Y1 Jumlah Penjualan (unit) Folding Chair
X1 Harga jual (Rp) Folding Chair	Pearson Correlation	1	.328
	Sig. (2-tailed)	.	.590
	N	5	5
Y1 Jumlah Penjualan (unit) Folding Chair	Pearson Correlation	.328	1
	Sig. (2-tailed)	.590	.
	N	5	5

Correlations

Correlations

		X2 Harga jual (Rp) Regtaguler Extan Table	Y2 Jumlah Penjualan (unit) Regtaguler Extan Table
X2 Harga jual (Rp) Regtaguler Extan Table	Pearson Correlation	1	.599
	Sig. (2-tailed)	.	.286
	N	5	5
Y2 Jumlah Penjualan (unit) Regtaguler Extan Table	Pearson Correlation	.599	1
	Sig. (2-tailed)	.286	.
	N	5	5

Folding Chair						Ringkasan Perhitungan	
No	X	Y	X ²	Y ²	XY	N	:
1	175250	2491	30712562500	6205081	436547750	ΣX	: 932950.00
2	175250	21452	30712562500	460188304	3759463000	ΣY	: 81883.00
3	194150	33999	37694222500	1155932001	6600905850	ΣX ²	: 174507792500.00
4	194150	16067	37694222500	258148489	3119408050	ΣY ²	: 1942473751.00
5	194150	7874	37694222500	61999876	1528737100	ΣXY	: 15445061750.00
Jumlah	932950	81883	174507792500	1942473751	15445061750		
						N.ΣXY - (ΣX)(ΣY)	: 832563900.00
						N.ΣX ² - (ΣX) ²	: 2143260000.00
						N.ΣY ² - (ΣY) ²	: 3007543066.00
						r-xy	: 0.328

X : Harga Jual (Rp)

Y : Jumlah Penjualan (unit)

$$t_{test} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

r	0.328
r ²	0.1075
n	5
akar (N - 2)	1.7321
akar (1 - r ²)	0.9447
t _{test}	0.6012

r = 0.328

Regtaguler Extan Table						Ringkasan Perhitungan	
No	X	Y	X ²	Y ²	XY		
1	466450	3170	217575602500	10048900	1478646500	N	5
2	466450	7133	217575602500	50879689	3327187850	ΣX	2483300.00
3	516800	7430	267082240000	55204900	3839824000	ΣY	32439.00
4	516800	6176	267082240000	38142976	3191756800	ΣX ²	1236397925000.00
5	516800	8530	267082240000	72760900	4408304000	ΣY ²	227037365.00
Jumlah	2483300	32439	1236397925000	227037365	16245719150	ΣXY	16245719150.00
						N.ΣXY - (ΣX)(ΣY)	672827050.00
						N.ΣX ² - (ΣX) ²	15210735000.00
						N.ΣY ² - (ΣY) ²	82898104.00
						r-xy	0.599

X : Harga Jual (Rp)

Y : Jumlah Penjualan (unit)

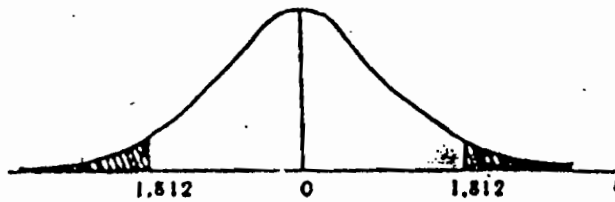
$$t_{test} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

r	0.599
r ²	0.359
n	5
akar (N - 2)	1.7321
akar (1 - r ²)	0.8006
t _{test}	1.2963

Lampiran V :

