EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING*

Studi Kasus pada Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta

Jl. Tirtodipuran No. 8 Mangkuyudan, Mantrijeron, Yogyakarta 55143

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi

Oleh:

Monica Resmita Inda P.

NIM : 992114096

NIRM : 990051121303120096

PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SANATA DHARMA

YOGYAKARTA

2005

S K R I P S I

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING

Studi Kasus pada Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta

Disusun oleh:

Monica Resmita Inda P.

NIM: 992114096

NIRM: 990051121303120096

Telah Disetujui oleh:

Pembimbing I

Lilis Setiawati, S.E., M.Si., Ak. Tanggal 26 Oktober 2004

Pembimbing II

Ir. Drs. Hansiadi YH., M.Si., Ak. Tanggal 24 Januari 2005

S K R I P S I

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING

Studi Kasus pada Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

Monica Resmita Inda P.
NIM: 992114096
NIRM: 990051121303120096

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 12 Maret 2005
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji:

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Drs. Yusef Widya K., M.Si. Ak.	.....
Sekretaris	Fr. Reni Retno Anggraeni, S.E., M.Si. Ak.	.....
Anggota	Lilis Setiawati, S.E., M.Si., Ak.	.....
Anggota	Ir. Drs. Hansiadi YH, M.Si., Ak.	.....
Anggota	Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Ak.	.....

Yogyakarta, 30 Maret 2005
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Dekan,

Drs. Alex Kahu Lantum, MS
NIP. 131282330

HALAMAN PERSEMBAHAN
DAN MOTTO

Dipersembahkan untuk:

- Bapak dan Ibu tercinta.
- Suami tercinta
- Kakak dan Adikku

Motto:

Rahasia kemerdekaan diri sejati

adalah mampu memberi

tanpa memiliki

- R. Suwito Hadi W -

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 Maret 2005

Penulis

Monica Resmita I.P.

ABSTRAK

EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING
Studi Kasus pada Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta

MONICA RESMITA INDA P.
NIM. 992114096
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
2005

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian antara penentuan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*, dan untuk mengetahui kesesuaian harga jual yang ditentukan Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Teknik analisis data yang digunakan untuk masalah pertama yaitu: 1) mendeskripsikan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*, dan 2) membandingkan antara penentuan harga jual menurut Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Sedangkan untuk masalah kedua yaitu: 1) menghitung harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*, dan 2) membandingkan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa penentuan harga jual yang dilakukan Perusahaan Tekstil Kusumatex tidak sesuai dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Sedangkan harga jual yang ditentukan Perusahaan Tekstil Kusumatex sudah sesuai dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

ABSTRACT

THE EVALUATION OF SELLING PRICE USING COST PLUST PRICING METHOD
A Case Study at Kusumatex Textile Company

MONICA RESMITA INDA P.
NIM. 992114096
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
2005

The research aimed to identify appropriateness between sale pricing determined by Kusumatex Textile Company to the one according to full costing approach - based of cost plus pricing, and to identify the appropriateness between selling price changed by the company and the one according to full cost - based approach of cost plus pricing. Data analysis techniques to answer the first problem used were: 1) describing sale pricing using full costing approach - based of cost plus pricing, and 2) comparing the sale pricing conducted by the company to the one according to full costing - based approach of cost plus pricing. To answer the second problem, the techniques were: 1) calculating the sale prices using full costing - based approach of cost plus pricing, and 2) comparing sale prices changed by the company to the one according to full costing approach - based of cost plus pricing.

The result of data analysis showed that sale pricing conducted by the company was not suitable to the one according to full costing - based approach of cost plus pricing. The sale prices changed by the company were in appropriate to the one according to full costing - based approach of cost plus pricing.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah yang telah membantu penulis dalam segala hal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Berkat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril dan materiil sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai. Terima kasih kepada:

1. Allah Bapa, yang dengan penuh kasih telah membantu penulis dalam segala hal.
2. Ibu Lilis Setiawati, S.E., M.Si., Ak. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan mendampingi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ir. Drs. Hansiadi YH, M.Si. Ak. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan mendampingi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Drs. YP. Supardiyono, S.E., M.Si. Ak. yang telah memberikan masukan bagi penulis.
5. Semua Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang telah memberikan pengetahuan selama perkuliahan.
6. Bapak Noerjatin Harjanto selaku Kabag. Personalia yang telah memberikan izin dan informasi yang dibutuhkan penulis pada Perusahaan Tekstil Kusumatex.
7. Mbak Eni dan seluruh Karyawan Perusahaan Tekstil Kusumatex yang telah memberikan informasi yang penulis butuhkan.
8. Semua Dosen dan Karyawan Universitas Sanata Dharma yang telah membantu penulis perkuliahan.
9. Bapak dan Ibu atas doa, dorongan, dukungan, serta pengorbanan selama ini.
10. Suamiku "Mas Yoest" yang telah memberikan dukungan kepadaku untuk segera menyelesaikan skripsi ini, he ... dan yang selalu menemaniku.

11. Kakakku "Deni" yang telah memberikan dorongan dan dukungan.
12. Adikku "Riskoel" yang selalu menemaniku ngetik dan selalu memberikan semangat.
13. Suster Paula, yang telah mendukung dan membantu terselesaikannya skripsi ini.
14. Mbak Rita, yang selalu menanyakan, "Bagaimana skripsinya?" dan atas dukungannya.
15. Sahabat-sahabatku, Hanna (makasih info-infonya), Novi, Andri, Angga yang telah banyak membantu dan mendukungku.
16. Teman-teman Angkatan '99, Hani, Ari, Aryo, Pole, Selpa (makasih ya ... atas informasi bimbingannya).
17. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Dengan penuh kesadaran penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kepada semua pihak, dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini agar lebih bermanfaat.

