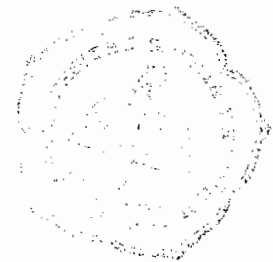


**ANALISA PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE  
COST PLUS PRICING  
STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN TEKSTIL KUSUMATEX**

Skripsi

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



OLEH :

ADRIANUS HARIANTO BARU

NIM : 982114223

NIRM : 980051121303120220

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA  
2004**

SKRIPSI

**ANALISA PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE  
COST PLUS PRICING  
STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN TEKSTIL KUSUMATEX**

Oleh:

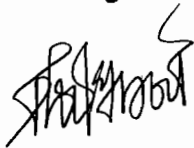
Adrianus Harianto Baru

NIM : 982114223

MIRM : 980051121303120220

Telah disetujui oleh:

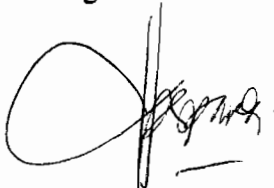
Pembimbing I



Lilis Setiawati, S.E., M.Si., Akt.

Tanggal 16 September 2003

Pembimbing II



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

Tanggal 17 Nopember 2003

SKRIPSI

**ANALISA PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE  
COST PLUS PRICING  
STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN TEKSTIL KUSUMATEX**

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

Adrianus Harianto Baru

NIM : 982114223

NIRM : 980051121303120220

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 7 Januari 2004  
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji


	Nama lengkap	Tanda tangan
Ketua	: Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt.	
Sekretaris	: Drs. G. Anto Listianto, MSA., Akt.	
Anggota	: Lilis Setiawati, S.E., M.Si., Akt	
Anggota	: Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt.	
Anggota	: Drs. P. Rubiyatno, M.M.	

Yogyakarta 1Maret 2004

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma



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

## SYAIR DAN PERSEMBAHAN

### KEHIDUPAN

Kala Matahari Terbit, Gelap Pun Sirna  
Senja Datang, Siang Berganti Malam  
Tangisan bayi Saat Dilahirkan  
Tanda Kehidupan  
Saat Mata Terpejam Selamanya dan Nafas Pun Berhenti  
Hidup Berakhir  
Ada tawa dan ada tangis  
Ada cinta dan ada benci  
Ada nafsu dan ada kebaikan  
Semuanya Hanya Dipisah Rasa  
Rasa Membawah Kita Menikmati Hidup  
Rasa Membawah Kita Ingin Mati  
Rasa Membuat Kita Bekerja Keras  
Rasa Membawah Kita untuk Membunuh  
Rasa Membawah Kita Bercinta  
Andai Tiada Rasa  
Tuhan Pun Tiada  
Apalagi Manusia, Pasti Tidak Ada  
Saya Merasah Hidup Ini Penuh Liku-liku  
Bejudi Dengan Kehidupan  
Tidak Selamanya Salah  
Karena Salah dan Benar Bukanlah

### KEHIDUPAN

Yang Terpenting Kita Telah Mencobah  
Dengan Segala Kemampuan Kita  
Karena Itulah Yang Dinamakan

### KEHIDUPAN

#### Persembahkan:

*Skripsi ini teruntuk semua pihak yang telah membantu penulis mengenal kemampuan yang dimiliki, khususnya Bapak dan Mama tercinta.*

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

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

Yogyakarta 7 Januari 2004

Penulis



Adrianus Harianto Baru

## ABSTRAK

### ANALISA PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING Studi Kasus pada Perusahaan Tekstil Kusumatex

Adrianus Harianto Baru  
Universitas Sanata Dharma  
2004

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dua hal yaitu; 1) kesesuaian antara prosedur penentuan harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan metode *cost plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing*, dan 2) perbedaan antara harga jual yang ditentukan perusahaan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara dan dokumentasi. Adapun langkah-langkah dalam teknik analisis data, adalah sebagai berikut; 1) mendeskripsikan penentuan harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex, 2) mendeskripsikan penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, 3) membandingkan penentuan harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, 4) mencari persentase selisih antara harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, dan 5) menentukan apakah antara harga jual yang ditentukan Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* secara material terdapat perbedaan. Suatu perbedaan dikatakan materialitas apabila persentase selisih lebih dari 5% dan sebaliknya, jika persentase selisih kurang dari 5% maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan.

Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis data dapat disimpulkan 1) prosedur penentuan harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan prosedur penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* terdapat perbedaan perlakuan terhadap biaya non-produksi sehingga adanya perbedaan pengakuan jumlah persediaan dan besarnya *mark-up* dan 2) harga jual yang ditentukan Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* secara material tidak berbeda. Persentase selisih untuk masing-masing produk, adalah sebagai berikut: P56/50 – 96: 0,54%, P50/46 – 96: 0,56%, P64/64 – 110: 0,60%, P64/54 – 110: 0,51%, P56/46 – 90: 0,66%, P56/50 – 90: 0,56% dan P56/46 – 118: 0,75%.

## ABSTRACT

### PRICE DECISION ANALYZE BY COST PLUS PRICING METHOD A Study Case on Perusahaan Tekstil Kusumatex

Adrianus Harianto Baru  
Sanata Dharma University  
2004

The purpose of this research were to find out 1) the similarity between price decision procedure applied by Perusahaan Tekstil Kusumatex with cost plus pricing method based on full costing approach, and 2) the difference between price charged by to the company with price determined by cost plus pricing method based on full costing approach.

Documentation and interview method were used to collect data. The steps to analyze the data were 1) describing the decision of price used by Perusahaan Tekstil Kusumatex, 2) describing the decision of price using cost plus pricing method based on full costing approach, 3) comparing the price decision applied by Perusahaan Tekstil Kusumatex with the decision of price determined by cost plus pricing based on full costing approach, 4) finding the deviation percentage between the price charged of Perusahaan Tekstil Kusumatex with the price determined by cost plus pricing method based on full costing approach, 5) determinating the difference between Perusahaan Tekstil Kusumatex's price with the price determined by cost plus pricing method based on full costing approach. There will be a difference when the diviation is more than 5%.

The result from the data analyze were, 1) the procedure of price decision applied by Perusahaan Tekstil Kusumatex compared to the procedure of price decision determined by cost plus pricing method based on full costing approach showed different treatment on the non production cost. It made a difference acknowledgment on stock quantity and mark up value, and 2) price charged by Perusahaan Tekstil Kusumatex compared to the price of cost plus pricing method based full costing approach showed no any differences. The deviation percentage for every product were 0,56% : P56/50 – 96, 0,56% : P 50/46 – 96, 0,60% : P64/64 – 110, 0,51% : P64/54 – 110, 0,66% : P56/46 – 90, 0,56% : P56/50 – 90, and 0,75% : P56/46 – 118.

## KATA PENGANTAR

Skripsi ini merupakan suatu karya yang tercipta karena dorongan, bimbingan dan saran yang didapatkan penulis dari pihak-pihak yang sangat memperhatikan penulis. Penulis merasah termotivasi menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma.

Terimah kasih penulis ucapkan pada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimah kasih kepada;

1. Tuhan dan Sahabatku, Yesus Kristus yang membuat penulis tabah dan tetap bekerja dengan segala kemampuan yang dianugerahkan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Drs. Hg. Suseno TW., M.S., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas sanata Dharma.
3. Ibu Lilis Setiawati, S.E., M.Si., Akt., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt., selaku Dosen Pembimbing II yang mengoreksi dan menuntun penulis dalam penyusunan skripsi dengan sistematis.
5. Bapak Eduardus Maryarsanto P., S.E., Akt., yang telah memberikan banyak masukan pada penulis saat pendadaran.
6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang telah memberikan pengetahuan pada penulis selama perkuliahan.

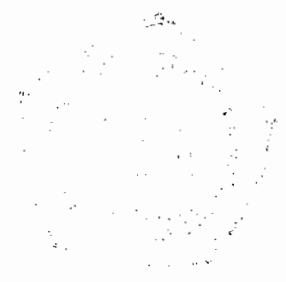


7. Bapak Noerjatin Harjanto selaku Kabag. Personalia yang telah memberikan ijin dan keterangan yang dibutuhkan penulis pada Perusahaan Tekstil Kusumatex.
8. Ibu Sri Marfuah dan seluruh karyawan Perusahaan Tekstil Kusumatex yang telah memberikan informasi yang dibutuhkan penulis selama penyusunan skripsi ini.
9. Papa dan Mama tercinta, terima kasih atas dukungan, kepercayaan, nasehat dan pengorbanan selama ini.
10. Saudara dan saudariku tersayang, e'nu Sri, e'nu Elin, Is, Filmon, Leo, Azis, dan e'nu Tuti. Terima kasih atas dukungan doa dan semangat yang diberikan.
11. Teman-teman seperjuangan, Widi, Peter S.E., Wawan, Ayu S.E., Meme, Jensri S.E., Eman Kuman, dan Angki. Thank's for everything.
12. Teman-teman Brojomusti 13 A, Eman, Sin'a, Ajat, Frangki, Hans, Mas Kris, Mas Yuli S.Pd., Dodi S.Pd., dan Kr. Ari yang telah mendukung dan penuh pengertian terhadap penulis selama ini.
13. Kr. Epang, Kr. Wik, Kr. Walber, Kr. Icen, Kr. Erwin, Kr. Dani, Epeng, Paulus, Dawing, e'nu Veni, e'nu Nini, e'nu Meri, e'nu Yati, e'nu nila, dan e'nu Linda. Terima kasih atas persahabatan dan kekeluargaan yang terjalin selama ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi semua pihak.

Penulis

Adrianus Harianto Baru



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN SYAIR DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Batasan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian .....	3
F. Sistematika Penulisan .....	4
BAB II: LANDASAN TEORI .....	5
A. Harga Jual .....	5
B. Biaya .....	16
C. Mark Up .....	22
D. Return on Investment .....	23
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN .....	24
A. Jenis Penelitian .....	24

B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	24
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	24
D. Data yang Dicari .....	24
E. Teknik Pengumpulan Data .....	25
F. Teknik Analisis Data .....	25
BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	29
A. Sejarah Perkembangan Perusahaan .....	29
B. Lokasi Perusahaan .....	30
D. Personalia .....	35
E. Produksi .....	41
F. Pengawasan Kualitas Produk .....	44
G. Pemasaran .....	46
H. Promosi .....	46
BAB V: ANALISIS DATA .....	48
A. Pembebanan Komponen Biaya .....	49
B. Alokasi Biaya Per Meter .....	56
C. Analisis Data .....	62
BAB VI : PENUTUP .....	81
A. Kesimpulan .....	81
B. Keterbatasan Penelitian .....	82
C. Saran .....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Metode Alokasi Berdasarkan Harga Jual atau Harga Pasar Tahun 2002 .....	49
Tabel 5.2	Alokasi Biaya Bahan Baku .....	51
Tabel 5.3	Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung .....	52
Tabel 5.4	Alokasi Biaya Overhead Pabrik Variabel .....	53
Tabel 5.5	Alokasi Biaya Overhead Pabrik Tetap .....	54
Tabel 5.6	Alokasi Biaya Administrasi dan Umum .....	55
Tabel 5.7	Alokasi Biaya Pemasaran .....	55
Tabel 5.8	Biaya Produksi dan Non Produksi untuk Produk P56/50-96 .....	56
Tabel 5.9	Biaya Produksi dan Non Produksi untuk Produk P56/46-96 .....	57
Tabel 5.10	Biaya Produksi dan Non Produksi untuk Produk P64/64-110 .....	58
Tabel 5.11	Biaya Produksi dan Non Produksi untuk Produk P64/54-110 .....	59
Tabel 5.12	Biaya Produksi dan Non Produksi untuk Produk P56/46-90 .....	60
Tabel 5.13	Biaya Produksi dan Non Produksi untuk Produk P56/50-90 .....	61
Tabel 5.14	Biaya Produksi dan Non Produksi untuk Produk P56/46-118 .....	62
Tabel 5.15	Data Target Profit Setiap Produk kain Tahun 2001 .....	72
Tabel 5.16	Selisih Harga Jual Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing .....	79

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

*ASEAN free trade area* (AFTA) yang dideklarasikan pertamakali pada bulan Januari 1992 oleh enam negara ASEAN (Indonesia, Malaysia, Singapura, Burnai Darusalam, Tailand, dan Filiphina) mulai diberlakukan pada tanggal 1 Januari 2003, membawah dampak yang sangat luar biasa pada perekonomian negara-negara di kawasan asia tenggara. Kebijakan perekonomian negara-negara yang tergabung dalam AFTA mengalami perubahan yang mendasar; dimana proteksi terhadap produk-produk yang diproduksi dalam negeri mulai dikurangi atau dihapus sama sekali dengan menurunkan atau menghapus pajak *import* yang tinggi terhadap produk-produk asing. Dengan demikian, kawasan asia tenggara menjadi area perdagangan bebas dengan potensi konsumen kurang lebih 500 juta jiwa.

Kebijakan ekonomi ini tentu harus ditanggapi dengan serius oleh manajemen perusahaan yang berada dalam kawasan ini. Masuknya barang-barang *import* dengan kualitas yang baik dan harga yang terjangkau oleh konsumen dalam kawasan ini, berarti persaingan bukan hanya antara perusahaan dalam negeri tetapi juga dengan perusahaan luar negeri. Perusahaan-perusahaan luar negeri yang didukung dengan modal yang besar dan teknologi yang maju, dan tenaga kerja yang profesional menjadi ancaman besar dalam persaingan merebut pangsa pasar yang potensial di kawasan ini. Peningkatan kuantitas dan kualitas produk serta strategi yang tepat dalam memasarkan produk harus dilakukan manajemen perusahaan supaya bisa bertahan hidup dan meningkatkan laba perusahaan. Kualitas dan kuantitas

produk dapat tercapai dengan penggunaan teknologi yang tepat guna dan tenaga kerja yang profesional. Namun, hal ini tidak akan berguna apabila strategi pemasaran yang digunakan tidak tepat.

Penentuan harga jual merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran dan suatu fungsi manajer yang penting karena keputusan penentuan harga jual mempengaruhi tingkat penjualan produk dan laba yang akan dicapai perusahaan. Oleh karena itu, manajer perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual. Faktor-faktor tersebut antara lain biaya produksi, pesaing, permintaan, politik, hukum, dan image perusahaan. Dari faktor-faktor tersebut, hanya biaya produksi yang biasa diramalkan dengan pasti sedangkan faktor-faktor lainnya mengandung unsur ketidak-pastian. Hal ini menyebabkan keputusan penentuan harga jual sulit untuk dianalisis. Sebagian besar manajer perusahaan menentukan harga jual berdasarkan biaya produksi tetapi harga jual tersebut hanya sebagai batas bawah dari harga jual produk yang dipasarkan. Harga jual produk kemudian akan berubah sesuai dengan kondisi pasar dan kebijakan-kebijakan manajerial.

Penentuan harga jual berdasarkan biaya produksi pada umumnya ditambah dengan *mark-up* untuk menutupi biaya non-produksi dan target laba yang diharapkan. Harga jual ini mengandung suatu unsur kepastian bahwa perusahaan tidak akan menderita kerugian. Akan tetapi, harga jual ini mungkin lebih tinggi dari harga jual yang ditetapkan perusahaan pesaing sehingga konsumen tidak dapat menerimanya. Oleh karena itu, sebelum menetapkan harga jual manajer perlu memperhatikan kondisi pasar dan pergerakan harga jual pesaing sehingga harga jual yang ditetapkan dapat diterima konsumen.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah penentuan harga jual perusahaan sudah sesuai dengan metode *cost-plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing*?
2. Apakah ada perbedaan secara material antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing* menurut pendekatan *full costing*?

## **C. Batasan masalah**

Karena luasnya permasalahan dan keterbatasan pada diri penulis maka, penelitian ini hanya membahas penentuan harga jual untuk tujuh produk kain grey yang diproduksi Perusahaan Tekstil Kusumatex pada tahun 2001. Metode harga jual yang digunakan adalah metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

## **D. Tujuan Penelitian**

1. Penelitian dilakukan untuk mengetahui kesesuaian antara prosedur penentuan harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan metode *cost plus pricing* berdasarkan pendekatan *full costing*.
2. Penelitian juga dilakukan untuk mengetahui perbedaan secara material antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual berdasarkan kajian teori.

## **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi manajemen perusahaan dalam menentukan harga jual produknya.

## 2. Bagi penulis

Penelitian ini sangat membantu penulis untuk lebih memahami metode *cost-plus pricing* dalam menentukan harga jual produk.

## 3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini bisa menambah wawasan pembaca dalam penentuan harga jual produk.

