EVALUASI HARGA JUAL PRODUK (METODE *COST-PLUS PRICING* DENGAN PENDEKATAN *FULL COSTING*)

Studi Kasus Pada PT Genteng Beton "ASRI"

SKRIPSI

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

Oleh :

Alexander D.D.P.P

NIM : 982114151
NIRM : 980051121303120150

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA

2005

Skripsi

EVALUASI HARGA JUAL PRODUK

(*Metode Cost-Plus Pricing dengan pendekatan full costing*)

Studi Kasus Pada PT. Genteng Beton "ASRI"

Oleh:

Alexander DDPP

NIM : 982114151

NIRM : 980051121303120150

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Fr. Reni Retno A,SE., M.Si., Akt. **Tanggal: 27 September 2004**

Pembimbing II

Drs. Edi Kustanto, MM. **Tanggal: 27 Oktober 2004**

Skripsi

EVALUASI HARGA JUAL PRODUK

(Metode Cost-Plus Pricing dengan pendekatan full costing)

Studi Kasus Pada PT. Genteng Beton "ASRI"

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

Alexander DDPP

NIM : 98 2114 151
NIRM : 980051121303120150

Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji

pada tanggal 25 Februari 2005

dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Nama Lengkap	**Tanda tangan**
Ketua	Drs. Yusef Widya K. MSi., Akt.	.....
Sekretaris	Fr. Reni Retno Anggraini, SE., M.Si., Akt	.....
Anggota	Fr. Reni Retno Anggraini, SE., M.Si., Akt.	.....
Anggota	Drs. Edi Kustanto, MM.	.....
Anggota	Drs. Yusef Widya K., MSi., Akt.	.....

Yogyakarta, 28 Februari 2005

Fakultas Ekonomi

Universitas sanata Dharma

Dekan

Drs. Alex Kahu Lantum,M.Si

MOTTO

Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur

(Filipi 4 : 6)

RancanganKu bukanlah rancanganmu jalanmu bukanlah jalanKu

(Yes,55:8)

Hidup itu seperti bulan disamping ada sisi terang juga ada sisi gelapnya

(renungan malan)

Segala yang terjadi dalam hidup ini adalah sebuah misteri Illiahi

(Misteri Illahi by Ari Lasso)

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

* *JESUST CHRIST SUPER STAR*
* *Ayahanda & Ibunda tercinta(Pak Wi & Bu Chris)*
* *Kakakku Yang aku sayangi(Ninok)*
* *Seseorang yang selalu dihatiku dan selalu menyayangiku(Tutiex)*
* *Untuk semua orang yang mendukung terwujudnya Indonesia Baru*

PERYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya meyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian dari karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan kutipan atau daftar pustaka, sebagaimana layaknya karya ilmiah

Yogyakarta, 30 Oktober 2004

Penulis

Alexander DDPP

ABSTRAK

Evaluasi Harga Jual Produk
Berdasarkan metode cost plus pricing
Studi kasus pada PT. Genteng Beton "ASRI"

Alexander DDPP
(982114151)
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2005

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga jual PT. Genteng Beton "ASRI" sudah tepat menurut metode *cost plus pricing*.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah: obsevasi, wawancara, dokumentasi. Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data yang digunakan adalah (1) Mendeskripsikan penentuan harga jual menurut perusahaan PT. Genteng Beton "ASRI" dengan mengumpulkan seluruh biaya (2) mendeskripsikan penentuan harga jual berdasarkan kajian teori dengan menggunakan metode *cost plus pricing* (3) Mebandingkan antara hasil penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan penentuan harga jual menurut kajian teori (4) Menguji penentuan harga jual dengan statistik uji t (*t-test*).

Dari data yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa penentuan harga jual PT. Genteng Beton "ASRI" belum tepat, karena ada perbedaan yang signifikan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori yaitu pada produk genteng kecil dan conblok sedangkan untuk produk genteng besar sudah tepat karena tidak ada perbedaan yang signifikan antara perusahaan dengan kajian teori.

ABSTRACT

Evaluate The Price Sell the Product
Pursuant to method of cost plus pricing
A Case study at PT. Genteng Beton "ASRI"

Alexander DDPP

(982114 151)

Sanata Dharma University

The aims of this research to know whether price sell PT. Genteng Beton "ASRI" the have precisely according to method of cost plus pricing.

Method used to collect the data is: observation, interview, documentation. As for steps in technique analyse the data used by (1) describe of price pixing sell according to PT. Genteng Beton "ASRI" by collecting entire expense (2) describe of price pixing sell pursuant to theory study by using method of cost plus pricing (3) Comparing between result of price pixing sell conducted by company with the price pixing sell according to theory study (4) Testing price pixing sell statistically test the t (t-test).

From analysis data conducted inferential that price pixing sell the PT. Genteng Beton "ASRI" not yet precisely, caused by difference which signifikan of between price sell according to company at the price of selling pursuant to theory study that is small tile product and conblok while for the product of big tile have precisely for lack of difference which signifikan of between company with the theory study.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Yesus Kristus di surga atas kasih dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tugas Akhir dengan judul "EVALUASI HARGA JUAL PRODUK", merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Dalam menyusun Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ir. Drs Hansiadi Y. Hartanto, M.Si, Akt. Selaku Kepala Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
2. Drs. Alex Kahu Lantum, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
3. Fr. Reni Retno A, SE, M.Si, Akt selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu penulisan Tugas Akhir ini.
4. Drs. Edi Kustanto.MM selaku dosen pembimbing II Yang telah banyak membantu Tugas Akhir ini.
5. Drs. Yusef Widya K. M.Si, Akt selaku dosen tamu Yang telah banyak membantu Tugas Akhir ini.
6. Dosen-dosen jurusan Akuntansi, atas ilmu pengetahuan selama penulis belajar.

7. Bapak Ignatius Agung Riyanto selaku pimpinan perusahaan PT. ASRI, Mbak Atik dan segenap staf serta karyawan PT.ASRI yang telah memberikan bantuan demi kelancaran skripsi ini
8. Pak Wi, Bu Chris, Ninok, Seseorang yang aku sayangi (Tutiex) dan semua saudaraku di Ngawi yang selalu memberikan doa dan kasih.
9. Anak Angkatan 98(Andi, Sigit Novi-Pakem, Bonbon, Simon, Lek Darto, Mawardono, Joko Kancil, Timbul, Ika, Ivon, Ari, Kotib, Majik, Yogi, Tyas, Dian, Camet, Om Didik, Didik Joker, Anton Bonsai, Markontong dll)
10. Komunitas Realino Scooter Jogja (Mamek, Edo, Tomi item, Pak Guru Fanu, Aprek, Koplo, Koko, Hosea, Ade, Bejo, Tito Jakarta, Yosilit, Bety, Nino, Gomez, Komeng dan masih banyak lagi)
11. Komunitas Ngawi Drinkink Club(Kunti, Mbahe, Jintot, Doyok, Mbek, Jon, Sinyo, Bombom, Haji Modo, Ucup, Doel, Demank,)

Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi para pembaca yang budiman. Dan penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangannya. Untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran dalam bentuk apapun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, 30 Oktober 2004

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PEERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA v

ABSTRAK vi

ABSTRAC..... vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR TABEL xvi

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang 1

B Batasan Masalah 3

C Rumusan Masalah..... 3

D Tujuan Penelitian 3

E Manfaat Penelitian 3

F Sistematika Penulisan 4

BAB II LANDASAN TEORI

A Biaya 6

B Harga Pokok Produk 9

C Harga Jual 11

D Metode Penentuan Harga Jual 14

E Tujuan Penetapan Harga Jual 19

F Manfaat Informasi Biaya Penuh Dalam Keputusan

Penentuan Harga Jual 20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A Jenis Penelitian 22

B Subyek dan Obyek Penelitianl 22

C Tempat dan Waktu Penelitian 22

D Difinisi Variabel 23

E Data yang Dicari 23

F Teknik Pengumpulan Data 24

G Teknik Analisis Data 24

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A Sejarah dan Perkembangan Perusahaan 29

B Struktur Organisasi 30

C Penjualan 33

D Kegiatan Produksi 33

E Klasifikasi Biaya Produksi 38

BAB V ANALISIS DATA

A Deskripsi Data 41

B Analisis Data 45

C Pembahasan 69

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A Kesimpulan..... 73

B Keterbatasan Penelitian..... 74

C Saran 75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.01 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis..... 28

Gambar IV.01 Struktur Organisasi Perusahaan..... 30

Gambar IV.02 Skema Tahap produksi Genteng Garuda Kecil

dan Garuda Besar..... 37

Gambar IV.03 Skema Tahap Produksi Conblok..... 38

DAFTAR TABEL

Tabel IV.01 Standar Komposisi Penggunaan Bahan Baku..... 35

Tabel V.01 Biaya Bahan Baku..... 41

Tabel V.02 Biaya Tenaga Kerja Langsung..... 42

Tabel V.03 Biaya Overhead Pabrik..... 43

Tabel V.04 Biaya Administrasi dan Umum..... 43

Tabel V.05 Biaya Pemasaran..... 44

Tabel V.06 Harga Pokok Produksi Genteng Besar..... 45

Tabel V.07 Harga Pokok Produksi Genteng Kecil..... 46

Tabel V.08 Harga Pokok Produksi Conblok..... 47

Tabel V.09 Penghitungan Mark-Up ProdukGenteng Besar
Menurut Perusahaan..... 48

Tabel V.10 Penghitungan Mark-Up ProdukGenteng Kecil
Menurut Perusahaan..... 49

Tabel V.11 Penghitungan Mark-Up Produk Conblok
Menurut Perusahaan..... 50

Tabel V.12 Laba yang diharapkan Genteng Besar..... 51

Tabel V.13 Laba yang diharapkan Genteng Kecil..... 51

Tabel V.14 Laba yang diharapkan Conblok..... 52

Tabel V.15a Harga Jual Per unit Produksi Genteng Besar .....
Menurut Perusahaan 53

Tabel V.15b Harga Jual Per unit Produksi Genteng Besar
Menurut Perusahaan yang dijual kepada konsumen..... 54
Tabel V.16a Harga Jual Per unit Produksi Genteng Kecil
Menurut Perusahaan 54
Tabel V.16b Harga Jual Per unit Produksi Genteng Kecil
Menurut Perusahaan yang dijual kepada konsumen 55
Tabel V.17a Harga Jual Per unit Produksi Conblok
Menurut Perusahaan 55
Tabel V.17b Harga Jual Per unit Produksi Conblok
Menurut Perusahaan yang dijual kepada konsumen..... 56
Tabel V.18 Biaya Produksi Genteng Besar 57
Tabel V.19 Biaya Produksi Genteng Kecil 57
Tabel V.20 Biaya Produksi Conblok 58
Tabel V.21 Laba yang diharapkan 59
Tabel V.22 Penghitungan Mark-Up Produk Genteng Besar
Menurut Konsep Akuntansi Biaya..... 60
Tabel V.23 Harga Jual Per unit Produksi Genteng Besar
Menurut Konsep Akuntansi Biaya 61
Tabel V.24 Penghitungan Mark-Up Produk Genteng Kecil
Menurut Konsep Akuntansi Biaya..... 61
Tabel V.25 Harga Jual Per unit Produksi Genteng Kecil

Menurut Konsep Akuntansi Biaya 62

Tabel V.26 Penghitungan Mark-Up Produk Conblok

Menurut Konsep Akuntansi Biaya..... 63

Tabel V.27 Harga Jual Per unit Produksi Conblok

Menurut Konsep Akuntansi Biaya..... 64

Tabel V.28 Pengujian Untuk Genteng Garuda Besar 65

Tabel V.29 Pengujian Untuk Genteng Garuda Kecil..... 66

Tabel V.30 Pengujian Untuk Genteng Conblok 68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan di dunia ekonomi semakin pesat dan keadaan ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan juga semakin ketat. Masing-masing perusahaan menawarkan "nilai lebih" atau keunggulannya agar dapat bersaing di pasar. Untuk dapat memberikan "nilai lebih " tersebut perusahaan melakukan berbagai macam cara agar dapat menarik konsumen. Hal-hal yang ditawarkan oleh perusahaan sebagai keunggulan yang berbentuk produk yang unik, produk yang memiliki kualitas tinggi, jenis produk yang ditawarkan bervariasi, produk yang harga produknya murah dengan fasilitas yang ditawarkan dan kemungkinan juga lebih murah daripada pesaingnya.

Persaingan antar perusahaan haruslah "sehat" serta diimbangi dengan rasionalitas manajer sehingga langkah-langkah yang ditempuh dapat dipertanggungjawabkan dan dapat menguntungkan perusahaan. Seorang manajer penentu harga jual tidak bisa seenaknya atau semaunya sendiri dalam menentukan besarnya harga jual suatu produk. Banyak faktor yang mempengaruhi harga jual. Faktor-faktor tersebut ada yang memiliki tingkat kepastian yang tinggi dan ada pula yang memiliki tingkat kepastian yang rendah. Biaya yang digunakan untuk memproduksi dan memasarkan produk tersebut merupakan satu-satunya faktor yang memiliki tingkat kepastian relatif tinggi.

Pada umumnya penentuan harga jual, besarnya harga jual harus dapat menutup besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang tersebut. Apabila besarnya biaya untuk memproduksi dan memasarkan barang tersebut dapat ditutup oleh besarnya harga jual, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan atau paling sedikit tidak merugi. Biaya-biaya tersebut terdiri dari biaya *variabel* dan biaya tetap secara total. Apabila besarnya harga jual sudah dapat menutup besarnya biaya *variabel* dan biaya tetap secara total, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan (laba) sebelum pajak sebesar total penjualan dikurangi biaya tetap dan biaya *variabel* secara total yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi , sehingga dengan diperolehnya laba maka kelangsungan hidup perusahaan dapat dijaga.

Penentuan harga jual hendaknya terus dievaluasi dengan melihat keadaan pasar, sehingga perusahaan dapat tetap bersaing dengan perusahaan lain. Tindakan tersebut dapat mengakibatkan harga jual yang ditentukan perusahaan dari periode ke periode akan berbeda, meskipun barang tersebut memiliki kualifikasi yang sama. Dalam penentuan harga jual ini seorang manajer harus bisa menggunakan informasi yang ada.

Berdasarkan latar belakang diatas dan mengingat pentingnya harga jual suatu produk maka judul yang diambil adalah "**EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK pada PT. Genteng Beton "ASRI"**

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini hanya dibatasi pada aspek penentuan harga jual normal dan taksiran biaya normal perusahaan. Metode yang digunakan adalah membandingkan antara penentuan harga jual normal dengan taksiran biaya penuh yang dilakukan oleh perusahaan dengan kajian teori (Metode *Cost-Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing).*

C. Rumusan Masalah.

1. Bagaimanakah penentuan harga jual pada PT. Genteng Beton "ASRI"?
2. Apakah penentuan harga jual produk sudah tepat menurut kajian teori ?

D. Tujuan Penelitian.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah penentuan harga jual pada PT. Genteng Beton "ASRI" dan apakah penentuan harga jual yang dilakukan oleh PT. Genteng Beton "ASRI" sudah tepat berdasarkan kajian teori.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

a. Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan dalam menentukan harga jual produk yang dihasilkan.

b. Penulis.

Penelitian ini diharapakn dapat menambah pengalaman dan dapat digunakan untuk sarana menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama kuliah.

c. Universitas Sanata Dharma

Diharapkan dapat menambah bahan bacaan bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat menambah referensi kepustakaan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi mengenai biaya, harga pokok produk, harga jual, metode penentuan harga jual, tujuan penetapan harga jual, manfaat informasi biaya penuh dalam keputusan penentuan harga jual.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi jenis, objek dan subjek penelitian, tempat dan waktu penelitian, definisi variabel, data yang dicari serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisi sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi, personalia, pemasaran, kegiatan produksi, klasifikasi biaya produksi.

BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi mengenai hasil analisis data dan pembahasannya.

BAB VI PENUTUP

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran bagi perusahaan yang diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan sumbangan positif bagi perusahaan

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Biaya

1. Pengertian Biaya

Perusahaan selalu menginginkan harga yang dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan hal itu dilakukan agar tidak mengalami kerugian. Biaya merupakan landasan bagi harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk produk yang dihasilkan. Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang, yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi atau kemungkinan akan menjadi tujuan tertentu (Mulyadi,1990:11-14). Dari definisi tersebut dapat diketahui adanya empat unsur pokok yang penting yaitu: (1) Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, (2) Diukur dalam satuan uang, (3) Yang telah terjadi atau secara potensi akan terjadi, (4) Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu. Sedangkan menurut (R.A Supriyono,1989:79), biaya adalah harga yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan

2. Penggolongan Biaya menurut (Mulyadi,1990:17-21).

Biaya dapat digolongkan menjadi lima yaitu :

a. Penggolongan biaya menurut obyek pengeluaran.

Dasar yang dipakai dalam biaya adalah obyek pengeluaran contohnya nama obyek adalah bahan bakar maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan baku.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur ada tiga fungsi pokok yaitu: Produksi, Pemasaran, Administrasi dan Umum. Maka dalam perusahaan manufaktur biaya dikelompokkan menjadi tiga yaitu

1. Biaya produksi

   Biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual, menurut obyek pengeluaran biaya dibagi menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik.

2. Biaya pemasaran

   Biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk

   Misalnya: Biaya angkut penjualan, biaya asuransi, biaya gaji bagian pemasaran dan lain sebagainya

3. Biaya Administrasi dan umum.

   Biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.

   Misalnya: biaya telpon, biaya gaji direksi, biaya rapat pemegang saham dan lain sebagainya.

c. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume dibagi atas:

1. Biaya *variable*

   Biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan contoh : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

2. Biaya *semi variabel*

   Biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

3. Biaya tetap

   Biaya yang jumlahnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu contoh: gaji direksi, direktur produksi.

d. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai :

1. Biaya langsung

   Biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja.

2. Biaya tidak langsung

   Biaya yang terjadi hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai meliputi biaya *overhead* pabrik.

e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

1. Pengeluaran modal

   Biaya biaya yang dinikmati oleh lebih dari satu periode akuntansi.

2. Pengeluaran pendapatan

   Biaya biaya yang hanya bermanfaat didalam periode dimana biaya tersebut terjadi.

B. Harga Pokok Produk

1. Pengertian Harga Pokok Produk

Setiap produk dalam pembuatannya membutuhkan biaya yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan kumpulan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan pengolahan bahan baku sampai menjadi produk, sedangkan biaya non produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan diluar produksi, contoh: kegiatan pemasaran, kegiatan administrasi dan umum sedangkan semua produk yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk disebut Harga Pokok Produk.

Dalam penentuan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* besarnya biaya produksi yang berupa biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik digunakan sebagai penghitungan harga pokok produk. Harga pokok produk ditambah dengan *mark-up* tertentu yang terdiri dari biaya non produksi (Misalnya: biaya pemesaran, biaya

administrasi dan umum) dan laba yang diharapkan akan menghasilkan harga jual produk.

2. Metode Penentuan Harga Jual Produk

Metode penentuan harga pokok produksi merupakan cara untuk memperhitungkan unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam penentuan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing* memperhitungkan semua biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga karja langsung, biaya overhead pabrik , baik yang bersifat *variabel* maupun tetap.

Apabila diformulasikan, maka penentuan harga pokok produk dengan metode *full costing* adalah sebagai berikut (Mulyadi:1990:19):

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya *Overhead* Pabrik Variabel	xxx
Biaya *Overhead* Pabrik Tetap	xxx
Harga Pokok Produksi	xxx

Harga pokok produksi ditambah dengan biaya non produksi yang terjadi dari biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum akan membentuk harga pokok produk, Metode penentuan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing* dapat diterapkan dalam penentuan harga pokok berdasarkan pesanan maupun berdasarkan harga pokok proses untuk perusahaan yang menghasilkan produk massa.

C. Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Definisi harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Sedangkan definisi lain harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono,1983:332).

Penentuan harga jual berhubungan dengan: (1) kebijakan penentuan harga jual, (2) keputusan menentukan harga jual (*pricing decision*). Kebijakan penentu harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk dan jasa. Keputusan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek yang dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual , pemanfaatan kapasitas, dan tujuan organisasi.

2. Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga

Harga jual produk umumnya ditentukan oleh permintaan dan penawaran di pasar. Keputusan penentuan harga jual biasanya dibuat berulang-ulang karena biaya merupakan satu-satunya faktor penentu harga jual, karena selain itu harga jual juga dipengaruhi oleh perubahan lingkungan *eksternal* dan *internal.* Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga meliputi:

a. Keadaan ekonomi

Sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku, karena perubahan kondisi perekonomian sangat peka terhadap harga. Misalnya: *inflasi* dan *deflasi*.

b. Permintaan dan Penawaran

1. Permintaan

Sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar, sedangkan pada tingkat harga yang lebih tinggi mengakibatkan permintaan lebih kecil.

2. Penawaran

Jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu. Pada tingkat yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

c. Elastisitas permintaan

Sifat permintaan selain mempengaruhi tingkat harga juga mempengaruhi volume penjualan. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan berbanding terbalik artinya kepekaan perubahan permintaan terhadap perubahan harga, jika ada kenaikan harga maka volume penjualan akan menurun sedangkan bila harga turun maka volume penjualan akan meningkat.

d. Persaingan

1. Persaingan murni

Dimana dalam sebuah pasar jumlah penjual dan pembeli sama banyaknya.

2. Persaingan tidak sempurna

Dimana dalam sebuah pasar barang dengan merek tertentu mengalami kesulitan dalam pemasarannya karena harganya lebih tinggi dari sejenis merek lain.

3. Oligopoli

Dimana dalam sebuah pasar dikuasai oleh beberapa pembeli sehingga harga sangat dipengaruhi oleh faktor permintaan barang, barang subtitusi/pengganti, peraturan pemerintah.

e. Biaya

Merupakan dasar dalam penentuan harga, karena jika tingkat harga tidak dapat menutup biaya yang telah dikeluarkan maka akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan

f. Tujuan perusahaan

Mendapatkan laba maksimal, mencapai volume penjualan tinggi, dapat menguasai pasar, dan mengembalikan modal yang ditanam.

g. Pengawasan pemerintah

Banyak faktor yang sering berinteraksi dan berpangaruh terhadap harga jual sehingga perlu dipertimbangkan didalam penentuan harga jual. Faktor-faktor tersebut antara lain (Supriyono,1983:333)

1. Tujuan perusahaan, khususnya laba dan *Return On Investment* (ROI) yang diharapkan.
2. Biaya khususnya biaya masa depan.
3. Pendapatan yang diharapkan.
4. Jenis produksi atau jasa yang dijual.
5. Jenis industri.
6. Citra atau kesan masyarakat.
7. Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang keputusan peraturan, dan kebijakan pemerintah
8. Tindakan dan reaksi pesaing.
9. Tipe pasar yang dihadapi.
10. *Trend* ekonomi.
11. Gaya manajeman.
12. Tujuan nonlaba (nirlaba).
13. Tanggung jawab perusahaan

D. Metode Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual yang tepat adalah tuntutan bagi manajemen, yaitu dengan menutup semua pengorbanan yang telah dilakukan dan memperoleh laba yang diharapkan karena permintaan konsumen atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, karena akan menghadapi banyak ketidakpastian, selera konsumen, dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing.

Metode penentuan harga jual terdiri dari: (Mulyadi,1993:350-368).

1. Penentuan harga jual normal (*normal Pricing*)

Harga Jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

2. Penentuan harga jual *Cost-plus pricing*

Cara perhitungannya sama dengan harga jual dalam keadaan normal yaitu:

Harga Jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan *full costing* dan *variabel costing* dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Biaya *Overhead* Pabrik (Variabel+Tetap)	xxx	
Taksiran Total Biaya Produksi		xxx
Biaya Administrasi dan Umum	xxx	
Biaya Pemasaran	xxx	
Taksiran Total Biaya Non Produksi		xxx
Taksiran Biaya Penuh		xxx

Pada pendekatan ini harga jual produk harus mampu menutup biaya penuh yang merupakan jumlah biaya produksi dan biaya non produksi ditambah dengan laba yang diharapkan.

Harga Jual = Biaya Produksi + *Mark up*

$$\textbf{Mark} - \textbf{up} = \frac{\textbf{Biaya non produksi} + \textbf{Laba yang diharapkan}}{\textbf{Biaya Produksi}}$$

Biaya penuh merupakan biaya langsung obyek informasi ditambah bagian yang ada biaya tidak langsung yang menjadi obyek informasi tersebut, yang berupa produk, keluarga produk, aktivitas departemen, divisi atau perusahaan secara keseluruhan . (Mulyadi,1993:50)

Taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai sebagi penentuan harga jual, dengan pendekatan *variabel costing* terdiri dari:

Biaya Variabel			
Biaya Bahan Baku	xxx		
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx		
Biaya *Overhead* Pabrik Variabel		xxx	
Taksiran Total Biaya Produk Variabel			xxx
Biaya Administrasi dan Umum Variabel		xxx	
Biaya Pemasaran		xxx	
Taksiran Total Biaya Variabel			xxx
Biaya Tetap			
Biaya *Overhead* Pabrik Tetap		xxx	
Biaya Administarasi dan Umum		xxx	
Taksiran Total Biaya Tetap			xxx
Taksiran Biaya Penuh			xxx

Pada pendekatan ini harga jual produk harus dapat menutup biaya yang merupakan jumlah *variabel* dan biaya tetap ditambah dengan *mark-up*.

Harga Jual = Biaya *variabel* + *Mark-Up*

$$\textit{Mark-up} = \frac{\textbf{Biaya non produksi + Laba yang diharapkan}}{\textbf{Biaya variabel}}$$

Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk/jasa.

Manajer dalam menentukan harga jual perlu mempertimbangkan :

a. *Cost of capital*: Biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan. Besarnya dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan

b. Resiko Bisnis: Semakin besar resiko yang dihadapi oleh perusahaan, semakin besar presentase yang ditambahkan pada *cost of capital* didalam memperhitungkan laba yang diharapkan

b. Besarnya *Capital Employed*: Jumlah investasi yang ditanamkan untuk memproduksi dan memasarkan produk atau jasa merupakan faktor yang menentukan besarnya laba yang diharapkan. Yang diperhitungkan dalam harga jual semakin besar investasi yang ditanamkan semakin besar laba yang diharapkan.

Rumus yang digunakan untuk memperhitungkan harga jual adalah sebagai berikut: (Mulyadi,1993:335).

Harga Jual Per unit: Biaya yang berhubungan langsung dengan volume produk (per unit) + *mark-up*

Penentuan *mark-up* dalam penentuan harga jual *cost-plus pricing* merupakan masalah yang penting. *Mark-up* merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya-biaya untuk mendapatkan harga jual per unit.

d. Penentuan Harga Jual dengan *cost type contract* (*cost type contract pricing*).

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

e. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*special order pricing*)

Pesanan khusus adalah pesanan yang diterima perusahaan, dimana pemesan akan meminta harga dibawah harga jual normal atau sering dibawah harga biaya penuh. Dalam mempertimbangkan penerimaan khusus, informasi akuntansi deferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai harga jual.

f. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*time and material pricing*)

Digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dek kapal, dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi dan bahan baku suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa.

g. Penentuan Harga Jual yang diterapkan oleh Pemerintah.

Biaya masa yang akan datang dipakai sebagai penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja.

Contoh: Produk jasa untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat banyak (listrik, air, telepon dan telegram, transportasi dan lain sebagainya).

E. Tujuan Penetapan Harga Jual

Harga jual merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk membedakan penawarannya dari para perusahaan pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensial barang dalam pemasaran. Sebagian besar harga jual yang ditetapkan pada suatu produk barang atau jasa dilandasi oleh tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan. Pada umumnya perusahaan mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga jual produk barang atau jasa yang meliputi: (Basu Swastha,1984:148)

1. Mendapatkan laba maksimal.

   Makin besar daya beli konsumen, semakin besar kemungkinan perusahaan untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Sehingga perusahaan mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal sesuai kondisi yang ada.

2. Mendapatkan pembagian investasi yang ditanamkan.

   Harga yang ditetapkan dalam penjualan dimaksudkan untuk menutupi investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai hanya bisa diambil dari laba perusahaan dan laba hanya diperoleh dari harga jual lebih tinggi dari total biaya keseluruhan.

3. Mencegah atau mengurangi persaingan

   Dilaksanakan melalui kebijaksanaan harga yaitu apabila para penjual menawarkan barang atau jasa dengan harga yang sama, maka pesaing dilakukan dengan *service* yang lain

4. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

   Memperbaiki *market share* dilaksanakan bila kemampuan dan kapasitas produksi masih cukup longgar, disamping juga kemampuan dibidang lain yaitu pemasaran, keuangan dan sebagainya.

F. Manfaat Informasi Biaya Penuh Dalam Keputusan Penentuan Harga Jual

Dalam keadaan normal, Harga jual produk harus menutupi biaya penuh yang bersangkutan dengan produk barang atau jasa dan menghasilkan laba yang diharapkan. Total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk barang atau jasa, sehingga pengorbanan ini harus ditutup dengan pendapatan yang diperoleh dari penjualan merupakan biaya penuh. Harga jual harus juga menghasilkan laba yang memadai, sesuai investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk barang atau jasa.

Manfaat informasi biaya penuh bagi manajer penentu harga jual meliputi: (Mulyadi,1993:348-350)

1. Merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan.
2. Merupakan dasar yang memberikan perlindingan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.
3. Merupakan dasar untuk pengambilan keputusan memasuki pasar.

4. Memberi informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melihat biaya perusahaan lain

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, yaitu pengumpulan data dilakukan terhadap obyek tertentu yang diteliti, sehingga kesimpulan yang diambil berdasarkan penelitian ini terbatas pada obyek yang diteliti.

B. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian

   Adapun yang menjadi subyek penelitian adalah:

   a. Kepala Bagian Produksi

   b. Kepala Bagian Pemasaran

   c. Kepala Bagian Akuntansi

2. Obyek Penelitian

   Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah metode penentuan harga jual produk pada PT. Genteng Beton "ASRI".

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian pada perusahaan PT. Genteng Beton "ASRI".
2. Waktu penelitian bulan Mei sampai Juli tahun 2004.

D. Definisi Variabel

Variabel adalah sesuatu yang menjadi titik penelitian. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk berdasarkan Metode *Cost-Plus Pricing*.

1. Pengertian harga jual adalah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertai. Hal yang mengandung arti bahwa harga jual merupakan jumlah uang yang diterima atau barang yang ditambah keuntungan beserta pelayanan yang diberikan
2. *Cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.
3. *Full costing* merupakan penentuan harga jual produk produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya kedalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku *variabel* maupun tetap.

E. Data yang Dicari

Data Perusahaan yang dicari selama penelitian dari PT. Genteng Beton "ASRI" adalah:

1. Data gambaran umum perusahaan dan perkembangannya.
2. Data biaya produksi dan non produksi
3. Jenis dan jumlah produksi

4. Data penjualan
5. Data tentang penetapan harga jual

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

   Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab untuk memperoleh informasi mengenai sejarah dan gambaran umum perusahaan dan perkembanganya, biaya yang dianggarkan, metode penentuan harga jual.

2. Observasi

   Pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung dengan obyek yang diteliti.