Yogyakarta, 30 Maret 2005

Penulis,

Monica Resmita Inda P.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO ..... **iv**

PERNYATAAN KEASLIAN 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 2

C. Tujuan Penelitian 3

D. Manfaat Penelitian 3

E. Sistematika Penulisan 3

BAB II LANDASAN TEORI **5**

A. Biaya 5

B. Harga Jual 8

C. Metode Harga Pokok Proses 17

BAB III METODE PENELITIAN **18**

A. Jenis Penelitian 18

B. Tempat dan Waktu Penelitian 18
C. Subyek Penelitian 18
D. Objek Penelitian 18
E. Data yang Dicari 19
F. Teknik Pengumpulan Data 19
G. Teknik Analisis Data 19
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 25
A. Sejarah Perusahaan 25
B. Lokasi Perusahaan 26
C. Struktur Organisasi 27
D. Personalia 31
E. Produksi 32
BAB V DESKRIPSI DATA, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 36
A. Deskripsi Data 36
B. Analisis Data 40
C. Pembahasan 53
BAB VI PENUTUP 55
A. Kesimpulan 55
B. Keterbatasan Penelitian 56
C. Saran 56
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel V.1 Taksiran Pemakaian Biaya Bahan Baku Tahun 2004 37

Tabel V.2 Taksiran Biaya Overhead Pabrik Tahun 2004..... 38

Tabel V.3 Perbandingan Penentuan Harga Jual Perusahaan dengan Kajian Teori 42

Tabel V.4 Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung..... 44

Tabel V. 5 Alokasi Biaya Overhead Pabrik 44

Tabel V.6 Alokasi Biaya Pemasaran..... 44

Tabel V.7 Alokasi Biaya Administrasi dan Umum..... 45

Tabel V.8 Alokasi Laba yang Diharapkan 47

Tabel V.9 Selisih Penentuan Harga Jual per Meter..... 50

Tabel V.10 Perhitungan Standar Deviasi 50

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan pihak manajemen dalam keberhasilan suatu perusahaan sangatlah berpengaruh, karena manajemen harus dapat mengambil keputusan secara tepat. Salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting adalah penentuan harga jual suatu produk. Penentuan harga jual akan sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya, yaitu menghasilkan laba yang maksimal.

Dalam menentukan harga jual, informasi mengenai biaya sangat diperlukan dan biaya memiliki pengaruh yang tinggi dalam penentuan harga jual. Biaya dalam suatu perusahaan manufaktur dapat digolongkan menjadi dua kelompok besar, yaitu: biaya produksi dan biaya nonproduksi (Supriyono, 1987: 195)

Harga jual suatu produk akan disesuaikan dengan biaya yang dikeluarkan dan laba yang diharapkan. Menurut Halim dan Supomo (1990: 43) biaya akan mempengaruhi harga, dan harga jual sendiri akan mempengaruhi volume penjualan. Jika volume penjualan tinggi, maka perusahaan akan dapat memproduksi produk dalam jumlah yang banyak pula, sehingga perusahaan akan menghasilkan laba yang maksimal. Penentuan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan harus mampu menutup semua biaya yang dikeluarkan atas produk

tersebut dan laba yang diharapkan. Bila harga jual yang ditetapkan tidak mampu menutup biaya yang dikeluarkan, maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Pihak manajemen sering dipusingkan dalam menentukan harga jual suatu produk, karena pada umumnya konsumen mengharapkan harga yang lebih rendah dengan kualitas tinggi. Jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi, akan mengakibatkan konsumen memilih produk sejenis pada perusahaan pesaing yang menawarkan harga lebih rendah. Untuk itu, perusahaan harus dapat menentukan harga jual yang tepat, yaitu bahwa harga jual yang ditetapkan harus dapat memuaskan konsumen serta dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Demikian juga di Perusahaan Tekstil Kusumatex, harga jual juga mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Harga jugal yang ditetapkan perusahaan juga mempertimbangkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi kain grey dan laba yang diharapkan oleh perusahaan. Dalam penentuan harga jual perusahaan berusaha untuk dapat memuaskan konsumen. Perusahaan menyesuaikan harga jual produk dengan harga jual yang ada di pasar, tetapi perusahaan tetap mempertimbangkan biaya yang terjadi agar tidak terjadi kerugian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, bahwa penentuan harga jual produk sangat penting untuk keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan atau laba perusahaan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah penentuan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex sesuai dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*?
2. Apakah harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex sesuai dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kesesuaian antara penentuan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.
2. Untuk mengetahui kesesuaian antara harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan:

   Hasil penelitian dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai evaluasi dalam menentukan harga jual.
2. Bagi Universitas Sanata Dharma:

   Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pelengkap kepustakaan yang sudah ada bagi mahasiswa.
3. Bagi Penulis:

   Penelitian dapat menambah pengetahuan khususnya mengenai harga jual dan menambah pengalaman dalam menerapkan ilmu yang diperoleh.

E. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah,

rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai landasan teori yang relevan dengan penentuan harga jual yang meliputi: pengertian biaya, penggolongan biaya, pengertian harga jual, faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam penetapan harga, metode harga pokok proses, dan metode penentuan harga jual.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai sejarah perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, personalia dan produksi.

BAB V DESKRIPSI DATA, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai deskripsi data yang berhubungan dengan penentuan harga jual, analisa data yang berhubungan dengan penentuan harga jual, serta pembahasan tentang penentuan harga jual.

BAB VI KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisa dan pembahasan tentang penentuan harga jual, keterbatasan penelitian dan saran yang berhubungan dengan penentuan harga jual.

BAB II
LANDASAN TEORI

Penentuan harga jual suatu produk merupakan salah satu hal yang penting dalam pengambilan keputusan bagi pihak manajemen. Dalam landasan teori ini penulis akan menyajikan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan harga jual.