Tabel Distribusi Nilai T

TABEL VI Tabel titik persentasi distribusi t



Bagi d.f. = 10 derajat bebas

$$Pr > |1.812| = 0.05$$

$$Pr < -1.812 = 0.05$$

d.f. \ α	.25	.20	.15	.10	.05	.025	.01	.005	.0005
1	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	636.619
2	.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	31.598
3	.765	.978	1.258	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	12.941
4	.741	.941	1.190	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	8.610
5	.727	.920	1.156	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	6.859
6	.718	.906	1.134	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.959
7	.711	.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	5.405
8	.706	.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	5.041
9	.703	.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.781
10	.700	.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.587
11	.697	.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.437
12	.695	.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	4.318
13	.694	.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	4.221
14	.692	.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	4.140
15	.691	.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	4.073
16	.690	.865	1.071	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	4.015
17	.689	.863	1.069	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.965
18	.688	.862	1.067	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.922
19	.688	.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.883
20	.687	.860	1.064	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.850
21	.686	.859	1.063	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.819
22	.686	.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.792
23	.685	.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.767
24	.685	.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.745
25	.684	.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.722
26	.684	.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.707
27	.684	.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.690
28	.683	.855	1.056	1.313	1.701	2.018	2.467	2.763	3.674
29	.683	.854	1.055	1.311	1.699	2.015	2.462	2.756	3.659
30	.683	.854	1.055	1.310	1.697	2.012	2.457	2.750	3.646
40	.681	.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.551
60	.679	.843	1.046	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.460
120	.677	.845	1.041	1.289	1.658	1.980	2.358	2.612	3.373
∞	.674	.842	1.036	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.291

Sumber: Fisher and Yates: Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research, Table III Izin Penerbit: Oliver and Boyd, Ltd, Edinburgh, England.



CV. KALINGGA JATI⁶⁵

**FURNITURE
EXPORT QUALITY**

JL. SENENAN 16 JEPARA 59426
INDONESIA

TELP. : 62 - 0291 - 597781 - 597782 - 597783

FAX : 62 - 0291 - 597784

E - mail : kalingga@indosat.net.id

Jejara, 7 April 2004

SURAT KETERANGAN

Dengan hormat,

Kami dari perusahaan CV. Kalingga Jati Furniture, menerangkan bahwa:

Nama : Susana Dewi Nugroho

N I M : 982114046

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Akuntansi

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Telah melakukan penelitian di CV. Kalingga Jati Furniture untuk bahan penyusunan skripsi.

Demikian surat ini kami buat semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,



CV Kalingga Jati Furniture

DAFTAR PERTANYAAN

A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

1. Apa nama perusahaan ?
2. Kapan perusahaan berdiri dan siapa pendirinya ?
3. Dimanakah alamat perusahaan ?
4. Apa yang menjadi alasan pemilihan lokasi perusahaan ?
5. Kenapa perusahaan ini didirikan ? Apa tujuannya ?
6. Apa bentuk perusahaan ini ?
7. Berapa nomor akte pendirian perusahaan ?

B. Struktur Organisasi Perusahaan

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan ini ?
2. Apa tanggung jawab dan wewenang masing-masing bagian (jabatan) dalam perusahaan ini ?

C. Personalia

1. Berapa jumlah karyawan tetap dan karyawan tidak tetap ?
2. Bagaimana jam kerja karyawan ?
3. Bagaimana sistem penggajian perusahaan ini ? Bagaimana periode penggajiannya (harian, mingguan, bulanan atau borongan) ?
4. Apakah perusahaan membagi antara biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung ?

D. Produksi

1. Apa saja produk yang dihasilkan perusahaan ?
2. Bahan-bahan apa saja yang dibutuhkan untuk memproduksi tiap jenis produk ?
3. Bagaimana bahan-bahan tersebut diperoleh ?
4. Berapa banyak bahan baku dan bahan pembantu yang digunakan untuk berproduksi ?
5. Peralatan apa saja yang digunakan untuk melakukan proses produksi ?
6. Bagaimana proses produksi yang ada dalam perusahaan ?
7. Bagaimana komposisi penggunaan bahan baku dan bahan penolong untuk tiap jenis produk ?

E. Pemasaran dan Penjualan

1. Kemana perusahaan menjual hasil produksinya ?
2. Bagaimana sistem penjualan perusahaan ?
3. Apakah perusahaan memberikan pelayanan khusus kepada konsumen agar tetap membeli produk perusahaan ?

F. Harga Pokok dan Biaya

1. Bagaimana perusahaan menetapkan biaya produksi dan biaya non produksi untuk tiap produk ?
2. Biaya apa sajakah yang termasuk dalam BOP ?
3. Bagaimanakah penentuan BOP untuk tiap jenis produk ?
4. Bagaimana prosedur yang digunakan untuk setiap pesanan ?

5. Bagaimana metode pengumpulan harga pokoknya ?
6. Metode apa yang digunakan perusahaan dalam menentukan harga pokok produk dan harga jual produk tersebut ?
7. Kapan perubahan harga dilakukan oleh perusahaan ?