### **F. Sistematika Penulisan**

1. Bab I Pendahuluan; berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
2. Bab II Landasan Teori; berisi teori-teori tentang harga jual, biaya, *mark-up*, dan *return on investment*.
3. Bab III Metodologi Penelitian; berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
4. Bab IV Gambaran Umum Perusahaan; berisi sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, personalia, proses produksi dan cara pemasaran produk Perusahaan Tekstil Kusumatex.
5. Bab V Analisa Data; berisi tentang pembeban komponen biaya, alokasi biaya per-meter kain, dan analisis data yang akan menjadi acuan bagi penulis dalam menjawab permasalahan dalam penulisan ini.
6. Bab VI Penutup; berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran yang didasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan penulis



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

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

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

Harga jual merupakan jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang dan jasa yang dijual atau diserahkan ( Supriono, 1993: 332). Sedangkan menurut Slamet Sugiri (1994: 171), harga jual merupakan hasil akhir dari dua kekuatan, yakni permintaan dan penawaran produk tersebut. Harga jual menurut Supriono lebih menekankan pada aspek biaya produksi yang dinyatakan dalam jumlah moneter yang dibebankan pada konsumen. Sedangkan, Slamet Sugiri lebih menekankan pada aspek pasar sebagai pembentuk harga jual produk. Walaupun demikian, harga jual pada umumnya berfungsi sebagai penutup semua biaya produksi, biaya non-produksi dan target laba yang diharapkan perusahaan.

##### **2. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Harga Jual**

Penentuan harga jual produk dipengaruhi empat faktor utama, yaitu:

###### **a. Permintaan Konsumen**

Permintaan konsumen merupakan suatu hal yang paling penting dalam seluruh bagian dari operasi bisnis, mulai pendesainan produk sampai penentuan harga jual produk tersebut. Pertimbangan harga jual dan pendesainan produk saling berhubungan. Sebagai contoh, jika konsumen

o

menginginkan produk yang berkualitas tinggi tentunya memerlukan waktu yang sangat lama dan bahan mentah yang khusus. Di samping itu manajer harus berhati-hati supaya harga jual itu diterima konsumen.

Permintaan konsumen merupakan yang penting dalam perusahaan dan proses berkelanjutan. Perusahaan secara rutin mendapatkan informasi dari penelitian pasar, seperti survei konsumen, percobaan kampanye pemasaran (*test-market campaigns*) dan dari tenaga penjual (Hilton, 1994: 718).

#### **b. Persaingan**

Penentuan harga jual harus dipertimbangkan dan dievaluasi dengan dampak persaingan serta pengaruh pengambilan keputusan terhadap persaingan. Dengan kata lain penentuan harga jual dipengaruhi dan mempengaruhi persaingan. Hal ini tidak berlaku pada pasar monopoli, dimana penjual bisa menentukan sendiri harga jual tanpa pengaruh pesaing (Fremgen.1976: 426).

#### **c. Biaya-biaya**

Aturan pembiayaan diberbagai perusahaan berbada-beda. Beberapa industri, hampir seluruh harga jual produk ditentukan oleh kekuatan pasar. Sebagai contoh, harga jual bahan makanan pokok dari industri pertanian dikendalikan oleh kekuatan pasar. Untuk mendapatkan laba petani harus memproduksi pada suatu harga di bawah harga pasar. Hal ini tidak selalu terjadi sehingga dalam suatu periode tertentu petani menderita kerugian.

Di industri lain, manajer menetapkan harga jual berdasarkan biaya produksi. Manajer memiliki keleluasaan dalam menentukan *mark up*. Jadi kekuatan pasar dapat dipengaruhi oleh harga tersebut. Dalam perusahaan yang memproduksi barang kebutuhan umum, seperti perusahaan listrik dan gas alam harga jual ditentukan oleh departemen pemerintah.

Kekuatan pasar dan pertimbangan biaya mempengaruhi penentuan harga jual dari semua industri. Tidak ada industri yang menetapkan harga jual dibawah biaya produksi dan tidak ada perusahaan yang menetapkan *mark-up* tanpa memperhatikan pasar. Jadi penentuan harga jual dipengaruhi kekuatan pasar dan biaya (Hilton, 1994:714).

#### **d. Politik, Hukum, dan *Image* Perusahaan**

Penentuan harga jual dipengaruhi oleh kekuatan pasar dan biaya produksi sebagai faktor pokok, disamping itu harga jual dipengaruhi juga oleh politik, hukum, dan *image* perusahaan. Dalam lingkungan hukum, manajer dituntut mentaati hukum yang berlaku. Hukum pada umumnya melarang perusahaan untuk melakukan diskriminasi harga di antara konsumen. Juga melarang kolusi dalam penetapan harga, dimana sejumlah perusahaan menyepakati penetapan harga pada tingkat yang tinggi.

Pertimbangan politik juga dapat menjadi relefan. Sebagai contoh, jika perusahaan pada suatu industri dirasa oleh masyarakat melaksanakan hal yang tidak benar untuk memperoleh keuntungan, maka mungkin melakukan tekanan politik melalui badan legislatif untuk mengintervensi pengaturan harga dan mengurangi pajak untuk produk yang dijual.

Perusahaan mempertimbangkan image masyarakat dalam proses penentuan harga jual. Suatu perusahaan dengan reputasi produk yang berkualitas tinggi boleh menentukan harga yang tinggi untuk menjaga image masyarakat tersebut (Hilton,1994: 719).

Penentuan harga jual produk dipengaruhi faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor-faktor tersebut antara lain: (Supriono.1989: 332)

**a. Faktor Internal**

- 1) Tujuan perusahaan, khususnya laba dan *Return on investment* (ROI) yang diharapkan.
- 2) Biaya, khususnya biaya masa depan
- 3) Pendapatan yang diharapkan
- 4) Jenis produk atau jasa yang diharapkan
- 5) Gaya manajemen
- 6) Jenis industri

**b. Faktor eksternal**

- 1) Citra atau kesan masyarakat
- 2) Pengaruh pemerintahan, khususnya undang-undang, keputusan, peraturan dan kebijakan pemerintah
- 3) Tindakan atau reaksi pesaing
- 4) Tipe pasar yang dihadapi
- 5) Tren ekonomi
- 6) Tujuan non laba (nirlaba)
- 7) Tanggungjawab sosial perusahaan.

Berbagai faktor yang menentukan harga jual mempengaruhi besarnya jumlah moneter yang dibebankan oleh satu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual. Pembebanan biaya pada pelanggan merupakan suatu kebutuhan bagi perusahaan untuk menutupi semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang pada akhirnya untuk kelangsungan hidup perusahaan. Untuk itu manajemen harus hati-hati dalam menentukan kebijaksanaan penentuan harga jual dan keputusan penentuan harga jual. Manajemen harus menggunakan salah satu metode penentuan harga jual sebagai patokan dalam menentukan harga jual suatu produk.

### **3. Metode-metode Penentuan Harga Jual**

#### **a. Penentuan Harga Jual dalam Kondisi Normal**

##### **1) Metode *Cost-Plus Pricing***

Metode *cost-plus pricing* merupakan salah satu pendekatan yang sederhana untuk menentukan harga jual produk. Harga jual produk ditentukan dengan cara menjumlahkan harga pokok produksi dengan *mark up*. *Mark up* merupakan target laba kotor yang akan dicapai, termasuk untuk menutup biaya-biaya non produksi dan laba sebelum pajak.

Meskipun penentuan harga jual dengan menggunakan *metode cost plus pricing* ditambah *mark up* sangat mudah tetapi mempunyai kelemahan dalam logika ekonomi dan tidak semuanya valid dalam

menentukan harga jual produk standar. Ada dua kendala dalam menentukan harga jual dengan *metode cost plus pricing* ditambah *mark up*, yaitu: Biaya yang digunakan sebagai dasar perhitungan harus biaya sebenarnya. Selama harga jual merupakan sebuah keputusan, hanya biaya relevan yang harus digunakan. Jika biaya relevan digunakan, kemungkinan tidak mencerminkan produk efisien. Jika biaya perusahaan pesaing lebih rendah, perusahaan berada dalam keadaan yang kurang menguntungkan.

Di samping itu kendala lain adalah kesulitan menentukan *mark up* yang harus dicapai. Manajemen harus membuat target margin laba pada seluruh produk. *Margin* tidak harus konsisten dengan kondisi pasar untuk beberapa produk. Penambahan target *margin* laba pada biaya produksi untuk menentukan harga jual mempengaruhi perusahaan, dalam hal ini perusahaan menjadi tidak kompetitif.

Dalam pasar yang dinamis harga jual yang ditentukan dengan metode *cost-plus pricing* secara umum tidak valid. Metode *cost plus pricing* berguna sebagai poin awal untuk menentukan harga jual, tetapi penjual harus siap terhadap penyimpangan target harga jual dan tentunya penyimpangan yang lebih besar.

Ada dua metode dalam metode *cost-plus pricing* yang dapat dipilih manajer untuk menentukan harga jual produknya, yaitu:

a) **Metode *Full Cost Pricing***

Metode *full cost pricing* sering dikenal dengan *absorbtion costing*, karena metode ini membebankan seluruh biaya produksi baik

yang bersifat tetap maupun variabel. Sedangkan biaya-biaya non-produksi tidak dimasukkan dalam penentuan harga jual produk. Untuk menutup biaya-biaya non-produksi maka dalam metode *full cost pricing* ditambahkan *mark up*. Sehingga pendekatan ini sering disebut metode biaya penuh ditambah *mark up*. Berikut cara menghitung harga jual produk dengan menggunakan metode *full cost pricing*.

Harga Pokok Produksi Penuh :

Biaya bahan baku langsung	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead variabel	xxx
Biaya overhead pabrik tetap	<u>xxx +</u>
Jumlah	xxxx
<i>Mark up</i> (% markup x HPP)	<u>xxx +</u>
Harga jual perunit produk	<u>xxxx</u>

Banyak perusahaan yang menggunakan *cost plus pricing* dengan biaya penuh sebagai dasar dalam perhitungan produk dan jasa. Alasan umum dari tendensi ini adalah sebagai berikut: (Hilton,1994: 729)

1. Dalam jangka panjang harga jual harus menutup biaya seluruhnya dan marjin keuntungan normal. Berdasarkan pada biaya variabel dapat menyebabkan manajer berani menentukan harga jual yang rendah. Hal ini tidak terjadi jika manajer memahami bahwa metode *variabel costing* memerlukan *mark up* yang tinggi untuk menutup biaya tetap dan laba. Oleh karena itu, banyak manajer yang menggunakan metode *full cost pricing* untuk menentukan

harga jual.

2. Metode *full cost pricing* menyediakan harga jual yang bijaksana dan diterima oleh seluruh bagian. Pada umumnya konsumen memahami bahwa perusahaan harus memperoleh keuntungan dari produk dan jasa yang ditawarkan.
3. Ketika perusahaan pesaing memiliki operasi dan struktur biaya yang sama, *metode cost plus pricing* memungkinkan manajer mengetahui bagaimana perusahaan pesaing menentukan harga jualnya.
4. Informasi biaya penuh disediakan oleh sistem akuntansi keuangan, karena laporan keuangan untuk pihak eksteren mewajibkan perusahaan melaporkan biaya penuh dan bukan hanya biaya variabel saja. Oleh karena itu metode *full cost pricing* sangat efektif digunakan untuk perusahaan yang mempunyai produk yang banyak

Pendekatan ini juga memiliki kelemahan, yaitu tidak menjelaskan pola kelakuan biaya (*behavior cost*). Selama metode *full cost pricing* mengalokasikan biaya tetap ke seluruh produk, maka metode ini tidak menjelaskan perubahan biaya seperti perubahan volume penjualan. Metode *full cost pricing* tidak jelas membedakan biaya tetap dan biaya variabel. Jadi metode *full costing* tidak konsisten dengan analisis biaya volume laba (*cost-volume-profit analysis*). Analisis biaya volume laba berguna untuk menganalisis perubahan



harga dan volume penjualan; dengan demikian metode *full cost pricing* tidak membantu manajer dalam memprediksi perubahan harga jual dan volume penjualan

**b) Metode Variabel Costing**

*Variabel costing* adalah metode penentuan harga pokok produk yang hanya membebankan biaya-biaya variabel saja kedalam harga pokok produksi (Mulyadi, 1984: 30).

Harga pokok produk menurut metode *variabel costing* terdiri dari:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead variabel	<u>xxx</u> +
Harga pokok produksi	xxxx
Mark-up = %markupx HPP	<u>xxx</u> +
Harga jual produk	xxxx

Penentuan harga jual produk atau jasa ditentukan sebesar biaya variabel ditambah *mark-up* yang harus tersedia untuk menutupi semua biaya tetap dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Metode ini memiliki beberapa keuntungan antara lain; (Hilton,1994: 730)

1. Informasi biaya variabel lebih konsisten dengan analisa biaya volume laba (*cost-volume-profit analysis*) sehingga memungkinkan manajer untuk melihat keuntungan dari perubahan harga jual dan volume penjualan.
2. Metode *variabel cost pricing* tidak mengakui pengalokasian biaya

tetap ke dalam unit produk.

3. Metode *variabel cost pricing* sangat baik dalam menentukan keputusan tentang penerimaan pesanan khusus.

Kelemahan metode *variabel cost pricing* sebagai dasar penentuan harga jual adalah jika manajer berani menetapkan harga jual yang rendah untuk menutupi biaya tetap dan target laba perusahaan. Hal ini akan menjadi suatu bahaya yang besar bagi perusahaan. Dengan demikian, jika biaya variabel yang digunakan dalam penentuan harga jual manajer harus paham bahwa metode ini menanggung biaya *mark up* yang tinggi untuk menutup seluruh biaya.

## **2) Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)**

Dalam pendekatan ini perusahaan membedakan salah satu komponen harga untuk tenaga kerja dan komponen harga yang lainnya untuk bahan baku. Komponen harga untuk tenaga kerja dihitung berdasarkan jam tenaga kerja dan biaya untuk menutup overhead. Sedangkan harga bahan baku yang digunakan ditambah biaya bahan baku dalam proses dan biaya penyimpanan. *Time and material pricing* biasanya digunakan secara luas oleh perusahaan konstruksi, percetakan, toko reparasi, dan perusahaan profesional, seperti ahli mesin, akuntan publik dan pengacara.

### **b. Penentuan Harga Jual dalam *Cost Type Contract (Cost Type Contract Pricing)*.**

*Cost type contract* adalah kontrak pembuatan produk atau jasa pada harga yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasari total biaya sesungguhnya ditambah dengan laba yang dihitung

sebesar prosentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut (Mulyadi, 1993: 364).

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

Penentuan harga jual pesanan khusus menjadi sangat penting bagi manajer untuk menentukan apakah pesanan itu diterima atau ditolak. Apabila pesanan khusus tidak melebihi kapasitas produksi dan manajer yakin bahwa biaya tetap dalam tahun anggaran dapat ditutup oleh pesanan reguler, maka pesanan khusus dapat diterima. Tetapi ketika pesanan khusus melebihi kapasitas dimana perusahaan mengeluarkan biaya variabel ditambah kenaikan biaya tetap, maka harga jual harus di atas biaya variabel ditambah kenaikan biaya tetap.

**d. Penentuan Harga Jual Produk Baru (*Pricing of New Product*)**

Ada dua strategi yang biasa digunakan oleh manajer dalam menentukan harga jual. Strategi pertama disebut *skimming pricing*, dalam strategi ini harga jual ditentukan lebih tinggi dengan tingkat keuntungan jangka pendek. Pendekatan ini sering digunakan untuk produk yang unik, dimana orang harus “memiliki produk” itu berapapun harganya. Strategi alternatif disebut *penetration pricing*, dalam pendekatan ini harga ditetapkan relatif rendah. Dengan menetapkan harga jual yang rendah untuk produk baru, manajer berharap dapat menembus pasaran dan cepat mendapatkan *market share* yang luas. Pendekatan ini sering digunakan untuk produk yang berkualitas baik tetapi tidak siap keluar lebih cepat dari produk pesaing (Hilton, 1994: 738-739).

**e. Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang Diatur Pemerintah**

Perusahaan yang diatur oleh pemerintah adalah perusahaan yang menangani produk-produk untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Harga jual ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan. Dalam penentuan harga jual normal perusahaan bisa menggunakan salah satu pendekatan *full costing* atau *variabel costing*. Namun karena pendekatan *variabel costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi diterima umum, maka pendekatan *full costing* yang digunakan untuk menghitung biaya penuh masa yang akan datang (Mulyadi, 1993: 367).

**B. Biaya**

**1. Pengertian Biaya**

Salah satu komponen pokok dalam penentuan harga jual adalah biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa. Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa yang datang bagi organisasi (Hansen dan Mowen, 1999: 36).

**2. Klasifikasi Biaya**

**a. Berdasarkan Fungsi Perusahaan**

Fungsi dalam perusahaan manufaktur dibagi menjadi dua yaitu fungsi produksi dan fungsi non-produksi (Sugiry, 1994:22).

