

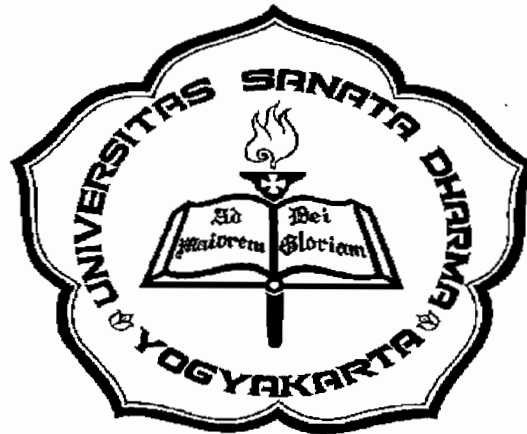
EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL
Studi Kasus pada PT. Pabrik Cambriks Primissima

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh:

Yulia Andriani

NIM : 992114086

NIRM : 990051121303120086



PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2005

SKRIPSI

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL Studi Kasus pada PT. Pabrik Cambriks Primissima

Disusun Oleh:

Yulia Andriani
992114086

Telah disetujui oleh :

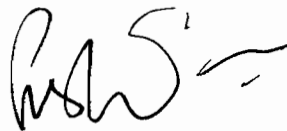
PEMBIMBING I



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

Tgl : 24 Februari 2005

PEMBIMBING II



(Lisia Apriani, S.E., M.si., Akt)

Tgl : 31 Maret 2005

SKRIPSI

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL

Studi Kasus pada PT. Pabrik Cambriks Primissima

Dipersiapkan dan ditulis oleh

Yulia Andriani

NIM : 992114086

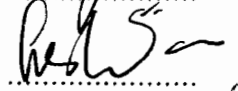
NIRM : 990051121303120086

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 20 April 2005

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Drs. Yusef Widya K., M.si., Akt	
Sekretaris	Fr. Reni Retno A, S.E., M.si., Akt	
Anggota	Drs. G. Anto Listianto, MSA., Akt	
Anggota	Lisia Apriani, S.E., M.si., Akt	
Anggota	Drs. Yusef Widya K., M.si., Akt	


Yogyakarta, 30 April 2005

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan,




Drs. Alex Kahu Lantum, M.S.

“Bintang Tak Selamanya Benderang Ditengah Malam

Ia Bisa Saja Muncul Menjelang Fajar Menyingsing”

Tak Ada Kata Terlambat, Sebelum Semua Benar-Benar Menjadi Nyata”

Tak semua dugaan bisa jadi kenyataan

Tak semua perkiraan sesuai harapan

Berhasil adalah Mulia

Tetapi

Gagal tidak tercela

(NN)

Kepersembahkan Untuk:

A. Yesus Kristus & Bunda Maria

A. Bapak & Ibu

A. Kakak & Adikku

A. Teman Hatiku

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, 30 April 2005

Penulis



Yulia Andriani

ABSTRAK
EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL
STUDI KASUS PADA PT. PRIMISSIMA MEDARI

Yulia Andriani
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2005

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penentuan harga jual yang dilakukan oleh PT. Primissima. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara dan dokumentasi.

Langkah-langkah yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada yaitu : 1) Mendeskripsikan perhitungan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan, 2) Mendeskripsikan penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*, 3) Mengidentifikasi persamaan dalam penentuan harga jual, 4) Mengidentifikasi perbedaan dalam penentuan harga jual.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan terdapat kesamaan dan perbedaan langkah-langkah dalam penentuan harga jual. Adapun persamaan langkah-langkah yang dilakukan : 1) Mengelompokkan biaya produksi dan biaya non produksi, 2) Menghitung biaya produksi dan biaya non produksi, 3) Menghitung laba yang diharapkan, 4) Menghitung harga jual produk per meter. Perbedaan harga jual diakibatkan karena : 1) Menurut perusahaan, biaya yang digunakan adalah biaya sesungguhnya sedang menurut metode *cost plus pricing* adalah taksiran biaya, 2) Perusahaan menetapkan mark up sama untuk setiap jenis produk dan rata-rata sama untuk setiap tahunnya, sedang metode *cost plus pricing* ditentukan dengan menjumlahkan laba yang diharapkan dengan biaya non produksi kemudian dibagi dengan biaya produksi dan laba yang diharapkan dihitung dengan persentase ROI dikalikan dengan aktiva masing-masing produk. Hal tersebut mengakibatkan perbedaan hasil antara harga jual menurut PT. Primissima dan metode *cost plus pricing*.

ABSTRACT
THE EVALUATION ON THE SELLING PRICE DETERMINATION
A STUDY CASE AT PT. PRIMISSIMA MEDARI

YULIA ANDRIANI
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2005

The purpose of this research was to understand the determination of the selling price carried out by PT. Primissima. The techniques used to collect the data were interview and documentation.

These are the steps used to answer the existing problems :

- 1) Describing the selling price calculation carried out by the company,
- 2) Describing the selling price determination according to cost plus pricing method
- 3) Identifying the similarities in making selling price determination
- 4) Identifying the differences in making the selling price determination.

According to the data analysis and discussion, these were several similarities and difference in the steps used in determination at the selling price. The similarities were found in: 1) Classifying the production and non production cost, 2) Calculating the production and non production cost, 3) Calculating the expected profit, and 4) Calculating the selling price of the product per meter.

The differences were : 1) According to the company, the cost used was the real cost, but according to the cost plus pricing method is used is the appraisal cost, 2) The company determines the same mark up for every kind of the products and it averages the same every year, where as the cost plus pricing method is determined by adding the expected profits and the non production cost. Then the result is divided by the production cost and the expected profits, which are calculated by the ROI percentage multiplied by the assets of each product. Based on the descriptions, these are the reason which cause the different result of the selling price between PT. Primissima and the cost plus pricing method.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kehadirat Tuhan YME atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Evaluasi Penentuan Harga Jual studi kasus pada PT. Pabrik Cambriks Primissima”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini, antara lain untuk:

1. Bapak Drs. G. Anto Listianto, MSA., Akt sebagai Pembimbing I yang telah dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Lisia Apriani, S.E sebagai Pembimbing II yang telah dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Ign. Kuntoro M, Akt yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak A. Diksa Kuntara, S.E yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen, serta seluruh karyawan dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

6. Bapak Ir. Made Rudy Yolianto, serta seluruh karyawan dan staf PT. Primissima yang telah memberikan kesempatan sehingga penulis dapat memperoleh data yang digunakan dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak Sugiyanto, S.T dan Ibu Suryati, S.Pd. Terima kasih atas pengorbanan, kesempatan, dana dan doa, sehingga aku bisa sampai dijenjang pendidikan ini.
8. Simbah putri, bu dhe, pak dhe, bu lik, om dan semua sepupuku, terima kasih atas semangat dan doanya.
9. Kakakku Ir. Heru Setiawan yang telah banyak berkorban baik dana dan waktu.
10. Adikku “Mark” yang rela mengalah atas banyak hal dan atas semua doa dan dukungannya. Jadikanlah belajar menjadi yang utama...!
11. Keluarga Ign. Gampamole atas keramahan dan perhatiannya.
12. R. Ardhiyanto Gampamole,S.E , atas kesabaran, waktu dan kesetiiaannya.
13. Ita & Krisno (siap-siap nikah neh,,!), Fajar: thanks abstraknya!, Hana, Atik, Angga, Mitha, Novi & juniornya, Meida, Christin, , Nana, Andar, Ratri Heni piton, Sronggot, Markus, Selpha atas pinjaman buku-bukunya, Sahabatku nan jauh disana (Desi, Sophie, Reni, Rini), Si Anak Hilang Elie: Hey, dimana kamu? Komunitas Sponsaxi. Makasih atas segala perhatian, semangat dan persahabatan yang begitu indah.
14. Romo Wiratno Pr, atas bantuan dan doanya, Mudika Lintas St. Agustinus. Jaga Kekompakan,,,!

15. Teman-teman Akuntansi angkatan '99 yang telah memberikan semangat dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Semua pihak yang belum penulis sebutkan satu persatu, terima kasih semuanya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, banyak terdapat kekurangan dan kelemahan baik mengenai mutu penulisan. Oleh karena itu penulis berterima kasih apabila ada saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca.

Penulis

Yulia Andriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II. LANDASAN TEORI	6
A. Harga Jual	6
1. Pengertian Harga Jual.....	6
2. Tujuan Penetapan Harga Jual	6



3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual	7
B. Biaya	9
C. Metode Pengumpulan Harga Pokok	10
1. Metode Harga Pokok Pesanan.....	10
2. Metode Harga Pokok Proses	11
D. Metode Penentuan Harga Pokok produksi.....	11
1. <i>Full Costing</i>	11
2. <i>Variable Costing</i>	12
E. Sistem Harga Pokok.....	12
1. Sistem Harga Pokok Sesungguhnya.....	12
2. Sistem Harga Pokok yang Ditentukan Di muka.....	13
F. Metode Penentuan Harga Jual	13
1. Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	13
2. Metode <i>Cost Type Contract</i>	17
3. Metode Harga Jual Pesanan Khusus.....	18
4. Metode Harga Jual yang Ditetapkan Di muka	18
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	20
A. Jenis Penelitian	20
B. Subyek dan Obyek Penelitian	20
C. Data yang Dicari	20
D. Teknik Pengumpulan Data.....	21
E. Teknik Analisis Data.....	21

BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	25
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	25
B. Lokasi Perusahaan	26
C. Struktur Organisasi	27
D. Proses Produksi	38
E. Pemasaran	42
BAB V. ANALISIS DATA.....	44
A. Deskripsi Data	44
B. Analisis Data.....	47
BAB VI. KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Keterbatasan Penelitian	57
C. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Biaya bahan baku untuk masing-masing produk	45
Tabel 5.2	Biaya tenaga kerja langsung untuk masing-masing produk.....	45
Tabel 5.3	Biaya overhead pabrik untuk masing-masing produk.....	46
Tabel 5.4	Biaya administrasi dan umum untuk masing-masing produk...	47
Tabel 5.5	Biaya penjualan untuk masing-masing produk.....	47
Tabel 5.6	Biaya produksi untuk masing-masing produk	49
Tabel 5.7	Taksiran biaya produksi untuk masing-masing produk	50
Tabel 5.8	Taksiran biaya non produksi untuk masing-masing produk	51
Tabel 5.9	Aktiva usaha masing-masing jenis produk	52
Tabel 5.10	Perbandingan harga jual per meter perusahaan dengan kajian teori	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Perusahaan adalah suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi untuk menyediakan barang atau jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan agar dapat memuaskan kebutuhan masyarakat (Murti Sumarni & John Soepriyanto: 1991). Perusahaan sebagai suatu kegiatan ekonomi mempunyai konsep dasar yaitu kelangsungan usaha (*going concern*). Konsep dasar tersebut mengasumsikan bahwa perusahaan tidak bermaksud atau berkeinginan untuk melikuidasi atau mengurangi secara material skala usahanya.

Perencanaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang bertujuan untuk menjaga agar kelangsungan usaha perusahaan tetap berlangsung. Perencanaan tentang harga jual produk merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen. Perusahaan harus dapat menentukan harga yang memungkinkan terjadinya penjualan yang maksimal, sehingga dapat memberikan *return on investment* yang tinggi bagi perusahaan. Pihak manajemen membutuhkan berbagai macam informasi dalam menentukan harga jual produknya. Informasi yang dibutuhkan adalah informasi biaya, informasi aktiva, dan informasi pendapatan. Informasi biaya adalah satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang

berpengaruh dalam penentuan harga jual. Biaya memberikan batas bawah suatu harga jual harus ditentukan.

PT. Primissima adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri tekstil. Proses produksi yang dilakukan oleh PT. Primissima adalah proses produksi yang bersifat terus menerus dan menghasilkan produk dalam jumlah besar, sehingga perusahaan menggunakan metode harga pokok proses. Metode harga pokok proses ini digunakan untuk mencari harga pokok produk dan pengumpulan biaya produksi. Biaya produksi tersebut nantinya akan mempunyai pengaruh yang besar pada penentuan harga jual produk. Kesalahan dalam penentuan harga jual akan mengakibatkan harga jual lebih tinggi atau lebih rendah dari yang sewajarnya.

Harga jual yang sewajarnya adalah harga jual yang harus dapat menutup biaya penuh dan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumberdaya untuk menghasilkan produk sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk.

Harga jual yang lebih rendah dari yang sewajarnya dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor pertama terjadi bila perusahaan lupa memasukkan seluruh biaya yang terjadi dalam proses produksi. Faktor kedua dapat terjadi jika perusahaan menetapkan laba yang tidak memadai dan tidak sepadan dengan investasi yang ditanamkan. Faktor lainnya yang berpengaruh ialah kesalahan dalam menetapkan metode alokasi biaya overhead pabrik dan kesalahan mengestimasi depresiasi aktiva tetap.

Harga jual yang terlalu tinggi dari yang sewajarnya dapat disebabkan karena kurang tepatnya pemilihan alokasi biaya overhead pabrik yang ditetapkan perusahaan. Kesalahan dalam mengestimasi depresiasi aktiva tetap pun mengakibatkan harga jual produk terlalu tinggi dari yang sewajarnya. Bila harga jual ditetapkan terlalu tinggi maka produk yang dihasilkan perusahaan kurang dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, karena konsumen cenderung akan membeli produk yang lebih murah dengan kualitas yang sama. Akibat lebih jauh yang dapat terjadi adalah tingkat penjualan di perusahaan semakin menurun yang akhirnya akan mengurangi laba perusahaan. Hal ini tentunya bertentangan dengan prinsip perusahaan untuk memperoleh laba yang maksimal.

Berdasarkan uraian diatas dan melihat pentingnya penentuan harga jual bagi kelangsungan hidup perusahaan mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“Evaluasi Penentuan Harga Jual – Studi Kasus pada PT. Primissima“**.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana metode penentuan harga jual menurut PT. PRIMISSIMA?

C. BATASAN MASALAH

Penulis hanya membatasi pada masalah pengevaluasian penentuan harga jual produk *grey* dengan jenis PS 225, PS 434 dan PS 450.

D. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan harga jual yang dilakukan PT. PRIMISSIMA.

E. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual produk yang dihasilkan.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pelengkap kepustakaan dalam menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan pengetahuan khususnya dalam menganalisa masalah penentuan harga jual.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi uraian teoritis dari hasil studi pustaka. Uraian ini akan digunakan sebagai landasan berpijak dalam pengolahan data.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini akan menguraikan mengenai gambaran umum perusahaan, struktur organisasi, personalia serta kepegawaian, proses produksi, saluran distribusi dan kebijakan promosi.

BAB V Deskripsi Data, Analisis data, dan Pembahasan

Bab ini akan menguraikan mengenai deskripsi data, analisis data dan pembahasan mengenai harga jual baik yang ditetapkan oleh perusahaan maupun harga jual berdasarkan kajian teori

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan hasil pembahasan keterbatasan penelitian dan saran-saran bagi perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. HARGA JUAL

1. Pengertian Harga Jual.

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli, atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono,1991:332). Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau masalah biaya masa depan (*future cost*).

Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya dan mendapatkan laba. Dalam penentuan harga, seorang menejer harus dapat menentukan secara tepat sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan sehingga dapat mempertahankan kontinuitas usaha perusahaan.

2. Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan penetapan harga jual diantaranya adalah (Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo,1994:148):

a. Mendapatkan laba maksimal

Harga dapat ditentukan oleh pembeli dan penjual sehingga penjual akan mempuntai harapan untuk mendapatkan laba yang diinginkan.

b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditanamkan

Pengembalin investasi tersebut berasal dari laba yang diperoleh perusahaan.

c. Mencegah atau mengurangi persaingan

Tujuan ini dapat dilakukan melalui kebijakan harga.

d. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

Memperbaiki *market share* hanya mungkin dilaksanakan bila mana kemampuan dan kapasitas perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan dibidang pemasaran dan keuangan. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan terbatas biasanya penentuan harga ditujukan untuk sekedar mempertahankan *market share*.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Ketelitian dan kecermatan manajemen dalam penentuan masalah harga jual sangat besar, karena dalam proses penentuan harga jual terdapat beberapa faktor yang saling berpengaruh dan berinteraksi terhadap harga jual. Faktor-faktor tersebut adalah (Basu Swasta dan Ibnu Sukotjo, 1992:184):

a. Keadaan perekonomian

Kondisi perekonomian akan sangat berpengaruh dalam penentuan harga jual suatu produk atau jasa. Perubahan perekonomian akan mengakibatkan perubahan pula pada tingkat harga.

b. Penawaran dan permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Semakin tinggi harga semakin sedikit jumlah unit produk yang ingin dibeli, sebaliknya semakin rendah harga semakin banyak jumlah unit produk yang ingin dibeli.

Penawaran adalah jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada tingkat harga tertentu, pada tingkat harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar. Sebaliknya pada tingkat harga yang rendah jumlah produk yang ditawarkan semakin sedikit.

c. Elastisitas permintaan

Elastisitas permintaan adalah reaksi atau kepekaan dari konsumen dan produsen atau derajat kepekaan relatif jumlah barang yang diminta akibat dari perubahan harga.

d. Biaya

Untuk menentukan harga atas suatu produk perlu dipertimbangkan pula biaya-biaya yang telah dikeluarkan, karena ini akan mempengaruhi laba yang diinginkan. Apabila perusahaan menetapkan harga jual lebih kecil dari biaya yang telah dikeluarkan maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Apabila perusahaan menetapkan harga jual lebih besar yang telah dikeluarkan maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan atau laba.

e. Persaingan.

Kebebasan penjual untuk menentukan harga, tergantung pada tipe pasar yang ada. Ada empat tipe pasar yang menyajikan tantangan penentu harga yang berbeda-beda:

1. Persaingan sempurna
2. Persaingan tidak sempurna
3. Oligopoli
4. Monopoli

f. Tujuan perusahaan

Penetapan harga sering kali dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai tersebut antara lain laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

g. Pengawasan pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

B. BIAYA

Biaya sebagai pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. (Mulyadi,1991:8).

Supriyono mendefinisikan biaya sebagai harga perolehan yang dikorbankan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. (Supriyono,RA,1983:16)

Pengertian lain tentang biaya yaitu kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa yang akan datang (Hansen & Mowen,1997:36).

Secara umum, pengertian tersebut terdapat unsur-unsur:

- a. Adanya pengorbanan sumber ekonomi yang dapat berupa kas atau setara kas dan atau berupa non kas (mis: biaya penyusutan)
- b. Dapat diukur dalam satuan uang/ setara moneter
- c. Merupakan kegiatan yang nantinya akan memberikan manfaat yakni untuk mencapai tujuan tertentu

C. METODE PENGUMPULAN HARGA POKOK

Secara ekstrim pola pengumpulan harga pokok dapat dikelompokkan menjadi dua metode (Supriyono,1992:36)

1. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Method*).

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya. Pengolahan produk akan dimulai setelah datangnya pesanan dari langganan atau pembeli melalui dokumen pesanan penjualan, yang memuat jenis dan jumlah produk yang dipesan, spesifikasi pesanan, tanggal pesanan diterima dan diserahkan. Tujuan produksi metode ini untuk melayani pesanan dan sifat produksinya terputus-putus, selesai diolah pesanan yang satu dilanjutkan pengolahan pesanan yang lainnya.

2. Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu,

misalnya bulan, triwulan, semester, tahun. Pada metode ini perusahaan menghasilkan produk yang homogen, bentuk produk bersifat standar, dan tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli. Tujuan produksi ini untuk mengisi persediaan yang selanjutnya akan dijual kepada pembeli, oleh karena itu sifat produk homogen dan bentuknya standar maka kegiatan produksi dapat dilaksanakan secara kontinyu atau terus menerus.

