

ABSTRAK

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK UNTUK PASAR DALAM NEGERI DAN LUAR NEGERI DENGAN METODE COST PLUS PRICING PENDEKATAN FULL COSTING Studi Kasus : Pada Perusahaan Kerajinan “Yanto Ceramic”

Stefanus Bambang Beta Fajar Nugroho

982114059

Yogyakarta

2005

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Penentuan harga jual produk untuk pasar dalam negeri dan luar negeri menurut perusahaan kerajinan “Yanto Ceramic”, 2) Apakah penentuan harga jual produk untuk pasar dalam negeri dan luar negeri pada Perusahaan Kerajinan “Yanto Ceramic” sesuai dengan metode *cost plus pricing* dengan menggunakan pendekatan *full costing*, 3) Apakah ada perbedaan antara harga jual produk untuk pasar dalam negeri dan luar negeri pada perusahaan kerajinan “Yanto Ceramic” dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah metode wawancara dan dokumentasi. Metode wawancara dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaan, sedangkan metode dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara meneliti, mengumpulkan arsip atau data mengenai sejarah perusahaan dan perkembangannya, biaya produksi, metode penentuan harga jual, serta kebijakan harga jual produk.

Analisis data dan pembahasan menunjukkan: 1) Penentuan harga jual produk untuk pasar dalam negeri dan luar negeri menurut perusahaan kerajinan “Yanto Ceramic” sebagai berikut: a) menghitung biaya produksi, b) menghitung harga pokok produk (HPP), c) menghitung harga jual menurut perusahaan. 2) Perbedaan penentuan harga jual terjadi karena adanya perbedaan dalam penghitungan harga pokok produk dan persentase *mark up*. 3) Secara uji statistik tidak ada perbedaan yang signifikan antara harga jual produk untuk pasar dalam negeri dan luar negeri pada Perusahaan Kerajinan “Yanto Ceramic” dan yang ditetapkan dengan metode *cost plus pricing* dengan menggunakan pendekatan *full costing*.

ABSTRAC

AN EVALUATION OF PRODUCT'S SELLING PRICE FOR DOMESTIC AND OVERSEAS MARKET USING COST PLUS PRICING METHOD WITH FULL COSTING METHOD

A Case Study at "Yanto Ceramic " Handicraft

Stefanus Bambang Beta Fajar Nugroho

982114059

Yogyakarta

2005

The purposes of this research were to know: 1) the determination of product's selling price overseas and domestic market according to the handicraft company "Yanto Ceramic"; 2) wither the determination of product's selling price and domestic market in the handicraft company "Yanto Ceramic", was in accordance to cost plus pricing method with full costing approach; 3) wither there was difference between the product's selling price for overseas and the one for domestic market in the company using cost plus pricing method with full costing approach.

The methods used for collecting data were interview and documentation methods. The interview method was done by direct interview with the parties which were involved in the company, while the documentation method was done by researching collecting archives or data concerning the company's history and growth, cost of production, the method of selling price determination and selling price policy.

the Data analysis and discussion showed that: 1) the determination of product's selling price for overseas and domestic market according to "Yanto Ceramic" craft were: a) counting the production cost, b) counting the cost of good sold (HPP), c) counting the selling price according to company; 2) the differences in determining the product's selling, price was due to some differences in counting the cost of good sold (HPP) and mark of up percentage; 3) Statistically, there was no significant difference between the selling price of product for overseas market and the one for domestic market in " Yanto Ceramic" handicraft company and the one which was determined using cost plus pricing method with full costing approach.