## 1) Fungsi Produksi

Fungsi produksi bertugas dan bertanggung jawab untuk memproduksi barang dengan kualitas tertentu. Biaya yang terkait dengan fungsi produksi adalah biaya produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik.

### a) Biaya Bahan Baku Langsung

Bahan baku langsung adalah bahan yang dapat ditelusuri ke barang atau jasa yang sedang diproduksi. Biaya bahan ini dapat langsung dibebankan ke produk karena pengamatan fisik dapat digunakan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk. Untuk mengontrol penggunaan bahan baku dalam proses produksi perusahaan biasanya menggunakan rekening kontrol untuk mencatat persediaan bahan baku. (Hansen dan Mowen, 1999:65).

### b) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung mencakup semua upah tenaga kerja yang secara langsung berkaitan dengan produksi barang jadi; yang dapat dengan mudah ditelusuri dan merupakan biaya tenaga kerja utama di dalam memproduksi suatu produk

(Cashin dan Polimeni, 1986: 24).

### c) Biaya Overhead Pabrik

Biaya-biaya selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang diperlukan untuk memproduksi barang disebut biaya overhead pabrik (*factory overhead* atau *manufacturing overhead* atau *factory*

*burden*). Hubungan biaya overhead terhadap produk adalah tidak langsung . Oleh karena itu, biaya disebut juga biaya tak langsung produk. Termasuk dalam klasifikasi biaya overhead pabrik adalah elemen-elemen biaya berikut: bahan tak langsung, upah tak langsung, penyusutan mesin dan peralatan pabrik, penyusutan gedung pabrik, bahan habis pakai untuk pabrik, pajak bumi bangunan untuk gedung pabrik, biaya pemeliharaan mesin -mesin dan peralatan pabrik dan biaya listrik untuk penerangan (Sugiri, 1994:23-24).

## **2) Fungsi Non-Produksi**

### **a) Biaya Distribusi (*Distribution Costs*)**

Biaya distribusi merupakan biaya yang dikeluarkan dalam rangka memasarkan hasil produksi. Biaya distribusi terdiri dari biaya penjualan, pengapalan, pengiklanan dan tenaga penjual.

### **b) Biaya Administrasi (*Administrative Costs*)**

Biaya yang dibebankan dalam rangka pembimbingan, pengawasan dan pelaksanaan kerja suatu perusahaan dan meliputi gaji yang dibayarkan kepada manajer, staf tata usaha, bagian akuntansi umum dan hubungan masyarakat.

### **c) Biaya Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development Cost*)**

Termasuk penelitian untuk pengetahuan baru atau produk baru dan pengembangan produk baru. Biaya ini biasanya dipengaruhi

kegiatan ilmiah dan aktivitas pengembangan dari pada kegiatan produksi dan distribusi (Fremgen, 1976: 22).

**d) Biaya Keuangan**

Biaya yang berhubungan untuk memperoleh dana untuk menjalankan perusahaan. Hal ini meliputi bunga yang harus dibayar perusahaan atas berbagai pinjaman dan juga biaya untuk memberikan kredit pada langganan. Menurut James M. Fremgen (1976: 22) yang termasuk dalam klasifikasi biaya keuangan adalah biaya penerbitan sekuritas (dalam hal ini saham dan obligasi), biaya pelayanan bank, dan kerugian diskon persediaan karena keterlambatan pembayaran

**b. Biaya Berdasarkan Periode Mempertemukannya dengan Pendapatan**

1) **Biaya Produk** adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh atau memproduksi barang. Biaya-biaya ini dipertemukan dengan pendapatan pada periode penjualan produk. Biaya-biaya produk pada perusahaan manufaktur adalah biaya-biaya baik langsung maupun biaya tidak langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi barang (Sugiri, 1994: 24).

2) **Biaya Periode** adalah biaya yang diidentifikasi dengan interfal waktu tertentu karena tidak diperlukan untuk memperoleh barang yang akan dijual. Biaya periode diakui sebagai biaya (ditandingkan dengan penghasilan) pada periode terjadinya. Biaya periode (*non inventoriabile cost*) terdiri dari gaji manajer pemasaran, gaji direktur, penyusutan gedung kantor administrasi, biaya iklan, biaya listrik

untuk kantor administrasi dan pemasaran, rekening langganan koran, biaya telepon, dan lain sebagainya (Sugiri, 1994: 25).

**c. Biaya Berdasarkan Penelusuran Terhadap Obyek Biaya (Sugiri, 1994: 25)**

1) **Biaya Langsung (*Direct Cost*)** adalah biaya yang dapat ditelusuri atau dapat diidentifikasi ke suatu objek biaya tertentu, karena hanya dikeluarkan untuk manfaat obyek biaya itu sendiri.

2) **Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)** adalah biaya yang dikeluarkan untuk lebih dari satu objek biaya dan tak dapat ditelusuri ke salah satu objek biaya tertentu; karenanya biaya tersebut bersifat umum dan disebut *common cost*.

**d. Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan**

1) **Biaya Tetap** adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah untuk suatu periode tertentu. Biaya ini tidak akan naik atau turun meskipun volume kegiatannya bervariasi (Sugiri, 1994: 26).

2) **Biaya Variabel** adalah biaya yang jumlah totalnya bervariasi secara proporsional dengan variasi volume kegiatan, tetapi jumlah perunitnya tetap (Sugiri, 1994: 26).

3) **Biaya Semi Variabel** adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, tetapi perubahannya tidak sebanding (*not proportional*) (Fremgen, 1976: 29).



**e. Biaya Berdasar Kemampuan Manajer Mengendalikannya**

- 1) **Biaya Terkendali** adalah biaya yang secara signifikan dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajer tertentu pada periode tertentu.
- 2) **Biaya Tak Terkendali** adalah biaya yang secara signifikan tak dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajer tertentu dalam periode tertentu.

**f. Biaya Berdasarkan Pengambilan Keputusan**

- 1) **Biaya Relevan** adalah biaya yang akan terjadi dimasa yang akan datang dan berbeda di antara alternatif keputusan. Oleh karena adanya dua kriteria itu, maka biaya relevan harus dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan. Perbedaan antara dua atau lebih biaya relevan disebut *differential cost* (Sugiri, 1994: 28)
- 2) **Biaya Tak Relevan (*Irrelevant Cost*)** tentunya merupakan kebalikan dari biaya relevan. Biaya tak relevan tidak akan mempengaruhi suatu keputusan; biaya ini akan sama tanpa memperhatikan alternatif yang dibuat. Dengan kata lain biaya ini tidak relevan untuk analisis pembuat keputusan. Biaya tidak relevan dapat dan harus diabaikan (Fremgen;1976:30).

**g. Biaya Berdasarkan Dampak Keputusan Terhadap Kas Keluaran (Sugiri, 1994: 29)**

- 1) ***Sunk Cost*** adalah biaya yang telah dikeluarkan dan yang tak dapat diubah oleh keputusan sekarang dan keputusan masa yang datang.

Biaya tersebut tidak mempengaruhi alternatif tindakan yang akan datang.

- 2) **Biaya Tunai (*Out-of Pocket Cost*)** adalah biaya yang membutuhkan pengeluaran kas dimasa datang akibat keputusan sekarang atau keputusan yang akan datang.

#### **h. Klasifikasi Lain : *Opportunity Cost***

*Opportunity Cost* adalah manfaat potensial yang hilang atau dikorbankan karena dipilihnya satu alternatif tertentu (Sugiri, 1994: 30).

### **C. *Mark-up***

*Mark up* merupakan suatu target laba kotor, termasuk biaya non-produksi dan meninggalkan sisa untuk laba bersih sebelum pajak. *Mark up* biasanya ditetapkan dalam persentase. *Mark up* digunakan pedagang eceran untuk menentukan secara tepat berapa keuntungan yang diperoleh dari tiap unit barang yang dijual.

Dalam metode *cost-plus pricing*, penentuan besarnya persentase *mark-up* yang ditambahkan pada biaya, menjadi masalah yang penting. Baik pada pendekatan *full cost pricing* maupun *variable cost pricing*, elemen biaya tertentu tidak dimasukkan ke dalam pengertian biaya. Dalam metode *full cost pricing* biaya non-produksi tidak dimasukkan ke dalam elemen biaya. Sedangkan pada metode *variable cost pricing* biaya tetap dan biaya non-produksi tidak dimasukkan dalam elemen biaya.

*Mark-up* dihitung dengan rumus:

**1. Untuk metode *full cost pricing***

$$\text{Persentase } \textit{mark up} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva} + \text{Biaya non-produksi yang ditanamkan}}{\text{Volume produksi dalam unit} \times \text{biaya produksi perunit}}$$

**2. Untuk metode *variabel cost pricing***

$$\text{Persentase } \textit{mark up} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{Biaya tetap setahun}}{\text{Volume produksi dalam unit} \times \text{Biaya variabel perunit}}$$

**D. *Return on invesment***

*Return on invesment* adalah ukuran kinerja yang paling lazim bagi suatu pusat investasi (Hansen and Mowen; 1999.68). *Return on investment* berguna dalam menentukan besarnya laba yang diharapkan perusahaan dari aktivitas produksi. Laba yang diinginkan akan dimasukkan sebagai elemen dari *mark up* yang akan mempengaruhi harga jual produk.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba operasi}}{\text{Aktiva operasi rata-rata}}$$

$$\text{ROI} = \text{Marjin} \times \text{Perputa-an}$$

Keterangan:

1. Laba operasi (*operating income*) adalah laba sebelum pajak.
2. Aktiva operasi (*operating assets*) adalah seluruh aktiva yang digunakan untuk menghasilkan laba operasi.
3. Marjin (*margin*) adalah rasio laba operasi terhadap penjualan yang tersedia untuk bunga dan pajak

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus ,yaitu penelitian tentang objek tertentu. Kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil analisis data dan hanya berlaku pada objek dan perusahaan yang diteliti.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan pada Perusahaan Tekstil Kusumatex

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan pada tahun 2003

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

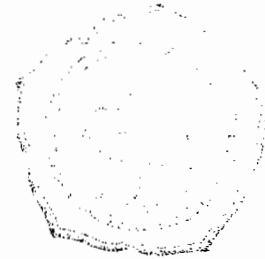
- a. Kepala bagian produksi
- b. Kepala bagian pemasaran
- c. Kepala bagian akuntansi
- d. Pelaksana

##### **2. Obyek Penelitian**

Objek penelitian adalah penentuan harga jual pada beberapa jenis kain  
Perusahaan Tekstil Kusumatex

#### **D. Data yang Dicari**

1. Gambaran umum perusahaan



2. Data biaya selama tahun 2001
  - a. Biaya bahan baku langsung
  - b. Biaya tenaga kerja langsung
  - c. Biaya overhead pabrik variabel
  - d. Biaya overhead pabrik tetap
  - e. Biaya pemasaran
  - f. Biaya administrasi dan umum
3. Data persentase laba yang diharapkan perusahaan tahun 2002
4. Data harga jual produk tahun 2002

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

1. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya-jawab untuk memperoleh data-data yang diinginkan.
2. Dokumentasi, menggunakan informasi yang ada di perusahaan.

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

Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab perumusan masalah dengan langkah-langkah sebagai berikut;

##### **1. Untuk Permasalahan yang Pertama**

- a. Mendeskripsikan langkah-langkah penentuan harga jual yang dilakukan Perusahaan Tekstil Kusumatex.
- b. Mendeskripsikan langkah-langkah penentuan harga jual berdasarkan *metode cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Prosedur penentuan harga jual berdasarkan kajian teori adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung total biaya produksi untuk setiap unit produk.

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik	<u>xxx</u> +
Total biaya produksi	xxxx

- 2) Menghitung laba yang diharapkan perusahaan

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Aktiva Operasi Rata-rata}}$$

- 3) Menentukan return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan.

Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan disebut sebagai target laba (*target profit*).

$$\text{Target Profit} = \text{ROI} \times \text{Aktiva operasi awal tahun}$$

- 4) Menentukan persentase *mark-up*

Metode *full cost pricing*

$$\text{Persentase Mark up} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{Biaya non-produksi}}{\text{Volume produksi setahun} \times \text{Biaya produksi perunit}}$$

- 5) Menghitung harga jual produk dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*; ditambah *mark-up*;

Harga pokok produksi	xxxx
<i>Mark-up</i> (% <i>mark-up</i> X HPP)	xxx +
Harga jual Produk	xxxx

- c. Membandingkan penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan

pendekatan *full costing*.

## 2. Untuk Permasalahan yang Kedua

- a. Mencari persentase selisih antara harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, dengan rumus sebagai berikut;

$$\frac{\left| \begin{array}{l} \text{harga jual yang} \\ \text{ditetapkan perusahaan} \end{array} - \begin{array}{l} \text{harga jual menurut metode CPP} \\ \text{dengan pendekatan full costing} \end{array} \right|}{\text{harga jual yang ditetapkan perusahaan}} \times 100\%$$

*Keterangan; CPP merupakan cost plus pricing*

- b. Menentukan apakah antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* terdapat perbedaan secara materialitas.

Materialitas pada dasarnya merupakan suatu ambang batas atau titik pemisah dari pada suatu karakteristik kualitatif pokok yang harus dimiliki agar informasi dipandang berguna (IAI, 2002: 8). Namun, Ikatan Akuntansi Indonesia tidak menjelaskan lebih lanjut berapa ambang batas yang harus dimiliki suatu informasi supaya dipandang berguna. Sebagian besar akuntan berusaha membangun suatu standar materialitas berdasarkan kesepakatan, sebagai contoh suatu item atau kelompok item dipandang berguna untuk dimasukkan dalam penjelasan suatu laporan keuangan apabila nilainya (dalam unit moneter) 5% atau lebih dari total aktiva atau 10% atau lebih dari laba bersih (Kohler, 1972: 279).

Dalam penelitian ini, harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex berbeda secara materialitas dengan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, apabila persentase selisih di atas 5%. Sebaliknya harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex tidak berbeda secara materialitas dengan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, apabila persentase selisih sama dengan atau kurang dari 5%.



## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **A. Sejarah Perkembangan Perusahaan**

Perusahaan Tekstil Kusumatex merupakan perusahaan perseorangan yang bergerak di bidang produksi kain. Perusahaan ini merupakan kelanjutan dari perusahaan Tenun Cindelaras yang didirikan oleh Bapak Ashari dengan ijin usaha nomor 394/021/D/32114/A1/11/1963.

Pada awalnya Perusahaan Tenun Cindelaras beroperasi dengan alat tenun bukan mesin (ATMB). Jumlah alat ini masih sangat sedikit dan proses pembuatan kain yang lama sehingga jumlah produksi kain sering tidak mencapai target yang diinginkan. Namun perusahaan tetap mengalami perkembangan dengan membeli alat tenun mesin (ATM) pada tahun 1975. setelah menggunakan ATM perusahaan dapat meningkatkan kuantitas produksi dan kualitas kain semakin baik. Oleh karena itu pada tahun 1976 perusahaan menambah alat tenun mesin menjadi 40 unit.

Kondisi perusahaan semakin baik dan tetap bertahan sampai tahun 1982. Pada awal tahun 1982 perusahaan mulai menunjukkan tanda-tanda kemunduran dan tahun 1983 perusahaan mengalami kemacetan total dan dinyatakan bangkrut. Hal ini dikarenakan kurang baiknya pengelolaan manajemen perusahaan.

Tahun 1983 setelah perusahaan dinyatakan pailit, tepatnya bulan Oktober perusahaan dijual kepada Bapak Muwardi. Nama perusahaan

kemudian dirubah menjadi Perusahaan Tekstil Kusumatex. Perusahaan ini bergerak dibidang pengelolaan bahan baku benang menjadi bahan dasar sandang yaitu kain blako atau kain grey. Perusahaan mengawali kegiatan usahanya dengan mesin tenun sebanyak 40 unit dan tenaga kerja sebanyak 70 orang. Perkembangan perusahaan sangat baik setelah ditangani pemilik baru dan sampai saat ini perusahaan telah menambah alat tenun mesin menjadi 90 unit dengan tenaga kerja sebanyak 98 orang. Perusahaan ini pun mampu ekspansi ke daerah Gamping.

## **B. Lokasi Perusahaan**

Perusahaan Tekstil Kusumatex berlokasi di jalan Tirtodipuran No. 8 Yogyakarta dengan menempati tanah seluas 2500 meter persegi. Salah satu hal yang menjadi pertimbangan pemilihan lokasi perusahaan berdasarkan aspek ekonomis adalah berkisar pada biaya produksi semimal mungkin . Adapun alasan-alasan pemilihan lokasi tersebut adalah sebagai berikut :

### **1. Pemasaran**

Perusahaan Tekstil Kusumatex letaknya cukup strategis, karena memudahkan konsumen untuk mengetahui atau menghubungi perusahaan. Dengan demikian penjualan hasil produksi dapat berjalan dengan lancar dan biaya dapat ditekan serendah mungkin.