D. METODE PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*.

1. Full costing

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang mempertimbangkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Harga pokok produksi menurut *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini (Mulyadi, 1993:18-19):

Biaya bahan baku	Rp XXX
Biaya tenaga kerja langsung	Rp XXX
BOP variabel	Rp XXX
BOP tetap	Rp XXX +
Harga Pokok Produksi	Rp XXX

2. *Variable Costing*

Variable costing merupakan penentuan harga pokok produk yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel. Harga pokok produksi menurut *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini (Mulyadi, 1993:20-21):

Biaya bahan baku	RpXXX
Biaya tenaga kerja langsung	RpXXX
Biaya overhead pabrik variable	RpXXX +
Harga Pokok Produksi	RPXXX

E. SISTEM HARGA POKOK

Didalam pembebanan harga pokok kepada produk dapat digunakan system harga pokok sesungguhnya atau system harga pokok yang ditentukan dimuka. Untuk lebih jelasnya maka akan diuraikan dibawah ini (Supriyono, R.A, 1992:40):

a. Sistem Harga Pokok Sesungguhnya

Sistem harga pokok sesungguhnya adalah sistem pembebanan harga pokok kepada produk atau pesanan atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan harga pokok atau biaya yang sesungguhnya dinikmati. Pada sistem harga pokok produk, pesanan, atau jasa baru dapat dihitung pada akhir periode setelah biaya yang sesungguhnya dikumpulkan.

b. Sistem Harga Pokok yang Ditentukan Di Muka

Sistem harga pokok yang ditentukan dimuka adalah sistem pembebanan harga pokok kepada produk atau pesanan atau jasa yang dihasilkan sebesar harga pokok yang ditentukan di muka sebelum suatu produk atau pesanan atau jasa mulai dikerjakan.

F. METODE PENENTUAN HARGA JUAL

1. Metode Penentuan Harga Jual *Cost Plus Pricing*

Metode yang lazim untuk menentukan harga jual adalah metode *cost plus pricing*. *Cost plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

Harga Jual = Taksiran Biaya Penuh + Laba yang diharapkan

Dalam keadaan normal, ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan (Mulyadi, 1993:351):

1. Taksiran Biaya Penuh

Taksiran biaya penuh dapat dihitung menggunakan dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*

a. Pendekatan *full costing*

Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dapat dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya bahan baku	RpXXX
Biaya tenaga kerja langsung	RpXXX
Biaya overhead pabrik (variabel + tetap)	RpXXX+
Taksiran total biaya produksi	RpXXX
Biaya administrasi dan umum	RpXXX
Biaya pemasaran	RpXXX +
Taksiran total biaya komersial	RpXXX +
Taksiran biaya penuh	RpXXX

b. Pendekatan *Variable Costing*

Dalam pendekatan *variable costing*, taksiran biaya penuh yang digunakan sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya Variabel:

Biaya bahan baku	RpXXX
Biaya tenaga kerja langsung	RpXXX
Biaya overhead pabrik variabel	RpXXX +
Taksiran total biaya produksi variabel	RpXXX
Biaya administrasi dan umum variabel	RpXXX
Biaya pemasaran variabel	RpXXX +
Taksiran total biaya variabel	RpXXX

Biaya Tetap:

Biaya Overhead Pabrik Tetap	RpXXX
Biaya Administrasi dan Umum	RpXXX
Biaya Pemasaran Tetap	RpXXX +
Taksiran total biaya tetap	RpXXX +
Taksiran biaya penuh	RpXXX

2. Laba yang Diharapkan

Unsur kedua yang perlu diperhatikan dalam perhitungan harga jual adalah laba yang diharapkan, yang dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Hal yang perlu diperhitungkan dan dipertimbangkan dalam memperkirakan besarnya laba wajar yang diharapkan yaitu: *cost of capital*, resiko bisnis, dan besarnya *capital employed*.

a. *Cost of capital* (biaya investasi)

Merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan, yang besarnya dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

b. Resiko bisnis

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

c. Besarnya *capital employed*

Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa, akan mengakibatkan semakin besar pula yang diharapkan dalam perhitungan harga jual. Besarnya *capital employed* secara kasar dapat dilihat dari jumlah aktiva yang ada dalam

neraca awal tahun anggaran atau taksiran rata-rata total aktiva selama tahun anggaran.

3. Harga Jual Per unit

Biaya penuh masa yang akan datang baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing* dibagi menjadi dua bagian yaitu biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh volume produksi dan biaya penuh yang tidak dapat dipengaruhi oleh volume produksi. Biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produksi digunakan sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produksi ditambah pada laba yang diharapkan yang akan berpengaruh pada perhitungan persentase *markup*. Dengan demikian, target harga jual ditentukan sebesar biaya produksi ditambah dengan *markup* yang diinginkan. *Markup* yang ditambahkan tersebut digunakan untuk biaya non produksi dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan.

Bila diformulasikan harga jual per unit adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	RpXXX
Biaya tenaga kerja langsung	RpXXX
Biaya overhead pabrik tetap	RpXXX
Biaya overhead pabrik variabel	<u>RpXXX+</u>
Taksiran biaya produksi	RpXXX
<i>Markup</i> = y % x Harga Pokok Produksi	<u>RpXXX+</u>
Total harga jual	RpXXX
Vvolume produksi	<u>XXX</u> :
Harga jual per unit	RpXXX

Penentuan besarnya persentase *markup* dapat menggunakan pendekatan *return on investment* (ROI). *Markup* dengan menggunakan ROI menggambarkan biaya yang harus ditutup dan return atas investasi yang diinginkan.

Rumus persentase *markup* adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase } \textit{markup} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}}$$

2. Metode Penentuan Harga Jual *Cost Type Contract*

Cost type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa yang didasarkan pada total biaya sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut (Mulyadi,1993:364)

Dalam *cost type contract* harga jual yang dibebankan pada konsumen dihitung berdasarkan total biaya penuh sesungguhnya dikeluarkan untuk memproduksi ditambah laba yang diharapkan oleh produsen. Misalkan biaya penuh yang telah dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan proyek tersebut adalah (Mulyadi, 1992: 277):

Biaya langsung proyek	Rp XXX
Biaya tidak langsung proyek	Rp <u>XXX</u> +
Total biaya penuh proyek	Rp XXX

Harga jual yang dibebankan kepada pemilik proyek dalam *cost type contract* tersebut dihitung sebagai berikut:

Total biaya penuh proyek	RpXXX
Laba yang diharapkan	Rp <u>XXX</u> +
Harga jual yang dibebankan kepada pemilik proyek	Rp XXX

3. Metode Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Market*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran dapat ditutup oleh pesanan reguler, maka pesanan khusus dapat dibebaskan dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Dalam mempertimbangkan pesanan khusus, manajer penentu harga jual dapat menetapkan harga jual diatas biaya variabel, karena kontribusi yang dihasilkan dari pesanan khusus akan mengakibatkan kenaikan laba, asalkan manajer tersebut yakin bahwa pesanan yang reguler mampu menyerap seluruh biaya tetap (Mulyadi, 1992: 277).

4. Metode Penentuan Harga Jual yang diatur dengan Peraturan Pemerintah

Dalam perusahaan yang harga jual produk atau jasanya yang diatur dengan peraturan pemerintah, harga jual produk dan jasa ditentukan

berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

Perhitungan harga jual perunit dilakukan sebagai berikut (Mulyadi, 1992: 281):

Perhitungan *Mark up*

Persentase *Mark up* dihitung dengan rumus:

Taksiran biaya administrasi & umum	Rp XXX	
Taksiran biaya pemasaran	Rp XXX	
Laba yang diharapkan	Rp <u>XXX</u> +	
Jumlah		Rp XXX
Taksiran biaya produksi		Rp <u>XXX</u> :
Persentase <i>mark up</i> dari biaya produksi		XXX

Perhitungan harga jual per unit

Taksiran biaya produksi:

Biaya bahan baku	Rp XXX	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp XXX	
Biaya overhead pabrik (variabel dan tetap)	Rp <u>XXX</u> +	
Jumlah		Rp XXX
Persentase <i>Mark up</i> (% × Taksiran biaya produksi)		Rp <u>XXX</u> +
Total harga jual		Rp <u>XXX</u>
Volume produk		Rp XXX :
Harga jual per unit		Rp <u>XXX</u>

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan berupa studi kasus pada perusahaan PT. Primissima. Data yang diteliti diolah dan dievaluasi kemudian ditarik kesimpulan.

B. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian:

- a. Pimpinan perusahaan
- b. Kepala bagian akuntansi
- c. Kepala bagian produksi

2. Obyek Penelitian:

Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah prosedur penentuan harga jual pada PT. Primissima

C. Data Yang Dicari

1. Gambaran umum perusahaan
2. Biaya produksi dan biaya non produksi tahun 2001
3. Volume penjualan
4. Prosentase laba yang diharapkan perusahaan
5. Informasi lain yang relevan dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara.

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran umum perusahaan.

b. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melihat catatan-catatan yang ada diperusahaan serta menyalin hal-hal yang dipandang relevan.

