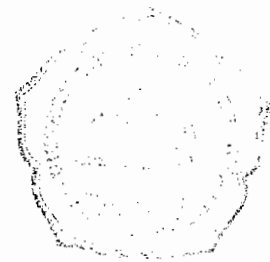


**PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING***

**Studi Kasus Pada Penerbit Percetakan Kanisius**

**Skripsi**

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



Disusun Oleh:  
Mikaela Made Widiastuti  
NIM: 982114121  
NIRM: 980051121303120120

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2003**

SKRIPSI

**PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING***

Studi kasus pada Penerbit Percetakan Kanisius

Oleh:

**Mikaela Made Widiastuti**

**NIM : 982114121**

**NIRM : 980051121303120120**

Telah disetujui oleh:

**Pembimbing I**



(Ir. Drs. Hansiadi Yuli H., M.Si.Akt.)

Tanggal: 18 September 2003

**Pembimbing II**



(Drs. G. Anto Listianto, MSA, Akt)


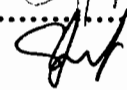
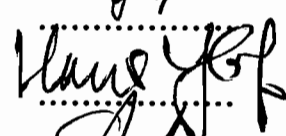

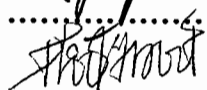
Tanggal: 8 November 2003

**SKRIPSI**  
**PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN**  
**METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING***  
**Studi Kasus Pada Penerbit Percetakan Kanisius**



Dipersiapkan dan ditulis oleh:  
**Mikaela Made Widiastuti**  
NIM: 982114121  
NIRM: 980051121303120120

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 23 Desember 2003  
dan dinyatakan memenuhi syarat

**Susunan Panitia Penguji**

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Drs. YP. Supardiyono, M.Si.,Ak	
Sekretaris	Drs. G. Anto Listianto, MSA.,Ak	
Anggota	Ir. Drs. Hansiadi YH, M.Si.,Ak	
Anggota	Drs. G. Anto Listianto, MSA.,Ak	
Anggota	Lilis Setiawati, S.E.,M.Si.,Ak	

Yogyakarta, 23 Desember 2003  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma  
Dekan,

  
  
(Dr. H. Suseno TW., M.S.)

- *Kegagalan Merupakan Kesuksesan Yang Tertunda*
- *“Percayalah Kepada Tuhan Dengan Segenap Hatimu, Janganlah Bersandar Pada Pengetahuanmu Semata. Akulah Dia Dalam Segala Lakumu, Maka Tuhan Akan Membuat Jalanmu Lurus”(Ams 3: 5-6).*
- *“Kadang kala kau tak mampu mengerti kenyataan hidup yang tengah kau alami, namun tetaplah tegar berdiri percaya Dia punya rencana sendiri”.  
 “Kala hati tak sanggup menjalani beban hidupmu yang tak bisa terselami, mengasihani ataukah membenci memuji ataupun mencaci maki”.  
 “Dialah Tuhan yang akan membuat segalanya kan indah pada waktunya”.  
 “Untuk segala sesuatu ada masanya, Tuhan sendiri yang akan menyelesaikannya. Serahkanlah saja pada kehendaknya, Dia kan buat indah pada waktunya”(YR. Widadaprayitna SJ).*

*Penuh Syukur Kupersembahkan Skripsi Ini Sebagai Tanda Kasih Kepada:*

- ❖ *Ayahanda tercinta Yacobus Nyoman Sudarna*
- ❖ *Ibunda tercinta Rita Ketut Srihandi*
- ❖ *Kakanda Anastasia Niluh Tutik H. dan Adinda Yohanes Nyoman Sudarsana*
- ❖ *Belahan hatiku yang tercinta Carolus Boromeus Aji Wibawa*

## **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, 23 Desember 2003

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mikaela Made Widiastuti' with a date '19/6' written to the right.

Mikaela Made Widiastuti

**ABSTRAK**  
**PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN**  
**METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING***

**Studi Kasus Pada Penerbit Percetakan Kanisius**

**Mikaela Made Widiastuti**  
**Universitas Sanata Dharma**  
**Yogyakarta**  
**2003**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk menurut perusahaan dengan penentuan harga jual produk menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan oktober sampai dengan bulan desember 2002 di Penerbit Percetakan Kanisius.

Data dikumpulkan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis dengan langkah-langkah: (1) mengidentifikasi biaya produksi dan biaya non produksi, (2) menghitung total biaya produksi dan total biaya non produksi, (3) menentukan laba yang diharapkan, (4) menentukan *mark up* dengan pendekatan *full costing*, (5) menghitung harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*, (6) membandingkan penentuan harga jual menurut perusahaan dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*, (7) mengetahui perbedaan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori yang ada signifikan atau tidak maka digunakan analisa distribusi t (t test).

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk menurut perusahaan dengan penentuan harga jual produk menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

## **ABSTRACT**

### **THE DETERMINATION OF PRODUCT SALE PRICE USING COST PLUS PRICING METHOD WITH FULL COSTING APPROACH A Case Study at Penerbit Percetakan Kanisius**

**Mikaela Made Widiastuti  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2003**

The purpose of this research was to find out whether there was a significant different between product sales price which was determined by the company and sales price which was determined using cost plus pricing method with full costing approach. The research was held during October until December 2002 at Penerbit Percetakan Kanisius.

The writer collected data by applying interview method and documentation. There were steps to analyse the data: (1) identifying production cost and non-production cost; (2) calculating total cost of production and non-production; (3) determining the expected profit; (4) determining 'mark up' using full costing approach; (5) determining sales price based on cost plus pricing method using full costing approach; (6) comparing the sales price determined by the company and the sales price determined using cost plus pricing method with full costing approach; (7) analysing the difference between sales price determined by the company and sales price based on theory using t distribution (t test).

The analysis showed that there was no significant difference between product sales price determined by the company and sales price determined using cost plus pricing method with full costing approach.



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat akademis pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma.

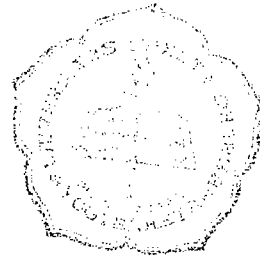
Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa apa yang dipaparkan dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan penulis dalam menyusun suatu karya ilmiah. Kiranya tulisan ini tidak pernah terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Hansiadi selaku pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Anto Listianto selaku pembimbing II yang juga telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Fr. Reni Retno Anggraeni, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Hg. Suseno T W, M.S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

5. Pimpinan Penerbit Percetakan Kanisius dan seluruh karyawan (khususnya Mbak Budiastuti) yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan ini.
6. Ayah, Ibu, komang, mbak tutik serta keluarga tercinta yang telah banyak memberikan dorongan baik itu material maupun spiritual kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Mas Ajigonda sekeluarga yang juga telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Mas Catur Nugroho yang sudah banyak membantu dan rela meminjamkan komputernya untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Semua teman-teman yang telah banyak membantu dari awal semester sampai sekarang.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga nantinya tulisan ini dapat bermanfaat bagi mereka yang memerlukan.

Penulis.



## DAFTAR ISI

	Halaman
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. Rumusan Masalah .....	2
C. Batasan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian .....	3
E. Manfaat Penelitian .....	3
F. Sistematika penulisan .....	4

BAB II LANDASAN TEORI .....	6
A. Review Penelitian Sebelumnya .....	6
B. Landasan Teori .....	7
BAB III METODE PENELITIAN .....	23
A. Jenis Penelitian .....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	23
D. Data yang Dicari .....	23
E. Teknik Pengumpulan Data .....	24
F. Teknik Analisis Data .....	24
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	29
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	29
B. Struktur Organisasi Perusahaan .....	30
C. Personalia .....	38
D. Pemasaran .....	39
E. Produksi .....	39
BAB V ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN .....	45
A. Deskripsi Data Biaya-biaya .....	45
B. Analisis Data .....	49
C. Pembahasan .....	60
BAB VI PENUTUP .....	63
A. Kesimpulan .....	63

B. Keterbatasan ..... 63

C. Saran ..... 64

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pembagian Jam Kerja Penerbit Percetakan Kanisius .....	38
Tabel 1.2 Biaya Bahan Baku .....	46
Tabel 1.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	47
Tabel 1.4 Biaya Overhead Pabrik .....	48
Tabel 1.5 Biaya Non Produksi .....	49
Tabel. 1.6 Harga Jual Produk Menurut Perusahaan .....	50
Tabel 1.7 Biaya Produksi .....	51
Tabel 1.8 Biaya Non Produksi .....	52
Tabel 1.9 Total Biaya .....	53
Tabel 1.10 Laba yang Diharapkan .....	54
Tabel 1.11 <i>Mark Up</i> .....	55
Tabel 1.12 Harga Jual Menurut Teori .....	56
Tabel 1.13 Perbandingan Harga Jual .....	57

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	31
Gambar 2 Proses Produksi .....	40

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Salah satu tujuan perusahaan secara umum adalah untuk memperoleh laba dan mempertahankan hidupnya. Laba yang berhasil diperoleh oleh suatu perusahaan sering dipandang sebagai patokan bagi keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber-sumber yang ada. Untuk dapat mencapai laba yang optimal atau yang diharapkan oleh perusahaan, manajemen perusahaan dituntut untuk menghasilkan barang atau jasa dengan kualitas yang baik dan kuantitas yang memadai serta penentuan harga jual yang tepat bagi setiap produknya. Pengambilan keputusan penentuan harga jual dipengaruhi oleh banyak faktor baik itu faktor dari dalam lingkungan perusahaan maupun faktor dari lingkungan luar perusahaan yang kesemuanya itu saling berinteraksi satu sama lain.

Konsumen biasanya menghendaki produk bermutu tinggi dengan harga yang relatif murah. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi akan mengakibatkan konsumen memilih produk sejenis berharga lebih murah yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing sedangkan kalau harga jual yang ditetapkan terlalu rendah maka perusahaan tidak mendapatkan keuntungan yang diharapkan.

Hal-hal lain yang perlu diperhatikan oleh perusahaan mengenai kebijakan penentuan harga jual yang berhubungan dengan biaya produksi dan operasi yaitu struktur biaya dan kebijakan dari struktur biaya. Struktur biaya adalah komposisi antara biaya tetap dan biaya variabel.



Struktur biaya merupakan faktor yang sangat penting dalam penentuan harga jual karena minimal perusahaan harus dapat menutup seluruh biaya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk perusahaan, maka kebijaksanaan terhadap struktur biaya merupakan faktor yang dominan dalam penentuan harga jual dengan berdasarkan perhitungan akuntansi yang berkenaan dengan biaya.

Mengingat banyaknya pesaing pada usaha yang sama dan juga kondisi perekonomian di Indonesia saat ini tentunya perusahaan harus berupaya agar produk tetap berkualitas dengan harga jual yang bersaing karena itulah penentuan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan sangatlah penting, maka penulis tertarik untuk mengambil judul “PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COST PLUS PRICING* PENDEKATAN *FULL COSTING*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Mengingat pentingnya penentuan harga jual produk untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan pencapaian tujuan atau laba perusahaan maka masalah yang dirumuskan oleh penulis dalam penelitian ini adalah "**apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*?"**

### **C. Batasan Masalah**

Penulis hanya akan meneliti penentuan harga jual produk pada penerbit percetakan kanisius yang akan dianalisis dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mempelajari dan membandingkan penentuan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dengan penentuan harga jual menurut kajian teori yaitu metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

#### 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat dipakai sebagai tambahan informasi dalam menetapkan kebijakan penentuan harga jual produk.

#### 2. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian sejenis dan untuk menambah koleksi bacaan ilmiah di perpustakaan universitas.

#### 3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai media untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama studi dalam memecahkan masalah-masalah yang terjadi sesungguhnya didalam perusahaan, khususnya mengenai penentuan harga jual produk.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

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

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi review penelitian sebelumnya serta menguraikan mengenai teori-teori yang mendukung dan dipergunakan sebagai dasar untuk mengolah data yang diperoleh dari perusahaan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, data-data yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini diuraikan tentang sejarah perusahaan, tujuan berdirinya perusahaan dan struktur organisasi.