3. Dokumentasi

   Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dari sumber catatan atau arsip perusahaan mengenai sejarah perusahaan dan perekembangannya pengamatan secara langsunmg pada obyek penelitian, yang bertujuan agar mendapatkan data yang jelas mengenai laporan data pokok dan harga jual produk.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis deskriptif, dalam arti peneliti terlebih dahulu memberikan gambaran konkrit perhitungan yang dilakukan perusahaan, kemudian memberikan evaluasi

terhadap perhitungan tersebut berdasarkan metode harga jual *cost-plus pricing*.

1. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama dapat ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:
   a. Mendeskripsikan penentuan harga jual produk di PT. Genteng Beton "ASRI".
   b. Mendeskripsikan penentuan harga jual berdasarkan kajian teori (metode *cost-plus pricing*) langkah-langkahnya yaitu:
      1. Mengumpulkan seluruh biaya (meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan biaya pemasaran).
      2. Menghitung taksiran biaya penuh dengan ukuran sebagai berikut:

         Taksiran total biaya produksi dan taksiran biaya non produksi diambil dari anggaran perusahaan.

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsumg	xxx	
Biaya *Overhead* Pabrik(varibel dan tetap)	xxx	
Taksiran Biaya Total Produksi		xxx
Biaya Administrasi dan Umum	xxx	
Biaya Pemasaran	xxx	
Taksiran Total Biaya Non Produksi		xxx
Taksiran Biaya Penuh		xxx

      3. Menentukan besarnya *mark-up* dengan pendekatan ROI

$$\textbf{Mark} - \textbf{up} = \frac{\textbf{Biaya non produksi} + \textbf{Laba yang diharapkan}}{\textbf{Biaya Produksi}}$$

Rumus ROI adalah sebagai berikut :

$$\frac{\textbf{Laba bersih operasi}}{\textbf{Aktiva}} \times 100\%$$

4. Menghitung laba yang diharapkan dengan rumus sebagai berikut

Laba yang diharapkan = Harga Pokok Produk x % laba yang diharapkan

Menghitung besarnya harga jual berdasarkan Metode Harga Pokok penuh (metode *cost-plus pricing*) ditambah *mark-up* dengan perhitungan

Biaya produksi	xxx	
Mark-up	xxx	
Harga jual per unit		xxx

2. Untuk menjawab rumusan masalah yang kedua dapat ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:
   a. Membandingkan antara hasil penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan hasil penentuan harga jual berdasarkan kajian teori (metode *cost-plus pricing*).
   b. Menentukan apakah harga jual perusahaan sudah tepat

      Pengujian dilakukan terhadap perbedaan 2 nilai rata-rata. Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

      1. Merumuskan hipotesa nol (Ho) dan hipotesa alternatif (H_1)

         Hipotesis Sintetis

$Ho\pi_1 = \pi_2$
$H_1\pi_1 \neq \pi_2$

H_0 = Penentuan harga jual menurut perusahaan sudah tepat

H_1 = Penentuan harga jual menurut perusahaan tidak tepat

Menentukan taraf nyata (*significant level*)

Taraf nyata yang digunakan:

$$t = \frac{\overline{x_1} - \overline{x_2}}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{(n_1 + n_2 - 2)}}\sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

dimana:

$$s2 = \sqrt{\frac{\sum F(\overline{x} - \overline{\overline{x}})^2}{n}}$$

Keterangan:

x_1 = Hasil perhitungan harga jual menurut perusahaan

x_2 = Hasil perhitungan harga jual menurut metode *cost-plus pricing*

n = Jumlah sampel

s = Varian

df = Derajat kebebasan

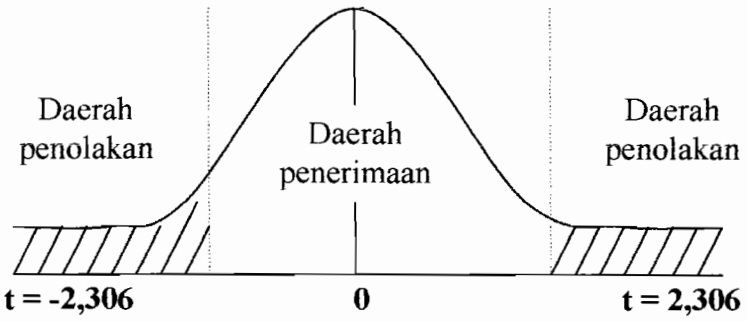
$\overline{x}$ = Rata-rata

2. Pengambilan keputusan ditetapkan kriteria sebagai berikut:

   H0 diterima apabila nilai $-2{,}306 < t_{hitung} < 2{,}306$

   H0 ditolak apabila nilai $t_{hitung} < -2{,}306$ $t_{hitung} > 2{,}306$

Gambar III.01 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis



Daerah penerimaan dan penolakan hipotesis

dengan taraf signifikasi 5% dua sisi pengujian

3. Menginterpretasikan hasil pengujian

D. Definisi Variabel

Variabel adalah sesuatu yang menjadi titik penelitian. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk berdasarkan Metode *Cost-Plus Pricing.*

1. Pengertian harga jual adalah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertai. Hal yang mengandung arti bahwa harga jual merupakan jumlah uang yang diterima atau barang yang ditambah keuntungan beserta pelayanan yang diberikan
2. *Cost-plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.
3. *Full costing* merupakan penentuan harga jual produk produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya kedalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku *variabel* maupun tetap.

E. Data yang Dicari

Data Perusahaan yang dicari selama penelitian dari PT. Genteng Beton "ASRI" adalah:

1. Data gambaran umum perusahaan dan perkembangannya.
2. Data biaya produksi dan non produksi
3. Jenis dan jumlah produksi

4. Data penjualan
5. Data tentang penetapan harga jual

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

   Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab untuk memperoleh informasi mengenai sejarah dan gambaran umum perusahaan dan perkembanganya, biaya yang dianggarkan, metode penentuan harga jual.

2. Observasi

   Pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung dengan obyek yang diteliti.

3. Dokumentasi

   Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dari sumber catatan atau arsip perusahaan mengenai sejarah perusahaan dan perekembangannya pengamatan secara langsunmg pada obyek penelitian, yang bertujuan agar mendapatkan data yang jelas mengenai laporan data pokok dan harga jual produk.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik analisis deskriptif, dalam arti peneliti terlebih dahulu memberikan gambaran konkrit perhitungan yang dilakukan perusahaan, kemudian memberikan evaluasi

terhadap perhitungan tersebut berdasarkan metode harga jual *cost-plus pricing*.

1. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama dapat ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:
   a. Mendeskripsikan penentuan harga jual produk di PT. Genteng Beton "ASRI".
   b. Mendeskripsikan penentuan harga jual berdasarkan kajian teori (metode *cost-plus pricing*) langkah-langkahnya yaitu:
      1. Mengumpulkan seluruh biaya (meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan biaya pemasaran).
      2. Menghitung taksiran biaya penuh dengan ukuran sebagai berikut:

         Taksiran total biaya produksi dan taksiran biaya non produksi diambil dari anggaran perusahaan.

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsumg	xxx	
Biaya *Overhead* Pabrik(varibel dan tetap)	xxx	
Taksiran Biaya Total Produksi		xxx
Biaya Administrasi dan Umum	xxx	
Biaya Pemasaran	xxx	
Taksiran Total Biaya Non Produksi		xxx
Taksiran Biaya Penuh		xxx

      3. Menentukan besarnya *mark-up* dengan pendekatan ROI

$$\textbf{Mark} - \textbf{up} = \frac{\textbf{Biaya non produksi} + \textbf{Laba yang diharapkan}}{\textbf{Biaya Produksi}}$$

Rumus ROI adalah sebagai berikut :

$$\frac{\textbf{Laba bersih operasi}}{\textbf{Aktiva}} \times 100\%$$

4. Menghitung laba yang diharapkan dengan rumus sebagai berikut

Laba yang diharapkan = Harga Pokok Produk x % laba yang diharapkan

Menghitung besarnya harga jual berdasarkan Metode Harga Pokok penuh (metode *cost-plus pricing*) ditambah *mark-up* dengan perhitungan

Biaya produksi	xxx	
Mark-up	xxx	
Harga jual per unit		xxx

2. Untuk menjawab rumusan masalah yang kedua dapat ditempuh langkah-langkah sebagai berikut:
   a. Membandingkan antara hasil penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan hasil penentuan harga jual berdasarkan kajian teori (metode *cost-plus pricing*).
   b. Menentukan apakah harga jual perusahaan sudah tepat

      Pengujian dilakukan terhadap perbedaan 2 nilai rata-rata. Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

      1. Merumuskan hipotesa nol (Ho) dan hipotesa alternatif (H_1)

         Hipotesis Sintetis

$Ho\pi_1 = \pi_2$
$H_1\pi_1 \neq \pi_2$

H_0 = Penentuan harga jual menurut perusahaan sudah tepat

H_1 = Penentuan harga jual menurut perusahaan tidak tepat

Menentukan taraf nyata (*significant level*)

Taraf nyata yang digunakan:

$$t = \frac{\overline{x_1} - \overline{x_2}}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{(n_1 + n_2 - 2)}}\sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

dimana:

$$s2 = \sqrt{\frac{\sum F(\overline{x} - \overline{\overline{x}})^2}{n}}$$

Keterangan:

x_1 = Hasil perhitungan harga jual menurut perusahaan

x_2 = Hasil perhitungan harga jual menurut metode *cost-plus pricing*

n = Jumlah sampel

s = Varian

df = Derajat kebebasan

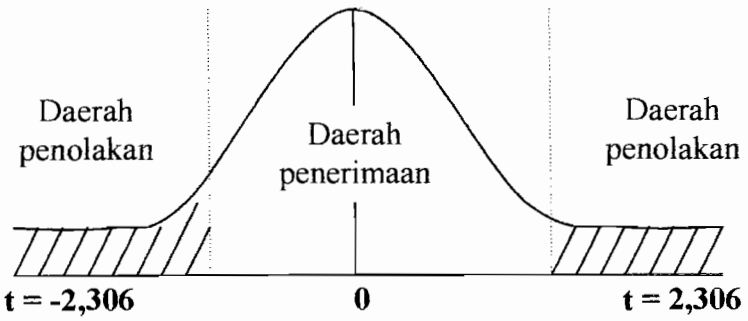
$\overline{x}$ = Rata-rata

2. Pengambilan keputusan ditetapkan kriteria sebagai berikut:

H0 diterima apabila nilai $-2{,}306 < t_{hitung} < 2{,}306$

H0 ditolak apabila nilai $t_{hitung} < -2{,}306$ $t_{hitung} > 2{,}306$

Gambar III.01 Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis



Daerah penerimaan dan penolakan hipotesis

dengan taraf signifikasi 5% dua sisi pengujian

3. Menginterpretasikan hasil pengujian

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERSAHAAN

A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

PT.Genteng Beton "ASRI" Yogyakarta merupakan perusahaan perseorangan yang didirikan pada tahun 1996 dan berlokasi di jalan Wates, Sleman. Perusahaan tersebut didirikan oleh Bapak Ignatius Agung Riyanto. Sebelum PT. Genteng Beton "ASRI" berdiri, Bapak Ignatius Agung Riyanto bergerak di bidang pemborong rumah di Solo. Setelah mendapatkan modal untuk mendukung minatnya dibidang genteng, Bapak Ignatius Agung Riyanto mengalihkan usahanya dengan mendirikan perusahaan genteng ASRI.

PT. Genteng Beton "ASRI" didirikan di tanah seluas 1624 m^2. Lokasi perusahaan yaitu di Jl. Wates km 5,3, Sleman, Yogyakarta. Lokasi tersebut di pilih dengan alasan:

1. Memanfaatkan tanah kosong milik keluarga.
2. Lokasi perusahaan berada ditepi jalan besar sehingga memudahkan kegiatan pengangkutan bahan mentah maupun produk jadi perusahaan
3. Sumber tenaga kerja mudah diperoleh dari daerah sekitar

Dalam kegiatan produksinya, perusahaan memperoleh bahan baku berupa pasir dari daerah Merapi, tepung m*ill* dari Wonogiri dan beberapa bahan baku lainnya dari pemasok tetap.

Pada awalnya perusahaan hanya memproduksi genteng dengan dua bentuk yaitu garuda besar dan garuda kecil, namun sesuai dengan tujuan

perusahaan untuk mencari laba maka perusahaan meningkatkan jumlah produksi, kuantitas produk dan volume penjualannya. Dalam perkembangannya disamping memproduksi genteng. Perusahaan juga memproduksi conblok.

B. Struktur Organisasi

Untuk mempermudah pimpinan dalam mengelola perusahaan diperlukan struktur organisasi yang jelas dan teratur supaya perusahaan dapat berjalan tertib dan lancar. Struktur organisasi menunjukkan gambaran mengenai tanggung jawab serta hubungan antara bagian-bagian yag ada dalam satu organisasi, sehingga perusahaan merupakan suatu organisasi usaha. Struktur organisasi PT. Genteng Beton "ASRI" ini, jika di gambarkan dalam suatu bagan akan nampak sebagai berikut:

Gambar 1
Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : Data Primer Perusahaan

Wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam perusahaan dijalaskan sebagai berikut:

1. Pimpinan Perusahaan

   Wewenang yang dipunyai adalah:

   a. Memberi petunjuk kepada seluruh bagian yang ada, melalui wakil pimpinan perusahaan tentang tugas dan tanggung jawab masing-masing.
   b. Mengangkat dan memperhentikan wakil pimpinan perusahaan dan bawahannya.
   c. Membuat perencanaan untuk jangka panjang.
   d. Membuat kebijakan-kebijakan dalam perusahaan.

2. Wakil Pemimpin Perusahaan

   Diberi tanggung jawab oleh pimpinan perusahaan untuk memimpin perusahaan dan melaksanakan tugas:

   a. Mengawasi seluruh bagian dalam perusahaan.
   b. Mengatur pembelanjaan perusahaan.
   c. Menyeleseikan urusan ekstern perusahaan, serta pajak.
   d. Melakukan perencanaan jangka pendek.

3. Kepala Bagian Produksi

   Kepala bagian ini bertugas pada hal-hal yang berhubungan dengan:

   a. Membuat laporan mengenai permintaan bahan baku yang dibutuhkan
   b. Mengawasi pemasukan bahan baku serta pemakaiannya untuk diproses sehingga menjadi produk jadi

c. Menentukan atau kombinasi bahan yang akan digunakan dalam proses produksi sehingga produk yang dihasilkan mempunyai kualitas yang diinginkan konsumen.

4. Kepala Bagian Administrasi dan Pembelian

Kedua kepala bagian ini dipegang oleh satu orang dengan tugas:

a. Melaksanakan pembukuan dan administrasi perusahaan.

b. Membayar upah para karyawan.

c. Mencatat bahan-bahan yang diperlukan.

d. Membuat order pembelian.

e. Mengurus pengadaan bahan-bahan sampai pelunasan pembayarannya

5. Kepala Bagian Penjualan

Kepala bagian ini bertugas untuk:

a. Membuat order penjualan

b. Melayani konsumen dalam pembelian perusahaan, baik secara tunai maupun kredit.

c. Mengatur pengiriman produk kepada pembeli.

6. Tukang pembuat genteng dan conblok

Tugas para tukang adalah melaksanakan kegiatan produksi sesuai rencana produksi.

7. Kepala Bagian Personalia

Tenaga kerja merupakan bagian yang sangat penting bagi suatu perusahaan karena meskipun perusahaan sedang menggunakan mesin dalam pengolahan produknya namun ada kegiatan-kegiatan yang harus

dikerjakan dengan tenaga manusia. Dalam menarik tenaga kerja, terutama tenaga kerja langsung, PT Genteng Beton "ASRI" tidak mengutamakan pendidikan formal tetapi lebih pada kemampuan dan pengalaman karja pada bidang tegel.