E. Teknik Analisis Data

1. Mendeskripsikan penetapan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Mendeskripsikan penetapan harga jual berdasarkan kajian teori dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menghitung harga jual dengan metode *cost plus pricing*

1. Mengelompokkan taksiran biaya produksi dan non produksi
2. Menghitung total taksiran biaya produksi dan non produksi per jenis produk.
3. Menghitung besarnya laba yang diharapkan dengan rumus:

Laba yang diharapkan = Aktiva penuh x Tingkat pengembalian investasi

4. Menghitung prosentase markup dengan rumus sebagai berikut:

$$\% \text{ markup} = \frac{\text{Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan} + \text{biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}}$$

5. Menghitung harga jual produk per unit sebagai berikut

Biaya bahan baku	RpXXX
Biaya tenaga kerja langsung	RpXXX
Biaya overhead pabrik	<u>RpXXX +</u>

Total taksiran biaya produksi	RpXXX
$Mark-up = Y \% \times \text{harga pokok produksi}$	Rp <u>XXX</u> +
Total harga jual	RpXXX
Volume produksi	<u>RpXXX</u> :
Harga jual per unit	RpXXX

b. Menghitung harga jual dengan metode *cost type contract*

1. Menghitung total biaya dengan unsur-unsur

Biaya bahan baku	Rp XXX
Biaya tenaga kerja langsung	Rp XXX
Biaya overhead pabrik (variabel & tetap)	Rp <u>XXX</u> +
Total biaya produksi	Rp XXX
Biaya administrasi dan umum	Rp XXX
Biaya pemasaran	Rp <u>XXX</u> +
Total biaya non produksi	Rp <u>XXX</u> +
Total biaya penuh sesungguhnya	Rp XXX

2. Total biaya penuh sesungguhnya	Rp XXX
Laba yang diharapkan	Rp <u>XXX</u> +
Harga jual produk	Rp XXX
Volume produksi	<u>XXX</u> :
Harga jual per unit	RpXXX

c. Menghitung harga jual dengan Peraturan Pemerintah

1. Perhitungan *Mark up*

Persentase *mark up* dihitung dengan rumus:

Taksiran biaya administrasi dan umum	Rp XXX
Taksiran biaya pemasaran	Rp XXX
Laba yang diharapkan	Rp <u>XXX</u> +
Jumlah	Rp XXX
Taksiran biaya produksi	Rp <u>XXX</u> :
Persentase <i>mark up</i> dari biaya produksi	XXX

2. Perhitungan harga jual per unit

Taksiran biaya produksi:	
Biaya bahan baku	Rp XXX
Biaya tenaga kerja langsung	Rp XXX
Biaya overhead pabrik (variabel & tetap)	Rp <u>XXX</u> +
Taksiran biaya produksi	Rp XXX
<i>Mark up</i> (% dari taksiran biaya produksi)	Rp <u>XXX</u> +
Total harga jual	Rp XXX
Volume produk	<u>XXX</u> :
Harga jual produk per unit	Rp XXX

d. Menghitung harga jual dengan Metode Pesanan Khusus1. Perhitungan *Mark up*

Perhitungan *mark up* dihitung dengan rumus:

Biaya tetap	Rp XXX
Laba yang diharapkan	Rp <u>XXX</u> +
Jumlah	Rp XXX
Biaya variabel	Rp <u>XXX</u> :
Persentase <i>mark up</i>	XXX

2. Perhitungan Harga Jual

Biaya variabel	Rp XXX
<i>Mark up</i> (% × Biaya variabel)	Rp <u>XXX</u> +
Jumlah harga jual	Rp XXX
Volume produk	<u>XXX</u> :
Harga jual per unit	Rp XXX

3. Membandingkan metode harga jual yang ditentukan perusahaan, dengan metode harga jual menurut kajian teori
4. Mengidentifikasi kesamaan dalam penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan kajian teori.
5. Mengidentifikasi perbedaan dalam penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan kajian teori.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

Sejarah berdirinya PT. Primissima berawal dari adanya kekurangan bahan baku berupa kain mori yang semakin lama semakin digemari orang, baik didalam maupun diluar negeri. Untuk mencukupi kekurangan bahan baku yang berupa kain mori tersebut, maka pada tanggal 22 Juni 1971 berdasarkan akte notaris No. 31/1971 dikeluarkan oleh notaris R. Soerojo Wongsowidjojo, S.H., didirikan PT. Pabrik Cambriks Primissima yang disingkat PT. Primissima yang bergerak dalam bidang tekstil dengan produksinya kain mori yang belum diputihkan (*grey*).

PT. Primissima merupakan perusahaan Joint venture antara Pemerintah Republik Indonesia dengan Gabungan Koperasi Batik Indonesia (GKBI) dengan perbandingan saham 60:40.

Pabrik I diresmikan pada tanggal 2 Februari 1972 oleh Menteri Ekuin, yang pada waktu itu dijabat oleh Sri Sultan Hamengku Buwono IX. Bangunan pabrik I ini luasnya 9.600 m² dengan kapasitas pabrik sebesar 9.072 mata pinal dan 180 buah mesin tenun lengkap dengan mesin persiapan yang keseluruhannya didatangkan dari Eropa. Hasil produksi yang dapat dicapai pada saat ini sebesar 4.000.000 yard/ tahun dengan jumlah karyawan sebanyak 252 orang karyawan.



Dengan semakin meningkatnya jumlah permintaan, maka perusahaan merasa perlu untuk menambah kapasitas, sehingga PT. Primmisima mengadakan perluasan pabriknya. Perluasan pertama yang disebut pabrik II diresmikan pada tanggal 7 Agustus 1976 oleh mantan Presiden Soeharto, sedangkan perluasan kedua (Pabrik III) pada tanggal 29 Maret 1984 oleh Menteri Perindustrian Ir. Hartarto.

Pada pabrik II diadakan penambahan mesin pemintal sebanyak 11.088 mata pital dan 192 mata tenun, sedangkan pada pabrik III diadakan penambahan 16.128 mata pital dan mesin tenun 320 mata tenun. Perluasan pabrik ini ternyata memberikan hasil yang menguntungkan, yaitu perluasan pertama mampu meningkatkan produksi sebanyak 6.000.000 yard/tahun dengan penambahan jumlah karyawan sebanyak 1.182 orang karyawan.

B. Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan tekstil PT. Primmisima terletak di Jalan Magelang kurang lebih 15 km kearah utara kota Yogyakarta, di desa Medari, Kabupaten Sleman. Perusahaan ini terletak di atas tanah seluas 72.559,5 m², dengan luas bangunan gedung 33.326,2 m². Pemilihan lokasi ini, ternyata sangat menguntungkan karena terletak dipinggir jalan Yogyakarta – Semarang. Dari segi pemasaran PT. Primmisima dipandang strategis, karena berada di pusat produsen dan pengrajin batik Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Selain alasan di atas, pertimbangan lain dari pemilihan lokasi tersebut adalah:

1. Adanya tanah yang masih luas di daerah yang strategis, sehingga akan memudahkan bila akan diadakan perluasan pabrik.
2. Transportasi mudah dijangkau, sehingga akan memudahkan dalam pengangkutan suku cadang yang pada umumnya berasal dari luar negeri yang diturunkan dari pelabuhan Semarang.
3. Kebutuhan tenaga kerja yang mudah dicari di desa-desa sekitar pabrik.
4. Sarana-sarana lain seperti air, jasa komunikasi, bank dan sebagainya mudah didapatkan.

Keuntungan didirikannya PT. Primissima di daerah Medari tersebut dapat dikelompokkan ke dua segi, yaitu:

1. Segi Ekonomis

Mudah dijangkau untuk mendapatkan tenaga kerja yang berpotensi, cukup dekat dengan jalan raya, sehingga memudahkan pengangkutan terutama mengenai pengangkutan bahan baku dan barang jadi.

2. Segi Sosial

Masyarakat didekat lokasi pabrik sangat mendukung dengan didirikannya pabrik tekstil tersebut, karena taraf hidup masyarakat di sekitar pabrik menjadi sangat meningkat, hal ini disebabkan karena sebagian besar tenaga kerja berasal dari daerah sekitar lokasi perusahaan.

C. Struktur Organisasi

Organisasi PT. Primissima dipimpin oleh suatu dewan direksi yang diangkat oleh Rapat Umum Pemegang Saham yang dikukuhkan melalui Surat

Keterangan Menteri Keuangan Republik Indonesia. Dewan direksi ini terdiri dari :

1. Direktur Utama
2. Direktur Produksi
3. Direktur Keuangan dan Pemasaran
4. Direktur Administrasi dan Personalia

Tiap-tiap direktur tersebut membawahi departemen-departemen sesuai dengan fungsi, tugas, wewenang, tanggung jawab dan hubungan organisasional yang telah ditetapkan. Adapun tugas dari masing-masing bagian di atas adalah :

1. Direktur Utama

a. Fungsi pokok

Menetapkan kebijaksanaan umum perusahaan, mengatur dan mengarahkan kegiatan direktorat-direktorat dan pengendalian kegiatan pencapaian tujuan.

b. Tugas

- 1) Mengatur dan mengarahkan kegiatan direktorat-direktorat.
- 2) Mengendalikan kegiatan-kegiatan perusahaan.

c. Wewenang

Menetapkan kebijaksanaan umum perusahaan dalam kaitannya dengan penyusunan rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja perusahaan.

d. Tanggung jawab

- 1) Melaksanakan pengendalian mutu terpadu (PMT).
- 2) Penanggung jawab pelaksanaan pencapaian tujuan perusahaan.

e. Hubungan organisasional

Bawahan langsung : Direktur Administrasi dan Personalia, Direktur Produksi, Direktur Keuangan dan Pemasaran.

2. Direktur Produksi

a. Fungsi pokok

Menyusun kebijaksanaan umum di bidang produksi dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan.

b. Tugas

- 1) Mengkoordinasi kegiatan-kegiatan kesekretariatan yang meliputi pembuatan dan penerimaan surat-surat, pengadaan barang umum kebutuhan kantor, menyusun anggaran belanja kantor.
- 2) Menyelenggarakan notulen rapat dinas, menyimpan dokumen-dokumen kontrak asli .

c. Wewenang

Mengurusi hal-hal yang menyangkut pelayanan umum dan kerumahtanggaan kantor.

d. Tanggung jawab

Melaksanakan PMT pada bagian umum dan personalia.

e. Hubungan organisasional

- 1) Atasan langsung : Direktur Administrasi dan Personalia
- 2) Bawahan langsung : Kepala Bagian Tata Usaha, Kepala Bagian HUMAS, Sekretaris Direksi
- 3) Berkedudukan sama dengan kepala departemen lain.