### **BAB V ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan tentang data yang diperoleh selama penelitian, kemudian menganalisis tepat atau tidaknya penentuan harga jual produk yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut dengan penentuan harga jual berdasarkan teori-teori dan teknik analisis data yang digunakan

## **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan analisis data-data perusahaan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang dapat digunakan dalam pengembangan perusahaan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Review Penelitian Sebelumnya.**

Menurut Purnomo (1999) yang meneliti tentang “Analisis Penentuan Harga Jual Produk” studi kasus pada perusahaan Tas Saeiki Yogyakarta, menyimpulkan bahwa penentuan harga pokok produk di perusahaan tersebut kurang tepat karena dalam penentuan biaya overhead pabriknya tidak memperhitungkan biaya penyusutan tetapi mengikutsertakan biaya telepon yang seharusnya masuk dalam biaya non produksi sehingga biaya overhead yang dihasilkan menjadi terlalu rendah dan mengakibatkan harga pokok produksi juga terlalu rendah sedangkan penentuan harga jual produk pada perusahaan tersebut dikatakan sudah tepat.

Menurut Sembiring (1999) yang meneliti tentang “Penentuan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing*” studi kasus pada CV Sahabat Klaten, disimpulkan bahwa penentuan harga jual yang dilakukan oleh CV tersebut sudah tepat karena didasarkan pada harga pokok produk per unit (biaya produksi dan biaya non produksi) ditambah dengan laba yang diharapkan, sedangkan penentuan harga jual menurut kajian teori didasarkan pada biaya produksi per unit ditambah dengan *mark up*, sehingga terdapat perbedaan yang signifikan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori.

Menurut Fenny (1997) yang meneliti tentang “Penentuan Harga Jual Produk dengan Metode *Cost Plus Pricing*” studi kasus pada PT Surya Marga Luhur Jakarta, menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual

produk menurut perusahaan dengan penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*, jadi penentuan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut dikatakan tidak tepat.

Menurut Indriyani (2000) yang meneliti tentang “Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Berdasarkan Metode *Cost Plus Pricing*” studi kasus pada PT Pabelan Surakarta, menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual berdasarkan kajian teori dengan penentuan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan, jadi penentuan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut dikatakan tidak tepat.

Penelitian ini mengacu pada skripsi Sembiring (1999) dengan judul “Penentuan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing*” studi kasus pada CV Sahabat Klaten, dengan alasan sumber informasi yang diperoleh sebagian berasal dari skripsi tersebut, hanya perbedaannya terdapat pada waktu dan tempat penelitian.

## **B. Landasan Teori**

### 1. Harga jual

#### a. Pengertian harga jual

Harga jual menurut Supriyono (1987: 332) adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau yang diserahkan.

Harga jual adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan barang atau jasa dalam jumlah tertentu atau kombinasinya (Gitosudarmo, 1994: 228).

Harga jual adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimilikinya kepada pihak lain (Nitisemito, 1981: 55).

Dari pengertian-pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu jika seseorang ingin membeli atau menjual suatu barang atau jasa, maka orang tersebut harus mengeluarkan sejumlah uang tertentu sebagai pengganti barang atau jasa tersebut. Penentuan harga jual merupakan keputusan penting yang harus diambil oleh pihak manajemen, karena akan mempengaruhi volume penjualan dan laba. Konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli berapa jumlah barang atau jasa berdasarkan harga yang telah ditentukan.

b. Tujuan penentuan harga jual

Produsen dalam menentukan harga jual mempunyai tujuan yang akan dicapai. Menurut Swastha (1984: 148) tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

1) Mendapatkan laba maksimal

Semakin besar daya beli konsumen maka semakin besar kemungkinannya untuk menetapkan harga yang tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan.

- 2) Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian penjualan bersih

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk menutup investasi. Laba yang digunakan untuk mengembalikan investasi yang hanya diperoleh bilamana harga jual lebih tinggi dari jumlah biaya persaingan.

- 3) Mencegah atau mengurangi persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi dapat dilakukan melalui kebijaksanaan harga. Hal ini dapat diketahui bilamana para penjual menawarkan barang atau jasa dengan harga yang sama. Persaingan dilakukan tanpa melalui kebijaksanaan harga, tetapi dengan *services (Non Price Competition)*

- 4) Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar (*Market Share*)

Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar hanya mungkin dilakukan bila kemampuan atau kapasitas produk masih cukup longgar, disamping itu juga kemampuan dibidang lain seperti bidang pemasaran, keuangan dan sebagainya. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang terpenting bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditujukan untuk mempertahankan pangsa pasar.



### c. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual

Dalam penentuan harga jual produk atau jasa banyak faktor yang saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap harga jual. Menurut Swastha (1982: 184) ada dua faktor yaitu:

#### 1). Faktor internal

##### a). Tujuan pemasaran perusahaan

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan yang berupa maksimalisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan sebagainya.

##### b). Strategi bauran pemasaran

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

##### c). Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian, oleh karena itu setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya baik itu berupa biaya tetap maupun biaya variabel serta jenis biaya lainnya.

## 2). Faktor eksternal

- a). Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.
- b). Elastisitas permintaan atau sifat permintaan pasar selain mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual.
- c). Persaingan atau tipe pasar
- d). Permintaan dan penawaran

Permintaan adalah jumlah total barang atau jasa yang akan dibeli oleh pembeli pada setiap tingkatan harga beli tertentu, sedangkan penawaran adalah jumlah total barang atau jasa yang akan dijual oleh penjual pada setiap tingkatan harga jual yang memungkinkan dalam jangka waktu tertentu (Gilarso, 1993: 36).

- e). Pengawasan pemerintah dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, pencegahan usaha-usaha kearah monopoli.
- f). Citra atau kesan masyarakat dapat dilakukan dengan promosi, iklan, diskon, dan sebagainya.
- g). Tanggung jawab sosial perusahaan

Perusahaan didirikan bukan semata-mata untuk mencari laba, tetapi untuk melayani masyarakat. Jadi harga jual ditentukan berdasarkan tingkat ekonomi masyarakat yang dilayani.

h). Tujuan perusahaan non laba (nirlaba) yaitu untuk melayani masyarakat, jadi harga jualnya sama dengan biaya yang dikeluarkan.

d. Metode penentuan harga jual menurut Mulyadi (1991: 18) yaitu sebagai berikut:

1). Penentuan harga jual normal

Metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan istilah *cost plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal menurut Mulyadi (2001: 348) ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

2). Penentuan harga jual dalam *cost type contract*

*Cost type contract* merupakan kontrak pembuatan produk atau jasa yang disetujui oleh pihak pembeli untuk membeli suatu produk pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut (Mulyadi, 2001: 360).

3). Penentuan harga jual pesanan khusus

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan khusus biayanya mencakup jumlah yang besar sehingga harga jual yang diminta dapat lebih rendah

dari harga jual normal, bahkan seringkali harganya berada dibawah biaya penuh (Mulyadi, 2001: 361).

- 4). Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

Harga jual produk atau jasa ditentukan berdasarkan harga yang ditetapkan pemerintah seperti listrik, air, telpon, transportasi serta jasa pos, dsb (Mulyadi, 2001: 363).

e. Metode penentuan harga jual *Cost Plus Pricing*

Metode yang lazim digunakan untuk menentukan harga jual produk standar adalah metode *cost plus pricing*. *Cost Plus Pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal (*cost plus pricing*) menurut Mulyadi (2001: 348) ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

Maka ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

- 1). Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu sebagai berikut:

- a). Pendekatan harga pokok produksi penuh (*full costing*)

*Full costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi baik biaya tetap maupun biaya

variabel ke produk seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead tetap dan biaya overhead variabel.

Harga jual = Biaya produksi + *markup* (Mulyadi, 1993: 356)

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya non produksi} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{Biaya produksi}}$$

Unsur-unsur biaya yang terdapat dalam pendekatan tersebut menurut Mulyadi (2001: 349) yaitu:

Biaya bahan baku	xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya overhead pabrik (tetap dan variabel)	xx +	
Taksiran total biaya produksi		xxx
Biaya administrasi dan umum	xx	
Biaya pemasaran	xx +	
Taksiran total biaya komersial		<u>xxx +</u>
Taksiran biaya penuh		xxx

b). Pendekatan harga produksi variabel (*variable costing*)

Metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi ditambah mark up untuk menutup semua biaya tetap serta menghasilkan laba yang diinginkan. Elemen-elemen yang termasuk didalamnya yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead variabel (biaya overhead pabrik tetap dianggap bukan biaya produksi melainkan biaya periode).

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya variabel} + \text{markup}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{laba yang diharapkan}}{\text{Biaya variabel}}$$

Unsur-unsur biaya yang terdapat didalam pendekatan ini menurut

Mulyadi (2001:350) yaitu:

Biaya variabel:		
Biaya bahan baku	xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xx +</u>	
Taksiran total biaya produksi variabel		xxx
Biaya administrasi dan umum variabel	xx	
Biaya pemasaran variabel	<u>xx +</u>	
Taksiran total biaya variabel		xxx
Biaya tetap:		
Biaya overhead pabrik tetap	xx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xx	
Biaya pemasaran tetap	<u>xx +</u>	
Taksiran total biaya tetap		xxx +
Taksiran biaya penuh		<u>xxx</u>

## 2). Laba yang diharapkan

Unsur kedua yang perlu diperhatikan dalam perhitungan harga jual adalah laba yang diharapkan yang dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Hal yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam memperkirakan besarnya laba wajar yang diharapkan menurut Mulyadi (2001: 350-351) yaitu:

- a). *Cost of capital* (biaya modal) merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan yang besarnya dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

b). Resiko bisnis

Semakin besar resiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan maka semakin besar pula persentase yang ditanamkan pada *cost of capital* dalam perhitungan laba yang diharapkan dan demikian pula sebaliknya.

c). Besarnya *capital employed*

Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa akan mengakibatkan semakin besar pula yang diharapkan dalam perhitungan harga jual. Besarnya *capital employed* secara kasar dapat dilihat dari jumlah aktiva yang ada dalam neraca awal tahun anggaran atau taksiran rata-rata total aktiva selama tahun anggaran.

f. Harga jual per unit menurut Mulyadi (2001: 351)

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, maka biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua yaitu:

- 1). Biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produksi yaitu biaya yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual seperti biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.
- 2). Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produksi yaitu biaya yang ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan

perhitungan persentase *mark up* seperti biaya non produksi yang terdiri dari biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

$$\text{Harga jual per unit} = \left( \frac{\text{biaya yang berhubungan langsung}}{\text{dengan volume per unit}} \right) + \text{persentase mark up}$$

$$\text{Markup} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \left( \frac{\text{biaya yang tidak dipengaruhi}}{\text{langsung oleh volume produksi}} \right)}{\text{biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produksi}}$$

$$\text{Laba yang diharapkan} = Y \% \times \text{aktiva penuh}$$

## 2. Biaya

### a. Pengertian biaya

Definisi biaya menurut Mulyadi (1991: 8) dalam artian luas yaitu pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu, sedangkan dalam artian yang sempit yaitu biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva (dalam istilah harga pokok).

Selain itu biaya juga diartikan sebagai harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan (Supriyono, 1987: 16).



## b. Penggolongan biaya

Penggolongan biaya adalah proses pengelompokan secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada kedalam golongan tertentu yang lebih ringkas. Menurut Supriyono (1987: 183) biaya dapat digolongkan yaitu sebagai berikut:

### 1). Menurut fungsi pokok kegiatan dalam perusahaan

- a). Biaya produksi yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik.
- b). Biaya pemasaran yaitu biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan perhitungan menjadi kas yang meliputi biaya untuk melaksanakan fungsi penjualan, fungsi penggudangan produk selesai, fungsi pengepakan dan pengiriman, fungsi advertensi, fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang, fungsi pembuatan faktur atau administrasi penjualan.
- c). Biaya administrasi dan umum yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum.

### 2). Menurut perilaku biaya

- a). Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding atau proporsional dengan perubahan volume kegiatan.

- b). Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan tetapi tingkat perubahannya tidak proporsional atau sebanding.
  - c). Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam artian konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.
3. Manfaat informasi biaya penuh dalam keputusan penentuan harga jual menurut Mulyadi (2001: 346-348)

Pada dasarnya, dalam keadaan normal harga jual produk atau jasa yang harus dapat menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Informasi biaya penuh memberikan manfaat bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual yaitu sebagai berikut:

- a. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan
- b. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian
- c. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya penuh pesaing.