A. BIAYA

1. Pengertian Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi, 1993a: 8). Sedangkan menurut Sugiri (1994: 21) biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomis tertentu untuk memperoleh sumber daya ekonomi lainnya.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka secara ringkas biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh sumber ekonomi lain.

2. Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya adalah proses pengelompokan atas keseluruhan biaya yang ada secara lebih ringkas. Biaya dapat digolongkan menjadi (Mulyadi, 1993a: 14-17):

a. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

1) Biaya produksi

Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Menurut objek pengeluarannya secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi :

a) Biaya Bahan Baku, adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai di dalam pengolahan produk.

b) Biaya Tenaga Kerja Langsung, semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan.

c) Biaya Overhead Pabrik, biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, yang elemennya dapat digolongkan ke dalam biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik, reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, biaya listrik, air pabrik, biaya asuransi pabrik dan biaya overhead lain-lain.

2) Biaya pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.

3) Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk.

c. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

1) Biaya langsung

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi karena adanya sesuatu yang dibiayai. Contoh: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dalam satu departemen,biaya depresiasi mesin.

2) Biaya tidak langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Contoh: penyusutan mesin, biaya listrik dan air, biaya asuransi pabrik, gaji mandor yang mengawasi pembuatan produk.

d. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan menurut Supriyono (1992: 28)

1) Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampel dengan tingkatan tertentu. Contoh: gaji direktur produksi, biaya penyusutan, biaya promosi, sewa gudang, pajak pabrik.

2) Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh: biaya bahan baku, komisi, biaya perawatan, biaya tenaga kerja langsung yang upahnya dibayar per jam kerja, biaya listrik untuk mesin.

3) Biaya semi variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan. Contoh: sewa truck, sewa peralatan, jasa telepon, biaya operasi kendaraan dan biaya reparasi dan pemeliharaan.

e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

1) Pengeluaran modal

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi.

2) Pengeluaran pendapatan

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

B. HARGA JUAL

1. Pengertian Harga Jual

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan (Swastha dan Irawan,1985: 241).

Harga jual adalah sejumlah moneter yang dibebankan oleh satu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (Supriyono, 1989: 332).

2. Faktor-faktor yang Harus Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga

Penentuan harga bagi suatu perusahaan yang menghasilkan produk adalah sangat penting untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa datang.

Dalam menentukan harga ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal.

Faktor-faktor internal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga (Kotler dan Armstrong, 2001: 440-449):

a. Tujuan pemasaran

Sebelum menetapkan harga, perusahaan harus menentukan strateginya atas produk tersebut. Jika perusahaan telah memilih pasar sasarannya dan memposisikannya dengan baik, maka strategi bauran pemasarannya termasuk harga, akan berjalan dengan baik. Perusahaan mungkin akan mencoba tujuan tambahan. Semakin jelas tujuan suatu perusahaan, semakin mudah perusahaan menentukan harga.

b. Strategi bauran pemasaran

Harga merupakan salah satu peralatan bauran pemasaran yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencapai sasaran perusahaan. Keputusan harga harus dihubungkan dengan keputusan rancangan produk, distribusi, dan keputusan promosi untuk membentuk program pemasaran yang efektif. Keputusan yang dibuat untuk variabel-variabel bauran pemasaran lainnya mempengaruhi keputusan penentuan harga.

c. Biaya

Biaya menjadi dasar bagi harga yang dapat ditetapkan perusahaan terhadap produknya. Banyak perusahaan berusaha untuk menjadi "produsen berbiaya rendah" di dalam industrinya, karena dengan biaya

rendah perusahaan dapat menentukan harga yang lebih rendah, sehingga menghasilkan penjualan dan laba yang lebih besar.

d. Pertimbangan organisasi

Perusahaan-perusahaan menangani penentuan harga dengan berbagai cara. Manajemen puncak tetap menentukan tujuan dan kebijakan penentuan harga dan seringkali menyetujui harga yang diajukan oleh level manajemen yang lebih rendah.

Faktor-faktor eksternal yang harus diperhatikan adalah (Kotler dan Armstrong, 2001: 450-455):

1) Pasar dan permintaan

Baik konsumen atau pembeli industri menyamakan harga suatu produk atau jasa dengan manfaat dari memilikinya. Jadi, sebelum menentukan harga, seorang pemasar harus memahami hubungan antara harga dan permintaan atas produknya.

2) Biaya, harga dan penawaran pesaing

Perusahaan perlu membandingkan biayanya terhadap biaya pesaing untuk mengetahui apakah operasinya memiliki keunggulan atau kelemahan dalam hal biaya. Perusahaan juga perlu mengetahui harga dan mutu dari setiap produk yang ditawarkan pesaing. Setelah memahami harga dan tawaran pesaing, maka informasi tersebut dapat dijadikan titik awal penentuan harga.

3) Faktor eksternal lain, yaitu keadaan ekonomi

Faktor eksternal lain seperti keadaan ekonomi dapat mempengaruhi keputusan penentuan harga karena dapat mempengaruhi baik biaya produksi maupun persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk. Pemerintah juga merupakan pengaruh eksternal penting lainnya. Para pemasar harus memahami peraturan-peraturan dan perundang-undangan yang mempengaruhi harga dan mengupayakan agar kebijaksanaan-kebijaksanaan harga mereka tidak melanggar hukum (Winardi, 1991: 32).

3. Metode Penentuan Harga Jual

Harga jual produk suatu perusahaan harus dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Informasi biaya penuh masa yang akan datang sangat diperlukan oleh pihak manajemen sebagai dasar dalam menentukan harga jual. Harga jual yang ditentukan harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba sesuai investasi. Metode penentuan harga jual antara lain (Mulyadi, 1993b: 350):

a. Penentuan harga jual normal

Metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan istilah *cost plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup* (tambahan di atas biaya), maka informasi mengenai biaya penuh sangat diperlukan. Harga jual produk dalam keadaan normal ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

Harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan

Cost plus pricing adalah penentuan harga jual dengan menambah laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Harga jual berdasarkan cost-plus pricing dapat dihitung dengan rumus seperti pada harga jual dalam keadaan normal yaitu:

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.