Data mengenai personalia PT. Genteng Beton "ASRI" pada saat ini adalah sebagai berikut:

a. Tenaga kerja kantor dan staf 5 orang.
b. Tenaga kerja langsung 37 orang

C. Penjualan

Daerah Penjualan utama bagi produk PT. Genteng Beton "ASRI" adalah wilayah Yogyakarta dan sekitarnya, terutama daerah Wates. Perusahaan menggunakan saluran distribusi langsung, yaitu menjual produk-produknya secara langsung ketangan konsumen. Untuk menunjang penjualan, perusahaan menyediakan jasa mengantarkan pesanan dan memberikan potongan untuk pembelian dalam jumlah besar.

D Kegiatan produksi

Produksi dijalankan di bawah koordinasi dan pengawasan mandor, sedang jalanya kegiatan produksi dilaksanakan para tukang. Produk-produk yang sampai sekarang masih diproduksi oleh perusahaan yaitu produksi utama genteng, yang terdiri dari genteng garuda kecil dan genteng garuda besar serta conblok.

Dalam memproduksi semuna jenis produk, produk diolah melalui 3 tahap produksi, yaitu tahap pencampuran, tahap percetakan dan terakhir tahap penyampuran. Sebelum menjelaskan tahap-tahap produksi, di bawah ini akan diuraikan dahulu mengenai bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi.

1. Bahan baku yang digunakan dalam kegiatan produksi:
   a. Genteng garuda kecil dan garuda besar
      1. Pasir
      2. Semen
      3. Tepung mill
   b. Conbok
      1. Pasir
      2. Semen
      3. Tepung mill
      4. Aditron

Dalam mempermudah pembebanan biaya bahan baku, perusahaan menetapkan standar komposisi penggunaan bahan baku yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tiap buah produk. Adapun standar komposisi penggunaan bahan baku yang dibutuhkan tiap buah produk untuk masing-masing jenis produk diperlihatkan dalam tabel berikut:

Tabel IV.01 Standar komposisi penggunaan bahan baku (dalam unit)

Bahan yang Diperlukan	Genteng Garuda Kecil	Genteng Garuda Besar	Conblok
Pasir	2,3 kg	2,6 kg	3,32 kg
Semen	0,4 kg	0,5 kg	0,32 kg
Tepung mill	1 kg	1,2 kg	-
Aditron	-	-	1,34 kg

Sumber: Data primer perusahaan

2. Tahap Produksi

Untuk mengolah campuran bahan sampai menghasilkan produk jadi yang siap dipasarkan, kegiatan produksi dibagi dalam 3 tahap, yaitu tahap pencampuran, tahap percetakan dan tahap penyempurnaan.

a. Tahap produksi genteng garuda kecil dan garuda besar

Tahap pencampuran

Pada tahap ini, tukang mencamour bahan yang terdiri atas semen, pesir halus dan epung mill ditambah air secukupna sehingg berupa adonan agak kental.

Tahap pencetakan

1.Proses ini dimulai dengan menyiapkan cetakan, kemudian campuran dimasukkan kedalam cetakan untuk diproses.

2. Cetakan yang sudah berisi campuran dipres untuk beberapa saat.

Tahap penyempurnaan

1. Setelah dicetak, hasilnya berupa genteng basah dijemur dan diangin-anginkan selama 12 jam atau semalam pada rak pengering.

2. Setelah genteng itu diredam dalam rak peredam selama 2 minggu.

3. Selanjutnya genteng diambil dari bak perendam kemudian diangin-anginkan sampai kering dan diletakkan pada rak pengering yang terbuat dari besi, Tempat pengering ini tidak terkena sinar matahari secara langsung.
4. Selanjutnya genteng ditaruh secara terarur di gudang persediaan dan siap untuk dipasarkan

b. Tahap produksi conblok

Tahap pencampuran

Pada tahap ini, tukang mencampur bahan yang terdiri dari semen, pasir halus ditambah air yang dicmpur aditron secukupnya sehingga berupa adonan agak kental

Tahap Pencetakan

1. Proses ini dimulai dengan meniapkan cetakan kemudian campuran dimasukkan kedalam cetakan untuk diproses
2. Cetakan yang sudah berisi campuran, diproses untuk beberapa saat

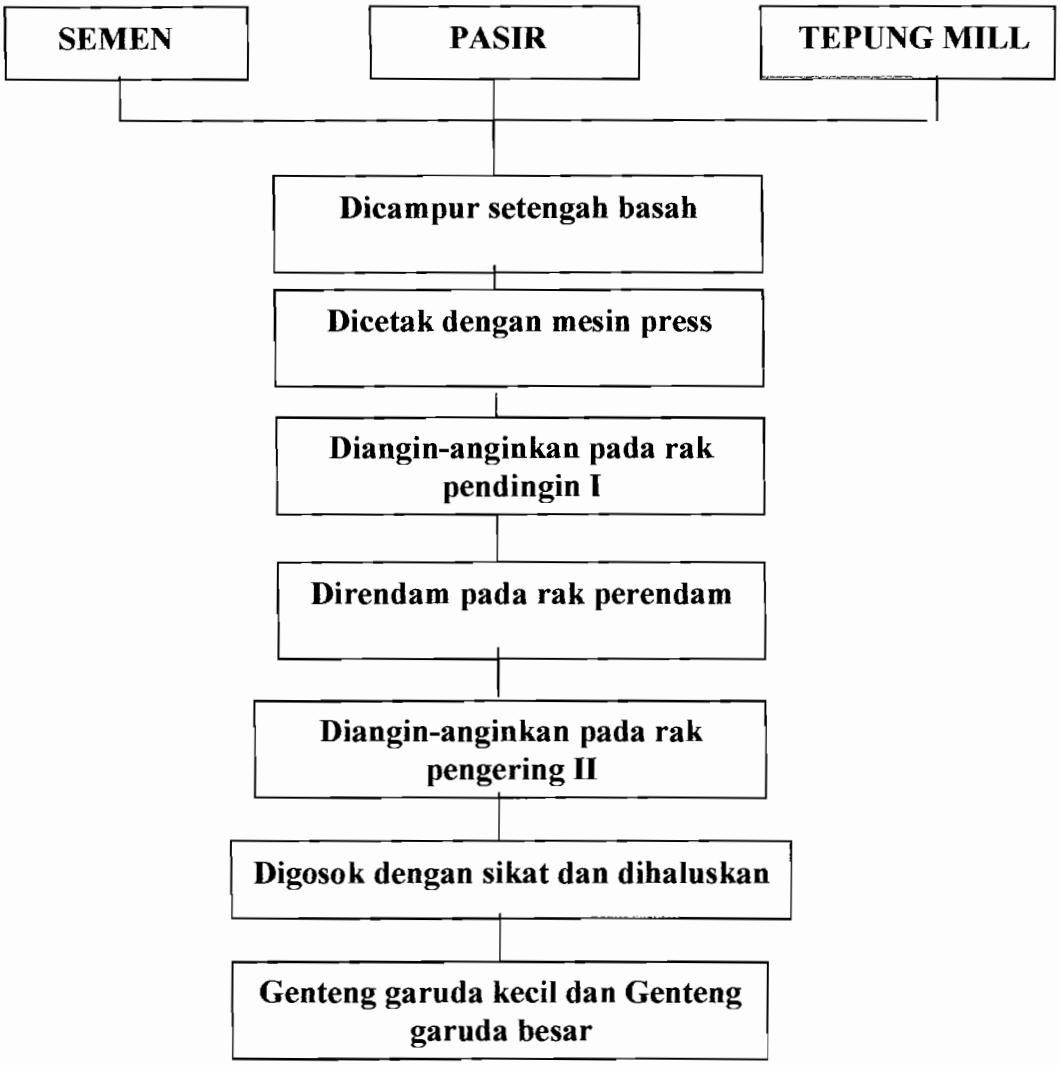
Tahap Penyempurnaan

1. Setelah dicetak, hasilnya berupa conblok basah dijemur dan diangin-anginkan selama 12 jam atau semalaman pada rak pengering
2. Setelah itu conblok direndam dalam bak perendam selama 2 minggu
3. Selanjutnya conblok diambil dari bak perendam kamudian diangin-anginkan sampai kering dan diletakkan pada rak pengering yang

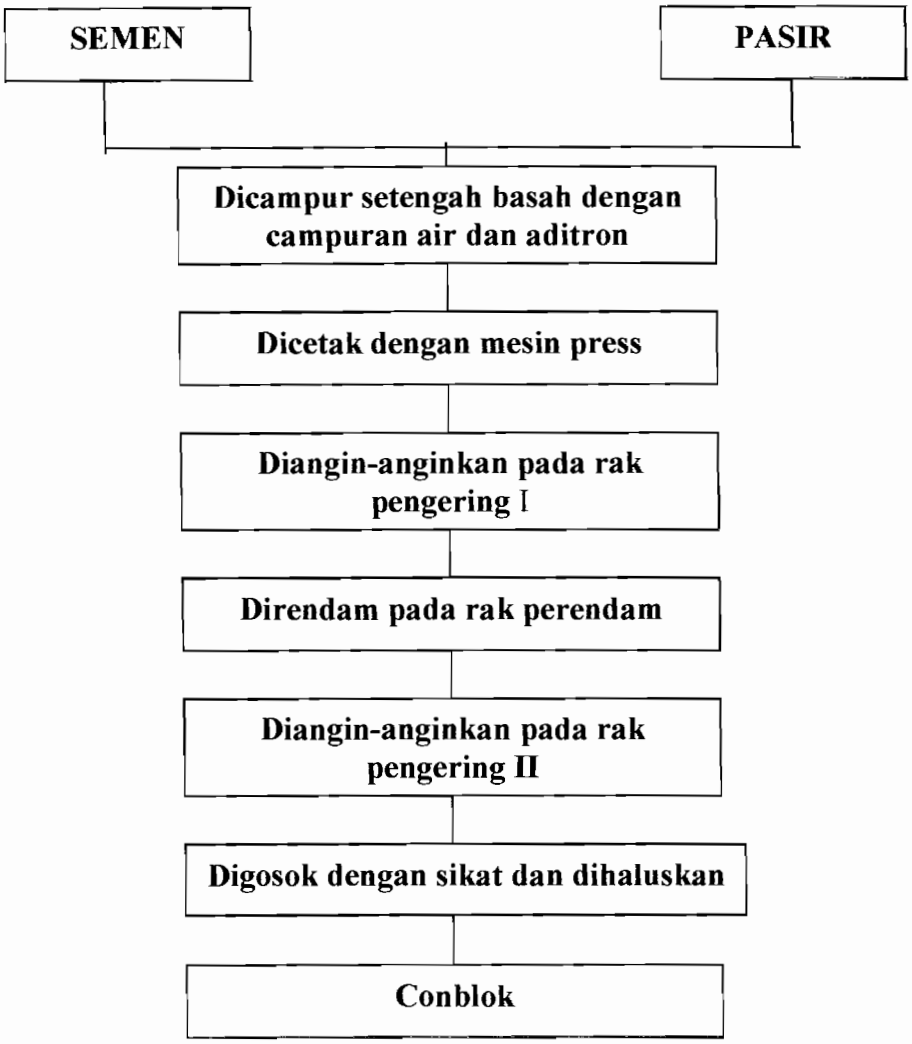
terbuat dari besi. Tempat pengering ini tidak terkena mataheri secara langsung.

Berikut akan digambarkan skema tahap produksi genteng dan conblok

Gambar 2
Skema Tahap Produksi Genteng Garuda Kecil dan Garuda Besar



Gambar 3
Skema Tahap Produksi Conblok



E Klasifikasi Biaya Produksi

Dalam penentuan harga pokok produksinya, perusahaan sudah menggolongkan biaya produksi kedalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Dibawah ini akan dijelaskan klasifikasi biaya produksi yang dilakukan perusahaan.

1. Klasifikasi Biaya Produksi Menurut Perusahaan

a. Biaya Bahan Baku

Yang termasuk dalam komposisi biaya bahan baku adalah:

1. Biaya semen
2. Biaya pasir
3. Biaya tepung mill
4. Biaya ditron

satuan jumlah penggunaan bahan-bahan diatas selain aditron adalah kg dan ml untuk aditron. Besarnya ukuran penggunaan bahan untuk semua jenis produk adalah dengan standar komposisi pemakaian bahan baku yang dibutuhkan untuk setiap jenis produk.

b. Biaya Tenga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung yang dimaksud oleh perusahaan adalah buruh atau tukang dan Bagian Produksi untuk melaksanakan pembuatan genteng dalam tahap pencampuran sampai dengan tahap penyempurnaan. Upah diberikan perbulan.

c. Biaya Overhead Pabrik

Yang termasuk komposisi biaya overhead pabrik adalah:

1. Gaji karyawan tidak langsung .
2. Biaya bahan bakar dan oli.
3. Penyusutan mesin dan peralatan pabrik.
4. Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin dan paralatan pabrik.
5. Pajak bumi dan bangunan bagian pabrik.
6. Biaya lain-lain.

Biaya-biaya yang tidak termasuk dalam ketiga komponen diatas, oleh perusahaan dikelompokkan kedalam biaya non produksi. Biaya yang termasuk dalam biaya non produksi menurut perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Biaya iklan atau reklame.
2. Biaya listrik pabrik.
3. Pajak IPEDA.
4. Penyusutan iventaris.
5. Pemakaian alat tulis.
6. Biaya sarung tangan.
7. Biaya telepon.
8. Penyusutan bangunan pabrik.
9. Biaya listrik kantor.
10. Pajak Bumi dan Bangunan bagian kantor.

BAB V

ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Data Biaya Produksi Perusahaan untuk menentukan harga jual produk PT. Genteng Beton "ASRI".