- d. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.
4. Beberapa keunggulan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* antara lain (Mulyadi,1983: 29-55):
    - a. Lebih bermanfaat untuk perencanaan laba jangka panjang
      - 1). Dengan membagi biaya berdasarkan fungsi pokok kegiatan dalam perusahaan kedalam biaya produksi dan biaya non produksi yang memungkinkan untuk menganalisa hubungan antara biaya, volume, laba.
      - 2). Dengan memperlihatkan laba kotor akan dapat menunjukkan jumlah uang yang akan menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang diharapkan.
    - b. Lebih bermanfaat untuk pengendalian biaya jangka panjang
      - 1). Dalam *full costing*, biaya non produksi baik yang bersifat variabel maupun tetap dikumpulkan dan disajikan dalam laporan rugi laba sebagai pengurang laba kotor.
      - 2). Didalam metode *full costing* biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan dimuka pada kapasitas normal. Oleh karena itu biaya overhead pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk jadi yang belum laku dijual dan baru dianggap sebagai biaya apabila produk jadi tersebut telah terjual.

- c. Lebih bermanfaat untuk pembuatan keputusan jangka panjang
  - 1). *Full costing* lebih menekankan laba jangka panjang
  - 2). Ditinjau dari segi penentuan harga, harga jual menurut metode *full costing* harus dapat menutup total biaya penuh termasuk biaya tetap didalamnya.
- 5. Perbedaan antara pendekatan *full costing* dengan pendekatan *variabel costing* yaitu (Halim, 1990: 37-38):
  - a. Pada *full costing*, biaya produksinya ada 2 yaitu biaya tetap dan biaya variabel sedangkan pada *variabel costing* biaya produksinya hanya biaya variabel karena biaya tetapnya dianggap sebagai biaya periode.
  - b. Pada *full costing*, biaya overhead pabrik yang bersifat tetap diperhitungkan dalam harga pokok dan diakui sebagai biaya jika produk atau jasa yang bersangkutan sudah terjual karena biaya overhead pabrik tetap masih melekat pada persediaan produk atau jasa yang belum terjual sedangkan pada *variabel costing* biaya overhead pabrik tetap diperlakukan sebagai biaya periodik karena langsung diakui sebagai biaya pada saat terjadinya.
  - c. Pada laporan rugi laba *full costing*, biaya-biaya dikelompokkan berdasarkan fungsi pokok yang ada dalam perusahaan yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum, sedangkan pada *variabel costing* biaya-biaya digolongkan berdasarkan perilakunya terhadap perubahan volume kegiatan perusahaan.

- d. Pada perhitungan rugi laba, *full costing* menggunakan istilah laba kotor yaitu kelebihan hasil penjualan dari harga pokok penjualan, sedangkan pada *variabel costing* menggunakan istilah margin kontribusi yaitu kelebihan hasil penjualan dari biaya-biaya variabel.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus adalah penelitian dengan mengolah dan menganalisis data yang diperoleh kemudian ditarik kesimpulan.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian: Penelitian ini dilakukan pada perusahaan “Penerbit Percetakan Kanisius”

Waktu penelitian: Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember tahun 2002

#### **C. Subyek dan Obyek Penelitian**

##### 1. Subyek penelitian

- a. Direktur perusahaan “Penerbit Percetakan Kanisius”
- b. Bagian produksi
- c. Bagian pemasaran
- d. Bagian Keuangan

##### 2. Obyek penelitian

Obyek penelitian adalah penentuan harga jual produk pada perusahaan “Penerbit Percetakan Kanisius”.

#### **D. Data yang dicari**

1. Gambaran umum perusahaan

2. Data-data tentang biaya produksi dan biaya non produksi
3. Prosedur penentuan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan
4. Target laba yang ingin dicapai oleh perusahaan
5. Investasi yang ditanamkan
6. Data-data lain yang berhubungan dengan penentuan harga jual produk

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

1. Wawancara

Dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak perusahaan yang bersangkutan berupa gambaran umum, target laba yang ingin dicapai oleh perusahaan, investasi yang ditanamkan.

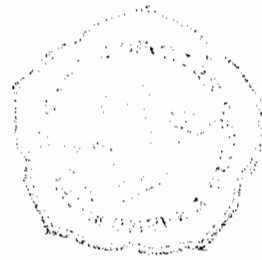
2. Dokumentasi

Dengan cara meneliti dan mempelajari catatan atau dokumen yang ada di perusahaan berupa data biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, prosedur penentuan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan, data-data lain yang berhubungan dengan penentuan harga jual produk.

#### **F. Teknik Analisis Data**

1. Teknik deskriptif

Teknik yang menyajikan data dari hasil penelitian mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan penentuan harga jual produk



## 2. Teknik komparatif

Teknik yang dilakukan dengan memahami data-data dan membandingkan antara hasil dengan teori yang ada. Langkah-langkah analisis data adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi biaya produksi dan biaya non produksi
- b. Menghitung total biaya produksi dan total biaya non produksi
- c. Menentukan laba yang diharapkan

$$\text{Laba} = ROI \times \text{aktiva penuh}$$

- d. Menentukan *mark up* yang didapat dengan pendekatan *full costing*

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}}$$

- e. Menghitung harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*
- f. Membandingkan penentuan harga jual menurut perusahaan dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*
- g. Mengetahui perbedaan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori yang ada signifikan atau tidak maka digunakan analisa distribusi t (t test)



Kriteria pengujian:

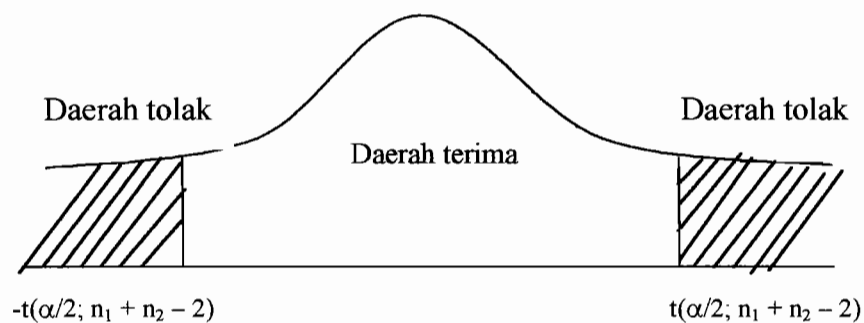
1). Penentuan HO dan HI

HO: Tidak ada perbedaan yang signifikan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori.

HI: Ada perbedaan yang signifikan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori.

2). Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dengan cara mencari nilai t tabel, dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) sebesar 5% dan derajat kebebasan  $n_1 + n_2 - 2$  dimana  $n_1$  adalah jumlah sampel harga jual menurut perusahaan sedangkan  $n_2$  adalah jumlah sampel harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Untuk memperjelas akan disertai gambar sebagai berikut:



HO diterima bila  $-t \alpha/2 \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \alpha/2 \text{ tabel}$

HO tidak diterima bila  $t \text{ hitung} \leq -t \alpha/2 \text{ tabel} / t \text{ hitung} \geq t \alpha/2 \text{ tabel}$ .

3). Menghitung nilai t dengan rumus:

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

$$S_1^2 = \frac{\sum (x_1 - \bar{x}_1)^2}{n_1 - 1}$$

$$S_2^2 = \frac{\sum (x_2 - \bar{x}_2)^2}{n_2 - 1}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

Dimana:

$X_1$  = Harga jual menurut perusahaan

$X_2$  = Harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*

n = Jumlah sampel

df = Derajat kebebasan

$S^2$  = Varians

$\bar{x}$  = Rata-rata dari x

4). Membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel

### 5). Kesimpulan

- a). Bila nilai  $-t_{\alpha/2 \text{ tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\alpha/2 \text{ tabel}}$  maka  $H_0$  diterima, keadaan ini menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori
- b). Bila nilai  $t_{\text{hitung}} \leq -t_{\alpha/2 \text{ tabel}}$  atau  $t_{\text{hitung}} \geq t_{\alpha/2 \text{ tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak, keadaan ini menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori.

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Sejarah Berdirinya Perusahaan**

Penerbit Percetakan Kanisius didirikan pada tanggal 26 Januari 1922 atas inisiatif seorang misionaris yang berasal dari negara Belanda, yang bernama Peter J Hoeborecht. Pada awalnya Penerbit Percetakan Kanisius berlokasi di Jl. P Senopati No. 1b Yogyakarta dan diberi nama Canisius Drukkerij. Kemudian pada tahun 1934 Canisius Drukkerij pindah lokasi ke Jl. P Senopati No. 24 Yogyakarta.

Pada tahun 1945 Canisius Drukkerij ikut berperan dalam mencetak ORI (Orang Republik Indonesia) dan pada tahun 1950 Canisius Drukkerij mulai dikenal masyarakat luas dengan nama percetakan Kanisius. Percetakan Kanisius pada tahun 1967 mulai melakukan pengembangan sarana dan prasarana untuk modernisasi usaha percetakan yang dipimpin oleh Peter Yacobus Lampe dan sebagai langkah awalnya mulai menerbitkan buku-buku dalam jumlah yang besar dan memperkenalkan diri sebagai Penerbit Percetakan Kanisius.

Pada tahun 1969 Penerbit Percetakan Kanisius pindah lagi ke Jl. Cempaka No. 9 Deresan Yogyakarta untuk mendukung suasana kerja yang sehat dan memadai. Lokasi ini dipilih pada saat harga tanah di wilayah tersebut masih sangat murah, luas, dan mudah dijangkau serta cocok untuk lokasi pabrik karena jauh dari pusat kota. Penerbit Percetakan Kanisius menempati bangunan seluas 5600 m<sup>2</sup> yang terdiri dari

gedung percetakan, kantor penerbitan, kantin, showroom, laboratorium komputer, wisma serta perumahan supervisor perusahaan.

Tahun 1977 Penerbit Percetakan Kanisius mulai menggunakan sistem komputerisasi dalam menjalankan seluruh kegiatan administrasi, pembukuan dan bidang yang lainnya. Pada tahun 1989 seluruh kegiatan Penerbit Percetakan Kanisius dipusatkan di Jl. Cempaka No. 9 Deresan Yogyakarta.