Biaya penuh adalah total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa. Biaya penuh ini terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi.

Taksiran Biaya Penuh

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu (Mulyadi, 1993b: 351):

1) Pendekatan *Full Costing*

Taksiran biaya penuh yang dipahami sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut;

Biaya Bahan Baku	XX	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XX	
BOP	XX	
	—— +	
Taksiran Total Biaya Produksi		XX

Biaya Administrasi dan Umum	XX	
Biaya Pemasaran	XX	
	—— +	
Taksiran Total Biaya Komersial		XX
		—— +
Taksiran Biaya Penuh		XX

Kelebihan dari pendekatan *full costing* menurut Garrison (1982: 363-371):

a) Biaya produksi tetap yang ditambahkan ke persediaan mempunyai potensial jasa di masa mendatang. Bila produksi melebihi penjualan maka faedah di masa mendatang tercipta dalam bentuk persediaan yang dapat ditangguhkan dan dijual, sehingga menghasilkan aliran pendapatan di masa mendatang.

b) Pendekatan *full costing* dianggap secara luas sebagai metode penentuan harga pokok produk.

c) Pendekatan *full costing* digunakan untuk pelaporan eksternal atas laporan keuangan.

Kelemahan dari pendekatan *full costing* adalah:

a) Kelemahan utama yang nampak diisi oleh *variabel costing* menyangkut persoalan kebutuhan manajemen akan suatu informasi mengenai perilaku biaya, sehubungan dengan perubahan pada volume. Pada *full costing*, untuk mendapatkan informasi-informasi demikian harus dibuat analisa khusus dan ini memakan waktu serta tenaga ekstra (Hartanto, 1973: 187).

b) *Full costing* memberikan informasi yang sama dengan yang diberikan oleh *variabel costing*, ketika antara penjualan dan produksi sama dengan yang direncanakan (Machfoedz, 1989: 253).

c) Ketika produksi berbeda dengan yang direncanakan (Machfoedz, 1989: 253):

(1) Penjualan dalam jumlah yang sama, menghasilkan laba yang berbeda

(2) Penjualan lebih besar menghasilkan laba lebih rendah

(3) Laba kotor per unit berfluktuasi.

2) Pendekatan *Variabel Costing*

Taksiran biaya penuh yang digunakan sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut (Mulyadi, 1993b: 352):

<u>Biaya variabel</u>:

Biaya Bahan Baku	XX	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XX	
BOP Variabel	XX	
	—— +	
Taksiran total Biaya Produksi Variabel		XX
Biaya Administrasi & Umum Variabel	XX	
Biaya Pemasaran Variabel	XX	
	—— +	
		XX

Biaya Tetap:		
BOP Tetap	XX	
Biaya Administrasi & Umum Tetap	XX	
Biaya Pemasaran Tetap	XX +	
Taksiran Total Biaya Tetap		XX +
Taksiran Biaya Penuh		XX

Menurut Supriyono (1987: 470-471) keunggulan dari pendekatan *variabel costing* adalah:

a) Lebih bermanfaat untuk perencanaan jangka pendek

b) Lebih bermanfaat untuk pembuatan keputusan

c) Laba bergerak dalam arah yang sama dengan penjualan

d) Dapat lebih mudah dimengerti dan digunakan oleh manajemen

e) Dapat secara langsung mengetahui pengaruh biaya tetap terhadap laba

f) Dapat meningkatkan kemampuan laba setiap segmen

g) Dapat diterapkan pada biaya standar dan anggaran fleksibel

h) Dapat menghubungkan biaya kas dengan kegiatan

Kelemahan dari pendekatan *variabel costing* adalah (Supriyono, 1987: 471-473):

a) Tidak sesuai dengan pelaporan eksternal

b) Kesulitan pemisahan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variabel

c) Tidak sesuai dengan pemanfaatan fasilitas

d) Cenderung menganggap remeh elemen biaya tetap

Harga Jual per Unit

Dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing* biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua yaitu biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk.

Taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk digunakan sebagai dasar penentuan harga, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan pada laba yang diharapkan dan akan berpengaruh terhadap perhitungan persentase *markup*.

Rumus untuk menghitung harga atas dasar biaya secara umum adalah:

Harga per unit = Biaya yang berhubungan langsung + persentase markup dengan volume produk (per unit)

Persentase *markup* dapat dihitung dengan rumus persentase *markup*:

Persentase *markup* =

$$\frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

Laba yang diharapkan dapat diperoleh dari persentase laba yang diharapkan dikalikan dengan jumlah aktiva penuh.

Laba yang diharapkan = y% x aktiva penuh

b. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract*

Cost type contract adalah pembuatan produk atau jasa di mana pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan biaya yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut.

c. Penentuan harga jual pesanan khusus

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan.

d. Penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah

Penentuan harga yang diatur dengan peraturan pemerintah, harga jual ditetapkan berdasarkan metode *cost plus pricing.*

Dalam menentukan biaya penuh masa yang akan datang menggunakan pendekatan *full costing* yang biasanya digunakan.

C. Metode Harga Pokok Proses

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya: bulan, triwulan, semester, tahun (Supriyono, 1987: 217).