### **2. Tenaga Kerja.**

Perusahaan Tekstil Kusumatex terletak di pinggiran Yogyakarta yang merupakan daerah perkampungan yang padat penduduknya, sehingga

tenaga kerja mudah didapatkan. Dengan kata lain, keberadaan perusahaan ini membuka lapangan kerja bagi penduduk disekitarnya.

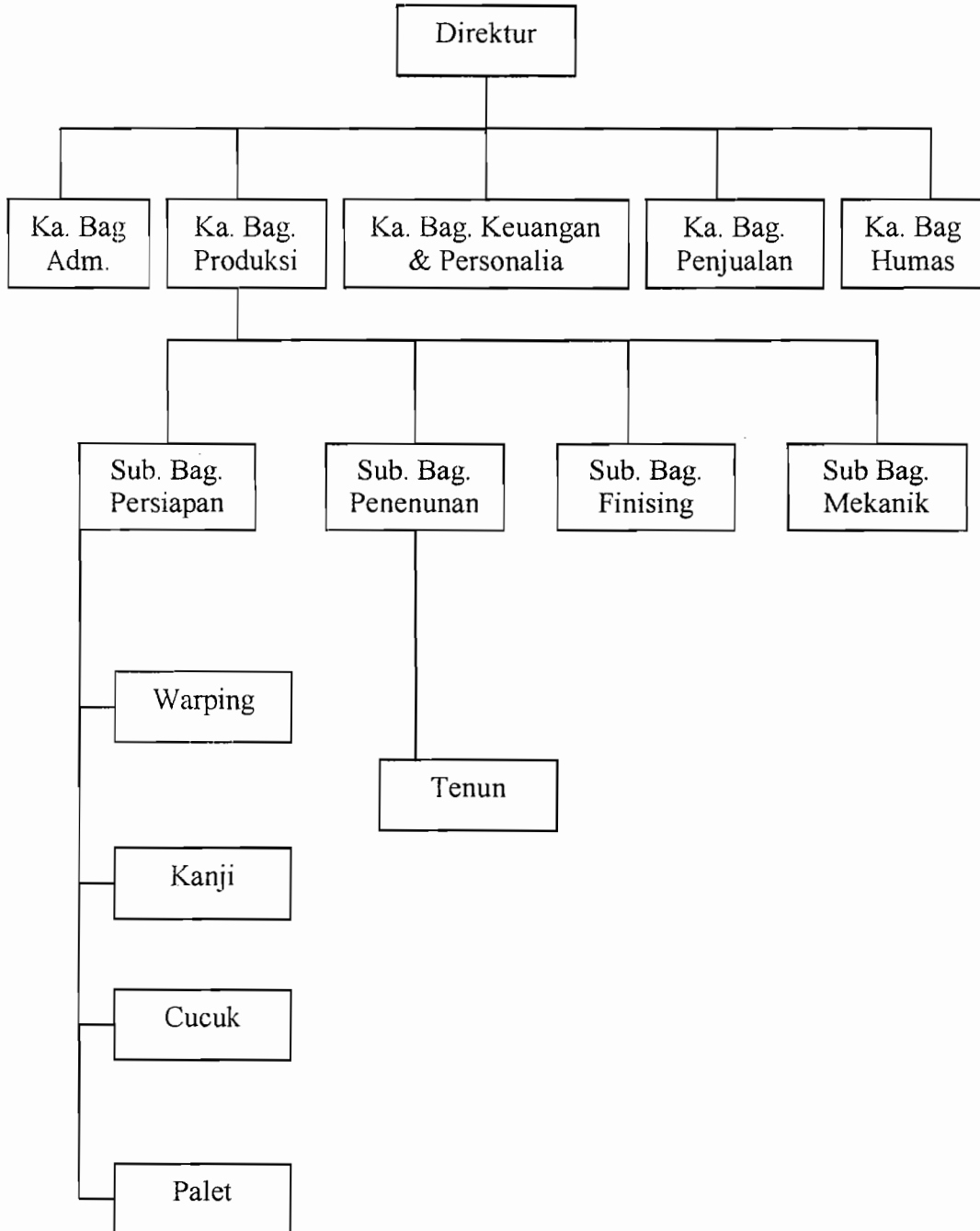
### **3. Transportasi**

Perusahaan Tekstil Kusumatex terletak di pinggir jalan raya sehingga memudahkan distribusi produk ke konsumen, bahan baku dan tenaga kerja ke perusahaan.

### **C. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah struktur organisasi fungsional maka wewenang atas pelaksanaan tugas setiap fungsi diberikan sepenuhnya kepada orang yang bertanggungjawab atas fungsi tersebut dan ahli dalam bidangnya. Setiap kepala bagian mempertanggungjawabkan pekerjaannya kepada direktur sekaligus pemilik perusahaan. Struktur organisasi Perusahaan Tekstil Kusumatex dapat dilihat pada gambar 4.1.

Gambar 4.1

**Struktur Organisasi Perusahaan Tekstil Kusumatex**

*Sumber:* Data primer Perusahaan Tenun Kusumatex

Tugas dan wewenang setiap fungsi adalah sebagai berikut;

### **1. Direktur**

Direktur perusahaan dipegang oleh pemilik perusahaan sebagai pimpinan tertinggi dalam perusahaan. Semua fungsi atau bagian bertanggungjawab kepada Direktur perusahaan. Adapun tugas dari Direktur adalah merencanakan, mengorganisasi, mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan demi kelancaran jalannya kinerja dalam perusahaan.

### **2. Bagian Administrasi**

Dipimpin oleh seorang Kepala Bagian Administrasi yang bertugas melaksanakan surat menyurat perusahaan serta mendokumentasikan kegiatan perusahaan. Kepala bagian mempertanggung-jawabkan tugasnya kepada Direktur perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh beberapa staff sebagai bawahan.

### **3. Bagian Produksi**

Kepala Bagian Produksi dalam menjalankan tugasnya bertanggungjawab kepada Direktur. Kepala Bagian Produksi membantu tugas Direktur dalam mengkoordinasikan dan mengawasi kegiatan bidang produksi dalam mencapai tujuan. Selain itu Kepala Bagian Produksi mempunyai wewenang untuk mengatur tugas, memberi perintah kepada para karyawan bagian produksi. Adapun tugas-tugas Kepala Bagian Produksi antara lain:

- a. Mengatur dan mengawasi cara kerja karyawan bawahannya.

- b. Mengatur dan mengawasi jalannya proses produksi dari bahan baku sampai menjadi barang jadi sesuai dengan spesifikasi.
- c. Bertanggungjawab atas segala sesuatu yang menyangkut pembuatan produk dan kualitas hasil produksinya.
- d. Menyelenggarakan administrasi bagian produksi.
- e. Memberikan rekomendasi atas barang yang digunakan untuk keperluan produksi.

Kepala bagian produksi membawahi beberapa Sub Bagian:

- a. Sub Bagian Mekanik  
Bertanggungjawab atas kelancaran fungsi mesin-mesin produksi.
- b. Sub Bagian *Warping*  
Bertugas menjalankan mesin *warping* sebagai tahap awal persiapan dalam proses produksi.
- c. Sub Bagian Kanji  
Bertugas mengkaji benang lusi yang kemudian diproses lebih lanjut dalam mesin palet.
- d. Sub Bagian Palet  
Bertugas menjalankan mesin palet dan menyiapkan ikatan benang yang kemudian diproses dengan mesin tenun bersama-sama dengan benang hasil dari mesin cucuk.
- e. Sub Bagian Cucuk  
Bertugas memisahkan utas-utas benang dalam *boom warping* dengan menggunakan alat cucuk kemudian diproses dalam mesin tenun.

f. Sub Bagian Tenun

Bertugas memisahkan dan mengawasi kerja mesin tenun dan mengganti palet-palet kecil (kelinting) yang dipasang melintang pada mesin tenun apabila palet-palet itu habis benangnya.

**4. Bagian Keuangan dan Personalia**

Dikepalai oleh seorang Kepala Bagian Keuangan dan Personalia yang dibantu oleh beberapa staff. Tugas bagian keuangan adalah mencatat semua penerimaan dan pengeluaran dari keseluruhan data keuangan serta membuat laporan data keuangan kepada pimpinan perusahaan dan pihak yang berkepentingan. Sedangkan tugas bagian personalia yaitu mengatur penerimaan dan penempatan karyawan sesuai dengan keahliannya atau spesifikasi untuk menempati bagian tertentu dalam perusahaan. Di samping itu bagian personalia bertanggungjawab atas kesejahteraan dan keselamatan kerja karyawan.

**5. Bagian Pemasaran**

Dipimpin oleh seorang Kepala Bagian Pemasaran yang dibantu oleh beberapa karyawan. Adapun tugas dari bagian pemasaran adalah melakukan distribusi produk ke konsumen dan memperkenalkan produk kepada konsumen potensial, seperti perajin batik.

**D. Personalia**

**1. Penerimaan Tenaga Kerja**

Penerimaan karyawan pada Perusahaan Tekstil Kusumatex didasarkan pada kebutuhan tenaga kerja pada saat ini. Jadi penerimaan

karyawan dilakukan bila ada tempat yang lowong, baik karena ada yang keluar atau perluasan perusahaan.

Dalam memenuhi kebutuhan tenaga kerja, Perusahaan Tekstil Kusumatex menggunakan sumber dari dalam maupun dari luar perusahaan. Sumber dari dalam perusahaan yaitu dengan mengambil karyawan lama untuk mengisi jabatan tertentu yang lowong.

Kriteria karyawan yang dipilih untuk menduduki jabatan (bagian pekerjaan) yang lebih tinggi adalah kerajinan, pendidikan, kemampuan, tanggungjawab, inisiatif, dan prestasi kerja. Sedangkan sumber dari luar perusahaan terutama berasal dari daerah sekitar perusahaan yang meliputi

- a. Karyawan yang baru pertama kali melamar
- b. Pelamar yang sudah pernah bekerja pada perusahaan lain.

Agar karyawan yang diterima sesuai dengan standar perusahaan, maka ditentukan beberapa persyaratan sebagai dasar penerimaan karyawan antara lain adalah:

- a. Pendidikan

Perusahaan mensyaratkan tingkat pendidikan bagi karyawan adalah untuk bagian pembukuan minimal SMA dan untuk bagian produksi minimal SD.

- b. Umur

Calon karyawan yang dapat diterima adalah yang telah berumur 17 sampai dengan 30 tahun.



c. Jenis Kelamin

Untuk bagian produksi diutamakan karyawan wanita, sedangkan bagian *maintenance* (pemeliharaan peralatan) dan angkutan diutamakan karyawan pria.

d. Pengalaman

Perusahaan Tekstil Kusumatex mengutamakan calon karyawan yang mempunyai pengalaman kerja pada perusahaan sejenis.

e. Keadaan Fisik

Calon karyawan yang diterima adalah orang yang tidak mempunyai cacat fisik yang dapat mengganggu pelaksanaan kerja.

## 2. Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah karyawan yang ada pada perusahaan Tekstil Kusumatex sebanyak 98 orang yang terdiri dari tenaga kerja tidak langsung sebanyak 13 orang dan tenaga kerja langsung 85 orang. Perincian sebagai berikut:

- a. Pimpinan Perusahaan : 1 orang
- b. Kepala Bagian Administrasi : 1 orang
- c. Kepala Bagian Keuangan : 1 orang
- d. Kepala Bagian Produksi : 1 orang
- e. Kepala Bagian Penjualan : 1 orang
- f. Kepala Bagian Humas : 1 orang
- g. Karyawan
  - 1) Bagian Administrasi : 2 orang
  - 2) Bagian Keuangan : 1 orang
  - 3) Bagian Humas : 4 orang

#### 4) Bagian Produksi

- a) Mekanik : 5 orang
- b) *Warping* : 12 orang
- c) Kanji : 6 orang
- d) Palet : 12 orang
- e) Cucuk : 9 orang
- f) Tenun : 32 orang
- g) Lipat : 4 orang
- g) *Inspecting* : 6 orang

### 3. Jam Kerja Karyawan

Perusahaan Tekstil Kusumatex menetapkan hari kerja setiap minggunya dari hari senin sampai hari sabtu dan setiap hari dibagi menjadi tiga shift waktunya tujuh jam. Pembagian shiftnya adalah sebagai berikut:

#### a. Shift I

Jam Kerja : Pukul 07.00-15.00 WIB

Istirahat : Pukul 12.00-13.00 WIB

#### b. Shift II

Jam Kerja : Pukul 15.00-23.00 WIB

Istirahat : Pukul 20.00-21.00 WIB

#### c. Shift III

Jam Kerja : Pukul 23.00-07.00 WIB

Istirahat : Pukul 04.00-05.00 WIB

Jam kerja di atas berlaku untuk karyawan bagian produksi. Sedangkan untuk karyawan bagian perkantoran, jam kerjanya dari jam 08.00 sampai jam 16.00 WIB dengan istirahat satu jam.

#### **4. Kesejahteraan Tenaga kerja**

Dalam usaha pemeliharaan tenaga kerja, Perusahaan Tekstil Kusumatex memberikan tunjangan atau jaminan sosial kepada setiap karyawan.

Adapun tunjangan atau jaminan sosial kepada setiap karyawannya yang diberikan, sebagai berikut:

a. Upah Lembur

Bagi karyawan yang melakukan kerja lembur diberikan upah lembur yang dihitung setiap jam lemburnya.

b. Uang Makan

Tiap karyawan mendapat uang makan setiap masuk kerja, besarnya uang makan yang diberikan adalah Rp. 3.000 per hari dan disesuaikan jika ada kenaikan harga.

c. Bonus Kehadiran

Bagi karyawan yang dalam dua minggu masuk kerja terus diberikan bonus kehadiran yang besarnya antara Rp. 5.000,00 sampai dengan Rp. 7.500,00

d. Rekreasi

Setiap tahunnya diadakan rekreasi sekali dengan biaya ditanggung oleh perusahaan.

e. Tunjangan Hari Raya

Setiap hari raya karyawan menerima tunjangan menerima tunjangan yang besarnya ditentukan berdasarkan kemampuan perusahaan

f. Biaya Pengobatan

Bagi karyawan yang mengalami kecelakaan atau sakit di dalam menjalankan tugasnya, biaya pengobatan atau ditanggung oleh perusahaan.

g. Perlengkapan Kerja

Perusahaan mengusahakan perlindungan kerja bagi karyawan dengan menyediakan perlengkapan kerja untuk keamanan, antara lain menyediakan penutupan kepala, penutup hidung dan sarung tangan.

h. Asuransi Tenaga Kerja

Perusahaan mengasuransikan karyawan sesuai dengan peraturan pemerintah tentang perasuransian karyawan, seperti asuransi sosial tenaga kerja (ASTEK).

## **E. Produksi**

Proses produksi pada Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah mengolah bahan baku benang menjadi kain yang siap dipasarkan. Proses menambah nilai ekonomis pada suatu benda atau menciptakan sesuatu yang baru dari bahan-bahan tertentu menjadi barang yang akan memenuhi kebutuhan manusia disebut produksi. Produksi kain pada Perusahaan Tekstil Kusumatex memerlukan bahan baku dan tahap-tahap produksi sebagai berikut;

## 1. Bahan Baku Utama

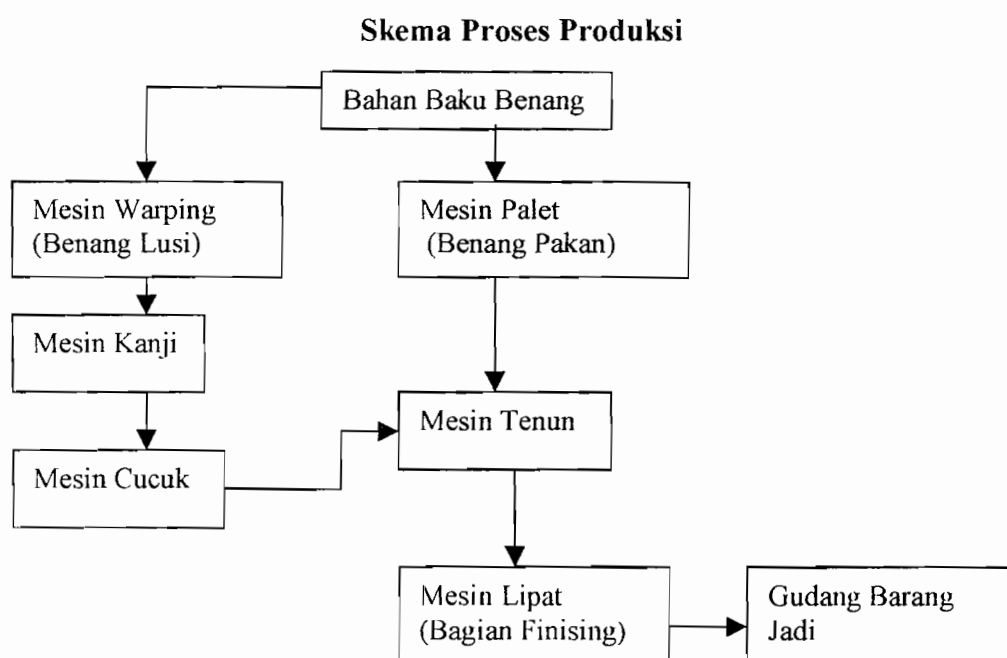
Perusahaan Tekstil Kusumatex memproduksi kain blanco atau kain grey dimana kain tersebut mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. lebar kain 110 cm
- b. Menggunakan bahan baku benang cotton 30 baik untuk benang lusi maupun benang pakan. Perbandingan benang lusi dan benang pakan adalah 61 % benang lusi dan 39% benang pakan.
- c. Mengenai benang yang digunakan semakin besar nomor benang semakin lembut seratnya. berarti semakin halus kain yang dihasilkan.