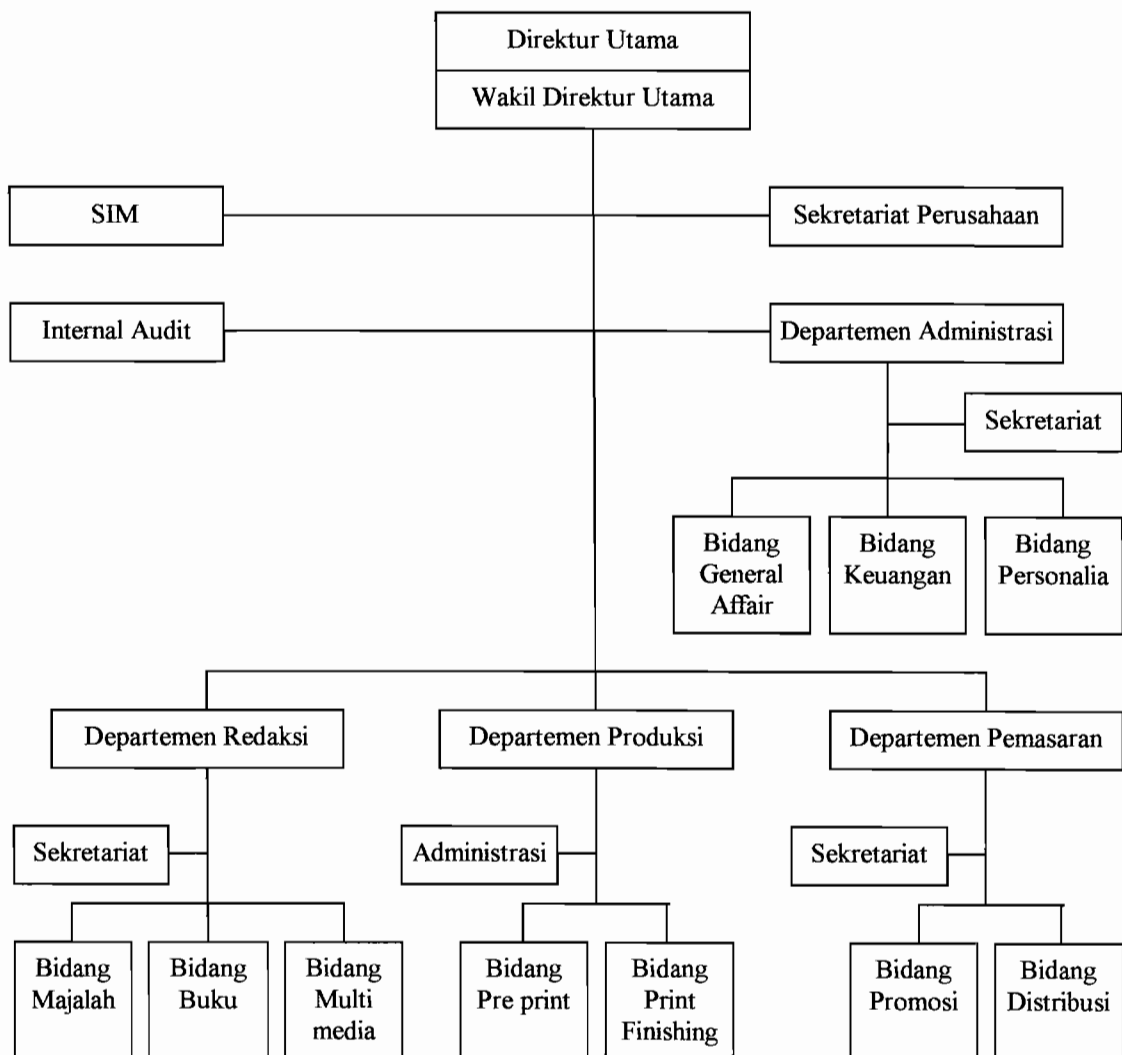
Penerbit Percetakan Kanisius berorientasi pada pelayanan literatur, baik itu untuk kebutuhan gereja maupun bangsa dalam menopang pendidikan dan pembangunan jiwa manusia seutuhnya. Hal ini sesuai dengan visi Penerbit Percetakan Kanisius yaitu melibatkan diri pada pembangunan bangsa dalam persaudaraan sejati demi memperjuangkan keutuhan. Sedangkan misinya adalah dengan jiwa kristiani, Penerbit Percetakan Kanisius dalam konteks budaya yang berkembang menyediakan multi media demi pemberdayaan masyarakat dengan mutu kinerja dan hasil yang terpercaya, mengutamakan relasi dalam hubungan etis dan saling menguntungkan, didukung semangat kerja sama, penghargaan dan pengembangan sumberdaya manusia, sarana dan prasarana serta keuangan sesuai tuntutan usaha profesional.

#### **B. Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi merupakan kerangka kerja yang harus diperhatikan setiap perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan supaya koordinasi masing-masing bagian dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu Struktur Organisasi Penerbit Percetakan Kanisius berbentuk departementalisasi yang bekerja sesuai fungsinya masing-masing namun tetap menjadi satu kesatuan yang saling berkaitan.

Berikut ini akan disajikan Struktur Organisasi dari Penerbit Percetakan Kanisius

Gambar 1  
Struktur Organisasi  
Penerbit Percetakan Kanisius



Berdasarkan gambar 1 maka dapat dilihat tugas dan wewenang masing-masing bagian yaitu sebagai berikut:

1. Direktur utama dan wakil direktur utama bertugas untuk memimpin perusahaan dan membuat kebijakan yang berkaitan dengan perusahaan.
2. Internal audit bertanggung jawab untuk mengaudit intern perusahaan yang bersifat independen.
3. SIM yang bertanggung jawab untuk mengendalikan dan mengembangkan sistem komputer keuangan, serta memeriksa apakah data yang dimasukkan kedalam komputer sudah benar.
4. Sekretariat perusahaan bertanggung jawab atas penciptaan jalur koordinasi seluruh aktivitas kesekretariatan, administrasi perusahaan, dan kehumasan.
5. Departemen administrasi

Departemen ini dipimpin oleh seorang direktur administrasi yang membawahi bidang keuangan, bidang general affair dan bidang personalia. Masing-masing bidang dikepalai oleh seorang manajer yang mempunyai tanggungjawab sesuai dengan bidangnya.

a. Bidang Keuangan

Bidang ini dipimpin oleh seorang manajer keuangan yang bertanggungjawab atas tata tertib administrasi keuangan serta bertugas untuk mengkoordinir dan mengawasi kepala divisi pembukuan dan divisi kalkulasi, juga melaksanakan pembinaan karyawan di bidangnya dan meningkatkan hubungan antar kepala divisi.

- 1). Divisi kalkulasi bertanggungjawab atas akuntansi manajemen. Mengelola kartu tugas dan pesanan jasa percetakan diluar keperluan penerbitan.
- 2). Divisi pembukuan bertanggungjawab terhadap akuntansi keuangan dan membawahi beberapa bagian yaitu kasir, persediaan dan hutang dagang, piutang dagang dan penagihan, jurnal umum dan data preparation, operator komputer.

b. Bidang Personalia

Bidang ini dipimpin oleh seorang manajer personalia yang juga menjalankan fungsinya sebagai *Public Relation* dengan mengutamakan tugas dan tanggung jawab dalam menyelenggarakan hubungan kerja yang bersifat eksistensi sesuai batas wewenang yang dimiliki. Bidang personalia mempunyai sekretariat yang bertugas mengelola surat-surat yang masuk dan keluar dari departemen personalia dalam menjalankan tugasnya bidang ini dibantu 2 divisi yaitu:

- 1). Divisi kepegawaian bertanggung jawab dalam urusan gaji, hak-hak karyawan lainnya, urusan tunjangan yang diberikan kepada para karyawan, memantau perkembangan jumlah karyawan yang ada dan pelayanan kepada pihak-pihak yang akan melakukan riset, survey atau pengumpulan data di perusahaan.
- 2). Divisi pengembangan sumber daya manusia bertanggungjawab dalam melaksanakan pembinaan untuk karyawan, memotivasi perkembangan dan meningkatkan produktivitas kerja, mengelola tes calon karyawan dan



menyusun bahan serta jadwal tes calon karyawan, menjawab surat dari para pelamar pekerjaan yang masuk ke bagian personalia, menyelenggarakan dan mengatur kegiatan intern perusahaan, mengadakan kegiatan refleksi dan mengadakan penilaian pengembangan karier untuk meningkatkan kualitas kinerja.

c. Bidang general affair

Bidang ini dipimpin oleh seorang manajer general affair yang membawahi divisi perawatan, dan divisi rumah tangga yang masing-masing divisi dipimpin oleh seorang kepala divisi.

- 1). Divisi perawatan bertanggungjawab dalam pemeliharaan listrik, telpon, komputer, AC, gedung, kendaraan, aset tanah, mebel, air, kolam dan lain-lain.
- 2). Divisi rumah tangga bertanggungjawab dalam pekerjaan umum, keamanan, kebersihan, pengadaan barang, alat kantor dan rumah tangga.

6. Departemen Redaksi

Departemen ini dipimpin oleh seorang direktur redaksi yang bertanggungjawab mencari naskah yang baik untuk diterbitkan dan bertugas menghubungi pihak-pihak tertentu yang diharapkan dapat mengevaluasi apakah suatu naskah yang diterima sudah benar dan berbobot, serta mempersiapkan naskah tersebut agar pantas untuk diterbitkan yaitu:

a. Bidang penerbitan majalah

Bidang ini khusus menangani penerbitan dan percetakan majalah-majalah yang diterbitkan antara lain majalah *Familia*, *Basis*, *Rohani*, dan *Utusan*.

b. Bidang penerbitan multimedia

Bidang ini menangani penerbitan produk multimedia seperti CD, film, alat peraga (*Logico*, dan *tell me more*) dan lain-lain.

c. Bidang penerbitan buku

Bidang ini terbagi dalam beberapa divisi menurut jenis buku yang akan diterbitkan yaitu divisi buku humaniora, divisi buku gerejawi, divisi buku anak, divisi buku kemasyarakatan, divisi buku sekolah.

7. Departemen Produksi

Departemen ini dipimpin oleh seorang direktur produksi yang membawahi bidang pre print dan bidang print finishing.

a. Bidang pre print

Bidang ini dipimpin oleh seorang manajer pre print yang bertanggungjawab mengadakan pengawasan terhadap penerbitan buku yang akan dicetak pada setiap bagian. Bidang ini membawahi 3 divisi yaitu:

- 1). Divisi desain yang bertanggungjawab untuk menentukan jenis huruf (*tipografi*), gambar isi dan gambar kulit luar (*cover*) yang nantinya akan disetujui bersama divisi composing sampai pada proses *paste up*.
- 2). Divisi composing bertanggungjawab menentukan format buku, komposisi gambar dan warna, serta bekerjasama dengan divisi desain.

- 3). Divisi reproduksi bertanggungjawab membuat film berdasarkan semua ketentuan dan syarat dari divisi desain.

b. Bidang print finishing

Bidang ini dipimpin oleh seorang manajer, print finishing yang bertanggungjawab membuat usul perbaikan dan pengembangan unit kerja setiap bidangnya mengadakan komunikasi dengan divisi yang ada dibawahnya dan bertanggungjawab terhadap administrasi produksi. Bidang ini membawahi 4 divisi yaitu:

- 1). Divisi teknik yang mengurus segala hal yang menyangkut peralatan dan fasilitas yang mendukung proses print finishing.
- 2). Divisi gudang kertas bertanggungjawab menyimpan hasil-hasil cetakan kedalam tempat yang aman serta mengarsipkannya dengan rapi.
- 3). Divisi cetak yang menangani urusan pencetakan seperti menentukan ketebalan tinta.
- 4). Divisi jilid yang bertanggungjawab merapikan hasil cetakan dengan cara menjilidnya.

8. Departemen pemasaran

Departemen ini dipimpin oleh seorang direktur pemasaran yang bertanggungjawab meningkatkan kemampuan kerja setiap bidang di departemen pemasaran serta melaksanakan tugas dengan efektif dan efisien dan juga berperan sebagai penghubung dengan pihak luar dalam hal ini pelanggan. Departemen pemasaran membawahi 2 bidang dan dibantu oleh sekretariat pemasaran yaitu:

a. Bidang promosi

Bidang ini dipimpin oleh seorang manajer promosi yang dibantu oleh seorang supervisor bidang promosi dan membawahi 6 divisi, yaitu divisi analisis dan perencanaan pasar, divisi iklan dan publikasi, divisi pameran, divisi penjualan majalah dan multimedia, divisi penjualan pasar (gereja, instansi, sekolah dan umum), divisi taman komunikasi (*showroom*)

b. Bidang distribusi

Bidang ini dipimpin oleh seorang manajer distribusi yang dibantu oleh seorang supervisor bidang distribusi, yang bertanggungjawab dalam penyebaran dan pengiriman produk jadi. Bidang distribusi terdiri dari 4 divisi yaitu:

- 1). Divisi *customer service officer (CSO)* yang bertanggungjawab untuk melayani pesanan khusus.
- 2). Divisi *whole customer service* yang bertanggungjawab untuk melayani penjualan biasa.
- 3). Divisi gudang atau ekspedisi yang bertanggungjawab atas penyiapan dan pengiriman barang pesanan sampai ketangan konsumen, serta bertanggungjawab dalam pelaporan keadaan stok di gudang. Laporan ini ditujukan kepada departemen produksi untuk kemudian disampaikan kepada editor bila editor berminat mencetak ulang sebuah buku.

- 4). Divisi administrasi pemasaran yang bertanggungjawab atas penerimaan order, penjualan, pembuatan faktur pajak dan urusan surat menyurat yang masuk dan keluar dari departemen pemasaran.