Dalam metode harga pokok proses, perusahaan menghasilkan produk yang sama dan mempunyai bentuk yang standar. Harga pokok per satuan dapat dihitung pada akhir periode penentuan harga pokok produk dengan cara:

$$\text{Biaya} = \frac{\text{Biaya produksi selama periode tertentu}}{\text{Satuan produk dihasilkan dalam periode yang sama}}$$

BAB III
METODE PENELITIAN

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, kesimpulan diambil berdasar hasil analisis data dan hanya berlaku pada obyek yang diteliti.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian:

   Penelitian dilakukan pada Perusahaan Tekstil Kusumatex

2. Waktu penelitian:

   Penelitian dilakukan pada bulan Juli sampai bulan September 2004.

D. Subyek Penelitian

1. Kepala bagian produksi
2. Kepala bagian pemasaran
3. Kepala bagian akuntansi
4. Kepala bagian administrasi dan umum
5. Kepala bagian personalia

E. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah penentuan harga jual dan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex tahun 2003.

F. Data yang Dicari

1. Gambaran umum perusahaan
2. Data biaya produksi dan non produksi
3. Persentase laba yang diharapkan perusahaan
4. Data harga jual
5. Data penentuan harga jual
6. Laporan L/R
7. Informasi lain yang relevan dalam penelitian

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

   Teknik pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait. Data yang dikumpulkan adalah gambaran umum perusahaan yang meliputi sejarah perusahaan, dan latar belakang pendirian perusahaan, prosedur penentuan harga jual.

2. Dokumentasi

   Teknik pengumpulan data dengan mencatat data-data yang ada di perusahaan. Data yang dicari adalah data biaya produksi dan non produksi, penentuan harga jual.

H. Teknik Analisis Data

1. Untuk menjawab masalah yang pertama, tentang penentuan harga jual yang sesuai, akan digunakan analisis deskriptif dengan cara:
   a. Mendeskripsikan penentuan harga jual menurut kajian teori yaitu, metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing.*

b. Membandingkan antara penentuan harga jual menurut Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing.*

2. Untuk menjawab masalah yang kedua, tentang harga jual yaitu dengan cara:

   a. Menghitung harga jual berdasarkan kajian teori dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dengan cara:

      1) Mengelompokkan biaya produksi dan biaya non produksi

      2) Menghitung produk tertentu atau menghitung total biaya produksi dengan unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya Bahan Baku	XX	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	XX	
Biaya Overhead Pabrik	XX	
	—— +	
Taksiran Total Biaya Produksi		XX
Biaya Administrasi dan Umum	XX	
Biaya Pemasaran	XX	
	—— +	
Taksiran Total Biaya Komersial		XX
		—— +
Taksiran Total Biaya Penuh		XX

      3) Menentukan besarnya *markup*:

$$Markup = \frac{\text{Laba yang diharapkan + biaya nonproduksi}}{\text{Biaya produksi}}$$

Laba yang diharapkan: y% x aktiva penuh

      4) Menghitung harga jual berdasarkan metode harga pokok penuh ditambah dengan *markup*:

Harga pokok produksi per unit	XX	
Markup	XX	
	—— +	
Harga per unit		XX

b. Untuk mengetahui sesuai tidaknya penentuan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex, maka penulis akan membandingkan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Jika dalam perbandingan terdapat selisih, maka penulis akan menggunakan uji – t (t test) apakah ada perbedaan yang signifikan antara harga jual menurut Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Terdapat perbedaan yang signifikan berarti harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex belum sesuai, sebaliknya bila tidak terdapat perbedaan yang signifikan berarti harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex sudah sesuai.

Rumus uji statistik yaitu uji –t (t test) yang akan digunakan adalah :

$$t = \frac{\overline{D}}{SD/\sqrt{n}}$$

di mana:

$$\overline{D} = \frac{\Sigma D}{n}$$

$$D = X_A - X_B$$

$$\Sigma D = \sum (XA - XB)$$

$$SD = \sqrt{\frac{\Sigma\left(D-\overline{D}\right)^2}{n-1}}$$

Keterangan :

D = rata-rata dari selisih antara harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut kajian teori

SD = deviasi standart dari selisih harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut kajian teori

n = banyaknya jenis produk.

X_A = harga jual produk menurut perusahaan

X_B = harga jual produk menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing.*

D = selisih antara harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut kajian teori ΣD = jumlah selisih antara harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut kajian teori.

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

1) Penentuan Hipotesa

H_0: D = 0 (Tarif yang ditentukan oleh perusahaan tidak berbeda dengan tarif menurut kajian teori)

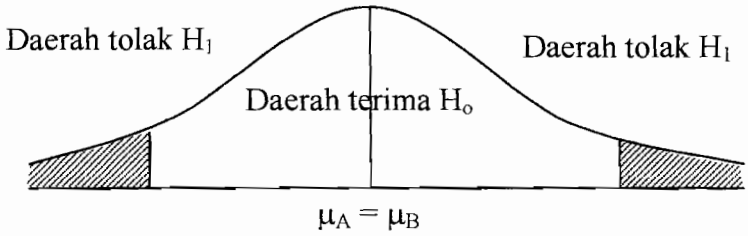
H_1: D ≠ 0 (Tarif yang ditentukan oleh perusahaan berbeda dengan tarif menurut kajian teori)

2) Penentuan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0.05$ yang biasa digunakan dalam penelitian di bidang ekonomi.

Pengujian yang digunakan adalah pengujian dua arah dan sampel kecil.

3) Penentuan Daerah Kritis



t tabel = $\pm$ t (α/2, n-1)

H_0 diterima apabila $-t(\alpha/2, n-1) \leq t_h \leq = t(\alpha/2, n-1)$

H_1 diterima apabila $t_h > t(\alpha/2, n-1)$ atau $t_h < -t(\alpha/2, n-1)$

4) Penentuan Nilai t

$$t = \frac{\overline{D}}{SD/\sqrt{n}}$$

5) Kesimpulan

Jika H_o diterima, maka tidak ada perbedaan yang signifikan antara harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* yang berarti bahwa penentuan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex sudah sesuai.