## 2. Proses Produksi

Proses produksi pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dapat dilihat pada gambar berikut ini;

Gambar 4.2



Sumber : Data Primer PT Kusumatex

Kegiatan proses produksi pada Perusahaan Tekstil Kusumatex terdiri dari beberapa tahap dan masing-masing tahap akan diuraikan sebagai berikut:

**a. Tahap Persiapan Penenunan**

Tahap ini terdiri dari dua unit kegiatan atau proses yang dilakukan secara bersama-sama, yaitu:

1) Proses Pembuaian Benang Lusi.

Benang lusi adalah serat yang membujur dari penampang kain, langkah-langkah pembuatannya adalah sebagai berikut:

- a) Gulungan benang dalam *cone-cone* yang merupakan bahan baku, mula-mula dipasang pada mesin *warping* untuk dijadikan gulungan-gulungan yang lebih besar yang disebut dengan *boom warping*.
- b) Selanjutnya *boom warping* disebut dimasukan dalam proses pengkajian. Hasil dari proses ini berupah boom-boom yang lebih kecil dari boom warping disebut boom tenun.
- c) Benang tenun yang telah selesai menjalani proses pengkajian, yang terletak dalam boom tenun kemudian dicucuk. Proses pencucukan ini meliputi kegiatan pemisahan utas-utas benang pada boom tenun dengan menggunakan alat cucuk yang berupa jarum-jarum. Mesin cucuk ini terdiri dari dua alat, yaitu gun dan sisir. Ujung-ujung benang yang telah dipisahkan dipasang ke dalam *gun*. *Gun* adalah alat yang

berlubang kecil untuk memasang ujung utas benang, *gun* tersebut kemudian dimasukkan pada sisir. Sisir adalah alat yang terbuat dari kawat logam dimana setiap jajaran dilewati oleh dua ujung utas benang.

- d) Dengan *comber rank*, benang-benang tenun dalam boom yang ujung-ujungnya telah melewati *gun* dan pasir siap diproses dalam mesin tenun. *Comber rank* adalah alat semacam sisir yang terletak pada mesin tenun yang akan bergerak naik turun jika mesin tenun digerakan.

## 2) Proses Pembuatan Benang Pakan

Benang pakan adalah serat yang melintang dari benang kain, prosesnya adalah sebagai berikut:

- a) Benang tenun yang masih dalam ikatan *cone* digulung dalam palet-palet dengan menggunakan mesin palet.
- b) Palet-palet yang berisi gulungan benang tenun ini kemudian ditempatkan pada mesin tenun dalam suatu teropong dan siap untuk diproses.

### b. Tahap Penenunan

Benang tenun lusi di dalam boom tenun yang telah disiapkan untuk diproses, disilangkan dengan benang tenun pakan yang terletak pada palet-palet teropong. Jika mesin digerakan satu tahap, maka *comber rank* akan bergerak sehingga terdapat celah antara dua jajaran benang lusi yang akan dimasuki oleh teropong. Ini terjadi

karenan dorongan *picker* dan *sgagstick* yang terletak pada bagian samping mesin tenun.

Jika mesin tenun bergerak terus menurus, maka proses penenbakan teropong terjadi berulang-ulang sementara jajaran benang lusi bergerak berlahan-lahan memanjang. Dengan demikian akan diperoleh tenunan sebagai hasil penyilangan benang lusi dan benang pakan secara terus menerus didalam mesin tenun yang digerakan.

#### **c. Tahap Lipatan**

Pada tahap ini dilakukan pencukuran bulu-bulu pada kain grey dan pemeriksaan hasil produksi, serta perbaikan kain cacat. Kain hasil tenunan selanjutnya digulung ke dalam gulungan standar (*ball-ball*) dengan masing-masing ukuran panjang tertentu kemudian dilipat.

#### **d. Gudang Barang Jadi**

Kain yang telah selesai dilipat kemudian dimasukan ke gudang barang jadi sebelum dipasarkan.

### **F. Pengawasan Kualitas Produk**

Untuk mendapatkan kualitas produk yang tinggi dan untuk mengurangi produk rusak perusahaan melaksanakan pengawasan produksinya. Perusahaan Tekstil Kusumatex dalam melaksanakan pengawasan terhadap proses produksinya meliputi:



### **1. Pengawasan Sebelum Proses Produksi**

Di dalam pengawasan proses produksi ini perusahaan menitik-beratkan pada bahan baku dan peralatan yang akan digunakan dalam proses produksi. Pengawasan ini dilakukan secara terus menerus untuk menjaga kelancaran kegiatan produksi.

### **2. Pengawasan Selama Proses Produksi**

Pengawasan ini dilakukan sejak awal sampai berakhirnya proses produksi. Pengawasan pada awal produksi dimulai dari penentuan bahan baku dan bahan pembantu dimana dalam hal penentuan bahan ini harus sesuai dengan komposisi atau perbandingan yang telah ditentukan perusahaan, sehingga diharapkan tidak terjadi adanya pemborosan dalam pemakaian bahan yang akan digunakan dalam proses produksi. Kegiatan pengawasan yang dilakukan dalam proses produksi lebih lanjut yaitu dalam tahap penununan dan dalam *finising* produk. Dengan adanya pengawasan selama proses produksi diharapkan proses produksi dapat berjalan dengan lancar dan meminimalkan produk rusak.

### **3. Pengawasan Setelah Proses Produksi**

Pengawasan ini difokuskan pada produk jadi. Adapun tujuan dari pengawasan ini adalah untuk mengetahui apabila terjadi kerusakan atau kekurangan pada produk atau barang jadi. Adapun pengertian produk rusak pada Perusahaan Tekstil Kusumatex meliputi kain yang berlubang, kain tenun yang sobek, cacat sumbi yaitu benang yang putus di tengah kain dan kain yang terkena minyak atau oli yang sulit dihilangkan.

## **G. Pemasaran**

Hasil produksi Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah kain blaku (*grey*). Adapun daerah pemasaran selain Yogyakarta adalah Solo, Semarang, Kudus, Tulungagung, Surabaya, Bandung, dan Jakarta. Untuk pemasaran di daerah Yogyakarta, Solo dan sekitarnya dilakukan dengan distribusi langsung atau sering disebut dengan distribusi pendek yaitu suatu proses pendistribusian barang atau penjualan yang ditujukan langsung kepada pemakai tanpa pedagang perantara. Pada umumnya konsumen atau pemakai kain produksi Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah para pengrajin batik yang berada di daerah Yogyakarta dan Solo.

Selain memakai saluran distribusi langsung Perusahaan Tekstil Kusumatex juga menggunakan saluran distribusi tidak langsung untuk daerah-daerah yang jauh dari lokasi pabrik seperti Bandung, Jakarta, Surabaya dan Tulungagung. Perantara dalam saluran distribusi ini adalah pedagang besar atau perusahaan dagang.

## **H. Promosi**

Usaha yang dilakukan oleh Perusahaan Tekstil Kusumatex untuk meningkatkan volume penjualan adalah dengan memperkenalkan kepada masyarakat melalui kegiatan antara lain:

### **1. Surat Pos**

Perusahaan dalam memasarkan produknya dengan mengirimkan surat post yang ditujukan kepada pengrajin batik dan melalui surat tersebut

perusahaan akan merangkan tentang jenis, produk, harga, dan keunggulan kualitas produk.

## **2. *Personal Selling***

Kegiatan *personal selling* dilaksanakan dengan menggunakan salesman. Salesman ini bertugas mencari para calon pembeli dengan mendatangi atau berhubungan langsung dengan para pengrajin batik secara langsung.

## BAB V

### ANALISIS DATA

Perusahaan Tekstil Kusumatex pada tahun 2001 memproduksi tujuh produk kain. Tujuh produk kain ini diproduksi dengan menggunakan fasilitas yang sama baik bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik pembebanannya dilakukan dengan cara alokasi.

Proses pengalokasian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan overhead pabrik sangat diperlukan untuk menghitung harga jual yang tepat dan adil. Metode alokasi biaya bersama yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode alokasi berdasarkan harga jual atau harga pasar. Walaupun tidak selamanya harga jual atau harga pasar suatu produk selalu berhubungan langsung dengan biaya produksi namun harga pasar atau harga jual bisa dijadikan faktor penimbang dalam proses pengalokasian. Harga pasar atau harga jual dipilih sebagai dasar pengalokasian karena praktis dan mencerminkan berapa besar biaya yang diserap untuk memproduksi produk tersebut. Harga pasar atau harga jual yang dipilih sebagai dasar pengalokasian adalah harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex.

Setelah komponen biaya produksi dialokasikan ke setiap ukuran kain, Perusahaan Tekstil Kusumatex kemudian menghitung harga pokok produksi. Harga pokok produksi ini dijadikan dasar perhitungan harga jual tiap ukuran kain. Harga jual diperoleh dari harga pokok produksi (HPP) ditambah *mark up*. Harga jual yang telah ditentukan kemudian dibandingkan dengan harga jual pesaing atau

harga pasar dari produk yang sama untuk menentukan harga jual yang cocok untuk produk tersebut.

Penentuan harga jual mempunyai peranan yang penting dalam kelangsungan usaha dan peningkatan modal perusahaan. Untuk itu harga jual yang ditentukan perusahaan akan dibandingkan dengan harga jual yang ditentukan berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* untuk mengetahui perbedaan atau persamaan antara harga jual perusahaan dengan metode *cost plus pricing*.

#### A. Pembebanan Komponen Biaya

Komponen biaya pada Perusahaan Tekstil Kusumatex semuanya merupakan biaya bersama (*Joint cost*). Biaya bersama dibebankan ke setiap produk dengan cara alokasi. Tabel 5.1 menunjukkan perhitungan metode alokasi berdasarkan harga jual atau harga pasar

Tabel 5.1  
Metode Alokasi Berdasarkan Harga Jual atau Harga Pasar Tahun 2002

Ukuran Kain	Jumlah produksi (permeter)	Harga Jual per meter	Jumlah nilai jual	
			Rp.	%
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96 %
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65 %
P64/64- 110	118.943,00	3.300	392.511.900	6,41 %
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95 %
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27 %
P56/50- 90	380.157,00	2.800	1.064.439.600	17,39 %
P56/46- 118	63.066,50	2.300	145.052.950	2,37 %
Total			6.120.414.925	100 %



Alokasi biaya bersama ke setiap ukuran kain dilakukan dengan mengalikan persen alokasi dengan biaya bersama.

Komponen biaya pada Perusahaan Tekstil Kusumatex terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum, dan biaya pemasaran. Berikut ini akan disajikan perincian dari setiap komponen biaya pada Perusahaan Tekstil Kusumatex pada tahun 2001.

### 1. Biaya Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi kain pada Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah benang dengan ukuran TR 45' S dan TR 20'S. Benang ukuran TR45' S biasanya yang dipakai adalah merek *Panaron*, sedangkan untuk ukuran TR 20' S adalah merek *Sufantex*.

Sistem pencatatan bahan baku benang dilakukan dengan metode periodik; dimana biaya bahan baku benang baru akan diketahui pada akhir tahun dengan cara menjumlahkan persediaan awal benang ditambah pembelian benang selama satu tahun. Hasil penjumlahan ini akan dikurangi perkiraan harga benang yang tersisah pada akhir tahun.

Persediaan awal bahan baku benang	Rp. 216.388.250
Pembelian benang tahun 2001	<u>Rp. 4.630.708.700 +</u>
Bahan baku benang yang tersedia	Rp. 4.847.096.950
Persediaan akhir bahan baku benang	<u>Rp. 519.331.853 –</u>
Total biaya bahan baku tahun 2001	Rp. 4.327.765.097

*Sumber* : Data primer PT Kusumatex

Biaya bahan baku benang yang diperoleh kemudian dibebankan ke setiap produk dengan metode alokasi. Tabel 5.2 akan menunjukkan besarnya biaya bahan baku yang dibebankan ke setiap produk.

Tabel 5.2  
Alokasi Biaya Bahan Baku

No.	Produk Kain	Biaya Bahan Baku
1.	P56/50- 96	1.339.876.074,03
2.	P56/46- 96	1.153.349.398,35
3.	P64/64- 110	277.409.742,72
4.	P64/54- 110	517.167.929,09
5.	P56/46- 90	184.795.569,64
6.	P56/50- 90	752.598.350,37
7.	P56/46- 118	102.568.032,80

Catatan : Proses perhitungan alokasi biaya bahan baku dapat dilihat pada lampiran 1.

## 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung pada Perusahaan Tekstil Kusumatex terdiri dari biaya gaji operator palet, kanji, *warping*, cucuk dan tenun. Sistem pengupahan yang berlaku adalah sistem borongan dan harian. Sistem upah borongan berlaku bagi operator tenun, sedangkan sistem upah harian diberlakukan bagi operator palet, kanji, *warping* dan cucuk. Sistem upah borongan didasarkan pada berapa meter kain yang dihasilkan selama kelompok kerja itu bekerja.

Pada tahun 2001 total upah kelima kelompok operator adalah sebagai berikut:

- a. Operator Tenun                      Rp. 165.367.500
- b. Operator Palet                      Rp. 27.438.900
- c. Operator Kanji                      Rp. 15.173.200
- d. Operator *Warping*                      Rp. 24.482.000

e. Operator Cucuk Rp. 22.759.000

Total upah dari kelima kelompok operator akan dialokasikan ke setiap produk. Tabel 5.3 akan menunjukkan pembebanan biaya tenaga kerja langsung ke setiap produk.

Tabel 5.3  
Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung

Produk	Operator Tenun	Operator Palet	Operator Kanji	Operator <i>Warping</i>	Operator Cucuk
P56/50 - 96	51.197.778	8.495.083,44	4.679.622,72	7.579.627,2	7.046.186,4
P56/46 - 96	44.070.438,75	7.312.466,85	4.043.657,8	6.524.453	6.065.273,5
P64/64 -110	10.600.056,75	1.758.833,49	972.602,12	1.569.296,2	1.458.851,9
P64/54 -110	19.761.416,25	3.278.948,55	1.813.197,4	2.925.599	2.719.700,9
P56/46 - 90	7.061.192,25	1.171.641,03	647.895,64	1.045.381,4	971.809,3
P56/50 - 90	28.757.408,25	4.771.624,71	2.638.619,48	4.257.419,8	3.957.790,1
P56/46 -118	3.919.209,75	650.301,93	359.604,84	580.223,4	539.388,3

Catatan: Proses perhitungan alokasi biaya tenaga kerja langsung dapat dilihat pada lampiran 2

### 3. Biaya Overhead Pabrik

Pada Perusahaan Tekstil Kusumatex biaya overhead pabrik yang digolongkan ke dalam komponen variabel adalah biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya listrik, biaya telepon dan biaya *spare part and service*. Biaya overhead pabrik yang digolongkan ke dalam komponen tetap adalah biaya depresiasi dan biaya minyak pelumas. Biaya minyak pelumas dimasukkan ke komponen tetap karena sistem pembeliannya tiap empat bulan dengan jumlah dua drum setiap kali pembelian. Dengan demikian semakin panjang produk kain yang



dihasilkan maka semakin kecil pembebanan biaya minyak pelumas per meter kain.

Pada tahun 2001 besarnya biaya overhead variabel pada Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah sebagai berikut;

a. Biaya Bahan Penolong	Rp. 332.106.400
b. Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp. 16.216.800
c. Biaya Listrik	Rp. 103.062.330
d. Biaya Telepon	Rp. 5.202.700
e. Biaya <i>Spare Part and Service</i>	Rp. 303.143.290

Biaya overhead variabel ini kemudian dibebankan ke setiap produk dengan metode alokasi. Tabel 5.4 akan menunjukkan besarnya biaya overhead variabel setiap produk.