### C. Personalia

Penerbit Percetakan Kanisius memiliki 301 orang karyawan yang terdiri dari 247 karyawan laki-laki dan 59 orang karyawan wanita yang merupakan pilar dan kekuatan utama dalam menjalankan perusahaan. Percetakan Kanisius sangat memperhatikan kesejahteraan karyawannya dengan menyediakan dana kesehatan, asuransi kecelakaan, jaminan hari tua, tunjangan hari raya dan lain sebagainya, serta memberikan fasilitas kredit kendaraan dan perumahan. Selain itu Percetakan Kanisius juga memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengikuti berbagai macam pelatihan kerja. Sistem pemberian upah atau penggajian karyawan yang digunakan oleh Penerbit Percetakan Kanisius adalah bulanan, karena semua terdiri dari karyawan tetap. Sedangkan pembagian jam kerja dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1  
Pembagian jam kerja  
Penerbit Percetakan Kanisius

Hari	Jam	Keterangan
Senin s/d Jumat	07.00 – 11.00 WIB	Jam kerja
	11.00 – 11.30 WIB	Jam istirahat
	11.30 – 14.30 WIB	Jam kerja
Sabtu Khusus bagian produksi Shift II	07.00 – 12.00 WIB	Jam kerja
	14.00 – 21.00 WIB	Jam kerja

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius

#### **D. Pemasaran**

Dalam usaha untuk memasarkan produknya Penerbit Percetakan Kanisius melakukan kegiatan promosi dalam bentuk iklan dimedia cetak dan elektronik, pameran, showroom (taman komunikasi) dan lain sebagainya. Kemudian daerah pemasarannya meliputi seluruh wilayah Indonesia, kurang lebih 77% didaerah pulau jawa dan 23% diluar pulau jawa, selain itu juga Percetakan Kanisius memasarkan produknya dikota-kota besar diluar negeri seperti Malaysia, Australia, Belanda dan Amerika Serikat

#### **E. Produksi**

Penerbit Percetakan Kanisius dalam memproduksi berbagai jenis produknya menggunakan beberapa bahan agar menghasilkan produk yang terjamin kualitasnya. Bahan-bahan yang digunakan adalah sebagai berikut:

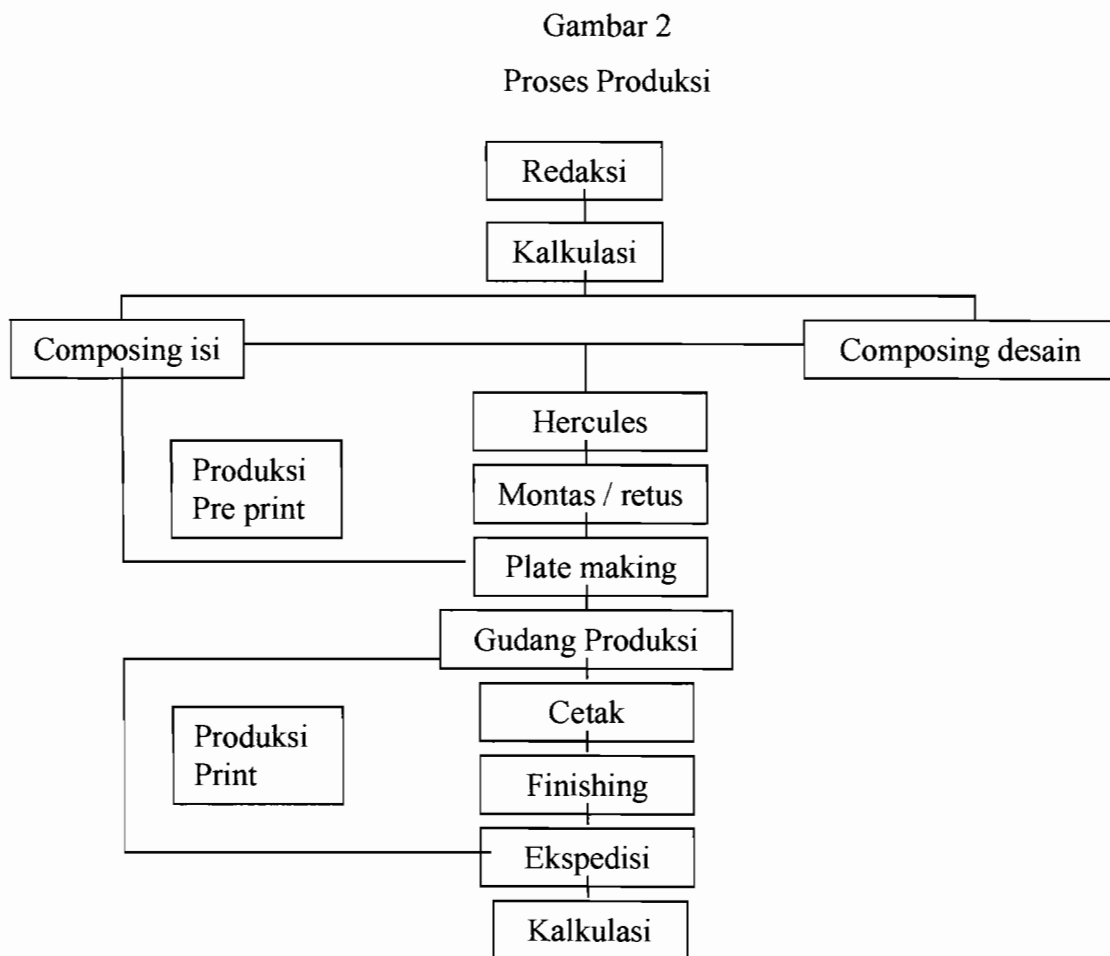
1. Bahan baku yang terdiri dari kertas dan tinta.
2. Bahan penolong yang terdiri dari lem, foil plastik, kawat, benang, liquid opaque, film, gold folie, gom, Plate, strepples, Alkohol, pita baca

Bahan-bahan tersebut baik itu bahan baku maupun bahan penolong diambil dari beberapa kota di Indonesia seperti Semarang, Yogyakarta, Jakarta, Surabaya dan Solo. Sedangkan proses produksinya dibedakan menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut:

1. Bagian produksi preprint yaitu bagian yang terdiri dari tahap pembuatan dan penyiapan mesin yang sesuai dengan pesanan atau sesuai dengan master yang sudah ada.

2. Bagian produksi print adalah bagian yang terdiri dari tahap-tahap pencetakan suatu produk hingga selesai.

Proses produksi Penerbit Percetakan Kanisius dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Tahapan dari proses produksi:

1. Departemen redaksi bertanggungjawab atas isi sebuah buku. Tugasnya menerima naskah dari pengarang dan melakukan pemeriksaan apakah naskah tersebut layak

diterbitkan, serta mengetik ulang naskah yang masih berbentuk naskah ketikan (bukan disket) dan melakukan penyuntingan.

2. Kalkulasi yang bertugas mendaftarkan nomor *work order* untuk naskah yang akan diterbitkan, membuat kantong order yang sudah diberi nomor *work order* dan membuat kalkulasi harga pokok buku yang akan diterbitkan tersebut berdasarkan tarif yang berlaku.
3. Composing order yang mengatur tata letak tulisan dan gambar dalam sebuah buku dibagi menjadi dua bagian yaitu:
  - a. Composing isi yang bertugas mengatur layout naskah yang akan dikerjakan (jenis huruf, ukuran huruf, tata letak, posisi gambar dan lain-lain) mengetik naskah (seandainya naskah belum masuk disket), membuat PM naskah, menscan gambar yang dipergunakan dengan menggunakan mesin Topaz atau Epson, menggambar dengan komputer.
  - b. Composing disain yang membuat disain untuk cover.
4. Print film-hercules  
Naskah yang sudah diatur tata letak dan covernya kemudian dicetak dengan mesin Hercules yang outputnya berupa film.
5. Montas / retus
  - a. Menyusun warna film yang telah diprint (cyan, magenta, yellow, black) untuk disiapkan plate making.
  - b. Membersihkan film dari noda-noda kotor yang ada di film (retus).



- c. Apabila proses cetak tidak perlu di PM (composing isi-composing disain) karena data sudah siap tanpa harus disusun layoutnya lagi, maka naskah tersebut langsung diatur dalam astrolon (montas original)
6. Plate making yang bertugas mengcopy film kedalam plate menggunakan mesin helio print.
7. Gudang produksi yang bertugas menyiapkan kertas yang akan digunakan untuk dicetak dan memotong kertas sesuai dengan plat yang ada menggunakan mesin pollar.
8. Mesin cetak yang berfungsi untuk mencetak kertas dengan menggunakan mesin cetak GTO satu warna atau solna atau kord (untuk satu warna), GTO dua warna atau Rolland dua warna (untuk dua warna), GTO empat warna atau Rolland empat warna (untuk empat warna), miller (untuk satu warna tapi bias bolak-balik), dimana plate yang telah dipasang dimesin tersebut yang hasilnya sesuai dengan yang ada pada plate tersebut yaitu katern (kertas ukuran besar yang terdiri dari beberapa halaman sesuai dengan plate).
9. Finishing

Kegiatan ini terdiri dari melipat katern yang telah dicetak dengan menggunakan mesin lipat stahl dengan ukuran buku yang diinginkan, kemudian akan dijilidkan dengan menggunakan:

  - a. Jahit benang yaitu menjahit katern-katern yang telah dilipat dengan benang sehingga menjadi satu buku.

- b. Jahit kawat adalah menjahit katern-katern yang telah dilipat dengan menggunakan kawat.
- c. Perfect yaitu menjilid katern yang telah dilipat dengan mengelem punggung buku tersebut.

Setelah isi dan cover menyatu melalui jilid maka sisi-sisi buku tersebut dirapikan dengan memotong atau menyisir dengan menggunakan mesin potong. Kemudian dikontrol terlebih dahulu sebelum masuk ke gudang atau dikirim kepada relasi.

10. Ekspedisi bertugas membuat surat pengantar untuk buku-buku yang telah lolos kontrol agar kemudian dikirim ke gudang dan kepada relasi.

Penerbit Percetakan Kanisius dalam memproduksi produknya tidak hanya untuk kalangan sendiri tetapi juga menerima pesanan dari pihak luar yang ingin bekerja sama dengan Penerbit Percetakan Kanisius. Oleh karena itu ada beberapa jenis produk yang telah diproduksi atau dihasilkan oleh Penerbit Percetakan Kanisius untuk memenuhi kebutuhan konsumen seperti:

#### 1. Produk buku

Buku-buku yang diterbitkan meliputi beberapa bagian yaitu:

- a. Bagian gerejawi yang menangani buku-buku kristiani seperti teologi, katekese, liturgi, doa, kitab suci, bacaan rohani, renungan atau inspirasional, spiritualitas, sejarah pengembangan jemaat, pastoral, keluarga, dan remaja.
- b. Bagian humaniora yang menangani bidang filsafat, manajemen, psikologi, sosiologi, budaya, teknik, keluarga.

- c. Bagian kemasyarakatan yang menangani bidang pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan, kesehatan masyarakat, teknologi tepat guna.
  - d. Bagian buku anak yang menangani bidang penanaman nilai kemanusiaan, religiositas, lingkungan, pengetahuan, ketrampilan baik itu ketrampilan sosial maupun ketrampilan fisik teknik.
  - e. Bagian buku sekolah yang khususnya menerbitkan buku-buku pendidikan menengah kejuruan dan buku-buku bahasa inggris.
2. Produk multimedia.
- Produk tersebut dapat dikategorikan menjadi 2 bagian, yaitu:
- a. Print media (produk cetak) yang berupa kartu-kartu, slip buku, poster, postcard, sarana devosionalia, agenda liturgi, sarana pembelajaran (*logica & tell me more*).
  - b. Recorder media yang berupa produk audiovisual seperti kaset-kaset audio, video cd dan cd-rom (software untuk belajar bahasa).
3. Produk majalah seperti majalah Familia, Rohani, Utusan, Basis.

## **BAB V**

### **ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi data biaya-biaya**

Dalam hal ini ada beberapa biaya menurut kajian teori yang sangat mempengaruhi dalam penentuan harga jual produk seperti biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun variabel, sedangkan biaya non produksinya meliputi biaya pemasaran dan biaya administrasi. Begitu juga sama halnya dengan penerbit percetakan kanisius yang mengakui adanya biaya produksi dan biaya non produksi tetapi perbedaannya terletak dari cara atau metode yang digunakan untuk memperhitungkan biaya-biaya tersebut.