Jika H_o ditolak, maka ada perbedaan yang signifikan antara harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* yang berarti bahwa penentuan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex tidak sesuai.

BAB IV
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Perusahaan Tekstil Kusumatex merupakan perusahaan perseorangan yang bergerak di bidang produksi kain, yang didirikan pada tahun 1963 oleh Bapak Ashari dengan ijin usaha No.394 / 012 / d / 32114 / II / 1963. Perusahaan ini, pada awalnya bernama Perusahaan Tenun Cindelaras

Perusahaan Tenun Cindelaras beroperasi dengan alat tenun yang masih sederhana yaitu alat tenun bukan mesin (ATMB). Alat tenun ini terbuat dari kayu dan jumlah alat mesin sangat sedikit,sehingga proses pembuatan kain menjadi lama dan hasilnyapun masih sedikit. Perkembangan perusahaan dari tahun ke tahun mulai membaik. Pada tahun 1975 perusahaan mampu membeli alat tenun mesin (ATM) sebanyak 15 unit. Dengan menggunakan alat tenun mesin ini, produksi perusahaan mengalami peningkatan dan mampu memenuhi permintaan pasar yang semakin besar. Perusahaan menambah 25 unit mesin pada tahun 1976, sehingga jumlah keseluruhan mesin menjadi 40 unit alat tenun mesin. Komdisi perusahaan semakin baik dan tetap bertahan sampai tahun 1982. Pada tahun 1982 ini, perusahaan mulai menunjukkan tanda-tanda kemunduran yang disebabkan karena perusahaan kesulitan keuangan akibat dari perekonomian indonesia yang lesu. Kemunduran juga disebabkan karena kurang baiknya pengelolaan manajemen perusahaan. Pada tahun 1983, perusahaan mengalami kemacetan total, dan perusahaan dijual kepada Bapak Muwardi.

Nama perusahaan Tenun Cindelaras ini, oleh Bapak Muwardi selaku pemimpin perusahaan yang baru di ganti dengan nama Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta. Ditangan pemilik baru, perusahaan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perusahaan menggunakan alat tenun mesin sebanyak 40 unit dengan tenaga kerja sebanyak 70 orang. Setelah proses produksi berjalan selama satu tahun, peningkatan produksi sangat cepat dan permintaan semakin bertambah. Perusahaan kemudian menambah jumlah mesin tenun menjadi 60 unit. Sampai saat ini, perusahaan mempunyai 72 unit alat tenun mesin dan tenaga kerja sebanyak 136 orang.

B. Lokasi Perusahaan

Perusahaan Tekstil Kusumatex terletak di Jl. Tirtodipuran No. 8 Kelurahan Mangkuyudan, Kecamatan Mantri Jeron, Kotamadya Yogyakarta, dengan menempati tanah seluas 2000 meter persegi.

Pemilihan Lokasi Perusahaan berdasarkan alasan-alasan sebagai berikut:

1. Dekat dengan bahan baku

   Perusahaan mudah memperoleh bahan baku yang diperlukan, sehingga kegiatan produksi perusahaan dapat lancar dan berjalan dengan baik.

2. Pemasaran

   Letak perusahaan sangat strategis, sehingga memudahkan konsumen untuk mengetahui atau menghubungi perusahaan, sehingga penjualan hasil produksi berjalan lancar dan mudah dilakukan.

3. Tenaga kerja

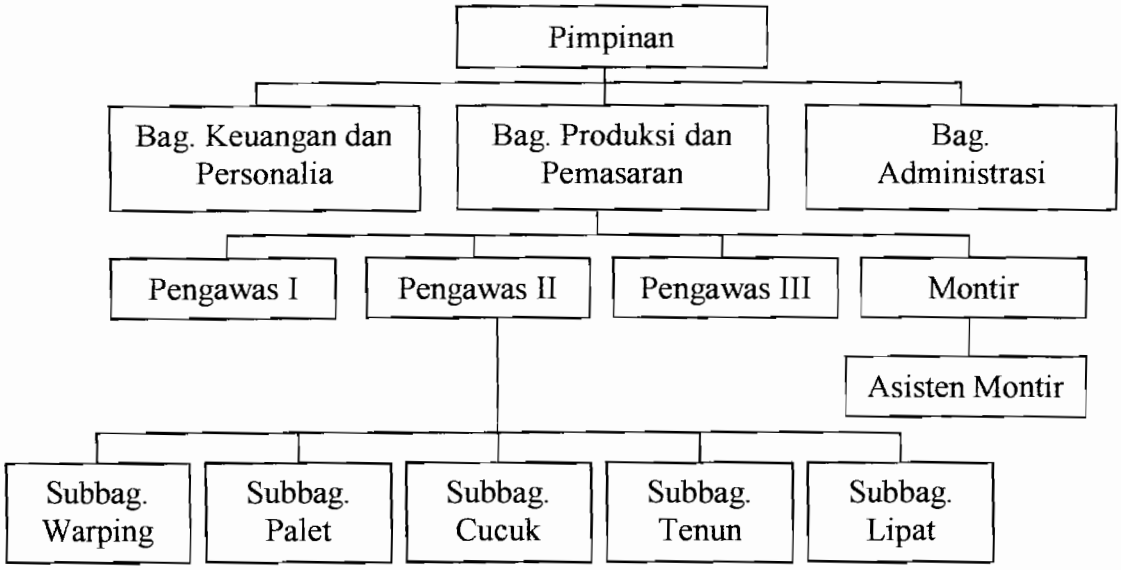
Perusahaan Tekstil Kusumatex terletak didaerah pinggiran yogyakarta, dimana daerah perkampungannya sangat padat penduduknya, sehingga perusahaan akan banyak menanpung tenaga kerja dari daerah tersebut.