3 Direktur Keuangan dan Pemasaran

a. Fungsi pokok

Menyusun kebijaksanaan umum bidang keuangan dan pemasaran dalam rangka mencapai tujuan perusahaan, seperti :

- 1) Menyusun RAPB perusahaan yang akan diajukan pada Rapat Umum Pemegang Saham berdasarkan rencana kerja yang telah ditetapkan oleh direksi.
- 2) Menyusun serta melaksanakan rencana-rencana dari penjualan tahunan.
- 3) Melaksanakan pengadaan barang-barang umum atas permintaan direktorat-direktorat lain.
- 4) Menetapkan pedoman-pedoman dalam kebijaksanaan dalam pengadaan serta pengendalian pelaksanaannya.

b. Wewenang

- 1) Menetapkan serta mengelola sistem administrasi keuangan perusahaan.
- 2) Mengelola perbendaharaan perusahaan.
- 3) Mengatur penyediaan dan penggunaan dana.

- 4) Menetapkan pedoman dan kebijaksanaan penjualan hasil produksi.
- 5) Mengelola kegiatan penyelenggaraan riset dan promosi.
- 6) Membina sistem administrasi dan pengadaan tanggung jawab.

c. Hubungan organisasional

- 1) Berhubungan dengan pihak luar, baik instansi pemerintah, swasta dan asing dalam kaitannya dengan kegiatan keuangan dan pemasaran.
- 2) Mengkoordinasi kepala-kepala departemen dalam lingkungan direktorat.
- 3) Bersama-sama dengan direktur utama dan direktur-direktur lainnya dan menentukan kebijaksanaan umum perusahaan.

4. Direktur Administrasi dan Personalia

a. Fungsi pokok

Menyusun kebijaksanaan umum sistem organisasi, pembebanan personalia dan manajemen dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

b. Tugas

- 1) Mengelola sistem administrasi dan menguasai serta mengamankan kekayaan milik perusahaan.
- 2) Mengelola sistem personalia dan organisasi perusahaan.

c. Wewenang

- 1) Atasan langsung : Direktur Utama
- 2) Bawahan langsung : Kepala Bagian Sekretaris serta Kepala Bagian Personalia.

- 3) Berkedudukan sama dengan Direktur Produksi serta Direktur Keuangan dan Pemasaran
5. Kepala Departemen dan Personalia
- a. Fungsi pokok
Mengelola perusahaan secara efisien sesuai dengan perusahaan.
 - b. Tugas
 - 1) Menyusun rencana kebutuhan personalia perusahaan.
 - 2) Mengelola sistem penggajian dan jaminan sosial karyawan.
 - 3) Mengatur kerja serta mengurus mutasi, promosi, demosi dan penilaian *konduite* untuk karyawan bagian personalia.
 - c. Wewenang
 - 1) Melakukan analisis secara berkala atas perkembangan bidang personalia.
 - 2) Merencanakan program pendidikan dan latihan karyawan baik di dalam maupun di luar negeri.
 - d. Tanggung jawab
 - 1) Menyelenggarakan pembinaan dan perburuhan.
 - 2) Mengatur pembinaan karyawan dibidang kesehatan, pembinaan mental.
 - e. Hubungan organisasional
 - 1) Atasan langsung : Direktur Administrasi dan Personalia
 - 2) Bawahan langsung : Kepala Bagian Kesejahteraan, Kepala Bagian Kepegawaian, Kepala Urusan DIKLAT.

6. Kepala Departemen Pemintalan (*spinning*)

a. Fungsi pokok

Melaksanakan dan mengamankan kebijaksanaan umum perusahaan dalam memproduksi benang secara efisien.

b. Tugas

- 1) Mengatur dan merawat semua alat kerja yang ada di bagiannya.
- 2) Membantu pengadaan akan kebutuhan tenaga kerja, bahan baku, mesin-mesin dan alat produksi.

c. Wewenang

Mengadakan hubungan dengan kepala departemen lainnya di dalam lingkungan perusahaan demi lancarnya produksi.

d. Tanggung jawab

Melaksanakan PMT di departemen pemintalan.

e. Hubungan organisasional

- 1) Atasan langsung : Kepala Devisai pabrik
- 2) Bawahan langsung : Kepala Bagian Pemintalan (I, II, III) dan Kepala Bagian *Maintenance Spinning*.

7. Kepala Departemen Pertenunan (*weaving*)

a. Fungsi pokok

Melaksanakan dan mengamankan kebijaksanaan umum perusahaan dalam memproduksi kain *grey* secara efisien.

b. Tugas

- 1). Melaksanakan produksi dari tiap-tiap macam produksi dengan menyelesaikan rencana yang disusun oleh Direktorat Keuangan dan Pemasaran.
- 2). Menentukan alokasi mesin untuk macam-macam produksi.
- 3). Membuat percobaan produksi baru yang sekiranya akan laku di pasaran.
- 4). Menghitung kebutuhan benang baik nomornya maupun beratnya.
- 5). Menentukan *cutting* (pos).

c. Wewenang

Mengkoordinir semua aktivitas departemen.

d. Tanggung jawab

Melaksanakan PMT di departemen lainnya di dalam perusahaan.

e. Hubungan organisasional

- 1). Atasan langsung : Kepala Divisi Pabrik.
- 2). Bawahan langsung : Kepala Bagian Mesin, Kepala Bagian Listrik, Pengawasan Bangunan.

8. Kepala Departemen Teknik Umum

a. Fungsi pokok

Merencanakan dan mengawasi pelaksanaan *maintenance*, *overhead*, rehabilitas, pemasangan baru dalam rangka pelaksanaan kebijaksanaan umum direksi.

b. Tugas

- 1). Mengawasi kegiatan mesin-mesin, reparasi listrik untuk mencapai hasil yang maksimal.
- 2). Menyelenggarakan kebutuhan suku cadang dan alat-alat proses produksi.
- 3). Perawatan, perbaikan dan penyempurnaan bangunan.

c. Wewenang

Mengadakan hubungan dengan kepala departemen lainnya di dalam perusahaan.

d. Tanggung jawab

Melaksanakan PMT di departemen teknik umum.

e. Hubungan organisasional

- 1). Atasan langsung : Kepala Devisi Pabrik
- 2). Bawahan langsung : Kepala Bagian Mesin, Kepala Bagian Listrik, Pengawasan Bangunan.

9. Kepala Departemen Tenaga Keuangan

a. Fungsi pokok

Menyelenggarakan kebijaksanaan pokok Direksi (Direktur Keuangan dan Pemasaran) didalam pengelolaan bagian keuangan dan akuntansi perusahaan.

b. Tugas

- 1) Menyusun dan melaporkan posisi keuangan perusahaan secara berkala.

2) Menyusun administrasi dan investasi kekayaan perusahaan yang berupa aktiva dan pasiva perusahaan.

c. Wewenang

Melakukan kegiatan-kegiatan transaksi perusahaan dan menyusun administrasinya, termasuk kelengkapan dokumennya.

d. Tanggung jawab

Melaksanakan PMT di Departemen Keuangan.

e. Hubungan organisasional

1) Atasan langsung : Direktur Keuangan dan Pemasaran

2) Bawahan langsung : Bagian Akuntansi dan Keuangan.

10. Kepala Departemen Pemasaran

a. Fungsi pokok

Mengelola hasil produk dalam rangka pelaksanaan kebijaksanaan umum direksi (Direktur Keuangan dan Pemasaran).

b. Tugas

Mengelola penjualan barang yang meliputi hasil produksi perusahaan, *wastee*, barang bekas yang tidak terpakai, dan meneliti sah dan lengkap atau tidaknya jaminan surat berharga sehubungan dengan penjualan kredit.

c. Wewenang

Mengelola penelitian pasar dan promosi.

d. Tanggung jawab

Melakukan analisa secara berkala atas pelaksanaan tugasnya di bidang penjualan dan pengadaan barang.

e. Hubungan organisasional

- 1) Atasan langsung : Direktur Pemasaran dan Keuangan
- 2) Bawahan langsung : Kepala Bagian Perniagaan.

11. Kepala Biro Pengendalian Intern

a. Fungsi pokok

Melakukan pengawasan *intern* dalam rangka mengamankan kebijaksanaan umum Direksi berdasarkan standar-standar, penaksiran-penaksiran tentang saran-saran kualitas, prosedur dan lain-lain.

b. Tugas

- 1) Mengkoordinir kepala-kepala bagian dalam pelaksanaan *intern*
- 2) Mengadakan analisa atau evaluasi perusahaan di segala aspek kegiatan bulanan, triwulan, semester maupun tahunan.

c. Wewenang

- 1) Memberikan input berupa informasi mengenai hasil pengawasan intern kepada Direktur Utama.
- 2) Membina disiplin kerja agar tugas-tugas departemen dapat dilaksanakan secara efisien.

d. Tanggung jawab

Melaksanakan PMT di Biro Pengendalian dan mengawasi PMT di seluruh bagian perusahaan. Pengawasan *intern* dilakukan di segala

bidang meliputi bidang operasional, akuntansi, organisasi, serta komputerisasi.

e. Hubungan organisasional

- 1). Atasan langsung : Direktur Utama.
- 2). Bawahan langsung : Kepala Bagian Pengawasan Operasional dan Produksi, Kepala Bagian Akuntansi dan Perlindungan Kekayaan Perusahaan.

D. Proses Produksi

Proses produksi PT. Primissima bersiat *continue*, karena bahan baku mengalir secara berturut-turut melalui beberapa tahap proses produksi. Dalam menghasilkan produk akhir bahan baku diolah melalui dua departemen, yaitu departemen pertenunan (*weaving*) dan departemen permintalan (*spinning*)

1. Departemen Pemintalan

Pada departemen permintalan proses produksi melalui tahap sebagai berikut :

a. Bagian persiapan

1) Proses *Blowing*

Proses ini menyiapkan kapas agar dapat dipintal. Pada proses ini terdapat tiga kegiatan pokok, yaitu :

- a) *Opening*, yaitu membuka kapas yang masih berbentuk padat agar mudah diurai.
- b) *Mixing*, yaitu proses pencampuran berbagai jenis kapas.

c) *Cleaning*, yaitu membersihkan kotoran-kotoran yang menempel pada kapas.

Mesin-mesin yang digunakan dalam proses *blowing* adalah *Ball opener*, *Waster opene*, *Monocylinder Automixer* dan *ERM cleaner*.

2). Proses *Carding*.