Tabel 5.4  
Alokasi Biaya Overhead Variabel

Prod.	Biaya Bahan penolong	Biaya TKTL	Biaya Listrik	Biaya Telepon	Biaya <i>spare Part &amp; service</i>
P56/50 - 96	102.820.141,9	5.020.721,28	31.908.097,37	1.610.755,9	93.853.162,58
P56/46 - 96	88.506.355,6	4.321.777,2	27.466.110,95	1.386.519,5	80.787.686,79
P64/64 -110	21.288.020,24	1.039.496,88	6.606.295,35	333.493,07	19.431.984,89
P64/54 -110	39.686.714,8	1.937.907,6	12.315.948,43	621.722,65	36.225.623,15
P56/46 - 90	14.180.943,28	692.457,36	4.400.716,49	222.155,29	12.944.218,48
P56/50 - 90	57.753.302,96	2.820.101,52	17.922.539,19	904.749,53	52.716.618,13
P56/46 -118	7.870.921,68	384.338,16	2.442.577,22	123.303,99	7.184.495,97

Catatan : Proses pengalokasian dapat dilihat pada lampiran 3

Biaya overhead tetap pada tahun 2001 adalah sebagai berikut:

- a. Biaya depresiasi mesin                      Rp. 60.248.400
- b. Biaya minyak Pelumas                      Rp. 10.069.620

Tabel 5.5 akan menunjukkan besarnya biaya overhead tetap yang dibebankan ke setiap produk.

Tabel 5.5  
Alokasi Biaya Overhead tetap

Produk	Biaya depresiasi	Biaya Minyak Pelumas
P56/50- 96	18.652.904,64	3.117.554,35
P56/46- 96	16.056.198,6	2.683.553,73
P64/64- 110	3.861.922,44	645.462,42
P64/54- 110	7.199.683,8	1.203.319,59
P56/46- 90	2.572.606,68	429.972,77
P56/50- 90	10.477.196,76	1.751.106,92
P56/46- 118	1.427.887,08	238.649,99

Catatan : Proses pengalokasian biaya overhead tetap dapat dilihat pada lampiran 4

#### 4. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum mencakup biaya perlengkapan kantor, biaya gaji personalia, biaya gaji akuntansi, biaya listrik kantor, dan biaya hubungan masyarakat. Biaya administrasi dan umum pada tahun 2001 sebesar Rp. 31.474.741.

Pembebanan biaya administrasi dan umum ke setiap produk dilakukan dengan cara alokasi. Tabel 5.6 akan menunjukkan besarnya biaya administrasi dan umum yang dibebankan ke produk.

Tabel 5.6  
Alokasi Biaya Adminitrasi dan umum

Produk	Biaya administrasi dan umum
P56/50- 96	9.744.579,81
P56/46- 96	8.388.081,48
P64/64- 110	2.017.530,90
P64/54- 110	3.761.231,55
P56/46- 90	1.343.971,44
P56/50- 90	5.473.457,46
P56/46- 118	745.951,36

Catatan: Prose pengalokasian biaya administrasi dan umum dapat dilihat pada lampiran5

## 5. Biaya Pemasaran

Perusahaan Tekstil Kusumatex Pada Tahun 2001 mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp. 20.224.175,- . Biaya pemasaran ini meliputi biaya gaji sopir, biaya perlengkapan dan bahan bakar kendaraan, biaya depresiasi kendaraan, dan upah karyawan bagian pergudangan.

Biaya ini dibebankan kesetiap produk dengan metode alokasi. Tabel 5.7 akan menunjukkan besarnya pembebanan biaya pemasaran ke produk-produk.

Tabel 5.7  
Alokasi Biaya Pemasaran

Produk	Biaya Pemasaran
P56/50- 96	6.261.404,58
P56/46- 96	5.389.742,64
P64/64- 110	1.3296.369,62
P64/54- 110	2.416.788,91
P56/46- 90	863.572,27
P56/50- 90	3.516.984,03
P56/46- 118	479.312,95

Catatan : Proses pengalokasian biaya pemasaran dapat dilihat pada lampiran 6.

## B. Alokasi Biaya Per Meter Kain

Setelah mengetahui elemen biaya tersebut maka biaya-biaya tersebut perlu diklasifikasi lagi menurut produk kain. Berikut ini biaya-biaya tersebut digolongkan menurut produk kain;

### 1. Produk P56/50-96

Tabel 5.8  
Biaya Produksi dan Biaya Non-Produksi PT Kusumatex Tahun 2001

Elemen Biaya	Biaya Tahun 2001	Produksi tahun 2001	Biaya per meter
Biaya Bahan Baku	1.339.876.074,03	823.729,25	1.626,59
Biaya tenaga kerja langsung:			
1. Biaya operator Palet	8.495.083,44		10,31
2. Biaya Operator Kanji	4.687.557,8		5,70
3. Biaya Operator <i>Warping</i>	7.579.627,2		9,20
4. Biaya Operator Cucuk	7.046.186,4		8,55
5. Biaya Operator Tenun	51.197.778		62,15
Biaya Overhead variabel			
1. Biaya bahan penolong	102.820.141,44		124,82
2. Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung	5.020.721,28		6,10
3. Biaya listrik	31.908.097,368		38,74
4. Biaya Telephone	1.610.755,92		1,96
5. Biaya <i>spare part and service</i>	93.853.162,584		113,94
Biaya Overhead tetap			
1. Biaya depresiasi	18.652.904,64		22,64
2. Biaya minyak pelumas	3.117.554,352		3,78
Biaya administrasi dan umum	9.744.579,8136		11,83
Biaya pemasaran	6.261.404,58		7,60

## 2. Produk P56/46- 96

Tabel 5.9  
Biaya Produksi dan Biaya Non-Produksi PT Kusumatex Tahun 2001

Elemen Biaya	Biaya Tahun 2001	Produksi tahun2001	Biaya per meter
Biaya Bahan Baku	1.153.349.398,35	741.423,25	1.555,59
Biaya tenaga kerja langsung:			
1. Biaya operator Palet	7.312.466,85		9,86
2. Biaya Operator Kanji	4.043.657,8		5,45
3. Biaya Operator <i>Warping</i>	6.524.453		8,80
4. Biaya Operator Cucuk	6.065.273,5		8,18
5. Biaya Operator Tenun	44.070.438,75		59,44
Biaya Overhead variabel			
1. Biaya bahan penolong	88.506.355,5		119,37
3. Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung	4.321.777,2		5,83
4. Biaya listrik	27.466.110,945		37,05
5. Biaya Telephone	1.386.519,55		1,87
6. Biaya <i>spare part and service</i>	80.787.686,785		108,96
Biaya Overhead tetap			
1. Biaya depresiasi	16.056.198,6		21,66
2. Biaya minyak pelumas	2.683.553,73		3,62
Biaya administrasi dan umum	8.388.081,48		11,31
Biaya pemasaran	5.389.742,64		7,27

### 3. Produk P64/64- 110

Tabel 5.10  
Biaya Produksi dan Biaya Non-Produksi PT Kusumatex Tahun 2001

Elemen Biaya	Biaya Tahun 2001	Produksi tahun2001	Biaya per meter
Biaya Bahan Baku	277.409.742,717	118.943	2.332,29
Biaya tenaga kerja langsung:			
1. Biaya operator Palet	1.758.833,49		14,79
2. Biaya Operator Kanji	972.602,12		8,18
3. Biaya Operator <i>Warping</i>	1.569.296,2		13,19
4. Biaya Operator Cucuk	1.458.851,9		12,26
5. Biaya Operator Tenun	10.600.056,75		89,12
Biaya Overhead variabel			
1. Biaya bahan penolong	21.288.020,24		178,98
2. Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung	1.039.496,88		8,74
3. Biaya listrik	6.606.295,353		55,54
4. Biaya Telephone	333.493,07		2,80
5. Biaya <i>spare part and service</i>	19.431.984,889		163,37
Biaya Overhead tetap			
1. Biaya depresiasi	3.861.922,44		32,47
2. Biaya minyak pelumas	645.462,42		5,43
Biaya administrasi dan umum	2.017.530,90		16,96
Biaya pemasaran	1.296.369,62		10,90

## 4. Produk P64/54- 110

Tabel 5.11  
Biaya Produksi dan Biaya Non-Produksi PT Kusumatex Tahun 2001

Elemen Biaya	Biaya Tahun 2001	Produksi tahun2001	Biaya per meter
Biaya Bahan Baku	517.167.929,35	235.837,75	2.192,29
Biaya tenaga kerja langsung:			
1. Biaya operator Palet			
2. Biaya Operator Kanji	3.278.948,55		13,90
3. Biaya Operator <i>Warping</i>	1.813.197,4		7,69
4. Biaya Operator Cucuk	2.925.599		12,41
5. Biaya Operator Tenun	2.719.700,5		11,53
Biaya Overhead variabel	19.761.416,25		83,79
1. Biaya bahan penolong			
2. Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung	39.686.714,8		168,28
3. Biaya listrik	1.937.907,6		8,22
4. Biaya Telephone	12.315.948,435		52,22
5. Biaya <i>spare part and service</i>	621.722,65		2,64
	12.944.218,483		153,60
Biaya Overhead tetap			
1. Biaya depresiasi	7.199.683,8		30,63
2. Biaya minyak pelumas	1.203.319,59		5,10
Biaya administrasi dan umum	3.761.231,55		15,95
Biaya pemasaran	2.416.788,91		10,25

## 5. Produk P56/46- 90

Tabel 5.12  
Biaya Produksi dan Biaya Non-Produksi PT Kusumatex Tahun 2001

Elemen Biaya	Biaya Tahun 2001	Produksi tahun2001	Biaya per meter
Biaya Bahan Baku	184.795.569,641	96.890,75	1.907,26
Biaya tenaga kerja langsung:			
1. Biaya operator Palet	1.171.641,03		12,09
2. Biaya Operator Kanji	647.895,64		6,55
3. Biaya Operator <i>Warping</i>	1.045.381,4		10,79
4. Biaya Operator Cucuk	971.809,3		10,03
5. Biaya Operator Tenun	7.061.192,25		72,88
Biaya Overhead variabel			
1. Biaya bahan penolong	14.180.943,28		146,36
2. Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung	692.457,36		7,15
3. Biaya listrik	4.400.761,491		45,42
4. Biaya Telephone	222.155,29		2,29
5. Biaya <i>spare part and service</i>	12.944.218,483		133,60
Biaya Overhead tetap			
1. Biaya depresiasi	2.572.606,68		26,55
2. Biaya minyak pelumas	429.972,774		4,44
Biaya administrasi dan umum	1.343.971,44		13,87
Biaya pemasaran	863.572,27		8,91



## 6. Produk P56/50- 90

Tabel 5.13  
Biaya Produksi dan Biaya Non-Produksi PT Kusumatex Tahun 2001

Elemen Biaya	Biaya Tahun 2001	Produksi tahun2001	Biaya per meter
Biaya Bahan Baku	752.589.350,368	380.157	1.979.70
Biaya tenaga kerja langsung:			
1. Biaya operator Palet	4.771.624,71		12,55
2. Biaya Operator Kanji	2.638.619,48		6,94
3. Biaya Operator <i>Warping</i>	4.257.419,8		11,20
4. Biaya Operator Cucuk	3.957.790,1		10,41
5. Biaya Operator Tenun	28.757.408,25		75,65
Biaya Overhead variabel			
1. Biaya bahan penolong	57.753.302,92		151,92
2. Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung	2.820.101,52		7,42
3. Biaya listrik	17.922.539,187		47,15
4. Biaya Telephone	904.749,53		2,38
5. Biaya <i>spare part and service</i>	52.716.618,131		138,67
Biaya Overhead tetap			
1. Biaya depresiasi	10.477.196,76		27,56
2. Biaya minyak pelumas	1.751.106,918		4,61
Biaya administrasi dan umum	5.473.457,46		14,40
Biaya pemasaran	3.516.984,03		9,25

## 7. Produk P56/46- 118

Tabel 5.14  
Biaya Produksi dan Biaya Non-Produksi PT Kusumatex Tahun 2001

Elemen Biaya	Biaya Tahun 2001	Produksi tahun 2001	Biaya per meter
Biaya Bahan Baku	102.568.032,368	63.066,5	1.626,35
Biaya tenaga kerja langsung:			
1. Biaya operator Palet	650.301,93		10,31
2. Biaya Operator Kanji	359.604,84		5,70
3. Biaya Operator <i>Warping</i>	580.223,4		9,20
4. Biaya Operator Cucuk	539.388,3		8,55
5. Biaya Operator Tenun	3.919.209,75		62,14
Biaya Overhead variabel			
1. Biaya bahan penolong	7.870.921,68		124,80
2. Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung	384.338,16		5,52
3. Biaya listrik	2.442.577,221		38,15
4. Biaya Telephone	123.303,99		1,96
5. Biaya <i>spare part and service</i>	7.184.495,973		113,92
Biaya Overhead tetap			
1. Biaya depresiasi	1.427.887,08		22,64
2. Biaya minyak pelumas	238.649,99		3,78
Biaya administrasi dan umum	745.951,36		11,83
Biaya pemasaran	479.312,95		7,60

### C. Analisis Data

Data-data yang telah dikumpulkan kemudian digunakan untuk menjawab permasalahan yang menjadi tujuan utama dari penelitian.

#### 1. Analisis Untuk Masalah Pertama

Analisis ini ditujukan untuk mengetahui apakah penentuan harga jual perusahaan sudah sesuai dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

**a. Mendeskripsikan Penentuan harga Jual Perusahaan Tekstil Kusumatex.**

Penentuan harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex melalui empat tahap;

- 1) Menghitung seluruh biaya yang akan dikeluarkan selama setahun dengan menggunakan data tahun sebelumnya. Hal ini sering disebut sebagai anggaran biaya, dengan demikian data biaya yang digunakan untuk menghitung harga jual bukan data biaya sesungguhnya.
- 2) Menghitung harga pokok permeter kain berdasarkan anggaran biaya untuk setiap ukuran kain.
- 3) Menghitung harga jual permeter kain dengan cara menambahkan *mark up* pada harga pokok produksi. *Mark up* ditetapkan sebesar 12 % dari harga pokok produksi untuk setiap ukuran kain.
- 4) Harga jual yang telah ditentukan dibandingkan dengan harga pasar atau harga jual perusahaan pesaing. Tujuan dari kegiatan ini adalah menentukan harga jual yang cocok untuk setiap ukuran kain.

**b. Mendeskripsikan Langkah-langkah Penentuan Harga Jual Berdasarkan Metode *Cost-Plus Pricing* dengan Pendekatan *full costing*.**

1) Menghitung total biaya produksi untuk setiap ukuran kain.