Ada 3 jenis produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut yakni produk buku, majalah dan multimedia tetapi yang akan dibahas lebih mendalam yakni produk buku yang nanti perhitungannya akan dibedakan berdasarkan judul buku.

##### **1. Biaya produksi**

###### **a. Biaya bahan baku**

Biaya bahan baku adalah bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi dan pemakaiannya dapat diikuti jejaknya dalam menghasilkan produknya. Perusahaan menggunakan bahan kertas sebagai bahan bakunya. Biaya bahan baku yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu:

**Tabel 1.2**  
**Anggaran Biaya Bahan Baku**  
**Tahun 2001**

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Biaya Bahan Baku
1	Kupang	3.293.620
2	Franklin: Hewan Piaraan	5.365.400
3	Yohanes	4.214.400
4	Pengolahan Tepung Ikan	5.575.850
5	Membuat Petis	1.872.250
6	Pengalaman Menulis Buku	3.572.750
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	1.285.345
8	Ikan Arwana	3.792.600
9	Mengalami Kehadiran Allah	3.313.880
10	Mari Mewarnai: Mobil	1.318.075
11	Burung Merak	3.075.080
12	Mengolah Ikan Asap	1.913.250
13	Berjalan Bersama Yesus	3.639.745
14	Daud dan Raja Saul	3.734.500
15	Srikaya	3.353.375
16	Patung Lembu Emas	3.734.500
17	Teknologi Beton	1.872.250
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	5.839.440
19	Panduan Orang Sakit	1.616.638
20	Keselamatan Kerja	3.473.850
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	5.127.670
22	Olahan Kulit Kayu	2.948.100
23	Kecap Tempe Busuk	698.925
24	Salib	9.229.575
25	Pengolahan Karamel Susu	5.075.850
26	Burung Punglor	2.037.645
Jumlah		90.974.563

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius.

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 perusahaan yaitu:

**Tabel 1.3**  
**Anggaran Biaya Tenaga Kerja Langsung**  
**Tahun 2001**

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Biaya Tenaga Kerja langsung
1	Kupang	2.034.369,6
2	Franklin: Hewan Piaraan	1.672.731
3	Yohanes	1.430.610
4	Pengolahan Tepung Ikan	1.478.514
5	Membuat Petis	628.104
6	Pengalaman Menulis Buku	1.236.285
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	700.570,2
8	Ikan Arwana	2.149.252,2
9	Mengalami Kehadiran Allah	1.327.204,8
10	Mari Mewarnai: Mobil	770.561,7
11	Burung Merak	1.993.234,5
12	Mengolah Ikan Asap	915.804
13	Berjalan Bersama Yesus	1.484.535,6
14	Daud dan Raja Saul	1.393.425
15	Srikaya	1.861.846,5
16	Patung Lembu Emas	1.393.425
17	Teknologi Beton	628.104
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	2.145.060
19	Panduan Orang Sakit	707.245,5
20	Keselamatan Kerja	1.348.487,7
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	1.752.889,8
22	Olahan Kulit Kayu	1.395.714
23	Kecap Tempe Busuk	356.306,7
24	Salib	3.229.046,7
25	Pengolahan Karamel Susu	1.328.514
26	Burung Punglor	1.359.002,7
	Jumlah	36.720.844,2

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius.

- c. Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu:

Tabel 1.4  
 Anggaran Biaya Overhead Pabrik  
 Tahun 2001

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Biaya Overhead Pabrik
1	Kupang	4.746.862,4
2	Franklin: Hewan Piaraan	3.903.039
3	Yohanes	3.338.090
4	Pengolahan Tepung Ikan	3.449.866
5	Membuat Petis	1.465.576
6	Pengalaman Menulis Buku	2.884.665
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	1.634.663,8
8	Ikan Arwana	5.014.921,8
9	Mengalami Kehadiran Allah	3.096.811,2
10	Mari Mewarnai: Mobil	1.797.977,3
11	Burung Merak	4.650.880,5
12	Mengolah Ikan Asap	2.136.876
13	Berjalan Bersama Yesus	3.463.916,4
14	Daud dan Raja Saul	3.251.325
15	Srikaya	4.344.308,5
16	Patung Lembu Emas	3.251.325
17	Teknologi Beton	1.465.576
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	5.005.140
19	Panduan Orang Sakit	1.650.239,5
20	Keselamatan Kerja	3.146.471,3
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	4.090.076,2
22	Olahan Kulit Kayu	3.256.666
23	Kecap Tempe Busuk	831.382,3
24	Salib	7.534.442,3
25	Pengolahan Karamel Susu	3.099.866
26	Burung Punglor	3.171.006,3
	Jumlah	85.681.969,8

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius.

## 2. Biaya non produksi

Selain biaya produksi perusahaan juga mempertimbangkan biaya non produksi.

Besarnya biaya non produksi yang dikeluarkan yaitu:

Tabel 1.5  
Anggaran Biaya Non Produksi  
Tahun 2001

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Biaya Non Produksi
1	Kupang	5.856.000
2	Franklin: Hewan Piaraan	7.061.000
3	Yohanes	6.641.000
4	Pengolahan Tepung Ikan	9.662.000
5	Membuat Petis	2.361.000
6	Pengalaman Menulis Buku	6.320.000
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	1.082.000
8	Ikan Arwana	10.156.000
9	Mengalami Kehadiran Allah	2.803.500
10	Mari Mewarnai: Mobil	1.049.000
11	Burung Merak	8.760.000
12	Mengolah Ikan Asap	2.369.000
13	Berjalan Bersama Yesus	7.662.000
14	Daud dan Raja Saul	5.641.000
15	Srikaya	8.061.000
16	Patung Lembu Emas	5.641.000
17	Teknologi Beton	2.361.000
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	12.282.000
19	Panduan Orang Sakit	2.520.000
20	Keselamatan Kerja	7.361.000
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	10.300.000
22	Olahan Kulit Kayu	7.030.000
23	Kecap Tempe Busuk	86.599
24	Salib	17.993.064
25	Pengolahan Karamel Susu	8.746.000
26	Burung Punglor	5.282.000
Jumlah		165.087.163

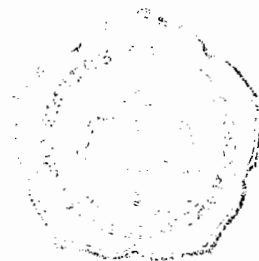
Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius.

## B. Analisis Data

### 1. Mendeskripsikan penetapan harga jual produk menurut perusahaan

Penerbit percetakan kanisius selain memperhitungkan biaya produksinya juga mempertimbangkan apakah misi yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut serta adanya biaya yang digunakan untuk royalti pengarang. Penentuan harga jual menurut perusahaan yaitu sebagai berikut:





**Tabel 1.6**  
**Harga Jual Produk Menurut Perusahaan**  
**Tahun 2001**

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Realisasi biaya produksi	Laba (%)	Volume produksi	Harga Jual Per unit
1	Kupang	9.874.852	67,1	1.500	11.000
2	Franklin: Hewan Piaraan	11.041.170	69,82	1.500	12.500
3	Yohanes	9.083.100	81,66	1.500	11.000
4	Pengolahan Tepung Ikan	11.309.230	98,96	2.500	9.000
5	Membuat Petis	3.965.930	89,12	1.500	5.000
6	Pengalaman Menulis Buku	7.693.700	94,97	1.500	10.000
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	3.620.579	93,35	2.500	2.800
8	Ikan Arwana	11.556.774	94,70	2.500	9.000
9	Mengalami Kehadiran Allah	7.737.896	61,55	5.000	2.500
10	Mari Mewarnai: Mobil	3.886.614	54,38	1.000	6.000
11	Burung Merak	10.019.195	99,62	2.500	8.000
12	Mengolah Ikan Asap	5.065.930	62,86	1.500	5.500
13	Berjalan Bersama Yesus	9.088.197	98,06	1.500	12.000
14	Daud dan Raja Saul	8.379.250	79,02	1.500	10.000
15	Srikaya	9.559.530	96,14	2.500	7.500
16	Patung Lembu Emas	8.379.250	79,02	1.500	10.000
17	Teknologi Beton	3.965.930	89,12	1.500	5.000
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	13.789.640	99,43	2.500	11.000
19	Panduan Orang Sakit	4.574.123	96,76	2.000	4.500
20	Keselamatan Kerja	8.568.809	92,56	1.500	11.000
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	12.070.636	98,83	2.500	9.600
22	Olahan Uni Kayu	8.300.480	98,79	1.500	11.000
23	Kecap Tempe Busuk	1.886.614	85,52	1.000	3.500
24	Salib	20.093.064	99,08	2.500	16.000
25	Pengolahan Karamel Susu	10.004.230	99,92	2.500	8.000
26	Burung Punglor	6.567.654	94,14	1.500	8.500
	Jumlah	220.082.377		51.000	219.900

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius

2. Mendeskripsikan Perhitungan harga jual produk menurut kajian teori dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Mengidentifikasi biaya produksi dan biaya non produksi

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

Besarnya biaya produksi yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.7  
Anggaran Biaya Produksi  
Tahun 2001

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja langsung	Biaya Overhead Pabrik
1	Kupang	3.293.620	2.034.369,6	4.746.862,4
2	Franklin: Hewan Piaraan	5.365.400	1.672.731	3.903.039
3	Yohanes	4.214.400	1.430.610	3.338.090
4	Pengolahan Tepung Ikan	5.575.850	1.478.514	3.449.866
5	Membuat Petis	1.872.250	628.104	1.465.576
6	Pengalaman Menulis Buku	3.572.750	1.236.285	2.884.665
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	1.285.345	700.570,2	1.634.663,8
8	Ikan Arwana	3.792.600	2.149.252,2	5.014.921,8
9	Mengalami Kehadiran Allah	3.313.880	1.327.204,8	3.096.811,2
10	Mari Mewarnai: Mobil	1.318.075	770.561,7	1.797.977,3
11	Burung Merak	3.075.080	1.993.234,5	4.650.880,5
12	Mengolah Ikan Asap	1.913.250	915.804	2.136.876
13	Berjalan Bersama Yesus	3.639.745	1.484.535,6	3.463.916,4
14	Daud dan Raja Saul	3.734.500	1.393.425	3.251.325
15	Srikaya	3.353.375	1.861.846,5	4.344.308,5
16	Patung Lembu Emas	3.734.500	1.393.425	3.251.325
17	Teknologi Beton	1.872.250	628.104	1.465.576
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	5.839.440	2.145.060	5.005.140
19	Panduan Orang Sakit	1.616.638	707.245,5	1.650.239,5
20	Keselamatan Kerja	3.473.850	1.348.487,7	3.146.471,3
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	5.127.670	1.752.889,8	4.090.076,2
22	Olahan Kulit Kayu	2.948.100	1.395.714	3.256.666
23	Kecap Tempe Busuk	698.925	356.306,7	831.382,3
24	Salib	9.229.575	3.229.046,7	7.534.442,3
25	Pengolahan Karamel Susu	5.075.850	1.328.514	3.099.866
26	Burung Punglor	2.037.645	1.359.002,7	3.171.006,3
Jumlah		90.974.563	36.720.844,2	85.681.969,8

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius

- 2) Biaya non produksi

Besarnya biaya non produksi yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.8**  
**Anggaran Biaya Non Produksi**  
**Tahun 2001**

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Biaya Non Produksi
1	Kupang	5.856.000
2	Franklin: Hewan Piaraan	7.061.000
3	Yohanes	6.641.000
4	Pengolahan Tepung Ikan	9.662.000
5	Membuat Petis	2.361.000
6	Pengalaman Menulis Buku	6.320.000
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	1.082.000
8	Ikan Arwana	10.156.000
9	Mengalami Kehadiran Allah	2.803.500
10	Mari Mewarnai: Mobil	1.049.000
11	Burung Merak	8.760.000
12	Mengolah Ikan Asap	2.369.000
13	Berjalan Bersama Yesus	7.662.000
14	Daud dan Raja Saul	5.641.000
15	Srikaya	8.061.000
16	Patung Lembu Emas	5.641.000
17	Teknologi Beton	2.361.000
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	12.282.000
19	Panduan Orang Sakit	2.520.000
20	Keselamatan Kerja	7.361.000
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	10.300.000
22	Olahan Kulit Kayu	7.030.000
23	Kecap Tempe Busuk	86.599
24	Salib	17.993.064
25	Pengolahan Karamel Susu	8.746.000
26	Burung Punglor	5.282.000
Jumlah		165.087.163