1. Biaya Bahan Baku

Besarnya biaya bahan baku tahun 2003 dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel V.01

Biaya Bahan Baku Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	12.880.220	14.109.345	236.730
Februari	13.583.906	14.045.361	339.910
Maret	13.821.770	14.641.904	360.191
Aperil	13.653.376	15.189.431	351.746
Mei	13.977.300	14.643.903	333.197
Juni	14.759.542	15.434.936	373.021
Juli	13.109.106	14.881.722	358.854
Agustus	14.557.778	16.306.171	434.196
September	15.612.205	16.524.069	437.213
Oktober	16.708.346	17.002.554	404.597
November	15.152.385	16.530.206	306.018
Desember	15.549.758	16.218.356	361.334

Sumber: Data Primer Perusahaan

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Data biaya tenaga kerja langsung bulan Januari sampai dengan bulan Desember PT. Genteng Beton "ASRI" dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel V. 02

Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	2.428.695,40	3.165.910,40	51.893,60
Februari	2.500.018,43	3.074.784,43	72.696,79
Maret	2.402.518,82	3.027.384,52	72.596,66
Aperil	2.341.553,71	3.098.517,40	69.928,89
Mei	2.488.660,70	3.100.298,94	68.540,36
Juni	2.503.873,70	3.113.140,80	72.985,50
Juli	2.411.568,32	3.257.175,92	76.255,76
Agustus	2.432.047,97	3.237.301,80	83.150,75
September	2.516.023,74	3.163.448,93	70.527,33
Oktober	2.576.283,42	3.112.784,29	70.932,29
November	2.482.572,64	3.222.875,91	57.051,45
Desember	2.544.185,24	3.151.015,24	67.299,27

Sumber :Data Primer Perusahaan

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhed pabrik meliputi semua jenis biaya produksi tidak langsung yang tidak dapat atau sulit diidentifikasi secara langsung pada produk. Biaya ini dibutuhkan agar proses produksi berjalan dengan lancar. Dasar alokasi ke masing-masing jenis produk adalah kuantitas masing-masing produk. Besarnya biaya overhead pabrik tahun 2003 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.03

Biaya Overhead Pabrik Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	517.445,85	674.235,75	11.051,64
Februari	526.678,67	647.764,64	15.315,03
Maret	594.345,97	748.929,07	17.959,30
Aperil	544.956,62	721.127,07	16.274,75
Mei	555.558,95	692.098,70	15.300,69
Juni	558.875,76	694.068,88	16.290,70
Juli	532.909,73	719.772,57	16.851,04
Agustus	602.360,86	801.803,04	20.594,47
September	589.784,06	741.547,77	18.875,51
Oktober	570.755,63	689.613,22	15.714,49
November	542.281,47	703.989,82	12.462,05
Desember	538.057,47	666.393,08	12.232,79

Sumber: Data Primer Perusahaan

Data Biaya non Produksi Perusahaan untuk menentukan harga jual produk PT. Genteng Beton "ASRI".

a. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum adalah biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk yang termasuk biaya administrasi adalah biaya telepon dan biaya rapat. Taksiran biaya administrasi dan umum perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel V.04

Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	439.250	502.000	313.750
Februari	341.670	390.480	244.050
Maret	267.127	305.288	190.805
April	190.239	217.416	135.885

Tabel V.04 (lanjutan)

Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Mei	269.675	308.200	192.625
Mei	269.675	308.200	192.625
Juni	304.710	348.240	217.650
Juli	171.590	196.102	122.564
Agustus	202.773	231.741	144.838
September	325.815	372.360	232.725
Oktober	275.706	315.093	196.933
November	239.244	273.422	170.889
Desember	297.382	339.865	212.416

Sumber : Data Primer Perusahaan

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi dalam rangka pemasaran produk selesai yang termasuk dalam biaya pemasaran ini adalah biaya angkut penjualan, biaya asuransi dan biaya gaji bagian pemasaran. Taksiran biaya pemasaran perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel V.05

Biaya Pemasaran Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	436.800	499.200	312.000
Februari	447.720	511.680	319.800
Maret	456.820	522.080	456.820
April	466.830	533.520	333.450
Mei	471.110	541.840	338.650
Juni	489.580	559.520	349.700
Juli	500.500	572.000	357.500
Agustus	513.240	586.560	366.600

Tabel V.05 (lanjutan)

Biaya Pemasaran Tahun 2003

(dalam rupiah

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
September	527.800	603.200	377.000
Oktober	542.360	619.840	387.400
November	558.740	638.560	399.100
Desember	576.940	659.360	412.100

Sumber: Data Primer Perusahaan

B. Analisis Data

Untuk menjawab masalah pertama dilakukan dengan mendeskripsikan Penentuan Harga Jual Menurut Perusahaan. Adapun langkah-langkahnya sebagai berukut:

1. Menghitung Harga Pokok Produksi

Dari data produksi diatas maka harga pokok produksi untuk jenis genteng garuda kecil, garuda besar dan conblok menurut perusahaan ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel V.06

Harga Pokok Produksi Genteng Garuda Besar Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	BBB	BTKL	BOP	HPP	Jumlah Volume Produksi	HPP/unit
Januari	12.880.220	2.428.695,4	517.445,85	15.827.361,33	30.293	522,48
Februari	13.583.906	2.500.018,43	526.678,67	16.610.603,32	31.948	519,93
Maret	13.821.770	2.402.518,82	594.345,97	16.818.635,63	32.366	519,64
Aperil	13.653.376	2.341.553,71	544.956,62	16.539.886,97	31.911	518,31
Mei	13.977.300	2.488.660,70	555.558,95	16.621.520,15	.32.388	513,12
Juni	14.759.542	2.503.873,70	558.875,76	17.822.291,73	34.032	523,69
Juli	13.109.106	2.411.568,32	532.909,73	16.053.584,41	30.170	532,10
Agustus	14.557.778	2.432.047,97	602.360,86	17.592.187,20	32.700	538,00
September	15.612.205	2.516.023,74	589.784,06	18.718.012,80	34.525	542,16

Tabel V.06 (lanjutan)

Harga Pokok Produksi Genteng Garuda Besar Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	BBB	BTKL	BOP	HPP	Jumlah Volume Produksi	HPP/Unit
Oktober	16.708.346	2.576.283,42	15.714,49	19.855.385,64	36.284	547,22
November	15.152.385	2.482.572,64	12.462,05	18.177.239,26	32.723	555,49
Desember	15.549.758	2.544.185,24	12.232,79	18.632.000,99	33.570	555,02

Tabel V.07

Harga Pokok Produksi Genteng Garuda Kecil Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	BBB	BTKL	BOP	HPP	Jumlah Volume Produksi	HPP/Unit
Januari	14.109.345	3.165.910,40	674.235,75	17.949.491,89	39.472	454,74
Februari	14.045.361	3.074.784,43	647.764,64	17.767.910,86	39.293	452,19
Maret	14.641.904	3.027.384,52	748.929,07	18.418.218,21	40.784	451,60
Aperil	15.189.431	3.098.517,40	721.127,07	19.009.076,11	42.227	450,16
Mei	14.643.903	3.100.298,94	692.098,70	18.436.300,76	40.348	456,93
Juni	15.434.936	3.113.140,80	694.068,88	19.242.945,82	42.313	454,78
Juli	14.881.722	3.257.175,92	719.772,57	18.868.670,54	40.749	463,05
Agustus	16.306.171	3.237.301,80	801.803,04	20.345.276,11	43.527	467,42
September	16.524.069	3.163.448,93	741.547,77	20.429.066,64	43.409	470,62
Oktober	17.002.554	3.112.784,29	689.613,22	20.804.952,39	43.840	474,57
November	16.530.206	3.222.875,91	703.989,82	20.457.072,45	42.481	481,56
Desember	16.218.356	3.151.015,24	666.393,08	20.035.764,73	41.577	481,90

Tabel V.08

Harga Pokok Produksi Conblok Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	BBB	BTKL	BOP	HPP	Jumlah Volume Produksi	HPP/Unit
Januari	236.730	51.893,6	11.051,64	299.675,29	647	463,18
Februari	339.910	72.696,79	15.315,03	427.922,52	929	460,63
Maret	360.191	72.596,66	17.959,30	450.74,88	978	460,89
Aperil	351.746	69.928,89	16.274,75	437.949,84	953	459,55
Mei	333.197	68.540,36	15.300,69	417.038,73	892	467,53
Juni	373.021	72.985,50	16.290,70	462.297,96	992	466,03
Juli	358.854	76.255,76	16.851,04	451.961,53	954	473,75
Agustus	434.196	83.150,75	20.594,47	537.941,54	1.118	481,16
September	437.213	70.527,33	18.875,51	536.616,98	1.105	485,63
Oktober	404.597	70.932,29	15.714,49	491.244,58	999	491,74
November	306.018	57.051,45	12.462,05	375.532,38	752	499,38
Desember	361.334	67.299,27	12.232,79	442.866,37	888	498,72

2. Menghitung laba yang diharapkan perusahaan untuk masing-masing produk.

Besarnya laba yang diharapkan masing-masing produk ditentukan oleh perusahaan sebesar 7% dari harga pokok produksi. Berikut penghitungan laba yang diharapkan perusahaan yaitu dari harga pokok produksi dikalikan dengan prosentase laba yang diharapkan

Tabel V.09

Laba yang diharapkan Genteng Besar Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Harga Pokok Produksi	% Laba yang diharapkan	Harga Pokok Produksi x % Laba Yang Diharapkan	Laba yang diharapkan
Januari	15.827.361,33	7	15.827.361,33 x 7	1.107.915,293
Februari	16.610.603,32	7	16.610.603,32 x 7	1.162.742,232
Maret	16.818.635,63	7	16.818.635,63 x 7	1.177.304,494
April	16.539.886,97	7	16.539.886,97 x 7	1.157.792,088

Tabel V.09 (lanjutan)

Laba yang diharapkan Genteng Besar Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Harga Pokok Produksi	% Laba yang diharapkan	Harga Pokok Produksi x % Laba Yang Diharapkan	Laba yang diharapkan
Mei	16.621.520,15	7	16.621.520,15 x 7	1.163.506,441
Juni	17.822.291,73	7	17.822.291,73 x 7	1.247.560,421
Juli	16.053.584,41	7	16.053.584,41 x 7	1.123.750,909
Agustus	17.592.187,20	7	17.592.187,20 x 7	1.231.453,104
September	18.718.012,80	7	18.718.012,80 x 7	1.310.260,896
Oktober	19.855.385,64	7	19.855.385,64 x 7	1.389.876,995
November	18.177.239,26	7	18.177.239,26 x 7	1.272.406,748
Desember	18.632.000,99	7	18.632.000,99 x 7	1.304.240,069

Tabel V.10

Laba yang diharapkan Genteng Kecil Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Harga Pokok Produksi	% Laba yang diharapkan	Harga Pokok Produksi x % Laba Yang Diharapkan	Laba yang diharapkan
Januari	17.949.491,89	7	17.949.491,89 x 7	1.256.464,432
Februari	17.767.910,86	7	17.767.910,86 x 7	1.243.753,760
Maret	18.418.218,21	7	18.418.218,21 x 7	1.289.275,275
April	19.009.076,11	7	19.009.076,11 x 7	1.330.635,328
Mei	18.436.300,76	7	18.436.300,76 x 7	1.290.541,053
Juni	19.242.945,82	7	19.242.945,82 x 7	1.347.006,156
Juli	18.868.670,54	7	18.868.670,54 x 7	1.320.806,938
Agustus	20.345.276,11	7	20.345.276,11 x 7	1.424.169,328
September	20.429.066,64	7	20.429.066,64 x 7	1.430.034,665
Oktober	20.804.952,39	7	20.804.952,39 x 7	1.456.346,667
November	20.457.072,45	7	20.457.072,45 x 7	1.431.995,072
Desember	20.035.764,73	7	20.035.764,73 x 7	1.402.503,531

Tabel V.11

Laba yang diharapkan Conblok Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Harga Pokok Produksi	% Laba yang diharapkan	Harga Pokok Produksi x % Laba Yang Diharapkan	Laba yang diharapkan
Januari	299.675,29	7	299.675,29 x 7	16.077,703
Februari	427.922,52	7	427.922,52 x 7	22.954,576
Maret	450.748,88	7	450.748,88 x 7	31.552,216
April	437.949,84	7	437.949,84 x 7	30.656,489
Mei	417.038,73	7	417.038,73 x 7	29.192,711
Juni	462.297,96	7	462.297,96 x 7	32.360,857
Juli	451.961,53	7	451.961,53 x 7	31.637,308
Agustus	537.941,54	7	537.941,54 x 7	37.655,908
September	536.616,98	7	536.616,98 x 7	37.563,189
Oktober	491.244,58	7	491.244,58 x 7	34.387,121
November	375.532,38	7	375.532,38 x 7	26.287,624
Desember	442.866,37	7	442.866,37 x 7	31.000,646

3. Menghitung besarnya Mark-up untuk masing-masing produk per unit.

Menghitung besarnya Prosentase *Mark-up.* Prosentase *mark-up* diperoleh dari biaya non produksi ditambah laba yang diharapkan dibagi dengan biaya produksi

$$\textbf{Mark} - \textbf{up} = \frac{\textbf{Biaya non produksi} + \textbf{Laba yang diharapkan}}{\textbf{Biaya Produksi}}$$

Berikut perhitungan mark-up untuk masing-masing produk yaitu untuk produk genteng garuda besar, genteng garuda kecil,dan conblok

Tabel V.12

Penghitungan Mark-Up Produk Genteng Besar

Menurut Perusahaan

Tahun 2003

Bulan	Penghitungan Mark-Up
Mark-Up bulan Januari	$= \frac{875.050 + 1.107,915,293}{15,827.361,33} = 0,135$
Mark-Up bulan Februari	$= \frac{789.390 + 1.162.742,232}{16.610.603,32} = 0,125$
Mark-Up bulan Maret	$= \frac{723.947 + 1.177.304}{16.818.635,63} = 0,118$
Mark-Up bulan April	$= \frac{357.067 + 1.175.792,088}{16.539.886,97} = 0,113$
Mark-Up bulan Mei	$= \frac{740.785 + 1.163.506,441}{16.621.520,15} = 0,092$
Mark-Up bulan Juni	$= \frac{794.290 + 1.247.560,421}{17.822.291,73} = 0,115$
Mark-Up bulan Juli	$= \frac{672.090 + 1.123.750,909}{16.053.584,41} = 0,112$
Mark-Up bulan Agustus	$= \frac{716.013 + 1.231.453,104}{17.592.187,20} = 0,113$
Mark-Up bulan September	$= \frac{835.615 + 1.741.874}{19.209.918} = 0,116$
Mark-Up bulan Oktober	$= \frac{818.066 + 1.389.876,995}{19.855.385,64} = 0,111$
Mark-Up bulan November	$= \frac{787.984 + 1.272.406,748}{18.177.239,26} = 0,113$
Mark-Up bulan Desember	$= \frac{879.322 + 1.304.240,069}{18.632.000,99} = 0,117$

Tabel V.13

Penghitungan Mark-Up Produk Genteng Kecil

Menurut Perusahaan

Tahun 2003

Bulan	Penghitungan Mark-Up
Mark-Up bulan Januari	$= \frac{814.000 + 1.256.466,432}{17.949.491,89} = 0,115$
Mark-Up bulan Februari	$= \frac{710.280 + 1.243.753,760}{17.767.910,86} = 0,109$
Mark-Up bulan Maret	$= \frac{762.108 + 1.289.275,275}{18.418.218,21} = 0,111$
Mark-Up bulan April	$= \frac{550.866 + 1.330.635,328}{19.009.076,11} = 0,099$
Mark-Up bulan Mei	$= \frac{646.850 + 1.290.541,053}{18.436.300,76} = 0,105$
Mark-Up bulan Juni	$= \frac{697.940 + 1.347.006,156}{19.242.945,82} = 0,106$
Mark-Up bulan Juli	$= \frac{553.608 + 1.320.806,988}{18.868.670,54} = 0,099$
Mark-Up bulan Agustus	$= \frac{598.341 + 1.424.169,328}{20.345.276,11} = 0,099$
Mark-Up bulan September	$= \frac{749.306 + 1.430.034,665}{20.429.066,64} = 0,107$
Mark-Up bulan Oktober	$= \frac{702.493 + 1.456.346,667}{20.804.952,39} = 0,108$
Mark-Up bulan November	$= \frac{672.522 + 1.431.995,072}{20.457.072,45} = 0,103$
Mark-Up bulan Desember	$= \frac{751.456 + 1.402.503,531}{20.035.764,73} = 0,108$

Tabel V.14

Penghitungan Mark-Up Produk Conblok

Menurut Perusahaan

Tahun 2003

Bulan	Penghitungan Mark-Up
Mark-Up bulan Januari	$= \frac{812.950 + 16.077,703}{299.675,29} = 2,766$
Mark-Up bulan Februari	$= \frac{755.730 + 22.954,576}{427.922,52} = 1,820$
Mark-Up bulan Maret	$= \frac{712.885 + 31.552,215}{450.747,88} = 1,652$
Mark-Up bulan April	$= \frac{669.405 + 30.656,489}{437.949,84} = 1,598$
Mark-Up bulan Mei	$= \frac{734.465 + 29.192,711}{417.038,73} = 1,831$
Mark-Up bulan Juni	$= \frac{777.170 + 32.360,857}{462.297,96} = 1,791$
Mark-Up bulan Juli	$= \frac{694.564 + 31.637,303}{451.961,53} = 1,607$
Mark-Up bulan Agustus	$= \frac{730.943 + 37.655,903}{537.941,54} = 1,429$
Mark-Up bulan September	$= \frac{853.925 + 37.563,189}{536.616,98} = 1,661$
Mark-Up bulan Oktober	$= \frac{816.773 + 34.387,121}{491.244,58} = 1,733$
Mark-Up bulan November	$= \frac{809.449 + 26287,624}{375.532,38} = 2,225$
Mark-Up bulan Desember	$= \frac{871.776 + 31.000,645}{442.866,37} = 2,038$