Pada bagian ini digunakan mesin-mesin :

- a) *Flock Feeder*, berfungsi untuk membersihkan kotoran-kotoran yang masih melekat pada kapas, oleh alat semacam silinder yang berpaku.
- b) Mesin *carding*, berfungsi untuk memisahkan serta individu kepada bentuk-bentuk jaringan serat panjang, serta membentuk serat tersebut menjadi *draftable sliver* (sumbu panjang)

3). Proses *Combing*

Proses ini membuat kapas menjadi bentuk *sliver combing*, dengan menggunakan mesin-mesin :

a) *Pre Drawing*

Mesin ini berfungsi untuk membuat sejajar dan meratakan serat-serat kapas dengan tarikan-tarikan rol. Rol pertama berjalan lambat, rol yang kedua berjalan agak cepat dan rol yang ketiga berjalan begitu cepat dan seterusnya.

b). *Sliver Lap*

Berfungsi untuk membuat jajaran *sliver* untuk memberikan umpan kepada mesin *Combe*.

c). *Comber*

Berfungsi untuk menyisir, memisahkan serat yang panjang dengan serat yang pendek, menghilangkan kotoran, mensejajarkan serat-serat membentuk menjadi *sliver combing*.

4). Proses *Drawing*

Yaitu proses pensejajaran serat, merangkap *sliver* hasil mesin *comber* menjadi delapan rangkap. Dari ini akan didapat *sliver drawing*.

5). Proses *Roving Frame*

Yaitu proses pengecilan *sliver* hasil dari mesin *drawing* sehingga bentuk *roving*, selain itu pada proses ini terjadi pemberian *twist* agar *roving* tidak mudah putus.

6). Proses *Ring Spinning*

Pada Proses ini meruakan proses pengecilan *roving* melalui tiga peregang, pemberian *twist*, serta memulai proses pemintalan *roving* menjadi benang dengan kelipatan sebesar 33,3333 kali (satu meter *roving* menjadi 33,3333 meter benang).

2. Departemen Pertenunan

Pada departemen pertenunan (*weaving*) proses produksinya dibagi menjadi tiga tahap proses, yaitu :

a. Bagian persiapan pertenunan

Bagian ini bertugas menyiapkan benang dari hasil pemintalan menjadi benang (melintang) dan lusi (membujur).

1). Mesin kelos

Berfungsi memindahkan benang dari 11 (sebelas) buah bobbin (golongan benang) menjadi sebah kelos yang panjangnya 106 ribu yard dengan berat 1 (satu) kilogram netto.

2). Mesin palet

Berfungsi mengubah benang kelos menjadi benang palet.

3). Mesin warper (hani)

Mengubah benang-benang kelos menjadi benang lusi yang digulung dalam sebuah boom yang panjangnya lebih kurang 52.000 yard.

4). Mesin kanji

Berfungsi untuk menambah kekuatan benang agar benang tahan gesekan sewaktu ditenun dan bulu-bulu pada benang tidak mudah keluar.

5). Mesin cucuk

Berfungsi memasukkan benang keketang, gun dan sisir mesin yang berfungsi sebagai perantara sebelum masuk mesin pertenenan.

b. Bagian pertenenan

Adalah bagian yang bertugas menenun benang pakan dan benang lusi hingga menghasilkan kain grey (mori yang belum diputihkan).

c. *Bagian grey finishing*

Bertugas mencukur bulu-bulu yang ada pada *grey* serta mengadakan reparasi terhadap cacat yang ada. Pada bagian ini mesin yang digunakan adalah mesin cukur dan mesin *infacting folding*.

E. Pemasaran.

Dalam memasarkan hasil produksinya PT. Primissima mengutamakan penjualan kepada koperasi-koperasi primer anggota GKBI. Selain itu juga dilakukan penjualan langsung kepada pabrik-pabrik *printing* dan pengrajin batik. Selain memasarkan produksinya di dalam negeri, PT. Primissima mulai bulan Oktober 1986 memperluas daerah pemasarannya ke luar negeri. Pertama kali mengekspor produknya ke Inggris selanjutnya meluas ke Irlandia, Denmark, Amerika Serikat, Jepang, Prancis, Thailand, Italia, Korea.

Persaingan yang ketat dalam pemasaran hasil tekstil merupakan suatu permasalahan bagi perusahaan. Disamping itu dengan adanya proyeksi dan pembatasan kuota yang diterapkan di negara yang bersangkutan serta persyaratan yang cukup ketat dari negara pengimpor dalam penjualan ekspor, juga merupakan salah satu kendala yang harus dihadapi perusahaan.

Untuk persaingan di dalam negeri, bagi perusahaan tidak begitu menjadi masalah karena pabrik ini masih dalam naungan GKBI. Beberapa upaya yang dilakukan perusahaan dalam usahanya mengatasi masalah pemasaran hasil produksi di dalam negeri antara lain dengan jalan :

1. Mencari pembeli baru baik melalui pemasaran bersama grup GKBI maupun penjualan secara langsung. Untuk pengusaha-pengusaha kecil diusahakan persyaratan penjualan yang lebih luwes.
2. Penjajakan dalam rangka mencari kemungkinan pemasaran tekstil ke luar negeri.
3. Mengadakan pembinaan terhadap industri dan pengusaha kecil terutama dari anggota koperasi primer GKBI.
4. Meningkatkan kualitas hasil produksi agar semakin dapat memenuhi persyaratan kualitas ekspor.
5. Meningkatkan koordinasi antara departemen pemasaran dan departemen produksi, sehingga barang-barang yang diproduksi benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dari permintaan pasar serta menghindari penumpukan persediaan barang.
6. Mengadakan pendekatan dan memupuk hubungan yang baik dengan para pelanggan. Semua ini dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memperkokoh kedudukannya di pasar, terutama dalam priode jangka panjang.

BAB V

ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Biaya merupakan faktor yang penting dalam penentuan harga jual karena biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual ditentukan. Biaya-biaya yang dimaksud ialah biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya non produksi terdiri dari biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum. Biaya-biaya yang diakui oleh PT Primissima dalam penentuan harga produknya terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum. Dalam pembahasan ini penulis meneliti produk *grey* dengan jenis PS 225, PS 434 dan PS 450.

Berikut akan diuraikan mengenai biaya-biaya tersebut diatas:

1. Biaya Produksi

Biaya produksi ialah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya produksi dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku ialah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai dalam pengolahan produk. Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi adalah benang 40^s CDI. Biaya bahan baku yang terjadi

selama tahun 2001 untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

Tabel V.1
Biaya bahan baku
untuk masing-masing produk

Jenis Produk	Biaya Bahan Baku
PS 225	Rp 1.635.845.026
PS 434	Rp 2.348.205.583
PS 450	Rp 1.699.062.785

Sumber: PT. Primissima

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung (BTKL) ialah balas jasa yang diberikan kepada semua karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Biaya tenaga kerja langsung selama tahun 2001 untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

Tabel V.2
Biaya tenaga kerja langsung
untuk masing-masing produk

Jenis Produk	BTKL
PS 225	Rp 156.266.620
PS 434	Rp 183.143.320
PS 450	Rp 133.154.240

Sumber: PT. Primissima

c. Biaya *Overhead* Pabrik (BOP)

Istilah BOP yang digunakan oleh PT. Primissima ialah biaya produksi tak langsung, namun mempunyai arti dan maksud yang sama. BOP ialah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (BTKL). BOP selama tahun 2001 untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

Tabel V.3
Biaya *overhead* pabrik
untuk masing-masing produk.

Jenis Produk	BOP
PS 225	Rp 493.508.350
PS 434	Rp 578.388.140
PS 450	Rp 420.516.740

Sumber: PT. Primissima

2. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi ialah semua biaya yang tidak berhubungan dengan fungsi produksi atau pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Adapun biaya-biaya tersebut adalah

a. Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum. Biaya ini terjadi dalam rangka penentuan kebijakan, pengarahan dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan oleh PT. Primissima pada tahun 2001 untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

Tabel V.4
Biaya administrasi dan umum
untuk masing masing produk

Jenis Produk	Biaya administrasi dan umum
PS 225	Rp 67.942.009
PS 434	Rp 79.627.530
PS 450	Rp 57.893.148

Sumber: PT. Primissima

b. Biaya Penjualan

Biaya penjualan adalah biaya yang terjadi dalam rangka penjualan produk selesai sampai pengumpulan piutang kas. Biaya penjualan yang dikeluarkan oleh PT. Primissima pada tahun 2001 untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

Tabel V. 5
Biaya penjualan
untuk masing-masing produk

Jenis Produk	Biaya Penjualan
PS 225	Rp 144.869.881
PS 434	Rp 101.023.066
PS 450	Rp 156.528.699

Sumber: PT. Primissima

B. Analisis Data

Analisis data ini bertujuan untuk menunjukkan penentuan harga jual pada PT. Primissima dengan menggunakan data biaya tahun 2001. Metode yang digunakan PT. Primissima dalam penentuan harga jual nya ialah dengan menambahkan biaya penuh (biaya produksi dan non produksi) dengan laba yang diharapkan. Besarnya laba yang diharapkan untuk tiap-tiap jenis produk yang

dihasilkan perusahaan sama besarnya. Adapun laba yang diharapkan ialah 20% dari biaya penuhnya (biaya produksi dan biaya non produksi).

1. Mendeskripsikan harga jual menurut perusahaan

Perusahaan menetapkan harga jual produknya dengan cara menambahkan biaya penuh dengan laba yang diharapkan. Adapun biaya-biaya yang terjadi selama tahun 2001 adalah sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya yang timbul karena pemakaian bahan. Bahan yang digunakan dalam proses produksi *grey* adalah benang 40^sCDI.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL)

BTKL ialah biaya yang timbul karena pemakaian tenaga kerja yang dipergunakan untuk mengolah bahan menjadi produk jadi. Biaya ini merupakan gaji dan upah yang diberikan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan barang.

c. Biaya *Overhead* Pabrik (BOP)

Istilah BOP yang digunakan oleh PT. Primissima ialah biaya produksi tidak langsung, namun mempunyai arti dan maksud yang sama dengan BOP. BOP ialah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung (BTKL). Biaya ini timbul karena pemakaian fasilitas untuk mengolah barang berupa mesin, alat-alat, tempat kerja dan kemudahan lainnya.

Penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan ialah dengan menambah biaya produksi dengan laba yang diharapkan. dengan laba yang diharapkan. Berikut ialah jumlah biaya produksi tahun 2001:

Tabel V.6
Biaya produksi
untuk masing-masing produk

Jenis produk	Biaya bahan baku	Biaya tenaga kerja langsung	Biaya overhead pabrik	Jumlah biaya produksi
PS 225	Rp 1.635.845.026	Rp 156.266.620	Rp 493.508.350	Rp 2.285.619.996
PS 434	Rp 2.348.205.583	Rp 183.143.320	Rp 578.388.140	Rp 3.109.737.043
PS 450	Rp 1.699.062.785	Rp 133.154.240	Rp 420.516.740	Rp 2.252.733.765

Harga jual perusahaan untuk tiap-tiap produk dapat dihitung sebagai berikut:

PS 225 :

Biaya produksi	Rp 2.285.619.996
Laba yang diharapkan (20%)	<u>Rp 457.123.999+</u>
Jumlah harga jual	Rp 2.742.743.995
Volume produksi	<u>637.636,8 :</u>
Harga jual per meter	Rp 4.301,42

PS 434 :

Biaya produksi	Rp 3.109.737.043
Laba yang diharapkan (20%)	<u>Rp 621.947.409 +</u>
Jumlah harga jual	Rp 3.731.684.452
Volume produksi	<u>726.517,2 :</u>
Harga jual per meter	Rp 5.136,40

PS 450 :

Biaya produksi	Rp 2.252.733.765
Laba yang diharapkan (20%)	<u>Rp 450.546.753+</u>
Jumlah harga jual	Rp 2.703.280.518
Volume produksi	<u>475.392 :</u>
Harga jual per meter	Rp 5.686,42

2. Penentuan Harga Jual Berdasarkan Metode *Cost Plus Pricing*

a. Mengelompokkan biaya produksi dan biaya non produksi

Komponen biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Sedangkan biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi. Adapun biaya-biaya tersebut adalah biaya administrasi dan umum dan biaya penjualan.

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

1) Biaya produksi

Biaya produksi yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai.

Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Tabel V.7
Taksiran biaya produksi
untuk masing-masing produk

Jenis produk	Biaya bahan baku	Biaya tenaga kerja langsung	Biaya overhead pabrik	Jumlah biaya produksi
PS 225	Rp 1.616.214.886	Rp 154.391.421	Rp 487.586.249	Rp 2.258.192.556
PS 434	Rp 2.320.027.116	Rp 180.945.600	Rp 571.447.482	Rp 3.072.420.198
PS 450	Rp 1.678.674.032	Rp 131.556.389	Rp 415.470.539	Rp 2.225.700.960

2). Biaya non produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan langsung dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya non produksi terdiri dari biaya administrasi dan umum dan biaya penjualan.



Tabel V.8
Taksiran biaya non produksi
untuk masing-masing produk

Jenis produk	Biaya administrasi dan umum	Biaya penjualan	Jumlah biaya non produksi
PS 225	Rp 71.354.621	Rp 68.238.699	Rp 139.593.320
PS 434	Rp 83.627.087	Rp 79.975.248	Rp 163.602.335
PS 450	Rp 60.801.023	Rp 68.238.699	Rp 118.946.979

c. Menghitung besarnya laba yang diharapkan.

Besarnya laba yang diharapkan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

Tingkat Pengembalian Investasi x Aktiva Penuh

Sebelum menghitung laba yang diharapkan terlebih dahulu harus diketahui pengembalian investasi (ROI). Untuk menghitung besarnya ROI digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba bersih operasional}}{\text{Aktiva bersih}} \times 100\%$$

Laba bersih operasional ialah laba bersih sebelum dikurangi dengan pajak, sedangkan yang dimaksud dengan aktiva bersih ialah jumlah total aktiva setelah dikurangi dengan depresiasi. Besarnya laba bersih operasional selama tahun 2001 ialah Rp 14.422.839.418,02 dan besarnya aktiva bersih ialah Rp 96.675.009.239,30. Maka besarnya ROI adalah sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Rp } 14.422.839.418,02}{\text{Rp } 96.675.009.239,30} \times 100\%$$

$$= 15\%$$

Selain mengetahui besarnya tingkat pengembalian investasi (ROI) sebesar 15%, kita juga harus mengetahui besarnya aktiva usaha untuk masing-masing produk. Besarnya aktiva usaha yang diperkirakan adalah sebagai berikut:

Tabel V.9
Aktiva Usaha
masing-masing jenis produk

Jenis Produk	Aktiva Usaha
PS 225	Rp 773.400.074
PS 434	Rp 986.521.388
PS 450	Rp 805.625.077

Sumber: PT. Primissima

Setelah mengetahui besarnya tingkat pengembalian investasi dan besarnya aktiva untuk masing-masing produk maka besarnya laba yang diharapkan adalah sebagai berikut:

Laba yang diharapkan untuk PS 225:

$$\text{Laba yang diharapkan} = 15\% \times \text{Rp } 773.400.074 = \text{Rp } 116.010.011$$

Laba yang diharapkan untuk PS 434 :

$$\text{Laba yang diharapkan} = 15\% \times \text{Rp } 986.521.388 = \text{Rp } 147.978.208$$

Laba yang diharapkan untuk PS 450 :

$$\text{Laba yang diharapkan} = 15\% \times \text{Rp } 805.625.077 = \text{Rp } 120.843.762$$

d. Menghitung besarnya prosentase *mark up* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Prosentase } \textit{mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}}$$

Prosentase *mark up* untuk PS 225 :

$$\begin{aligned} \text{Prosentase } \textit{mark up} &= \frac{\text{Rp } 116.010.011 + \text{Rp } 139.593.320}{\text{Rp } 2.258.192.556} \times 100\% \\ &= 11,32\% \end{aligned}$$

Prosentase *mark up* untuk PS 434 :

$$\begin{aligned} \text{Prosentase } \textit{mark up} &= \frac{\text{Rp } 147.978.208 + \text{Rp } 163.602.335}{\text{Rp } 3.072.420.198} \times 100\% \\ &= 10,15\% \end{aligned}$$

Prosentase *mark up* untuk PS 450 :

$$\begin{aligned} \text{Prosentase } \textit{mark up} &= \frac{\text{Rp } 120.843.762 + \text{Rp } 118.946.979}{\text{Rp } 2.225.700.960} \times 100\% \\ &= 10,77\% \end{aligned}$$

- e. Menentukan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Harga jual produk dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

PS 225

Biaya produksi	Rp 2.258.192.556
<i>Mark up</i> (11,32%)	<u>Rp 255.627.397+</u>
Jumlah harga jual	Rp 2.513.819.953
Volume produksi	<u>637.636,8 :</u>
Harga jual per meter	Rp 3.942,40

PS 434

Biaya produksi	Rp 3.072.420.198
<i>Mark up</i> (10,15%)	<u>Rp 311.850.650 +</u>
Jumlah harga jual	Rp 3.384.270.848
Volume produksi	<u>726.517,2 :</u>
Harga jual per meter	Rp 4.658,21

PS 450	
Biaya produksi	Rp 2.225.700.960
<i>Mark up</i> (10,77%)	<u>Rp 239.707.993+</u>
Jumlah harga jual	Rp 2.465.408.953
Volume produksi	<u>475.392:</u>
Harga jual per meter	Rp 5.186,05

f. Membandingkan hasil perhitungan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan metode harga jual dengan kajian teori

Tabel V.10
Perbandingan harga jual per meter
Perusahaan dngan kajian teori

Jenis produk	Menurut perusahaan	Menurut teori	Selisih
PS 225	Rp 4.301,42	Rp 3.942,40	Rp 359,02
PS 434	Rp 5.136,40	Rp 4.658,21	Rp 478,19
PS 450	Rp 5.686,42	Rp 5.186,05	Rp 500,37

3. Mengidentifikasi Persamaan Dalam Penentuan Harga Jual.

a. Pengelompokan Biaya

Pengelompokan biaya untuk setiap penentuan harga jual menurut perusahaan dan kajian teori sama yaitu berdasarkan biaya produksi dan biaya non produksi.

b. Volume Produksi

Volume produksi untuk setiap penentuan harga jual menurut perusahaan dan kajian teori sama yaitu berdasarkan jumlah unit yang diproduksi untuk masing-masing produk dalam satu tahun.

4. Mengidentifikasi Perbedaan dalam Penentuan Harga Jual

a. Penentuan *Mark up*

Menurut perusahaan *mark up* ditentukan sama untuk setiap produk yaitu sebesar 20% dari total biaya penuh, sedangkan menurut kajian teori *mark up*

dihitung dengan suatu rumus yaitu menjumlahkan laba yang diharapkan dengan biaya produksi kemudian dibagi dengan biaya non produksi, dan laba yang diharapkan dihitung dari prosentase ROI dikalikan dengan sejumlah aktiva.

b. Harga Jual

Menurut perusahaan harga jual ditentukan dengan menambahkan laba yang diharapkan sebesar 20% untuk masing-masing produk kemudian dibagi dengan volume produksi, sedangkan menurut kajian teori harga jual ditentukan dengan menambah mark up pada biaya produksi. *Mark up* yang ditambahkan berbeda untuk setiap produk.

BAB VI

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* adalah dengan cara menambah laba yang diharapkan dengan taksiran biaya penuh. Terdapat persamaan prosedur penentuan harga jual yang dilakukan oleh PT. Primissima dengan metode *cost plus pricing*.