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius

- b. Menghitung total biaya produksi dan total biaya non produksi

Setelah diketahui unsur biaya-biayanya maka dapat langsung menghitung

besarnya kedua total biaya tersebut yaitu:

Tabel 1.9  
Anggaran Total Biaya Produksi dan Non Produksi  
Tahun 2001

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Total Biaya Produksi	Total Biaya Non Produksi	Volume Produksi
1	Kupang	10.074.852	5.856.000	1.500
2	Franklin: Hewan Piaraan	10.941.170	7.061.000	1.500
3	Yohanes	8.983.100	6.641.000	1.500
4	Pengolahan Tepung Ikan	10.504.230	9.662.000	2.500
5	Membuat Petis	3.965.930	2.361.000	1.500
6	Pengalaman Menulis Buku	7.693.700	6.320.000	1.500
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	3.620.579	1.082.000	2.500
8	Ikan Arwana	10.956.774	10.156.000	2.500
9	Mengalami Kehadiran Allah	7.737.896	2.803.500	5.000
10	Mari Mewarnai: Mobil	3.886.614	1.049.000	1.000
11	Burung Merak	9.719.195	8.760.000	2.500
12	Mengolah Ikan Asap	4.965.930	2.369.000	1.500
13	Berjalan Bersama Yesus	8.588.197	7.662.000	1.500
14	Daud dan Raja Saul	8.379.250	5.641.000	1.500
15	Srikaya	9.559.530	8.061.000	2.500
16	Patung Lembu Emas	8.379.250	5.641.000	1.500
17	Teknologi Beton	3.965.930	2.361.000	1.500
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	12.989.640	12.282.000	2.500
19	Panduan Orang Sakit	3.974.123	2.520.000	2.000
20	Keselamatan Kerja	7.968.809	7.361.000	1.500
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	10.970.636	10.300.000	2.500
22	Olahan Uni Kayu	7.600.480	7.030.000	1.500
23	Kecap Tempe Busuk	1.886.614	86.599	1.000
24	Salib	19.993.064	17.993.064	2.500
25	Pengolahan Karamel Susu	9.504.230	8.746.000	2.500
26	Burung Punglor	6.567.654	5.282.000	1.500
	Jumlah	213.377.377	165.087.163	51.000

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius

c. Menentukan laba yang diharapkan dengan menggunakan *ROI*

Setelah menghitung semua total biaya maka langkah selanjutnya adalah menentukan laba yang diharapkan dengan cara mengalikan *ROI* dengan aktiva penuh. Perhitungan laba yang diharapkan yaitu sebagai berikut:

Laba yang diharapkan = *ROI* x Aktiva penuh.

$$ROI = \frac{\text{Laba bersih operasional}}{\text{Aktiva bersih}} \times 100\% = \frac{Rp2.903.903.000}{Rp26.183.370.000} \times 100\% = 11\%$$

Tabel 1.10 merupakan hasil perhitungan dari laba yang diharapkan

Tabel 1.10  
ROI, Aktiva Penuh, Laba yang diharapkan  
Tahun 2001

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	ROI	Aktiva Penuh	Laba Yang Diharapkan
1	Kupang	11%	3.898.325,752	428.815,8327
2	Franklin: Hewan Piaraan	11%	3.589.657,687	394.862,3456
3	Yohanes	11%	4.372.104,841	480.931,5325
4	Pengolahan Tepung Ikan	11%	6.231.625,26	685.478,7786
5	Membuat Petis	11%	9.903.113,519	1.089.342,487
6	Pengalaman Menulis Buku	11%	5.104.833,175	561.531,6493
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	11%	18.079.546,12	1.988.750,073
8	Ikan Arwana	11%	5.974.242,51	657.166,6761
9	Mengalami Kehadiran Allah	11%	16.918.920,85	1.861.081,294
10	Mari Mewarnai: Mobil	11%	6.736.807,411	741.048,8152
11	Burung Merak	11%	6.734.963,647	740.846,0012
12	Mengolah Ikan Asap	11%	7.908.902,26	869.979,2486
13	Berjalan Bersama Yesus	11%	4.573.143,234	503.045,7557
14	Daud dan Raja Saul	11%	4.687.180,237	515.589,8261
15	Srikaya	11%	6.847.452,228	753.219,7451
16	Patung Lembu Emas	11%	4.687.180,237	515.589,8261
17	Teknologi Beton	11%	9.903.113,519	1.089.342,487
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	11%	5.039.279,38	554.320,7318
19	Panduan Orang Sakit	11%	13.176.929,85	1.449.462,284
20	Keselamatan Kerja	11%	4.928.597,862	542.145,7648
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	11%	5.966.693,727	656.336,31
22	Olahan Uni Kayu	11%	5.167.444,03	568.418,8433
23	Kecap Tempe Busuk	11%	13.878.498,73	1.526.634,86
24	Salib	11%	3.274.056,693	360.146,2362
25	Pengolahan Karamel Susu	11%	6.887.293,868	757.602,3255
26	Burung Punglor	11%	5.980.073,707	657.808,1078
	Jumlah		190.449.980,3	20.949.497,84

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius

d. Menentukan *Mark Up* dengan pendekatan *full costing*

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

$$\text{Mark Up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}}$$

Tabel 1.11 merupakan hasil perhitungan dari *Mark Up*

Tabel 1.11  
Laba yang diharapkan, Biaya Non Produksi, Biaya Produksi, *Mark Up*  
Tahun 2001

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Laba yang diharapkan	Biaya non produksi	Biaya produksi	Mark Up
1	Kupang	428.815,8327	5.856.000	10.074.852	62%
2	Franklin: Hewan Piaraan	394.862,3456	7.061.000	10.941.170	68%
3	Yohanes	480.931,5325	6.641.000	8.983.100	79%
4	Pengolahan Tepung Ikan	685.478,7786	9.662.000	10.504.230	98%
5	Membuat Petis	1.089.342,487	2.361.000	3.965.930	86%
6	Pengalaman Menulis Buku	561.531,6493	6.320.000	7.693.700	89%
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	1.988.750,073	1.082.000	3.620.579	84%
8	Ikan Arwana	657.166,6761	10.156.000	10.956.774	98%
9	Mengalami Kehadiran Allah	1.861.081,294	2.803.500	7.737.896	60%
10	Mari Mewarnai: Mobil	741.048,8152	1.049.000	3.886.614	46%
11	Burung Merak	740.846,0012	8.760.000	9.719.195	97%
12	Mengolah Ikan Asap	869.979,2486	2.369.000	4.965.930	65%
13	Berjalan Bersama Yesus	503.045,7557	7.662.000	8.588.197	95%
14	Daud dan Raja Saul	515.589,8261	5.641.000	8.379.250	73%
15	Srikaya	753.219,7451	8.061.000	9.559.530	92%
16	Patung Lembu Emas	515.589,8261	5.641.000	8.379.250	73%
17	Teknologi Beton	1.089.342,487	2.361.000	3.965.930	86%
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	554.320,7318	12.282.000	12.989.640	98%
19	Panduan Orang Sakit	1.449.462,284	2.520.000	3.974.123	99%
20	Keselamatan Kerja	542.145,7648	7.361.000	7.968.809	99%
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	656.336,31	10.300.000	10.970.636	99%
22	Olahan Uni Kayu	568.418,8433	7.030.000	7.600.480	99%
23	Kecap Tempe Busuk	1.526.634,86	86.599	1.886.614	85%
24	Salib	360.146,2362	17.993.064	19.993.064	91%
25	Pengolahan Karamel Susu	757.602,3255	8.746.000	9.504.230	99%
26	Burung Punglor	657.808,1078	5.282.000	6.567.654	90%
	Jumlah	20.949.497,84	165.087.163	213.377.377	

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius.

- e. Menghitung Harga jual produk dengan pendekatan *Full Costing*

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

$$\text{Harga Jual Per unit} = \frac{\text{Biaya produksi} + \text{Presentase MarkUp}}{\text{Volume Produksi}}$$

Tabel 1.12 merupakan hasil perhitungan dari harga jual menurut teori

Tabel 1.12  
Harga Jual Menurut Teori  
Tahun 2001

(dalam rupiah)

No	Judul Buku	Biaya produksi	Mark Up	Jumlah harga jual	Volume produksi	Harga jual per unit
1	Kupang	10.074.852	6.284.816	16.359.668	1.500	10.906
2	Franklin: Hewan Piaraan	10.941.170	7.455.862	18.397.032	1.500	12.265
3	Yohanes	8.983.100	7.121.932	16.105.032	1.500	10.737
4	Pengolahan Tepung Ikan	10.504.230	10.347.479	20.851.709	2.500	8.341
5	Membuat Petis	3.965.930	3.450.342	7.416.272	1.500	4.944
6	Pengalaman Menulis Buku	7.693.700	6.881.532	14.575.232	1.500	9.717
7	Buku Kerja: Mencari Jejak	3.620.579	3.070.750	6.691.329	2.500	2.677
8	Ikan Arwana	10.956.774	10.813.167	21.769.941	2.500	8.708
9	Mengalami Kehadiran Allah	7.737.896	4.664.581	12.402.477	5.000	2.480
10	Mari Mewarnai: Mobil	3.886.614	1.790.049	5.676.663	1.000	5.677
11	Burung Merak	9.719.195	9.500.846	19.220.041	2.500	7.688
12	Mengolah Ikan Asap	4.965.930	3.238.979	8.204.909	1.500	5.470
13	Berjalan Bersama Yesus	8.588.197	8.165.046	16.753.243	1.500	11.169
14	Daud dan Raja Saul	8.379.250	6.156.590	14.535.840	1.500	9.691
15	Srikaya	9.559.530	8.814.220	18.373.750	2.500	7.349
16	Patung Lembu Emas	8.379.250	6.156.590	14.535.840	1.500	9.691
17	Teknologi Beton	3.965.930	3.450.342	7.416.272	1.500	4.944
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	12.989.640	12.836.321	25.825.961	2.500	10.330
19	Panduan Orang Sakit	3.974.123	3.969.462	7.943.585	2.000	3.972
20	Keselamatan Kerja	7.968.809	7.903.146	15.871.955	1.500	10.581
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	10.970.636	10.956.336	21.926.972	2.500	8.771
22	Olahan Uni Kayu	7.600.480	7.598.419	15.198.899	1.500	10.133
23	Kecap Tempe Busuk	1.886.614	1.613.234	3.499.848	1.000	3.499
24	Salib	19.993.064	18.353.210	38.346.274	2.500	15.339
25	Pengolahan Karamel Susu	9.504.230	9.503.602	19.007.832	2.500	7.603
26	Burung Punglor	6.567.654	5.939.808	12.507.462	1.500	8.338
Jumlah		213.377.377	186.036.661	399.414.038	51.000	211.019

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius

- f. Membandingkan penentuan harga jual menurut perusahaan dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Tabel 1.13 merupakan hasil perbandingan antara harga jual menurut perusahaan dan harga jual menurut teori.

Tabel 1.13  
Perbandingan harga jual perusahaan dan harga jual teori  
Tahun 2001

(dalam rupiah)

NO	Judul Buku	Harga Jual Menurut Perusahaan	Harga Jual Menurut Teori	Selisih
1	Kupang	11.000	10.906	94
2	Franklin : Hewan Piaraan	12.500	12.265	235
3	Yohanes	11.000	10.737	263
4	Pengolahan Tepung Ikan	9.000	8.341	659
5	Membuat Petis	5.000	4.944	56
6	Pengalaman Menulis Buku	10.000	9.717	283
7	Buku Kerja : Mencari Jejak	2.800	2.677	123
8	Ikan Arwana	9.000	8.708	292
9	Mengalami Kehadiran Allah	2.500	2.480	20
10	Mari Mewarnai : Mobil	6.000	5.677	323
11	Burung Merak	8.000	7.688	312
12	Mengolah Ikan Asap	5.500	5.470	31
13	Berjalan Bersama Yesus	12.000	11.169	831
14	Daud Dan Raja Saul	10.000	9.691	309
15	Srikaya	7.500	7.349	151
16	Patung Lembu Emas	10.000	9.691	309
17	Teknologi Beton	5.000	4.944	56
18	Teknik Mencangkok Royal Jelly	11.000	10.330	670
19	Panduan Orang Sakit	4.500	3.972	528
20	Keselamatan Kerja	11.000	10.581	419
21	Pengetahuan Bahan Kulit Seni	9.600	8.771	829
22	Olahan Uni Kayu	11.000	10.133	867
23	Kecap tempe busuk	3.500	3.499	1
24	Salib	16.000	15.339	661
25	Pengolahan karamel busuk	8.000	7.603	397
26	Burung punglor	8.500	8.338	162
	Jumlah	219.900	211.019	8.881

Sumber: Penerbit Percetakan Kanisius



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

- g. Mengetahui perbedaan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori yang ada signifikan atau tidak maka digunakan analisa distribusi t (t test).