4. Menghitung harga jual untuk masing-masing produk menurut perusahaan.

Menghitung besarnya harga jual untuk masing-masing produk diperoleh dari harga pokok produksi ditambah dengan *mark-up* (penghitungan prosentase *mark-up* diperoleh dari biaya non produksi ditambah laba yang diharapkan dibagi dengan biaya produksi)

Untuk menghitung besarnya *mark-up* dapat diperoleh dari prosentase *mark-up* dikalikan dengan harga pokok produksi

Tabel V.15 a

Harga Jual Per Unit Untuk Produksi Genteng Besar Menurut Perusahaan Tahun 2003

(dalam rupiah)

	(1)	*(2)*	*(3) = (1) + [(2) x (1)]*
Bulan	Harga Pokok Per unit	*% Mark-Up*	HPP+*Murk-Up* = Harga Jual Produk Per Unit
Januari	522,48	0,125	522,48 + 65,31 = 587,79
Februari	519,93	0,118	519,93 + 61,35 = 581,28
Maret	519,64	0,113	519,64 + 58,72 = 578,36
April	518,31	0,092	518,31 + 47,68 = 565,99
Mei	513,12	0,115	513,12 + 59,01 = 572,13
Juni	523,69	0,115	523,69 + 60,22 = 583,91
Juli	532,10	0,112	532,10 + 59,60 = 591,70
Agustus	538,00	0,113	538,00 + 60,79 = 598,79
September	542,16	0,116	542,16 + 62,89 = 605,05
Oktober	547,22	0,111	547,22 + 60,74 = 607,96
November	555,49	0,113	555,49 + 62,77 = 618,26
Desember	555,02	0,117	555,02 + 64,94 = 619,96

Sedangkan harga yang dijual pada konsumen untuk produk genteng garuda besar adalah sebagai berikut :

Tabel V.15 b

Harga Jual Per Unit Untuk Produksi Genteng Besar Yang dijual kepada Konsumen Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar
Januari	580,00
Februari	580,00
Maret	580,00
Aperil	580,00
Mei	580,00
Juni	580,00
Juli	610,00
Agustus	610,00
September	610,00
Oktober	610,00
November	610,00
Desember	610,00

Tabel V.16 a

Harga Jual Per Unit Untuk Produksi Genteng Kecil Menurut Perusahaan Tahun 2003

(dalam rupiah)

	(1)	*(2)*	*(3) = (1) + [(2) x (1)]*
Bulan	Harga Pokok Per unit	*% Mark-Up*	HPP+*Murk-Up* = Harga Jual Produk Per Unit
Januari	454,74	0,115	454,74 + 52,30 = 507,04
Februari	452,19	0,109	452,19 + 49,29 = 501,48
Maret	451,60	0,111	451,60 + 50,13 = 501,73
April	450,16	0,099	450,16 + 44,57 = 494,73
Mei	456,93	0,105	456,93 + 47,98 = 504,91
Juni	454,78	0,106	454,78 + 48,07 = 502,85
Juli	463,05	0,099	463,05 + 45,84 = 508,89
Agustus	467,42	0,099	467,42 + 46,27 = 513,61
September	470,62	0,107	470,62 + 50,36 = 520,98
Oktober	474,57	0,108	474,57 + 51,25 = 525,82
November	481,56	0,103	481,56 + 49,60 = 531,16
Desember	481,90	0,108	481,90 + 52,05 = 533,95

Sedangkan harga yang dijual pada konsumen untuk produk genteng garuda kecil adalah sebagai berikut :

Tabel V.16 b

Harga Jual Per Unit Untuk Produksi Genteng Kecil Yang dijual kepada Konsumen Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar
Januari	505,00
Februari	505,00
Maret	505,00
Aperil	505,00
Mei	505,00
Juni	505,00
Juli	525,00
Agustus	525,00
September	525,00
Oktober	525,00
November	525,00
Desember	525,00

Tabel V.17 a

Harga Jual Per Unit Untuk Produksi Conblok Menurut Perusahaan Tahun 200

(dalam rupiah)

	(1)	*(2)*	*(3) = (1) + [(2) x (1)]*
Bulan	Harga Pokok Per unit	*% Mark-Up*	HPP+*Murk-Up* = Harga Jual Produk Per Unit
Januari	463,18	2,766	463,18 + 1281,16 = 1744,34
Februari	460,63	1,820	460,63 + 838,35 = 1298,98
Maret	460,89	1,652	460,89 + 761,39 = 1222,28
April	459,55	1,598	459,55 + 734,36 = 1193,91
Mei	467,53	1,831	467,53 + 856,05 = 1323,58
Juni	466,03	1,791	466,03 + 834,66 = 1300,69
Juli	473,75	1,607	473,75 + 759,42 = 1233,17
Agustus	481,16	1,429	481,16 + 771,30 = 1252,46
September	485,63	1,661	485,63 + 693,97 = 1179,60
Oktober	491,74	1,733	491,74 + 852,18 = 1341,93
November	499,38	2,225	499,38 + 1111,12 = 1610,50
Desember	498,72	2,038	498,72 + 1012,40 = 1511,12

Sedangkan harga yang dijual pada konsumen untuk produk genteng conblok adalah sebagai berikut :

Tabel V.17 b

Harga Jual Per Unit Untuk Produksi Conblok Yang dijual kepada Konsumen Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Conblok
Januari	1350,00
Februari	1350,00
Maret	1350,00
Aperil	1350,00
Mei	1350,00
Juni	1350,00
Juli	1400,00
Agustus	1400,00
September	1400,00
Oktober	1400,00
November	1400,00
Desember	1400,00

Catatan: Perusahaan membuat perubahahan harga tiap enam bulan untuk menjaga agar konsumen tidak pindah keperusahaan lain

Untuk menjawab masalah yang kedua yaitu dengan menghitung harga jual masing-masing produk per unit menurut kajian teori. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. **Menghitung Biaya Produksi**

   Menghitung biaya produksi dengan menggunakan metode *cost plus pricing.*

   Menghitung biaya produksi dengan menggunakan anggaran yang dikeluarkan oleh prusahaan dengan metode *cost plus pricing.* Biaya produksi untuk jenis genteng garuda kecil, garuda besar dan conblok menurut teori ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel V.18

Anggaran Biaya Produksi Genteng Garuda Besar Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	B B B (Rp)	BTKL (Rp)	BOP (Rp)	Biaya Produksi (Rp)	Jumlah Vol.Produksi (Unit)	Biaya Produksi /Unit
Januari	13.500.000	2.500.000	550.000	16.550.000	30.293	546,33
Februari	13.500.000	2.500.000	550.000	16.550.000	31.948	516,46
Maret	13.500.000	2.500.000	550.000	16.550.000	32.366	509.79
Aperil	13.500.000	2.500.000	550.000	16.550.000	31.911	517.06
Mei	13.500.000	2.500.000	550.000	16.550.000	32.388	509,44
Juni	13.500.000	2.500.000	550.000	16.550.000	34.032	484,83
Juli	15.000.000	2.800.000	600.000	18.400.000	30.170	609,87
Agustus	15.000.000	2.800.000	600.000	18.400.000	32.700	562.,69
September	15.000.000	2.800.000	600.000	18.400.000	34.525	532,94
Oktober	15.000.000	2.800.000	600.000	18.400.000	36.284	507,11
November	15.000.000	2.800.000	600.000	18.400.000	32.723	562,29
Desember	15.000.000	2.800.000	600.000	18.400.000	33.570	548,11

Tabel V.19

Anggaran Biaya Produksi Genteng Garuda Kecil Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	B B B (Rp)	BTKL (Rp)	BOP (Rp)	Biaya Produksi (Rp)	Jumlah Vol.Produksi (Unit)	Biaya Produksi /Unit
Januari	15.000.000	3.150.000	700.000	18.850.000	32.625	577,77
Februari	15.000.000	3.150.000	700.000	18.850.000	40.625	464,00
Maret	15.000.000	3.150.000	700.000	18.850.000	39.950	471,89
Aperil	15.000.000	3.150.000	700.000	18.850.000	42.875	439,65
Mei	15.000.000	3.150.000	700.000	18.850.000	39.895	472,49
Juni	15.000.000	3.150.000	700.000	18.850.000	42.750	440,94
Juli	16.000.000	3.250.000	750.000	20.000.000	40.100	498,75
Agustus	16.000.000	3.250.000	750.000	20.000.000	43.525	459,51
September	16.000.000	3.250.000	750.000	20.000.000	42.925	465,93
Oktober	16.000.000	3.250.000	750.000	20.000.000	44.125	453,26
November	16.000.000	3.250.000	750.000	20.000.000	41.970	476,53
Desember	16.000.000	3.250.000	750.000	20.000.000	41.100	498,75

Tabel V.20

Anggaran Biaya Produksi Conblok Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	B B B (Rp)	BTKL (Rp)	BOP (Rp)	Biaya Produksi (Rp)	Jumlah Vol.Produksi (Unit)	Biaya Produksi /Unit
Januari	400.000	70.000	15.000	485.000	641	756,63
Februari	400.000	70.000	15.000	485.000	905	535,91
Maret	400.000	70.000	15.000	485.000	952	509,45
Aperil	400.000	70.000	15.000	485.000	935	518,71
Mei	400.000	70.000	15.000	485.000	881	550,51
Juni	400.000	70.000	15.000	485.000	968	501,03
Juli	450.000	85.000	18.000	553.000	934	592,08
Agustus	450.000	85.000	18.000	553.000	1.108	499,10
September	450.000	85.000	18.000	553.000	1.081	511,56
Oktober	450.000	85.000	18.000	553.000	987	560,28
November	450.000	85.000	18.000	553.000	732	755,46
Desember	450.000	85.000	18.000	553.000	880	628,41

2. Laba yang diharapkan

Menghitung laba yang diharapkan perusahaan untuk masing- masing produk, untuk menentukan laba yang di harapkan menurut kajian teori yaitu dengan cara anggaran biaya non produksi ditambah laba yang diharapkan (dengan rumus *ROI* yaitu laba bersih operasi dibagi aktiva) dibagi biaya produksi. Laba yang diharapkan perusahaan menurut kajian teori adalah sebagai berikut:

Tabel V.21

Laba yang diharapkan Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	1.919.601,748	1.594.958,860	18.102,717
Februari	2.730.305,121	1.976.776,227	21.922,171
Maret	2.641.745,742	1.878.636,606	31.207,277
Aperil	3.002.923,185	1.874.339,007	34.108,872
Mei	2.657.439,805	1.762.664,513	21.416,757
Juni	2.842.461,304	2.085.298,626	26.108,053
Juli	2.729.986,792	1.836.817,892	30.134,590
Agustus	2.958.614,389	1.833.081,870	44.877,032
September	2.876.224,772	2.036.216,573	30.315,724
Oktober	2.787.992,111	2.124.679,758	17.258,043
November	2.709.379,660	1.809.070,524	17.970,384
Desember	2.571.831,911	1.975.394,672	14.944,221

Keterangan: Penghitungan dapat dilihat pada lampiran 5

3. Menghitung harga jual untuk masing-masing produk menurut kajian teori

Menghitung besarnya harga jual per unit masing-masing produk menurut teori berdasarkan metode *Cost-plus pricing* yaitu dengan cara taksiran biaya yang digunakan adalah anggaran biaya produksi yang di buat oleh perusahaan. Untuk menghitung besarnya *mark-up* diperoleh dari prosentase *mark-up* dikalikan dengan biaya produksi

Tabel V.22

Penghitungan Mark-Up Produk Genteng Besar

Menurut Konsep Akuntansi Biaya

Tahun 2003

Bulan	Penghitungan Mark-Up
Mark-Up bulan Januari	$= \frac{900.000 + 1.919.601,748}{16.550.000} = 0,170$
Mark-Up bulan Februari	$= \frac{900.000 + 2.730.305,121}{16.550.000} = 0,219$
Mark-Up bulan Maret	$= \frac{900.000 + 2.641.745,442}{16.550.000} = 0,214$
Mark-Up bulan April	$= \frac{900.000 + 3.002.923,185}{16.550.000} = 0,235$
Mark-Up bulan Mei	$= \frac{900.000 + 2.657.439,805}{16.500.000} = 0,215$
Mark-Up bulan Juni	$= \frac{900.000 + 2.842.461,304}{16.550.000} = 0,226$
Mark-Up bulan Juli	$= \frac{950.000 + 2.729.986,792}{18.400.000} = 0,200$
Mark-Up bulan Agustus	$= \frac{950.000 + 2.958.614,389}{18.400.000} = 0,212$
Mark-Up bulan September	$= \frac{950.000 + 2.875.224,772}{18.400.000} = 0,208$
Mark-Up bulan Oktober	$= \frac{950.000 + 1.790.973,083}{18.400.000} = 0,149$
Mark-Up bulan November	$= \frac{950.000 + 2.709.339,656}{18.400.000} = 0,199$
Mark-Up bulan Desember	$= \frac{950.000 + 2.571.831,911}{18.400.000} = 0,191$

Tabel V.23

Harga jual produk per unit Genteng besar

Menurut Konsep Akuntansi Biaya Tahun 2003

(dalam rupiah)

	(1)	*(2)*	*(3) = (1) + [(2) x (1)]*
Bulan	Biaya Produksi Per unit	% *Mark-Up*	Bi Prod+*Murk Up*= Harga Jual Produk Per unit
Januari	546,33	0,170	546,33 + 92,88 = 639,21
Februari	516,46	0,219	516,46 + 113,10 = 629,56
Maret	509,79	0,214	509.79 + 109,09 = 618,88
April	517,06	0,235	517.06 + 121,51 = 638,57
Mei	509,44	0,215	509,44 + 76,42 = 585,86
Juni	484,83	0,226	484,83 + 109,57 = 594,40
Juli	609,87	0,200	609,87 + 121,97 = 610,07
Agustus	562.,69	0,212	562,69 + 119,29 = 681,98
September	532,94	0,208	532,94 + 110,85 = 643,79
Oktober	507,11	0,149	507,11 + 75,56 = 582,67
November	562,29	0,199	562,29 + 111,90 = 674,19
Desember	548,11	0,191	548,11 + 104,69 = 652,80

Tabel V.24

Penghitungan Mark-Up Produk Genteng Kecil

Menurut Konsep Akuntansi Biaya

Tahun 2003

Bulan	Penghitungan Mark-Up
Mark-Up bulan Januari	$= \frac{1.050.000 + 1.594.958,860}{18.850.000} = 0,140$
Mark-Up bulan Februari	$= \frac{1.050.000 + 1.976.776,227}{18.850.000} = 0,160$
Mark-Up bulan Maret	$= \frac{1.050.000 + 1.878.636,606}{18.850.000} = 0,155$
Mark-Up bulan April	$= \frac{1.050.000 + 1.874.339,007}{18.850.000} = 0,155$
Mark-Up bulan Mei	$= \frac{1.050.000 + 1.762.664,513}{18.850.000} = 0,147$
Mark-Up bulan Juni	$= \frac{1.050.000 + 2.085.298,626}{18.850.000} = 0,166$

Tabel V.24 (lanjutan)

Penghitungan Mark-Up Produk Genteng Kecil

Menurut Konsep Akuntansi Biaya

Tahun 2003

Bulan	Penghitungan Mark-Up
Mark-Up bulan Juli	$= \frac{1.100.000 + 1.836.817,982}{20.000.000} = 0,147$
Mark-Up bulan Agustus	$= \frac{1.100.000 + 1.833.081,870}{20.000.000} = 0,146$
Mark-Up bulan September	$= \frac{1.100.000 + 2.036.216,573}{20.000.000} = 0,157$
Mark-Up bulan Oktober	$= \frac{1.100.000 + 2.124.679,758}{20.000.000} = 0,161$
Mark-Up bulan November	$= \frac{1.100.000 + 1.809.070,224}{20.000.000} = 0,145$
Mark-Up bulan Desember	$= \frac{1.100.000 + 1.975.394,672}{20.000.000} = 0,154$