**a) Ukuran P56/50- 96**

Biaya bahan baku	Rp. 1.626,59
Biaya tenaga kerja langsung;	
Operator palet	Rp. 10,31
Operator kanji	Rp. 5,69
Operator <i>warping</i>	Rp. 9,20
Operator cucuk	Rp. 8,55
Operator tenun	<u>Rp. 62,15 +</u>
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp. 95,90
Biaya overhead variabel	
Biaya bahan penolong	Rp. 124,82
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 6,10
Biaya listrik	Rp. 38,74
Biaya telephone	Rp. 1,96
Biaya <i>spare part and service</i>	<u>Rp. 113,94 +</u>
Total biaya overhead variabel	Rp. 285,56
Biaya overhead tetap	
Biaya depresiasi	Rp. 22,64
Biaya minyak pelumas	<u>Rp. 3,78 +</u>
Total biaya overhead tetap	<u>Rp. 26,42 +</u>
Harga Pokok Produksi	Rp. 2.034,47

**b) Ukuran P56/46- 96**

Biaya bahan baku	Rp. 1.555,59
Biaya tenaga kerja langsung;	
Operator palet	Rp. 9,86
Operator kanji	Rp. 5,45
Operator <i>warping</i>	Rp. 8,80
Operator cucuk	Rp. 8,18
Operator tenun	<u>Rp. 59,44 +</u>
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp. 91,73
Biaya overhead variabel	
Biaya bahan penolong	Rp. 119,37
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 5,83
Biaya listrik	Rp. 37,05
Biaya telephone	Rp. 1,87
Biaya <i>spare part and service</i>	<u>Rp. 108,96 +</u>
Total biaya overhead variabel	Rp. 273,08
Biaya overhead tetap	
Biaya depresiasi	Rp. 21,66
Biaya minyak pelumas	<u>Rp. 3,62 +</u>
Total biaya overhead tetap	<u>Rp. 25,28 +</u>
Harga Pokok Produksi	Rp. 1.945,68

## c) Ukuran P64/64- 110

Biaya bahan baku	Rp. 2.332,29
Biaya tenaga kerja langsung;	
Operator palet	Rp. 14,79
Operator kanji	Rp. 8,18
Operator <i>warping</i>	Rp. 13,19
Operator cucuk	Rp. 12,26
Operator tenun	<u>Rp. 89,12 +</u>
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp. 137,54
Biaya overhead variabel	
Biaya bahan penolong	Rp. 178,98
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 8,74
Biaya listrik	Rp. 55,54
Biaya telephone	Rp. 2,80
Biaya <i>spare part and service</i>	<u>Rp. 163,37+</u>
Total biaya overhead variabel	Rp. 409,43
Biaya overhead tetap	
Biaya depresiasi	Rp. 32,47
Biaya minyak pelumas	<u>Rp. 5,43 +</u>
Total biaya overhead tetap	<u>Rp. 37,90 +</u>
Harga Pokok Produksi	Rp. 2.917,16

**d) Ukuran P64/54- 110**

Biaya bahan baku	Rp. 2.192,90
Biaya tenaga kerja langsung;	
Operator palet	Rp. 13,90
Operator kanji	Rp. 7,73
Operator <i>warping</i>	Rp. 12,41
Operator cucuk	Rp. 11,53
Operator tenun	<u>Rp. 83,79+</u>
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp. 129,36
Biaya overhead variabel	
Biaya bahan penolong	Rp. 168,28
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 8,22
Biaya listrik	Rp. 52,22
Biaya telephone	Rp. 2,64
Biaya <i>spare part and service</i>	<u>Rp. 153,60+</u>
Total biaya overhead variabel	Rp. 384,96
Biaya overhead tetap	
Biaya depresiasi	Rp. 30,63
Biaya minyak pelumas	<u>Rp. 5,10 +</u>
Total biaya overhead tetap	<u>Rp. 35,73 +</u>
Harga Pokok Produksi	Rp. 2.742,95

## e) Ukuran P54/46- 90

Biaya bahan baku	Rp. 1.907,25
Biaya tenaga kerja langsung;	
Operator palet	Rp. 12,09
Operator kanji	Rp. 6,69
Operator <i>warping</i>	Rp. 10,79
Operator cucuk	Rp. 10,03
Operator tenun	<u>Rp. 72,88 +</u>
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp. 112,48
Biaya overhead variabel	
Biaya bahan penolong	Rp. 146,36
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 7,15
Biaya listrik	Rp. 45,42
Biaya telephone	Rp. 2,29
Biaya <i>spare part and service</i>	<u>Rp. 133.60 +</u>
Total biaya overhead variabel	Rp.334,82
Biaya overhead tetap	
Biaya depresiasi	Rp. 26,55
Biaya minyak pelumas	<u>Rp. 4,44 +</u>
Total biaya overhead tetap	<u>Rp. 30,99 +</u>
Harga Pokok Produksi	Rp. 2.385,54



**f) Ukuran P54/50- 90**

Biaya bahan baku	Rp. 1.979,70
Biaya tenaga kerja langsung;	
Operator palet	Rp. 12,55
Operator kanji	Rp. 6,94
Operator <i>warping</i>	Rp. 11,20
Operator cucuk	Rp. 10,41
Operator tenun	<u>Rp. 75,65 +</u>
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp. 116,75
Biaya overhead variabel	
Biaya bahan penolong	Rp. 151,92
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 7,42
Biaya listrik	Rp. 47,15
Biaya telephone	Rp. 2,38
Biaya <i>spare part and service</i>	<u>Rp. 138,67+</u>
Total biaya overhead variabel	Rp. 347,54
Biaya overhead tetap	
Biaya depresiasi	Rp. 27,56
Biaya minyak pelumas	<u>Rp. 4,61 +</u>
Total biaya overhead pabrik	<u>Rp. 32,17 +</u>
Harga Pokok Produksi	Rp. 2.476,16

g) **Ukuran P54/46- 118**

Biaya bahan baku	Rp. 1.626,35
Biaya tenaga kerja langsung;	
Operator palet	Rp. 10,31
Operator kanji	Rp. 5,70
Operator <i>warping</i>	Rp. 9,20
Operator cucuk	Rp. 8,55
Operator tenun	<u>Rp. 62,14 +</u>
Total biaya tenaga kerja langsung	Rp. 95,9
Biaya overhead variabel	
Biaya bahan penolong	Rp. 124,80
Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp. 5,52
Biaya listrik	Rp. 38,73
Biaya telephone	Rp. 1,96
Biaya <i>spare part and service</i>	<u>Rp. 113,92 +</u>
Total biaya overhead variabel	Rp. 284,93
Biaya overhead pabrik tetap	
Biaya depresiasi	Rp. 22,64
Biaya minyak pelumas	<u>Rp. 3,78 +</u>
Total biaya overhead tetap	<u>Rp. 26,42 +</u>
Harga Pokok Produksi	Rp.2.033,6

## 2) Menghitung *Return On Investment*

*Return on investment* Perusahaan Tekstil Kusumatex berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan variabel costing disesuaikan dengan *return on investment* yang ditetapkan perusahaan tahun 2002 yaitu sebesar 12 %.

## 3) Menghitung *Target Profit*

Jumlah aktiva operasi PT Kusumatex pada tahun 2002 adalah sebesar Rp. 5.178.873.950. Besarnya pengalokasian aktiva ke produk kain dapat dihitung dengan mengalihkan total aktiva operasi dengan prosentase alokasi berdasarkan metode alokasi harga jual atau harga pasar. Perhitungan besarnya aktiva masing-masing produk kain dapat dilihat pada lampiran 7.

Besarnya *target profit* masing-masing produk dapat dihitung dengan mengalihkan aktiva masing-masing produk dengan prosentase laba yang diharapkan yaitu sebesar 12% sebagaimana diharapkan perusahaan. Tabel 5.15 akan menunjukkan besarnya target laba untuk setiap produk kain Perusahaan Tekstil Kusumatex pada tahun 2002.

Tabel 5.15  
Data Target Profit Setiap Produk Kain Tahun 2002

(1) Produk kain	(2) Aktiva Operasi	(3) Return On Investment	(4) = (2) x (3) Target Profit
P56/50- 96	1.603.379.374,92	12%	192.405.524,99
P56/46- 96	1.380.169.907,67	12%	165.620.388,92
P64/64- 110	331.965.820,20	12%	39.835.898,42
P64/54- 110	618.875.437,02	12%	74.265.052,44
P56/46- 90	221.137.917,67	12%	26.536.550,129
P56/50- 90	900.606.179,91	12%	108.072.741,59
P56/46- 118	122.739.312,61	12%	14.728.717,51

#### 4) Menentukan Persentase *Mark up*

Prosentase *mark up* berdasarkan pendekatan *full cost pricing* adalah sebagai berikut;

$$\text{Persentase } \textit{Mark up} = \frac{\textit{Target profit} + \text{biaya non-produksi}}{\text{Volume Produksi setahun} \times \text{Biaya produksi per unit}}$$

Berikut ini ditunjukkan penentuan besarnya *Mark up* untuk setiap ukuran kain.

##### a) P56/50- 96

$$\begin{aligned} \text{Persentase } \textit{Mark up} &= \frac{192.405.524,96 + 16.005.984,3936}{823.729,25 \times 2034,47} \\ &= \frac{208.411.509,3536}{1.675.852.447,24} \\ &= 12,44\% \end{aligned}$$

**b) P56/46- 96**

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase} &= \frac{165.620.388,92 + 13.777.824,12}{741.423,25 \times 1945,68} \\
 \text{Mark up} &= \frac{179.398.213,04}{1.442.572.389,06} \\
 &= 12,44\%
 \end{aligned}$$

**c) P64/64- 110**

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase} &= \frac{39.835.898,42 + 3.313.900,52}{118.943 \times 2.917,16} \\
 \text{Mark up} &= \frac{43.149.798,94}{346.975.761,88} \\
 &= 12,44\%
 \end{aligned}$$

**d) P64/54- 110**

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase} &= \frac{74.265.052,44 + 6.178.020,46}{235.837,75 \times 2.742,95} \\
 \text{Mark up} &= \frac{80.443.072,9}{646.891.156,362} \\
 &= 12,44\%
 \end{aligned}$$

**e) P56/46- 90**

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase} &= \frac{26.536.550,129 + 2.207.543,71}{96.890,75 \times 2.385,54} \\
 \text{Mark up} &= \frac{28.744.093,839}{231.136.759,755} \\
 &= 12,44\%
 \end{aligned}$$

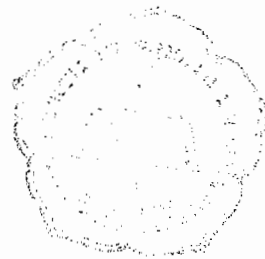
**f) P56/50- 90**

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase} &= \frac{108.072.741,59 + 8.990.441,49}{380.157 \times 2.476,16} \\
 \text{Mark up} &= \frac{117.063.183,08}{941.329.557,12} \\
 &= 12,44\%
 \end{aligned}$$

**g) P56/46- 118**

$$\begin{aligned}
 \text{Persentase} &= \frac{14.728.717,51 + 1.225.264,31}{63.066,5 \times 2.033,6} \\
 \text{Mark up} &= \frac{15.953.981,82}{128.252.034,4} \\
 &= 12,44\%
 \end{aligned}$$

*Mark up* untuk setiap ukuran kain berdasarkan pendekatan *full costing* sama yaitu sebesar 12,44%. Hal ini disebabkan sebagian besar biaya produksi (biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik) dan biaya non-produksi merupakan biaya bersama.



### 5) Menentukan Harga Jual Produk

Penentuan harga jual produk menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dilakukan dengan cara menjumlahkan biaya produksi ditambah dengan hasil perkalian *mark up* dengan harga pokok produksi. Berikut ini akan ditunjukkan penentuan harga jual untuk setiap ukuran kain berdasarkan kajian teori;

#### a) P56/50- 96

HPP	2.034,47
<i>Mark up</i> (12,44% x 2.034,47)	<u>253,09 +</u>
Harga jual	2.287,56

#### b) P56/46- 96

HPP	1.945,68
<i>Mark up</i> (12,44% x 1.945,68 )	<u>242,04 +</u>
Harga jual	2.187,72

#### c) P64/64- 110

HPP	2.917,16
<i>Mark up</i> (12,44% x 2.917,16)	<u>362,89 +</u>
Harga jual	3.280,05

#### d) P64/54- 110

HPP	2.742,95
<i>Mark up</i> (12,44% x 2.742,95)	<u>341,22 +</u>
Harga jual	3.084,07

**e) P56/46- 90**

HPP	2.385,54
<i>Mark up</i> (12,44% x 2.385,54)	<u>296,76 +</u>
Harga jual	2.682,30

**f) P56/50- 90**

HPP	2.476,16
<i>Mark up</i> (12,44% x 2.476,16)	<u>308,03 +</u>
Harga jual	2.784,19

**g) P56/46- 118**

HPP	2.033,6
<i>Mark up</i> (12,44% x 2.033,6)	<u>249,25 +</u>
Harga jual	2.282,85

**c. Membandingkan Penentuan Harga Jual Yang Dilakukan Perusahaan dengan Penentuan Harga Jual Berdasarkan Metode *Cost-Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*.**

Berdasarkan langkah-langkah penentuan harga jual menurut perusahaan dan kajian teori (metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*), maka dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan yang mendasar di antara keduanya. Perbedaan tersebut antara lain:

- 1) Harga pokok produksi pada perusahaan merupakan gabungan dari unsur biaya produksi dan biaya non-produksi sedangkan pada



*cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* hanya biaya produksi. Perbedaan ini akan mengakibatkan perbedaan besarnya persediaan akhir yang diakui dan laba bersih pada akhir periode.

Perusahaan Tekstil Kusumatex memiliki persediaan akhir yang lebih besar jika dibandingkan dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Hal ini terjadi, karena sebagian biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum melekat pada persediaan yang belum terjual sehingga dibebankan pada periode mendatang.

Metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* menggolongkan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sebagai biaya non-produksi yang akan dipertemukan dengan pendapatan untuk mendapatkan laba bersih sebelum pajak pada periode sekarang. Dengan demikian, laba bersih yang diakui Perusahaan Tekstil Kusumatex selalu lebih besar jika menggunakan pendekatan penentuan harga jual yang selama ini digunakan dibandingkan dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, selama masih ada persediaan akhir.

- 2) *Mark up* pada perusahaan merupakan *return of investment (ROI)*, sedangkan pada metode *cost plus pricing*, *Mark up* merupakan *target profit* ditambah biaya non-produksi selama satu tahun, kemudian hasil penjumlahan ini dibagi dengan hasil perkalian harga pokok produksi dengan jumlah produksi selama setahun.

## 2. Analisis untuk Permasalahan Kedua

Analisis ini digunakan untuk mengetahui perbedaan signifikan antara harga jual menurut Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual yang ditentukan dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*

- a. Mencari persentase selisih antara harga jual yang ditentukan perusahaan dan harga jual yang ditentukan dengan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

$$\frac{\left| \begin{array}{l} \text{harga jual yang} \\ \text{ditetapkan perusahaan} \end{array} - \begin{array}{l} \text{harga jual menurut metode CPP} \\ \text{dengan pendekatan full costing} \end{array} \right|}{\text{harga jual yang ditetapkan perusahaan}} \times 100\%$$

- 1) P56/50 - 96

$$\frac{|2.300 - 2.287,56|}{2.300} \times 100\% = 0,54\%$$

- 2) P50/46 - 96

$$\frac{|2.200 - 2.187,72|}{2.200} \times 100\% = 0,56\%$$

- 3) P64/64 - 110

$$\frac{|3.300 - 3.280,05|}{3.300} \times 100\% = 0,60\%$$

- 4) P64/54 - 110

$$\frac{|3.100 - 3.084,17|}{3.100} \times 100\% = 0,51\%$$

5) P56/46 - 90

$$\frac{[2.700 - 2.682,30]}{2.700} \times 100\% = 0,66\%$$

6) P56/50 - 90

$$\frac{[2.800 - 2.784,19]}{2.800} \times 100\% = 0,56\%$$

7) P56/46 - 118

$$\frac{[2.300 - 2.282,85]}{2.300} \times 100\% = 0,75\%$$

Perhitungan persentase selisih di atas dapat diringkas dalam bentuk tabel.

Tabel 5.16 akan menampilkan perhitungan persentase selisih, sebagai berikut;

Tabel 5.16  
Selisih Harga Jual Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan Metode *Cost-Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*

(1) Produk	(2) Harga jual		(3) Selisih [2a - 2b] = (3)	(4) Persentase selisih (3 : 2a) = (4)
	(a) Perusahaan	(b) Kajian Teori		
P56/50- 96	2.300	2.287,56	12,44	0,54
P56/46- 96	2.200	2.187,72	12,28	0,56
P64/64- 110	3.300	3.280,05	19,95	0,60
P64/54- 110	3.100	3.084,17	15,83	0,51
P56/46- 90	2.700	2.682,30	17,7	0,66
P56/50- 90	2.800	2.784,19	15,81	0,56
P56/46- 118	2.300	2.282,85	17,15	0,75

- b. Menentukan apakah antara harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan harga jual yang ditetapkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* terdapat perbedaan yang materialitas.

Dari tabel 5.16 dapat dilihat bahwa persentase selisih dari ketujuh produk kain tidak melebihi 1 %. Jadi dapat disimpulkan bahwa antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* secara materialitas tidak berbeda. Selisih rata-rata sebesar 0,60% (4,04% : 7) disebabkan perbedaan metode alokasi dan pembulatan.