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

Langkah-langkah pengujiannya:

- 1) Menentukan  $H_0$  dan  $H_1$

$H_0: \mu_1 = \mu_2$  berarti tidak ada perbedaan yang signifikan antara harga jual produk menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori.

$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$  berarti ada perbedaan yang signifikan antara harga jual produk menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori.

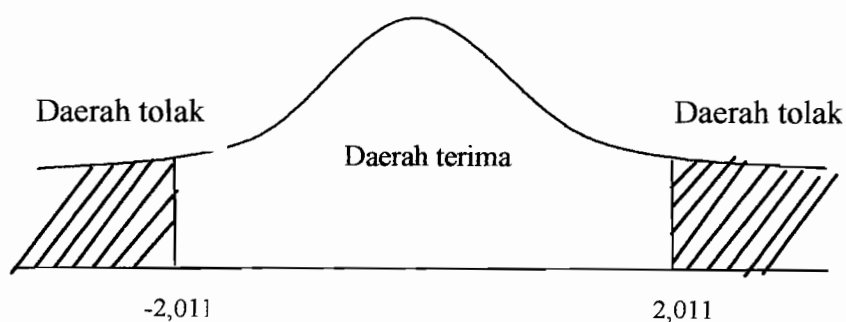
Digunakan pengujian dua sisi.

## 2) Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah  $\alpha = 0,05$  dengan menggunakan dua arah dan sampel kecil.

Nilai  $t(0,025; 26+26-2) = \pm 2,011$

## 3) Menentukan kriteria pengujiannya:



$H_0$  diterima apabila:  $-2,011 \leq t \leq 2,011$

$H_1$  diterima apabila:  $t \geq 2,011$  atau  $t \leq -2,011$

## 4) Menghitung nilai t dengan rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{8.457,692308 - 8.116,115385}{\sqrt{\frac{25(11.048.488,89) + 25(10.074.660,99)}{50}} \sqrt{\frac{1}{26} + \frac{1}{26}}} \\
&= \frac{341,576923}{\sqrt{10.561.574,94} \sqrt{\frac{2}{26}}} \\
&= \frac{341,576923}{(3.249,85768) \times (0,277350096)} \\
&= \frac{341,576923}{901,3483395} \\
&= 0,37896217
\end{aligned}$$

#### 5) Kesimpulan

Karena nilai thitung = 0,380 yang berada di daerah penerimaan  $H_0$  yaitu  $-t_{tabel} \leq thitung \leq t_{tabel}$  atau  $-2,011 \leq 0,380 \leq 2,011$  yang berarti bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk menurut perusahaan dengan penentuan harga jual menurut kajian teori.

### C. Pembahasan

Berdasarkan analisis data 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 biaya produksinya. *Mark up* tersebut dimaksudkan untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba, sedangkan menurut perusahaan

harga jualnya dihitung dengan menambahkan laba pada biaya produksinya tanpa melalui cara seperti dalam metode *cost plus pricing*.

Perhitungan harga jual menurut kajian teori ditentukan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* yaitu biaya produksi ditambah persentase *mark up*, sedangkan penentuan harga jual menurut perusahaan ditentukan sendiri oleh pihak direksi berdasarkan beberapa pertimbangan yaitu:

1. Misi yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Penerbit Percetakan Kanisius sebelum memproduksi produknya harus melihat dan mempertimbangkan apakah misi yang ingin dicapai perusahaan itu bersifat sosial, politik atau bersifat yang lainnya. Jika bersifat sosial maka harga jual atau biaya-biayanya akan diturunkan semaksimal mungkin supaya tujuannya dapat tercapai dan juga dapat dijangkau oleh masyarakat, tetapi jika bersifat politik atau yang lainnya maka pihak direksi akan mempertimbangkan apakah harga jual tersebut akan dinaikkan atau diturunkan berdasarkan faktor-faktor lainnya.

2. Karena royalti pengarang

Harga jual bisa jadi mahal atau murah karena adanya biaya untuk royalti pengarang. Kalau harga jualnya mahal maka hal tersebut dilihat dari pengarangnya apakah dia sudah mempunyai nama dan apakah kualitas dan kuantitas buku yang dibuat bagus atau tidak, sedangkan kalau harga jualnya murah maka hal ini bisa disebabkan karena setengah dari biaya ditanggung oleh pengarang sendiri atau dari donatur atau memang harga jualnya murah.

Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan untuk produk buku lebih besar daripada harga jual yang dihitung menurut kajian teori yang selisihnya sebesar Rp8.881. Hal ini dikarenakan perusahaan harus dapat menutup semua biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Disamping itu perusahaan juga ingin agar semua produk yang dihasilkan dapat dijangkau oleh semua kalangan baik itu kalangan menengah kebawah ataupun kalangan menengah keatas. Dalam analisis statistiknya, penulis menggunakan uji t untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan antara harga jual produk menurut perusahaan dengan harga jual produk menurut kajian teori. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai thitung sebesar 0,380 dimana nilai tersebut terletak pada  $-2,011 \leq 0,380 \leq 2,011$  sehingga  $H_0$  diterima yang berarti tidak ada perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk menurut perusahaan dengan penentuan harga jual produk menurut kajian teori.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

Setelah dilakukan analisis dengan metode statistik yaitu uji beda dua rata-rata dengan menggunakan uji t diperoleh hasil t hitung sebesar 0,380. Dari tabel statistik dengan  $\alpha$  sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 50, diketahui t tabel sebesar  $\pm 2,011$ . Dengan menggunakan metode pengujian dua arah t hitung berada diantara t tabel ( $-2,011 \leq 0,380 \leq 2,011$ ). Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan dengan penentuan harga jual produk menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

#### **B. Keterbatasan**

Dalam penyusunan skripsi ini hasil yang diperoleh penulis belum bisa dikatakan maksimal karena penulis menemui keterbatasan yaitu penulis hanya menganalisis atau meneliti satu jenis produk yang ada di satu perusahaan yaitu produk buku. Dengan demikian hasil perhitungan ini mungkin tidak berlaku untuk pihak lain atau perusahaan lain. Penulis juga menemui keterbatasan waktu pada saat melakukan penelitian sehingga hasil yang didapatkan hanya terbatas pada informasi yang diberikan oleh pihak perusahaan.

### **C. Saran**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk menurut perusahaan dengan penentuan harga jual produk menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Namun demikian penentuan harga jual atas dasar metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen, karena pendekatan *full costing* bertujuan untuk menutup biaya penuh yang terdiri dari biaya produksi, biaya non produksi dan laba yang diharapkan. Selain itu, metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* memiliki beberapa keunggulan yaitu lebih bermanfaat untuk perencanaan laba jangka panjang, pengendalian biaya jangka panjang, pembuatan keputusan jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi. 1991. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sudarsono. 1994. *Pengantar ekonomi perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, R.A. 1987. *Akuntansi Manajemen I: Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Swastha, D.A, Basu. 1982. *Pengantar Ilmu Perusahaan Modern*. Edisi 2. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Irwan. 1984. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 11. Yogyakarta: Liberty.
- Supriyono, R.A. dan Bambang, Riyanto. *Akuntansi manajemen I, teori dan soal*. Universitas Gajah Mada.
- Mulyadi. 1984. *Akuntansi biaya untuk manajemen*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Machfoedz, Mas'ud. 1981. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 1. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Sembiring, Peristiwa. 1999. Penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing* studi kasus pada CV Sahabat Klaten. *Skripsi*: Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta.
- Dajan, Anto. 1986. *Pengantar metode statistik jilid II*. LP3S.
- Gitosudarmo, Indrio. 1994. *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Nitisemito, Alex. S. 1981. *Marketing*. Edisi revisi. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Djarwanto, Ps. dan Pangestu, Subagyo. 1993. *Statistik Induktif*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Halim, M.B.A. Abdul, dan Bambang, Supomo. 1990. *Akuntansi Manajemen*. Edisi I. Yogyakarta: BPFE.
- Gilarso, T. 1993. *Pengantar ilmu ekonomi bagian mikro*. Jilid I. Yogyakarta: Kanisius.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Edisi 3. Yogyakarta: Salemba Empat.



LAMPIRAN

## **DAFTAR PERTANYAAN**

### **I. Sejarah Berdirinya Perusahaan**

1. Apa nama perusahaan?
2. Perusahaan didirikan oleh siapa, tahun berapa dan dimana?
3. Apa tujuan perusahaan?
4. Perusahaan mulai memproduksi mulai tahun berapa?
5. Bentuk perusahaan?
6. Alasan didirikannya perusahaan?
7. Alasan pemilihan lokasi perusahaan?

### **II. Struktur Organisasi**

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan?
2. Bagaimana tugas dan wewenang masing-masing bagian?

### **III. Bagian Produksi**

1. Bahan baku apa saja yang digunakan?
2. Darimana bahan baku diperoleh?
3. Apa saja bahan pembantu yang dipakai?
4. Upah apa saja yang termasuk biaya tenaga kerja langsung?
5. Berapa tarif per jam kerja langsung?
6. Biaya apa saja yang termasuk biaya overhead pabrik?
7. Metode apa yang digunakan untuk mengalokasikan jenis biaya?
8. Bagaimana proses produksinya?
9. Berapa lama waktu yang diperlukan?
10. Apa saja peralatan atau mesin yang digunakan?

### **IV. Bagian Pemasaran**

1. Bagaimana cara memasarkan produk?
2. Saluran distribusi apa yang dipakai oleh perusahaan?
3. Apakah ada usaha promosi dari perusahaan?

#### **V. Bagian Personalia**

1. Berapa jumlah karyawan pada perusahaan?
2. Fasilitas apa saja yang disediakan oleh perusahaan?
3. Bagaimana sistem pembayaran upah diperusahaan?
4. Apa syarat-syarat untuk menjadi karyawan?
5. Berapa lama jam kerja karyawan dalam satu hari?

#### **VI. Kalkulasi Harga Jual**

1. Berapa biaya bahan baku tahun 2001?
2. Berapa biaya tenaga kerja langsung tahun 2001?
3. Berapa biaya overhead pabrik tahun 2001?
4. Berapa biaya pemasaran tahun 2001?
5. Berapa biaya administrasi dan umum tahun 2001?
6. Berapa jumlah total aktiva tahun 2001?
7. Berapa harga pokok produk dan bagaimana perhitungannya?
8. Bagaimana perhitungan harga jual pada tahun 2001?
9. Berapa tingkat laba yang ingin dicapai tahun 2001?

## T-Test

### Group Statistics

	JENIS	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
HJ	persh	26	8457.6923	3316.0426	650.3295
	teori	26	8116.1538	3167.0499	621.1096

### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
HJ	Equal variances assumed	.069	.794	.380	50	.706	341.5385	899.2806	-1464.72	2147.7966
	Equal variances not assumed			.380	49.895	.706	341.5385	899.2806	-1464.81	2147.8911



No. : 205-Prs/06/03/Int.  
Lamp. : ----  
Hal : Surat Keterangan

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, kami, **FX. S. Wibowo Ardhi** staff personalia Penerbit - Percetakan Kanisius menerangkan bahwa :

Nama : **Mikaela Made Widiastuti**  
No. Induk Mahasiswa : 98.2114121  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Akuntansi  
PT : Universitas Sanata Dharma

telah melaksanakan Penelitian untuk Penulisan Skripsi dengan judul : "**Penentuan Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pendekatan Full Costing**" di Penerbit - Percetakan Kanisius.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 9 Juni 2003