Tabel V.25

Harga jual produk per unit Genteng Kecil

Menurut Konsep Akuntansi Biaya Tahun 2003

(dalam rupiah)

	(1)	*(2)*	*(3) = (1) + [(2) x (1)]*
Bulan	Biaya Produksi Per unit	% *Mark-Up*	Bi Prod+*Murk Up*= Harga Jual Produk Per unit
Januari	577,77	0,140	577,77 + 80,89 = 658,89
Februari	464,00	0,160	464,00 + 74,24 = 538,24
Maret	471,89	0,155	471,89 + 73,14 = 545,03
April	439,65	0,155	439,65 + 68,15 = 507,80
Mei	472,49	0,147	472,49 + 69,46 = 541,95
Juni	440,94	0,166	440,94 + 73,20 = 514,14
Juli	498,75	0,147	498,75 + 73,32 = 572,07
Agustus	459,51	0,146	459,51 + 67,09 = 526,60
September	465,93	0,157	465,93 + 73,15 = 539,08
Oktober	453,26	0,161	453,26 + 72,97 = 526,23
November	476,53	0,145	476,53 + 69,10 = 545,63
Desember	498,75	0,154	498,75 + 76,80 = 575,55

Tabel V.26

Penghitungan Mark-Up Produk Conblok

Menurut Konsep Akuntansi Biaya

Tahun 2003

Bulan	Penghitungan Mark-Up
Mark-Up bulan Januari	$= \frac{650.000 + 18.102,717}{485.000} = 1,378$
Mark-Up bulan Februari	$= \frac{650.000 + 21.922,171}{485.000} = 1,385$
Mark-Up bulan Maret	$= \frac{650.000 + 31.207,277}{485.000} = 1,405$
Mark-Up bulan April	$= \frac{650.000 + 34.108,872}{485.000} = 1,411$
Mark-Up bulan Mei	$= \frac{650.000 + 21.416,757}{485.000} = 1,384$
Mark-Up bulan Juni	$= \frac{650.000 + 26.108,053}{485.000} = 1,394$
Mark-Up bulan Juli	$= \frac{700.000 + 30.134,590}{553.000} = 1,320$
Mark-Up bulan Agustus	$= \frac{700.000 + 44.877,032}{553.000} = 1,135$
Mark-Up bulan September	$= \frac{700.000 + 14.970,384}{553.000} = 1,299$
Mark-Up bulan Oktober	$= \frac{700.000 + 17.258,043}{553.000} = 1,297$
Mark-Up bulan November	$= \frac{700.000 + 14.970,384}{553.000} = 1,293$
Mark-Up bulan Desember	$= \frac{700.000 + 14.944,221}{553.000} = 1,292$

Tabel V.27

Harga jual produk per unit Conblok

Menurut Konsep Akuntansi Biaya Tahun 2003

(dalam rupiah)

	(1)	*(2)*	*(3) = (1) + [(2) x (1)]*
Bulan	Biaya Produksi Per unit	*Mark-Up*	Bi Prod+*Murk Up*= Harga Jual Produk Per unit
Januari	478,49	2,457	478,49 + 1.176,76 = 1.655,75
Februari	484,39	1,682	484,39 + 814,40 = 1.298,59
Maret	484,96	1,755	484,96 + 851,10 = 1.336,06
April	483,23	1,413	483,23 + 682,79 = 1.166,02
Mei	451,12	1,788	451,12 + 806,61 = 1.257,73
Juni	481,64	1,554	481,64 + 748,46 = 1.230,10
Juli	494,92	1,403	494,92 + 694,37 = 1.189,29
Agustus	469,27	1,196	469,27 + 919,77 = 1.389,04
September	499,37	1,436	499,37 + 717,09 = 1.216,46
Oktober	505,84	1,455	505,84 + 730,94 = 1.236,78
November	522,86	1,901	522,86 + 993,38 = 1.516,24
Desember	511,21	1,456	511,21 + 744,23 = 1.255,44

Membandingkan penentuan harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori (metode *Cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*).

Pengujian statistik untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual menurut perusahaan dengan penentuan harga jual menurut kajian teori dengan statistik uji t (*t-test*).

Berikut ini perbandingan penentuan harga jual menurut perusahaan dan kajian teori.

T-test Genteng Garuda Besar

Tabel V.28

Pengujian untuk Genteng Garuda Besar

Bulan	x_1	x_2	$x_1 - \bar{x}_1$	$(x_1 - \bar{x}_1)^2$	$x_2 - \bar{x}_2$	$(x_2 - \bar{x}_2)^2$
Januari	580,00	639,21	-15	225	9,54	91,01
Februari	580,00	629,56	-15	225	-0,11	0,01
Maret	580,00	618,88	-15	225	-10,79	116,42
April	580,00	638,57	-15	225	8,9	79,21
Mei	580,00	585,86	-15	225	-43,81	1.919,32
Juni	580,00	594,40	-15	225	-34,27	1.243,97
Juli	610,00	610,07	15	225	-19,60	384,16
Agustus	610,00	681,98	15	225	52,31	2.736,34
September	610,00	643,79	15	225	14,12	199,37
Oktober	610,00	582,67	15	225	-47	2.209
November	610,00	674,19	15	225	44,52	1.982,03
Desember	610,00	652,80	15	225	23,13	534,99
Jumlah	**7140**	**7555,98**		**2700**		**11.495,83**
Rata-rata	**595**	**629,67**				

$$S_{x_2} = \frac{2700}{11} = 254,45$$

$$S_{x_2} = \frac{11.495,83}{11} = 1045,07$$

$$t = \frac{254,45 - 1045,07}{\frac{11(254,45) + 11(1045,07)}{22} x \left(\frac{1}{12} + \frac{1}{12}\right)}$$

$$t = -0,729$$

T-test Genteng Garuda Kecil

Tabel V.29

Pengujian untuk Genteng Garuda Kecil

Bulan	x_1	x_2	$x_1 - \bar{x}$	$(x_1 - \bar{x}_1)^2$	$x_2 - \bar{x}$	$(x_2 - \bar{x}_2)^2$
Januari	505,00	658,89	-10	100	109,62	12.016,54
Februari	505,00	538,24	-10	100	-11,03	121,66
Maret	505,00	545,03	-10	100	-4.24	17,98
April	505,00	507,80	-10	100	-41,47	1719,76
Mei	505,00	541,95	-10	100	-7,32	53,58
Juni	505,00	514,14	-10	100	-35,13	1234,12
Juli	525,00	572,07	10	100	22,8	519,84
Agustus	525,00	526,60	10	100	-19,67	386,91
September	525,00	539,08	10	100	-10,19	103,84
Oktober	525,00	526,23	10	100	-3,04	9,24
November	525,00	545,63	10	100	16,36	267,65
Desember	525,00	575,55	10	100	46,28	2141,84
Jumlah	**6.180**	**6591,21**		**1.200**		**18.592,96**
Rata-rata	**515**	**549,27**				

$$S x_1 = \frac{1.200}{11} = 109,09$$

$$S x_2 = \frac{18.592,96}{11} = 1690,27$$

$$t = \frac{109,09 - 1690,27}{\frac{11(109,09) + 11(1690,27)}{22} x \left(\frac{1}{12} + \frac{1}{12}\right)}$$

$$t = -10,523$$

T-test Conblok

Tabel V.30

Pengujian untuk Conblok

Bulan	x_1	x_2	$x_1 - \bar{x}$	$(x_1 - \bar{x}_1)^2$	$x_2 - \bar{x}$	$(x_2 - \bar{x}_2)^2$
Januari	1350,00	1808,27	-25	625	465,49	216.680,94
Februari	1350,00	1278,15	-25	625	-64,63	4.177,03
Maret	1350,00	1225,23	-25	625	-117,55	13.818,00
April	1350,00	1250,61	-25	625	-92,17	8.495,30
Mei	1350,00	1312,42	-25	625	-30,36	921,73
Juni	1350,00	1199,47	-25	625	143,31	20.537,76
Juli	1400,00	1373,63	25	625	30,85	951,72
Agustus	1400,00	1065,58	25	625	-277,2	76.839,84
September	1400,00	1140,40	25	625	-202,38	40.957,66
Oktober	1400,00	1286,96	25	625	-55,82	3.115,87
November	1400,00	1732,27	25	625	389,49	151.702,46
Desember	1400,00	1440,32	25	625	97,54	9.514,05
Jumlah	**16.500**	**16.113,31**		**7500**		**547.712,36**
Rata-rata	**1.375**	**1.342,78**				

$$S_{x_1} = \frac{7500}{11} = 681{,}82$$

$$S_{x_2} = \frac{547.712{,}36}{11} = 49.792{,}03$$

$$t = \frac{681{,}82 - 49.792{,}03}{\frac{11(681{,}82) + 11(49.792{,}03)}{22} x \left(\frac{1}{12} + \frac{1}{12}\right)}$$

$$t = -11{,}653$$

Berdasarkan nilai uji statistik untuk ketiga jenis produk maka dapat diambil kesimpulan:

1. Genteng Garuda Besar

   H_0 Diterima karena nilai t-hitung : -0,729

   Hal itu menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk genteng garuda besar oleh perusahaan dengan penentuan harga jual produk genteng garuda besar menurut teori.

2. Genteng Garuda Kecil

   H_0 Ditolak karena nilai t-hitung : -10.523

   Hal itu menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk genteng garuda kecil oleh perusahaan dengan penentuan harga jual produk genteng garuda kecil menurut teori.

3. Conblok

   H_0 Ditolak karena nilai t-hitung : -11,653

   Hal itu menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual produk conblok oleh perusahaan dengan penentuan harga jual produk conblok menurut teori.

C. Pembahasan.

1. Harga jual produk menurut PT.Genteng Beton "ASRI" .

Hasil analisis data yang telah dilakukan untuk mengetahui harga jual produk menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* per bulan tahun 2003 pada PT.Genteng Beton "ASRI" diperoleh besarnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran dan harga pokok produksi dari masing-nasing produk yaitu genteng garuda besar, genteng garuda kecil dan conblok. Untuk lebih rincinya penulis sajikan pembahasan mengenai hasil analisis data sebagai berikut:

a. Harga pokok produksi

Perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi untuk masing-masing produk per bulan pada tahun 2003 yaitu dengan cara menambahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik harga pokok produksi untuk masing-masing produk. Setelah harga pokok produksi dan jumlah volume produksi diketahui maka dapat ditentukan harga pokok produk per unit yaitu dengan membagi harga pokok produksi dengan jumlah volume produksi.

b. Harga jual per unit untuk masing produk

Perusahaan dalam menentukan harga jual per unit untuk masing-masing produk menggunakan cara harga pokok produk per unit ditambah *mark-up*. *Mark-up* diperoleh dari biaya non produksi ditambah laba yang diharapkan perusahaan dibagi dengan biaya produksi. Harga jual per unit untuk masing-masing produk dapat dilihat pada.

2. Biaya Produksi Menurut Teori

Hasil analisis data yang telah dilakukan untuk mengetahui harga jual produk menggunakan metode *Cost-Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* per bulan tahun 2003 menurut teori diperoleh besarnya anggaran biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran dan biaya produksi dari masing-masing produk yaitu genteng garuda besar, genteng garuda kecil dan conblok. Untuk lebih rincinya penulis sajikan pembahasan mengenai hasil analisis data sebagai berikut:

a. Biaya produksi

Perusahaan dalam menentukan biaya produksi untuk masing-masing produk per bulan pada tahun 2003 yaitu dengan cara menambahkan anggaran biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik harga pokok produksi untuk masing-masing produk.

Setelah biaya produksi dan jumlah volume produksi diketahui maka dapat ditentukan biaya produksi per unit yaitu dengan membagi biaya produksi dengan jumlah volume produksi.

b. Harga jual per unit untuk masing-masing produk

Untuk penentuan harga jual per unit untuk masing-masing produk menurut teori yaitu dengan cara taksiran biaya yang digunakan adalah anggaran biaya produksi yang di buat oleh perusahaan. Untuk menghitung besarnya *mark-up* diperoleh dari prosentase *mark-up* dikalikan dengan biaya produksi

3. Membandingkan hasil penentuan harga jual produk yang dilakukan oleh perusahaan dengan hasil penentuan harga jual per unit berdasarkan kajian teori.

Hasil dari perbandingan antara penentuan harga jual menurut perusahaan dengan kajian teori. Dari hasil perbandingan antara penentuan harga jual untuk masing-masing produk yang dilakukan perusahaan dan penentuan harga jual untuk masing-masing produk menurut kajian teori dapat diperoleh uji statistik diperoleh t-hitung untuk masing–masing produk, yaitu untuk produk genteng besar **-0,729** untuk produk genteng kecil **-10,523** untuk produk conblok **-11,653.** Dari hasil itu dapat disimpulkan bahwa penentuan

harga jual produk genteng garuda besar menurut perusahaan sudah tepat karena tidak ada perbedaan yang signifikan dengan penghitungan, sedangkan untuk produk genteng garuda kecil dan conblok tidak tepat karena ada perbedaan yang signifikan penghitungan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan , maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Prosedur penentuan harga jual yang dilakukan oleh PT. " ASRI" dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:
   a. Mengumpulkan biaya dan menghitung biaya produksi dan biaya non produksi yang digunakan perusahaan dalam menentukan harga jual.
   b. Menghitung harga pokok produk per unit
   c. Menentukan laba yang diharapkan untuk semua jenis produk
   d. Menghitung harga jual masing-masing produk
2. Berdasarkan analisa perbandingan antara harga jual menurut perusahaan dengan kajian teori terdapat perbedaan, perbedaan tersebut disebabkan oleh:
   a. Biaya yang digunakan untuk menentukan harga jual perusahaan menurut biaya actual sedangkan harga jual menurut teori menggunakan anggaran biaya perusahaan.
   b. Dalam menentukan laba perusahaan sudah menentukan prosentase laba yang diharapkan sedangkan menurut teori

menggunakan prosentase laba tahun 2002 dikalikan dengan total aktiva tahun 2003.

c. Adanya hasil penghitungan *mark-up* yang berbeda antara perusahaan dengan kajian teori.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penulis hanya diberi data yang menyangkut produk yang diteliti dan penulis tidak diberi kesempatan melihat lebih jauh rincian data lain yang di butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini karena data tersebut menyangkut rahasia perusahaan
2. Penulis kurang dapat menelusuri kebenaran data yang ada di perusahaan, tetapi data tersebut diperoleh dari PT.Genteng "ASRI"
3. Penulis dalam menentukan harga jual produk memakai dasar biaya dan tidak memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga jual seperti keadaan ekonomi, selera konsumen, permintaan dan penawaran serta persaingan
4. Perusahaan menggunakan laba yang diharapkan dari laba bersih tahun 2002 untuk menghitung laba yang diharapkan tahun 2003 seharusnya perusahaan menggunakan anggaran laba yang diharapkan tahun 2003

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan serta kondisi perusahaan penulis akan memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan

1. Dalam menentukan harga jual perusahaan menggunakan biaya actual seharusnya perusahaan menggunakan anggaran yang ditentukan oleh perusahaan karena penentuan harga jual merupakan bagian dari perencanaan maka dari itu perusahaan harus menggunakan biaya yang ditentukan dimuka (anggaran)

DAFTAR PUSTAKA

Anto Dajan, 1990, *Pengantar Metode Statistik II*, Edisi Ke-10, Jakarta: LP3ES.