Perbedaan besarnya *mark up* antara metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* dengan *mark up* yang ditentukan Perusahaan Tekstil Kusumatex tidak mempengaruhi besarnya harga jual. Hal ini disebabkan *mark up* pada dasarnya harus menutup seluruh biaya yang tidak dimasukkan dalam perhitungan harga pokok produksi. Jadi metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* selalu memiliki *mark up* yang tinggi karena biaya non-produksi tidak dimasukkan ke dalam perhitungan harga pokok produksi. Sedangkan *mark up* pada penentuan harga jual menurut perusahaan hanya sebesar persentase laba yang diharapkan karena harga pokok produksi mencakup seluruh biaya baik produksi maupun non-produksi.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah penulis lakukan di muka terdapat dua hal pokok ,yaitu:

1. Prosedur penentuan harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* terdapat perbedaan yang mendasar yaitu antara lain:
  - a. Harga pokok produksi pada perusahaan merupakan gabungan dari biaya produksi dan biaya non produksi sedangkan pada metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* hanya biaya produksi. Perbedaan harga pokok produksi mengakibatkan perbedaan jumlah persediaan akhir yang diakui dan laba bersih yang diakui karena perbedaan perlakuan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.
  - b. *Mark up* pada Perusahaan Tekstil Kusumatex merupakan *return of investment* sedangkan pada metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, *mark up* merupakan *target profit* ditambah dengan biaya non-produksi. Hasil dari penjumlahan kedua komponen di atas kemudian dibagi dengan biaya produksi setahun.
2. Harga jual yang ditentukan Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* untuk setiap produk kain lebih kecil dari satu persen atau rata-rata

perbedaan hanya 0,60%. Dengan demikian, antara harga jual yang ditentukan Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* secara materialitas tidak ada perbedaan.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

1. Data biaya yang digunakan dalam penulisan ini adalah biaya bersama, karena informasi tentang pemisahan biaya masing-masing produk tidak ada. Perhitungan harga jual setiap produk kain belum tentu benar karena ada kemungkinan biaya yang dibebankan berdasarkan metode alokasi belum tentu biaya yang sesungguhnya diserap oleh setiap produk kain. Metode alokasi digunakan hanya sebagai alat supaya biaya yang dibebankan ke setiap produk kain itu bisa diterima dan adil.
2. Penulis kurang menelusuri kebenaran data yang ada di perusahaan, tetapi data tersebut diperoleh dari Perusahaan Tekstil Kusumatex.
3. Penulis tidak dapat mengetahui besarnya komponen biaya pada perhitungan harga jual menurut Perusahaan Tekstil Kusumatex karena sudah ditentukan pada awal tahun dan keterbatasan data.
4. *Return of investment* tidak dapat dihitung dengan menggunakan kajian teori yang telah dibahas pada bab tiga karena data yang diperlukan tidak bisa diperoleh penulis. Hal ini disebabkan ada beberapa hal pokok yang terdapat pada data yang diminta penulis merupakan rahasia perusahaan

sehingga ROI yang dipakai dalam penulisan ini adalah ROI yang ditentukan perusahaan.

### C. Saran

Manajemen perusahaan perlu melakukan perbaikan pencatatan biaya produksi dan non-produksi karena penulis melihat ada beberapa komponen biaya yang seharusnya tidak diperlakukan sebagai biaya bersama, yaitu biaya bahan baku benang dan gaji operator tenun. Biaya bahan baku benang dapat diketahui dengan meneliti penggunaan satu ball benang dalam memproduksi kain. Dari sini kita bisa mengetahui satu meter kain memerlukan berapa meter benang.

Biaya operator tenun dapat diketahui dengan cara mencatat berapa meter kain yang dihasilkan berdasarkan nomor mesin dan operator yang menangani mesin tenun tersebut. Dengan demikian, gaji operator tenun ditentukan berdasarkan berapa meter kain yang dihasilkan selama dia menangani mesin tenun tersebut. Untuk mencatat biaya-biaya tersebut diperlukan suatu buku pembantu biaya bahan baku dan buku pembantu biaya operator tenun untuk setiap produk kain. Hal ini akan membantu manajer perusahaan menentukan harga pokok produksi yang tepat bagi setiap produk kain.

Manajer Perusahaan Tekstil Kusumatex dapat menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* sebagai alternatif penentuan harga jual produknya. Perlu diperhatikan bahwa harga jual yang optimal

seringkali tergantung pada situasi yang dihadapi perusahaan, sedangkan setiap metode harga jual memiliki keunggulan tertentu sesuai dengan situasi pasar yang dihadapi. Oleh karena itu penggunaan satu metode saja tidak cukup dalam penentuan harga jual.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, Robert N. and James S. Reece (1975) *Management Accounting Principles*; Third Edition. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.
- Boediono (1982) *Ekonomi Mikro; Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No. 1*; Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Cashin, James A. dan Ralph S. Polimeni (1986) *Akuntansi Biaya; Jilid 1*; (Gunawan Hutauruk, Editor Penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Fenny (1997) *Penentuan Harga Jual Produk dengan Metode Cost Plus Pricing, Studi Kasus pada PT Surya Marga Luhur Jakarta*; Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Fremgen, Jamer M. (1976) *Accounting for Managerial Analysis*; Third Edition. Malaysia: Irwin Book Company.
- Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen (1999) *Akuntansi Manajemen, ed. 4 ;Jilid 1*; (Ancella A. Gunawan dan Tulus Sihombing, Penerjemah) Jakarta: Erlangga.
- \_\_\_\_\_ (1999) *Akuntansi Manajemen, ed. 4 ;Jilid 2*; (Ancella A. Gunawan dan Tulus Sihombing, Penerjemah) Jakarta: Erlangga.
- Hilton, Ronald W. (1994) *Managerial Accounting*; Edisi 2. New York: Mc Graw Hill, Inc.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (2002) *Standar Akuntansi Keuangan, Per 1 April 2002*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kohler, Erik L. (1972) *A Dictionary for Accountants; Fourth Edition*. New Delhi: Prentice-Hall of India Private Limited.
- Mulyadi (1984) *Akuntansi Biaya untuk Manajemen*; Edisi 4. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- \_\_\_\_\_ (1991) *Akuntansi Biaya*; Edisi 5. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YKPN.
- \_\_\_\_\_ (1993) *Akuntansi Manajemen*; Edisi 2. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YKPN.

Nugiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki (2000) *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.

Sugiri, Slamet (1994) *Akuntansi Manajemen*; Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit UUP AMP YKPN.

Supriyono, R. A. (1989) *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen*; Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit BPFE.

## DAFTAR PERTANYAAN

- I. Sejarah Perusahaan
  1. Apa nama perusahaan?
  2. Perusahaan didirikan oleh siapa, tahun berapa dan berlokasi di mana?
  3. Apa bentuk perusahaan waktu berdiri?
  4. Apa misi dari perusahaan?
  5. Pemilihan lokasi perusahaan berdasarkan apa?
- II. Struktur Organisasi
  1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan?
  2. Bagaimana tugas dan wewenang masing-masing bagian?
- III. Produksi
  1. Apa bahan baku yang dipakai?
  2. Bagaimana cara pengadaan bahan baku?
  3. Apa saja bahan penolong yang dipakai?
  4. Bagaimana proses produksi?
  5. Berapa rata-rata produksi tiap tahun? ✓
  6. Upah apa saja yang termasuk upah tenaga kerja langsung? ✓
  7. Bagaimana penentuan biaya tenaga kerja langsung untuk tiap jenis produk?
  8. Biaya apa saja yang termasuk biaya overhead pabrik?
  9. Bagaimana penentuan biaya overhead pabrik untuk tiap produk?
- IV. Pemasaran
  1. Usaha-usaha apa yang dilakukan perusahaan untuk menarik konsumen? ✓
  2. Bagaimana distribusinya?
  3. Bagaimana penentuan harga jual? ✓
  4. Apakah ada pemotongan harga dan bagaimana metodenya? ✓
  5. Berapa kantor cabang perusahaan?

V. Personalia

1. Berapa jumlah tenaga kerja?
2. Apa syarat untuk menjadi karyawan?
3. Bagaimana sistem upah yang dipakai?
4. Berapa lama karyawan bekerja dalam satu hari?
5. Apakah ada usaha untuk meningkatkan keterampilan karyawan?

VI. Akuntansi

1. Bagaimana pengumpulan harga pokok produk?
2. Periode pencatatan biaya produksi dilakukan kapan?

## LAMPIRAN 1

### ALOKASI BIAYA BAHAN BAKU (BBB)

Biaya bahan baku tahun 2001      Rp. 4.327.765.097

Total produksi tahun 2001      2.460.047,5 meter

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BBB Alokasi Biaya BB	(6)=(5) : (2) BBB Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	1.339.876.074,03	1.626,69
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	1.153.349.398,35	1.555,59
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	277.409.742,717	2.332,29
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	517.167.929,091	2.192,90
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	184.795.569,641	1.907,26
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	752.598.350,368	1.979,70
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	102.568.032,798	1.626,35
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	4.327.765.097	-

**LAMPIRAN 2**  
**ALOKASI BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG**

Biaya Tenaga kerja langsung pada Perusahaan Tekstil Kusumatex

1. Biaya Operator Palet Rp. 27.438.900
2. Biaya Operator Kanji Rp. 15.173.200
3. Biaya Operator warping Rp 24.482.000
4. Biaya Operator Cucuk Rp. 22.759.000
5. Biaya Operator Tenun Rp. 165.367.500

A. Alokasi Biaya Operator Palet(BOP) Rp.27.438.900

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BOP Alokasi Biaya Operator Palet	(6)=(5) : (2) BOP Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	8.495.083,44	10,31
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	7.312.466,85	9,86
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	1.758.833,49	14,79
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	3.278.948,55	13,90
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	1.171.641,03	12,09
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	4.771.624,71	12,55
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	650.301,93	10,31
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	27.438.900	-

B. Alokasi Biaya Operator Kanji (OK)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x B Alokasi Biaya Operator Kanji	(6)=(5) x (2) Biaya OK Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	4.697.622,72	5,70
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	4.043.657,8	5,45
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	972.602,12	8,18
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	1.813.197,40	7,69
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	647.895,64	6,55
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	2.638.619,48	6,94
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	359.604,84	5,70
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	15.173.200	-

C. Alokasi Biaya Operator Warping (OW)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x B Alokasi Biaya Operator Warping	(6)=(5) x (2) Biaya OW Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	7.579.627,2	9,20
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	6.524.453	8,80
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	1.569.296,2	13,19
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	2.925.599	12,41
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	1.045.381,4	10,79
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	4.257.419,8	11,20
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	580.223,4	9,20
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	24.482.000	-

D. Alokasi Biaya Operator Cucuk (BOC)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BOC Alokasi Biaya Operator Cucuk	(6)=(5) : (2) BOC Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	7.046.186,4	8,55
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	6.065.273,5	8,18
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	1.458.851,9	12,26
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	2.719.700,5	11,53
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	971.809,3	10,03
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	3.957.790,1	10,41
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	539.388,3	8,55
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	22.759.000	-

E. Alokasi Biaya Operator Tenun(BOT)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BOT Alokasi Biaya Operator Tenun	(6)=(5) : (2) BOT Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	51.197.778	62,15
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	44.070.438,75	59,44
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	10.600.056,75	89,12
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	19.761.416,25	83,79
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	7.061.192,25	72,88
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	28.757.408,25	75,65
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	3.919.209,75	62,14
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	165.367.500	-



### LAMPIRAN 3

#### ALOKASI BIAYA OVERHEAD VARIABLE

Biaya Overhead Variable pada Perusahaan Tekstil Kusumatex

1. Biaya Bahan Penolong	Rp. 332.106.400
2. Biaya Tenaga kerja Tidak Langsung	Rp 16.216.800
3. Biaya Listrik	Rp. 103.062.330
4. Biaya Telepon	Rp. 5.052.370
5. Biaya <i>Spare Part &amp; Service</i>	Rp. 303.143.290

#### A. Alokasi Biaya Bahan Penolong (BBP)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BBP Alokasi Biaya Bahan penolong	(6)=(5) : (2) Biaya BP Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	102.820.141,44	124,82
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	88.506.355,6	119,37
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	21.288.020,24	178,98
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	39.686.714,8	168,28
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	14.180.943,28	146,36
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	57.753.302,96	151,92
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	57.753.302,96	124,80
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	332.106.400	-

B. Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKTL)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BTKTL Alokasi BTKTL	(6)=(5) : (2) Biaya BTKTL Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	5.020.721,28	6,10
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	4.321.777,2	5,83
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	1.039.496,88	8,74
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	1.937.907,6	8,22
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	692.457,36	7,15
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	2.820.101,52	7,42
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	384.338,16	5,52
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	16.216.800	-

C. Alokasi Biaya listrik (BL)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BL Alokasi Biaya Listrik	(6)=(5) : (2) Biaya Listrik Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	31.908.097,368	38,74
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	27.466.110,945	37,05
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	6.606.295,353	55,54
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	12.315.948,435	52,22
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	4.400.761,491	45,42
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	17.922.539,187	47,15
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	2.442.577,221	38,73
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	103.062.330	-

D. Alokasi Biaya Telepon(BT)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BT Alokasi Biaya Telephone	(6)=(5) : (2) Biaya Telepon Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	1.610.755,92	1,96
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	1.386.519,55	1,87
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	333.493,07	2,80
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	621.722,65	2,64
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	222.155,29	2,29
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	904.749,53	2,38
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	123.303,99	1,96
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	5.202.700	-

E. Alokasi Biaya Spare Part & Service (BS&S)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BS&S Alokasi B S & S	(6)=(5) : (2) Biaya S&S Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	93.853.162,584	113,94
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	80.787.686,785	108,96
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	19.431.484,889	163,37
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	36.225.623,155	153,60
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	12.944.218,483	133,60
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	52.716.618,131	138,67
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	7.184.495,473	113,92
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	303.143.290	-

**LAMPIRAN 4**  
**ALOKASI BIAYA OVERHEAD PABRIK TETAP**

Biaya Overhead Pabrik Tetap pada Perusahaan Tekstil Kusumatex

1. Biaya Depresiasi Mesin                      Rp. 60.248.400
2. Biaya Minyak Pelumas                      Rp. 10.069.620

A. Alokasi Biaya Depresiasi (BD)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BD Alokasi Biaya Depresiasi	(6)=(5) : (2) Biaya Depresiasi Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	18.652.904,64	22,64
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	16.056.198,6	21,66
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	3.861.922,44	32,47
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	7.199.683,8	30,53
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	2.572.606,68	26,55
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	10.477.196,76	27,56
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	1.427.887,08	22,64
<b>Jumlah</b>	<b>2.460.047,5</b>	<b>-</b>	<b>6.120.414.925</b>	<b>-</b>	<b>60.248.400</b>	<b>-</b>

B. Alokasi Biaya Minyak Pelumas (BMP)

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BMP Alokasi Biaya Minyak Pelumas	(6)=(5) : (2) BMP Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	3.117.554,352	3,78
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	2.683.553,73	3,62
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	645.462,42	5,43
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	1.203.319,59	5,10
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	429.972,774	4,44
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	1.751.106,918	4,61
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	238.649,994	3,78
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	10.069.620	-

**LAMPIRAN 5**  
**ALOKASI BIAYA ADMINISTRASI DAN UMUM**

Biaya Administrasi dan Umum (BA&U) pada Perusahaan Tekstil Kusumatex pada Tahun 2001 sebesar Rp. 31.474.741

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BA&U Alokasi B A&U	(6)=(5) : (2) B A&U Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	9.744.579,814	11,83
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	8.388.081,477	11,31
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	2.017.530,898	16,96
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	3.761.231,55	15,95
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	1.343.971,441	13,87
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	5.473.457,460	14,40
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	745.951,362	11,83
<b>Jumlah</b>	<b>2.460.047,5</b>	<b>-</b>	<b>6.120.414.925</b>	<b>-</b>	<b>31.474.741</b>	<b>-</b>

**LAMPIRAN 6**  
**ALOKASI BIAYA PEMASARAN**

Biaya Pemasaran pada Perusahaan Tekstil Kusumatex pada Tahun 2001 sebesar Rp 20.224.175

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x BP Alokasi Biaya Pemasaran	(6)=(5) : (2) Biaya Pemasaran Per meter
			Rp.	%		
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	6.261.404,58	7,60
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	5.389.742,638	7,27
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	1.296.369,618	10,90
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	2.416.788,913	10,25
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	863.572,273	8,91
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	3.516.948,033	9,25
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	479.312,948	7,60
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	20.224.175	-



**LAMPIRAN 7**  
**ALOKASI AKTIVA OPERASI**

Aktiva operasi Perusahaan Tekstil Kusumatex Tahun 2001 sebesar Rp. 5.178.873.950.

(1) Macam produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga jual per	(4)=(2)x (3) Jumlah nilai jual		(5)= % x B Alokasi Aktiva Operasi
			Rp.	%	
P56/50- 96	823.729,25	2.300	1.894.577.275	30,96	1.603.379.374,92
P56/46- 96	741.423,25	2.200	1.631.131.150	26,65	1.380.169.907,67
P64/64- 110	118.943	3.300	392.511.900	6,41	331.965.820,20
P64/54- 110	235.837,75	3.100	731.097.025	11,95	618.875.437,02
P56/46- 90	96.890,75	2.700	261.605.025	4,27	221.137.917,67
P56/50- 90	380.157	2.800	1.064.439.600	17,39	900.606.179,91
P56/46- 118	63.066,5	2.300	145.052.950	2,37	122.739.312,61
Jumlah	2.460.047,5	-	6.120.414.925	-	5.178.873.950



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama Lengkap : Adrianus Harianto Baru  
Tempat/ Tanggal Lahir : Waebuka 27 Mei 1979  
Alamat : Waebuka - Kelurahan Tenda – Kecamatan Langke  
Rembong – Manggarai - NTT  
Agama : Katholik  
Kewarganegaraan : Indonesia

### Pendidikan:

1. SDK Kumba I tahun 1986-1992
2. SMP Seminari Pius XII Kisol tahun 1992-1995
3. SMA Negeri I Ruteng tahun 1995-1998
4. Universitas Sanata Dharma Tahun 1998-2004

Yogyakarta, 7 Januari 2004

Penulis

Adrianus Harianto Baru