4. Transportasi

Perusahaan Tekstil Kusumatex terletak di tepi jalan raya, srhingga memudahkan dalam transportasi, yaitu menghubungkan pabrik dengan pasar, bahan baku yang berasal dari dalam kota maupun luar kota dan tenaga kerja.

C. Struktur Organisasi

Tugas dan wewenang masing-masing bagian atau individu dalam suatu perusahaan sangat diperlukan, sehingga akan menimbulkan rasa tanggung jawab dalam masing-masing bagian atau diri individu. Dengan adanya tugas dan wewenang tersebut,maka tujuan perusahaan akan tercapai dengan baik. Struktur organisasi dari Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta adalah sebagai berikut:



Sumber: Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Tekstil Kusumatex

Tugas dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan Perusahaan

   Pimpinan Perusahaan bertugas merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan,dan mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan demi kelancaran jalannya kinerja perusahaan.

2. Bagian Keuangan

   Tugas dari bagian keuangan adalah mencatat semua penerimaan dan pengeluaran dari keseluruhan data keuangan serta membuat laporan data keuangan.

3. Bagian Personalia

   Bagian Personalia bertugas memperkirakan jumlah karyawan yang dibutuhkan oleh perusahaan saat ini dan menyeleksi proses penerimaan

karyawan serta mengatur penempatan dari para karyawan yang disesuaikan dengan tingkat keterampilannya. Selain itu, bagian personalia bertanggung jawab atas kesejahteraan dan keselamatan kerja karyawan.

4. Bagian Produksi

Bagian Produksi bertugas merencanakan, melaksanakan dan mengawasi jalannya produksi yang mencakup jumlah yang dihasilkan dan kualitas hasil produksi tersebut. Bagian produksi dalam pelaksnaannya dibantu oleh tiga orang pengawas yaitu pengawas I, pengawas II dan pengawas III serta dibantu oleh beberapa montir/asisten montir.

a. Tugas dari pengawas yaitu menangani proses produksi dan mengawasi setiap operator mesin yang menjalankan proses produksi, sedangkan tugas dari operator mesin adalah sebagai berikut:

1) Sub Bagian Mesin Warping

Bertugas mengawasi dan menjalankan kerja mesin warping sebagai tahap awal persiapan proses produksi dalam menggulung benang kedalam kelos.

2) Sub Bagian Mesin Palet

Bertugas menggulung benang yang masih dalam ikatan *cone* ke dalam palet.

3) Sub Bagian Mesin Cucuk

Bertugas memisahkan utas-utas benang pada *boom* tenun dengan menggunakan alat cucuk.

4) Sub Bagian Mesin Tenun

Bertugas mengawasi kerja mesin tenun dan mengganti palet-palet kecil yang di pasang melintang pada mesin tenun apabila palet-palet kecil itu habis benangnya.

5) Sub Bagian Mesin Lipat

Bertugas melipat kain yang telah selesai dari pemrosesan dan memasukkannya kedalam gudang.

b. Tugas dari bagian montir adalah bertanggung jawab terhadap kelancaran jalannya mesin produksi serta merawat dan memperbaiki mesin-mesin yang rusak.

5. Bagian Pemasaran

Dipimpin oleh seorang kepala bagian pemasaran yang dibantu oleh beberapa karyawan. Tugas dari bagian pemasaran yaitu mendistribusikan produk ke konsumen dan mencari daerah-daerah baru untuk memasarkan hasil produksi perusahaan, serta memperkenalkan produk kepada komsumen potensial seperti perajin batik.

6. Bagian Administrasi

Bagian Administrasi bertugas untuk membuat laporan pembukuan setiap tahunnya dan mencatat semua transaksi, baik barang masuk maupun barang keluar serta melaksanakan surat-menyurat perusahaan serta mendokumentasikan kegiatan perusahaan.

D. Personalia

1. Tenaga Kerja

Salah satu faktor yang penting untuk mendukung kegiatan produksi suatu perusahaan adalah adanya tenaga kerja. Tenaga kerja yang bekerja di perusahaan Tekstil Kusumatex terdiri dari:

a. Pimpinan perusahaan.	1 orang
b. Bagian administrasi	1 orang
c. Bagian keuangan dan perusahaan	1 orang
d. Bagian produksi dan pemasaran	1 orang
e. Bagian warping	12 orang
f. Bagian palet	17 orang
g. Bagian cucuk	9 orang
h. Bagian tenun	64 orang
i. Bagian lipat	6 orang
j. Montir	9 orang
k. Asisten montir	3 orang
l. Bagian pengawas	3 orang
m. Bagian kebersihan	9 orang +
	136 orang

2. Jam Kerja Karyawan

Hari kerja di Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah dari hari senin sampai hari hari sabtu, setiap harinya dibagi menjadi tiga shift, yaitu:

a. Shift I : Jam 07.00 – 15.00, istirahat jam 11.00 – 12.00

b. Shift II : Jam 15.00 – 23.00, istirahat jam 19.00 – 20.00

c. Shift III : Jam 23.00 – 07.00, istirahat jam 03.00 – 04.00

Jam kerja ini berlaku untuk karyawan bagian produksi, sedangkan jam untuk karyawan kantor adalah jam 08.00 sampai jam 16.00, istirahat satu jam.