Djarwanto,Ps&Pangestu Subagyo, 1998, *Statistik Induktif*, Edisi Ke-4, Yogyakarta,BPFE

Halim, Abdul, 1996, *Dasar-dasar Akuntansi Biaya*, Edisi Ke-4, Yogyakarta , BPFE

Harnanto,1992, *Akuntansi Biaya: Pengumpulan dan pentuan harga pokok*, Edisi Ke5,Yogyakarta, BPFE

Ikatan Akuntan Indonesia, 1990, *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta : Salemba Empat Patria

Mulyadi, 1991, *Akuntansi Biaya*, edisi Ke-5, Yogyakarta BPFE

----------, 1993, *Akuntansi Manajemen: Konsep Manfaat dan Rekayasa*, Edisi Ke-1,Yogyakarta ,BPFE

Supriyono,RA, 1983, *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dari Penentuan Harga Pokok*, Edisi Ke-1, Yogyakarta,BPFE

----------,RA, 1989, *Akuntansi Manajemen 3, Proses Pengendalian Manajemen*, Yogyakarta, BPFE UGM dan STIE-YKPN

Swasta,Basu, 1984, *Azas-azas Marketing*, Edisi Ke-3. Yogyakarta, Liberty

LAMPIRAN

Lampiran 1

Anggaran Biaya Bahan Baku Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	13.500.000	15.000.000	400.000
Februari	13.500.000	15.000.000	400.000
Maret	13.500.000	15.000.000	400.000
Aperil	13.500.000	15.000.000	400.000
Mei	13.500.000	15.000.000	400.000
Juni	13.500.000	15.000.000	400.000
Juli	15.000.000	16.000.000	450.000
Agustus	15.000.000	16.000.000	450.000
September	15.000.000	16.000.000	450.000
Oktober	15.000.000	16.000.000	450.000
November	15.000.000	16.000.000	450.000
Desember	15.000.000	16.000.000	450.000

Anggaran Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	2.500.000	3.150.000	70.000
Februari	2.500.000	3.150.000	70.000
Maret	2.500.000	3.150.000	70.000
Aperil	2.500.000	3.150.000	70.000
Mei	2.500.000	3.150.000	70.000
Juni	2.500.000	3.150.000	70.000
Juli	2.800.000	3.250.000	85.000
Agustus	2.800.000	3.250.000	85.000
September	2.800.000	3.250.000	85.000
Oktober	2.800.000	3.250.000	85.000
November	2.800.000	3.250.000	85.000
Desember	2.800.000	3.250.000	85.000

Biaya Overhead Pabrik Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	550.000	700.000	15.000
Februari	550.000	700.000	15.000
Maret	550.000	700.000	15.000
Aperil	550.000	700.000	15.000
Mei	550.000	700.000	15.000
Juni	550.000	700.000	15.000
Juli	600.000	750.000	18.000
Agustus	600.000	750.000	18.000
September	600.000	750.000	18.000
Oktober	600.000	750.000	18.000
November	600.000	750.000	18.000
Desember	600.000	750.000	18.000

Anggaran Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	400.000	500.000	300.000
Februari	400.000	500.000	300.000
Maret	400.000	500.000	300.000
April	400.000	500.000	300.000
Mei	400.000	500.000	300.000
Juni	400.000	500.000	300.000
Juli	400.000	500.000	300.000
Agustus	400.000	500.000	300.000
September	400.000	500.000	300.000
Oktober	400.000	500.000	300.000
November	400.000	500.000	300.000
Desember	400.000	500.000	300.000

Anggaran Biaya Pemasaran Tahun 2003

(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	500.000	550.000	350.000
Februari	500.000	550.000	350.000
Maret	500.000	550.000	350.000
April	500.000	550.000	350.000
Mei	500.000	550.000	350.000
Juni	500.000	550.000	350.000
Juli	550.000	600.000	400.000
Agustus	550.000	600.000	400.000
September	550.000	600.000	400.000
Oktober	550.000	600.000	400.000
November	550.000	600.000	400.000
Desember	550.000	600.000	400.000

Lampiran 2

Aktiva Tahun 2002: Rp. 694.565.233,3

Laba bersih operasi tahun 2002
(dalam rupiah)

Bulan	Garuda Besar	Garuda Kecil	Conblok
Januari	18.600.636,15	15.454.898,11	175.412,450
Februari	26.456.223,11	19.154.647,77	212.422,358
Maret	25.598.096,79	18.197.876,52	302.393,560
April	29.097.848,86	18.162.047,37	330.509,561
Mei	25.750.169,77	17.079.939,26	207.524,979
Juni	27.542.998,71	20.206.212,59	252.982,884
Juli	26.453.138,55	17.798.473,73	291.999,392
Agustus	28.668.503,67	17.762.272,29	434.851,318
September	27.870.161,36	19.730.615,29	293.754,558
Oktober	27.015.200,88	20.587.809,50	167.227,693
November	26.253.458,68	17.529.606,14	145.060,644
Desember	24.920.642,87	19.141.260,72	144.807,127
Total	314.227.079,40	220.805.565,30	2.948.946,524

Total laba bersih operasi tahun 2002 : Rp. 537.981.591,2

$$ROI = \frac{Rp.537.981.591,2}{Rp.694.565.233,3} x100\%$$

$$= 0,775$$

Laba yang diharapkan tahun 2003 = 0,775 x Rp.716.389.233,3

= Rp.55.520.165,8

Lampiran 3

Menentukan Laba Yang Diharapkan Dengan Pendekatan ROI

Pruduk Genteng Besar

1. Bulan Januari $= \frac{18.600.636,15}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 1.919.601,748$

2. Bulan Februari $= \frac{26.456.223,11}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 2.730.305,121$

3. Bulan Maret $= \frac{25.598.096,79}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 2.641.745,742$

4. Bulan April $= \frac{29.097.848,86}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 3.002.923,185$

5. Bulan Mei $= \frac{25.750.169,77}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 2.67.439,805$

6. Bulan Juni $= \frac{27.542.998,71}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 2.842.461,304$

7. Bulan Juli $= \frac{26.453.138,55}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

$= 2.729.986,792$

8. Bulan Agustus $= \frac{28.668.503,67}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

$= 2.958.614,389$

9. Bulan September $= \frac{27.870.161,36}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

$= 2.876.224,772$

10. Bulan Oktober $= \frac{27.015.200,88}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

$= 2.787.992,111$

11. Bulan November $= \frac{26.253.458,68}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

$= 2.709.379,656$

12. Bulan Desember $= \frac{24.920.642,87}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

$= 2.571.831,911$

Pruduk Genteng Kecil

1. Bulan Januari $= \frac{15.454.898,11}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 1.594.958,86$

2. Bulan Februari $= \frac{19.154.647,77}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 1.976.776,227$

3. Bulan Maret $= \frac{18.197.876,52}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 1.878.636,606$

4. Bulan April $= \frac{18.162.047,37}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 1.874.339,007$

5. Bulan Mei $= \frac{17.079.939,26}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 1.762.664,513$

6. Bulan Juni $= \frac{20.206.212,59}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 2.085.298,626$

7. Bulan Juli $= \frac{17.798.473,73}{537.981591,2} x 55.520.165,8$

   $= 1.836.817,892$

8. Bulan Agustus $= \frac{17.762.272,29}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 1.833.081,87$

9. Bulan September $= \frac{19.730.615,29}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 2.036.216,573$

10. Bulan Oktober $= \frac{20.587.809.50}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 2.124.679,758$

11. Bulan November $= \frac{17.529.606,14}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 1.809.070,524$

12. Bulan Desember $= \frac{19.141.260,72}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 1.975.394,672$

Pruduk Conblok

1. Bulan Januari $= \frac{175.412,450}{537.981591,2} x55.520.165,8$

   $= 18.102,717$

2. Bulan Februari $= \frac{212.422,358}{537.981591,2} x55.520.165,8$

   $= 21.922,171$

3. Bulan Maret $= \frac{302.509,561}{537.981591,2} x55.520.165,8$

   $= 31.207,277$

4. Bulan April $= \frac{330.509,561}{537.981591,2} x55.520.165,8$

   $= 34.108,872$

5. Bulan Mei $= \frac{207.524,979}{537.981591,2} x55.520.165,8$

   $= 21.416,757$

6. Bulan Juni $= \frac{252.982,884}{537.981591,2} x55.520.165,8$

   $= 26.108,053$

7. Bulan Juli $= \frac{291.999,392}{537.981591,2} x55.520.165,8$

   $= 30.134,590$

8. Bulan Agustus $= \frac{434.851,318}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 44.877,032$

9. Bulan September $= \frac{293.754,558}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 30.315,724$

10. Bulan Oktober $= \frac{167.227,693}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 17.258,043$

11. Bulan November $= \frac{145.060,644}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 14.970,384$

12. Bulan Desember $= \frac{144.807,127}{537.981591,2} x55.520.165,8$

$= 14.944,221$

DAFTAR PERTAYAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

1. Perusahaan didirikan oleh siapa, tahun berapadan berlokasi dimana?
2. Apa bentuk perusahaan waktu didirikan?
3. Dengan akte notaris nomor berapa?
4. Apa alasan perusahaan didirikan?
5. Apa dasar pemilihan letak perusahaan?
6. Siapa nama direktur pertama dan siapa nama direktur sekarang?
7. Sudah berapa kali terjadi pergantian jabatan?
8. Berapa luas tanah yang di tempati oleh perusahaan?
9. Tahun berapa dimulai pembuatan pabrik?
10. Tahun berapa perusahaan tersebut mulai berfungsi?

B. Struktur Organisasi

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

C. Bagian Personalia

1. Berapa jumlah karyawan seluruhnya?
2. Berapa jumlah karyawan masing-masing bagian?
3. Berapa jumlah karyawan tetap dan tidak tetap?
4. Apa syarat-syarat untuk menjadi karyawan?

5. Apakah ada usaha untuk memajukan karyawan? Bila ada apa usaha tersebut?
6. Bagaimana sistem upah yang dipakai?
7. Bagaimana jam kerja karyawan?
8. Berapa upah maksimum dan minimum karyawan bagian produksi?

D. Bagian Produksi

1. Produk apa yang dihasilkan?

Biaya Bahan Baku

1. Apa bahan baku yang dipakai?
2. Dari mana bahan baku diperoleh?
3. Bahan pembantu apa saja yang dipakai?
4. Metode apa yang dipakai untuk menghitung pemakaian bahan?

Biaya Tenaga Kerja

1. Upah apa saja yang termasuk biaya tenaga kerja langsung?
2. Berapa tarif kerja langsung?
3. Bagaiman penentuan biaya tenaga kerja langsung untuk setiap jenis produk?

Biaya Overhead Pabrik

1. Biaya apa saja yang termasuk biaya overhead pabrik?
2. Metode apa saja yang dipakai untuk menentukan biaya overhead pabrik?

3. Bagaiman penentuan biaya overhead pabrik untuk tiap jenis produk?

Bagian Proses Produksi

1. Bagaimana proses produksi dilaksanakan?
2. Berapa lama waktu yang diperlukan?Apa saja peralatan atau mesin yang dipakai?
3. Tahap-tahap apa yang dilakukan dalam proses produksi?

E. Bagian Akuntansi

1. Bagaimana pengumpulan harga pokok produksi?
2. Metode apa saja yang dipakai dalam pengumpulan harga pokok produksi?
3. Periode pencatatan biaya produksi dilakukan setiap bulan, tahun atau periode tertentu?
4. Bagaimana bentuk laporan biaya produksi?

F. Bagian Pemasaran

1. Siapa yang menjadi pemesan dari produk tersebut?
2. Bagaimana cara memasarkan produk?
3. Bagaimana penentuan harga jual?
4. Saluran distribusi apa yang dipakai perusahaan?
5. Apakah ada potongan harga? Kalau ada bagaimana penentuannya?
6. Biaya pemasaran ditanggung oleh siapa?
7. Apakah ada usaha promosi dari perusahaan?

8. Syarat-syarat apa yang dituntut perusahaan dalam memasarkan produk?
9. Bagaimana penyelenggaraan pengangkutan barang produksiedan hasil produksi?

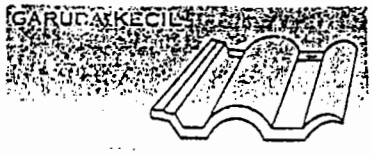
G. Bagian Permodalan

1. Bagaimana perusahaan memperoleh modal?
2. Apa saja sumber modal perusahaan?
3. Bagaimana struktur modal perusahaan?
4. Bagaimana penggunaan modal perusahaan?
5. Apakah ada modal yang disisishkan untuk ekspansi?

DAFTAR HARGA GENTENG BETON DAN CONBLOK

"ASRI"

PEMASARAN JL. WATES KADIPURO 68 YOGYAKARTA
PABRIK JL. WATES DELINGSARI GAMPING (KM 5,5) YOGYAKARTA

BULAN	JENIS PRODUK		
	GENTENG GARUDA BESAR Isi tiap M 9 biji Berat tiap biji 4.5 Kg	GENTENG GARUDA KECIL Isi tiap Mbiji 11 biji Berat tiap M 3.7 Kg	CONBLOK Isi tiap M 9 biji Berat tiap biji 5.6 Kg
			
	Harga per biji	Harga per biji	Harga tiap 4 biji
Januari	Rp. 580,00	Rp. 505,00	Rp. 1350,00
Februari	Rp. 580,00	Rp. 505,00	Rp. 1350,00
Maret	Rp. 580,00	Rp. 505,00	Rp. 1350,00
Aperil	Rp. 580,00	Rp. 505,00	Rp. 1350,00
Mei	Rp. 580,00	Rp. 505,00	Rp. 1350,00
Juni	Rp. 580,00	Rp. 505,00	Rp. 1350,00
Juli	Rp. 610,00	Rp 525,00	Rp. 1400,00
Agustus	Rp. 610,00	Rp. 525,00	Rp. 1400,00
September	Rp. 610,00	Rp. 525,00	Rp. 1400,00
Oktober	Rp. 610,00	Rp. 525,00	Rp. 1400,00
November	Rp. 610,00	Rp. 525,00	Rp. 1400,00
Desember	Rp. 610,00	Rp 525,00	Rp. 1400,00

Pesanan disertai uang muka 40%.
Untuk warna Kuning, Orange, Hijau, Biru tambah Rp 100,00 tiap genteng.
Penurunan barang dimana **angkutan** dapat **berhenti.**
Pengiriman diluar Kodya Yogyakarta dikenai biaya transport sbb

- *Muntilan, Wates, Klaten, Wonosari Kota*..... Rp. 125,00/biji
- *Solo, Purworejo, Temanggung*..... Rp. 175,00/biji
- *Semarang , Salatiga, Purwodadi, Wonosobo*..... Rp. 200,00/biji
- *Cilacap, Purwokerto, Kudus*..... Rp. 225,00/biji
- *Tegal, Pemalang, Ngawi*..... Rp. 275,00/biji

Barang yang sudah dikirim tetapi belum dilunasi masih hak perusahaan kami.
Biaya **transport tidak** mendapat **discount.**
Harga tidak mengikat sewaktu-waktu dapat berubah tanpa pemberitahuan terlebih dahulu.

PERUSAHAAN GENTENG BETON "ASRI"

Jl. Wates Km. 5,3 Gamping Sleman

Yogyakarta

Yogyakarta 02-Oktober-2004

Surat Keterangan

Kami dari Perusahaan Genteng Beton ASRI Yogyakarta menerangkan bahwa:

Nama	:	Alexander D D P P
NIM	:	982114151
Fakulatas	:	Ekonomi
Jurusan	:	Akuntansi
Universitas	:	Sanata Dharma Yogyakarta

Telah melakukan penelitian di perusahaan Genteng Beton "ASRI" untuk bahan penyusunan skripsi

Demikian surat ini kami buat semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Perusahaan Genteng Beton ASRI

Hormat Kami

ATIK

Sekertaris