Adapun persamaan langkah-langkah yang dilakukan dalam penentuan harga jual antara lain:

1. Mengelompokkan biaya produksi dan non produksi
2. Menghitung biaya produksi dan non produksi
3. Menghitung laba yang diharapkan
4. Menghitung harga jual per meter

Disamping ada persamaan ada juga perbedaan dalam penentuan harga jual yang mengakibatkan perbedaan hasil akhir perhitungan. Perbedaan harga jual diakibatkan karena:

1. Menurut perusahaan biaya yang digunakan adalah biaya sesungguhnya, sedangkan menurut *cost plus pricing* biaya yang digunakan adalah taksiran biaya.
2. Perusahaan menetapkan *mark up* sama untuk setiap jenis produk dan rata-rata sama untuk setiap tahunnya, sedangkan menurut *cost plus pricing* *mark up* ditentukan dengan menjumlahkan laba yang diharapkan dengan biaya non produksi kemudian dibagi dengan biaya produksi dan laba yang

diharapkan dihitung dengan prosentase ROI dikalikan dengan aktiva masing-masing produk.

3. Dalam penentuan harga jual produk per meter menurut perusahaan, harga jual diperoleh dari biaya produksi ditambah dengan laba yang diharapkan ($\% \text{ laba yang diharapkan} \times \text{biaya produksi}$) kemudian dibagi dengan volume produksi. Sedangkan menurut metode *cost plus pricing* harga jual per meter diperoleh dari taksiran biaya produksi ditambah *mark up* ($\% \text{ mark up} \times \text{taksiran biaya produksi}$) kemudian dibagi dengan volume produksi. Laba yang diharapkan oleh perusahaan terlalu tinggi.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Kesimpulan dan saran hanya berlaku untuk PT. Primissima.
2. Penulis dalam menentukan harga jual produk memakai dasar *mark up* dan tidak memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual, seperti keadaan ekonomi, permintaan dan penawaran dari pesaing.
3. Penulis dalam menentukan harga jual produk hanya memakai tiga jenis produk yaitu PS 225, PS 434 dan PS 450, sedangkan perusahaan memproduksi beberapa jenis produk yang lain.

C. Saran

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, penulis menyarankan :

1. Perusahaan sebaiknya dalam penentuan harga jual tidak menggunakan biaya sesungguhnya, tetapi menggunakan biaya taksiran sehingga

apabila ada kenaikan atau penurunan harga yang mempengaruhi biaya produksi perusahaan dapat menyesuaikan harga jual sesuai dengan perubahan biaya.

2. Perusahaan sebaiknya dalam penentuan *mark up* berbeda untuk setiap produknya karena aktiva yang digunakan untuk setiap jenis produk berbeda. Perusahaan dapat menghitung prosentase *mark up* dengan menjumlah labanya yang diharapkan dengan biaya non produksi kemudian dibagi dengan biaya produksi dan labanya yang diharapkan dihitung dengan prosentase ROI dikalikan dengan aktiva masing-masing produk.

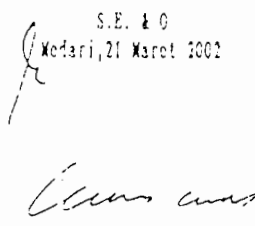
Daftar Pustaka

- Bismoko, J dan Supratiknya, A (1998). *Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. Edisi ke 2, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Hansen, Mowen,(1997). *Akuntansi Manajemen*. Alih bahasa Ancela A. Hermawan. Cet.1. Jakarta: Erlangga
- Mulyadi,(1991). *Akuntansi Biaya*. Edisi ke 5, Yogyakarta: STIE YKPN
- ,(1992). *Akuntansi Manajemen: Konsep Manfaat dan Rekayasa*. Edisi ke 1, Yogyakarta: STIE YKPN
- Murti Sumarni dan John Soepriyanto, (1991). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 2, Yogyakarta: Liberty
- Supriyono,R.A,(1992). *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Harga Pokok Produk*. Edisi ke 2, Yogyakarta: BPFE
- , (1989). *Akuntansi Manajemen 3: Proses Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Swasta Basu dan Ibnu Sukotjo,(1994). *Pengantar Ekonomi Modern*. Edisi ke 3, Yogyakarta: Liberty

LAMPIRAN

PT. POKERISSIMA
PERIODE TAHUN 2001

PASIVA:

AKTIVA			PASIVA		
R Bumi Daya Cab.Yogya. 7,382,633.13 BNI Cab DCM. 1,816,348,153.00 Niaga cab.Yogya 35,605,285.62 Lippo Yogyakarta 306,945,616.85 Mandiri Yogyakarta 3,224,185,108.00 ----- 5,369,477,185.40 8,370,000,000.00			HUTANG JANGKA PENDEK : Hutang Pajak 981,355,217.75 Hutang Pada Bank 7,842,745,479.52 Hutang Pada Leteransir 15,850,059,014.21 Hutang Lain-lain 99,074,411.00 Biaya-biaya Yang Belum Dibayar 2,302,825,366.48 Beviden Yang Belum Dibayar 0.00 Hutang jangka panjang segera dibayar 11,257,701,312.00 ----- 28,333,772,800.00		
gang 6,332,872,064.00 utang Ragu-ragu (75,331.00) ----- 6,332,140,733.00			HUTANG JANGKA PANJANG : Hutang pada Bank Mandiri 17,758,298,688.00 Hutang pajak jangka panjang 125,411,450.74 Hutang biaya pensiun lujus Karyawan 1,062,412,203.00 ----- 18,946,122,341.74		
gawai 2,419,500.00 jak 3,062,563,229.00 in-lain 2,177,482,535.00 ----- 5,659,465,264.00			MODAL SERO : Negara RI (52,70%): 1.670 Helai Sero biasa @ 1.000.000 1,979,000,000.0 ----- 1,979,000,000.0		
Kapas 5,781,437,000.00 long Produksi 350,811,036.87 a Pengolahan 4,388,273,736.10 i 20,211,715,924.32 n-lain 572,000,933.87 ----- 31,404,268,670.96			CKEI Pusat (47,30%): 1.770 Helai Sero Biasa @ 1.000.000 1,770,000,000.0 ----- 1,770,000,000.0		
Dibayar Dimuta 404,876,373.00 itangsehtau 1.00 ----- 404,876,373.00			SHISIH PENGLAJAN KEMBALI AKTIVA TITAP 1,756,000,000.0 AKTO SERO 121,311,594.0		
Total Aktiva lancar 57,707,766,240.94 ----- 58,000,000.00			CADANGAN : Cadangan statutor 21,148,557,700.25 Cadangan Dana Sosial 0.00 Cadangan Umum 1,195,004,803.45 Cadangan Biaya Management 0.00 ----- 22,343,562,503.70		
-- Nilai Perolehan Penghapusan Nilai Buku 289,848,573.75 75,448,420.50 214,400,153.25 5,466,884,957.54 4,227,512,003.75 1,239,372,953.79 54,730,419,815.65 25,116,394,317.74 29,614,025,507.91 Lab. 11,814,373,613.04 5,820,163,734.08 6,000,000,000.00 2,481,369,301.33 1,553,419,516.39 927,949,784.94 ----- 74,782,806,261.31 36,655,936,010.66 38,000,000,000.00			LABA YANG BELUM DIRAGI : Sisa laba (Rugi) tahun lalu 0.00 laba Tahun 2001 sebl Pajak 15,558,714,934.08 PBB Badan Tahun 2001 (5,133,453,800.00) ----- 10,425,261,134.08		
LAIN : aneu 45,770,000.00			S.E. & O Kediri, 21 Maret 2002  I. H. IBWU SALEH M. PJ. Direktur Utama		
PRODUKTIF : k Produktif 4,273,453.52 4,273,453.52 1.00 n perusahaan 271,200,000.00 271,200,000.00 t diafikir 264,373,573.68 264,373,573.68 ----- 53,847,027.20 4,273,453.52 58,120,480.72			TOTAL PASIVA 96,675,009,239.00		
jk panjang 350,943,273.00 ----- 96,675,009,239.00			----- 96,675,009,239.00		

PT. PC. FRIMISSIA
LABA (RUGI) TAHUN 2001

. PENDAPATAN PENJUALAN		109,967,224,827.00
Potongan & Retur		18,497,590.00
	Penjualan Bersih	109,948,727,237.00
. HARJA POKOK BARANG YANG DIJUAL		89,028,849,265.64
	Laba Kotor Usaha	20,919,877,971.36
. BIAYA USAHA :		
Biaya Umum dan Administrasi	4,352,981,464.14	
Biaya Penjualan	2,144,057,089.20	
	+ 6,497,038,553.34	
	Laba bersih Usaha	14,422,839,418.02
. HASIL DILUAR USAHA :		
Penjualan Di luar Usaha :		
- Penghasilan Afval	32,489,340.00	
- Penerimaan Lain-lain	27,011,466,954.10	
	27,040,956,334.10	
Biaya di luar usaha :		
- Biaya Eunga	1,027,216,341.00	
- Biaya lain-lain	25,213,576,959.44	
	26,840,793,300.44	
		1,100,163,033.66
. LABA LUAR BIASA		35,712,447.10
. PPh. BADAN TEORITIS		-5,133,483,800.00
	LABA (RUGI)	10,425,231,134.08
		=====

Tabel aktiva
Masing-masing jenis produk

Jenis produk	Jumlah aktiva digunakan
PS 225	Rp 773.400.074
PS 434	Rp 986.521.388
PS 450	Rp 805.625.077

PERMOHONAN IJIN RISET / KERJA NYATA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulian Anandani
No. Mhs / Siswa : 020114006
P Tinggi / Sekolah : Universitas Saragata Brastama
Alamat rumah : Jl. Pringgodadi 15, Mangrovekarta
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi
Semester / kelas : IX

Dengan ini kami mohon ijin Bapak Direksi PT. PRIMISSIMA untuk mengadakan Riset / Kerja Nyata semata-mata bersifat ilmiah, yang akan kami laksanakan pada :

Tanggal : 11 Februari s/d 14 Maret 2022
Judul : Analisis Keuangan Melalui TDA

Demikian atas terkabulnya permohonan ini, diucapkan terima kasih

Sleman, 11 Februari 2022

Direksi,

([Signature])

Sekretariat

([Signature])

Pemohon,

([Signature])
(Yulian Anandani)