3. Kesejahteraan Tenaga Kerja

Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta memberikan fasilitas-fasilitas bagi para karyawannya dalam usaha pemeliharaan tenega kerja, yaitu berupa:

a. Uang makan
b. Tunjangan Hari Raya (THR) yang besarnya ditentukan dalam masa kerjanya.
c. Asuransi kecelakaan kerja
d. Tunjangan kematian
e. Biaya pengobatan bagi karyawan yang mengalami kecelakaan kerja atau sakit.
f. Perlengkapan kerja keja bagi para karyawan yang diberikan guna memberikan perlindungan kerja dan kenyamanan kerja, dengan memberikan sarung tangan dan memberikan masker atau penutup hidung.
g. Cuti karyawan
h. Upah lembur

E. Produksi

Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta sampai sekarang produksi kain grey yaitu kain grey cotton dan grey TR.Grey catton terdiri dari dua jenis yaitu

grey biru dan grey prima. Bahan baku pembuatan kain grey catton dan grey TR adalah benang-benang yang merupakan hasil dari pabrik pemintalan. Jenis bahan baku yang digunakan untuk kain grey biru adalah benang tenun 30/s, untuk kain grey prima adalah benang tenun 40/s dan untuk kain grey TR adalah benang tenun 45/s. Untuk kain grey biru dan grey prima, semakin besar nomor benang semakin lembut seratnya, semakian halus kain yang dihasilkan.

Dalam kegiatan proses produksinya, Perusahaan Tekstil Kusumatex menggunakan alat-alat produksi berupa mesin warping, mesin palet, mesin tenun dan mesin cucuk.Sedangkan proses produksi pembuatan kain grey catton maupun kain grey TR di Perusahaan Tekstil Kusumatex melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
   a. Mempersiapkan benang lusi, yaitu serat yang mambujur dari penampang kain

      Benang tenun yang masih dalam ikatan *cone* (kerucut) digiling kembali dalam mesin warping untuk dijadikan gulungan-gulungan yang lebih besar. Mesin warping ini disebut *boom warping*. Setelah itu memberi kanji benang tenun yang terdapat di dalam *boom warping* tersebut. Benang tenun yang sudah melalui proses pengkanjian kemudian dicucuk menggunakan mesin cucuk. Proses pencucukan meliputi kegiatan pemisahan utas-utas benang pada *boom* tenun dengan menggunakan alat cucuk. Mesin cucuk terdiri dari dua alat yaitu *gun* dan *sisir*. Ujung-ujung benang yang sudah dipisahkan dimasukkan kedalam

gun. *Gun* adalah suatu alat yang berlubang kecil untuk memasang ujung utas benang. *Gun* tersebut kemudian di pasang pada *sisir* yaitu alat yang terbuat dari logam yang setiap jajarannya dilewati oleh dua ujung utas benang.

Benang tenun didalam *boom* tenun yang ujung utasnya telah melewati *gun* dan *sisir*, dengan *comber rang* siap diproses dalam mesin tenun. *Comber rang* adalah alat semacam *sisir* yang terletak pada mesin tenun yang akan bergerak naik turun jika mesin tenun bergerak.

b. Mempersiapkan benang pakan, yaitu serat yang melintang dari benang kain.

Benang tenun yang masih dalam ikatan *cone* (kerucut) di gulung kembali kedalam palet-palet dengan menggunakan mesin palet. Palet-palet yang berisi gulungan benang tenun ini kemudian ditempatkan pada mesin-mesin di dalam suatu alat yang disebut teropong. Teropong berisi gulungan benang tenun dalam palet yang siap untuk diproses dalam mesin tenun.

2. Tahap Penenunan

Proses penenunan dilakukan dengan menggunakan mesin tenun. Pada mesin tenun, benang lusi diletakkan memanjang, benang-benang pakan digunakan sebagai benang yang melintang. Mesin tenun yang bergerak terus-menerus akan diperoleh tenunun sebagai hasil dari proses penyilangan beneng lusi dan benang pakan.

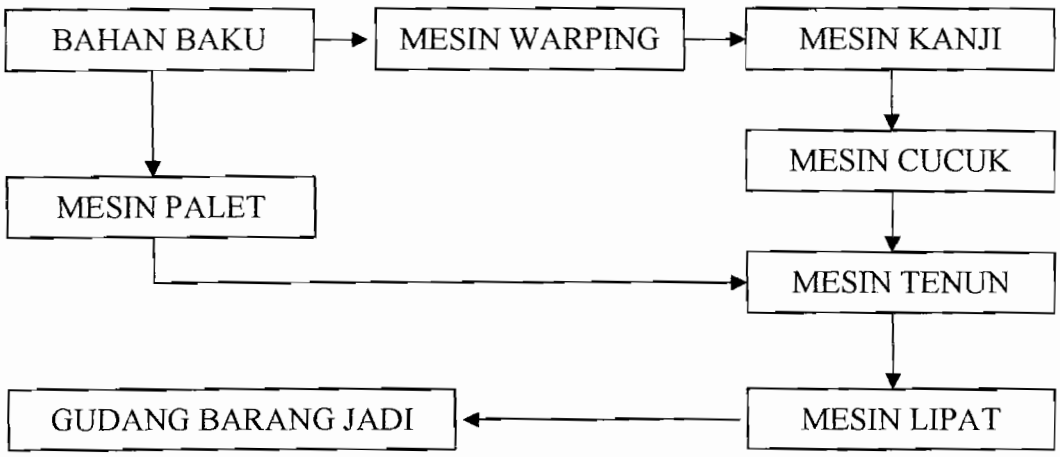
3. Tahap Lipat

Hasil dari proses penenunan adalah kain grey, yang kemudian akan digulung dalam standar-standar gulungan, kemudian dilipat. Sebelumnya dilakukan pencukuran bulu-bulu pada kain grey dan pemeriksaan hasil produksi.

4. Tahap Penyimpanan

Kain grey yang sudah dilipat dalam mesin lipat kemudian disimpan di gudang barang jadi dan siap untuk dipasarkan.

Proses produksi di Perusahaan Tekstil Kusumatex ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta

Gambar 4.2 Skema Proses Produksi Perusahaan Tekstil Kusumatex Yogyakarta

BAB V
DESKRIPSI DATA, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Perusahaan Tekstil Kusumatex merupakan perusahaan manufaktur yang menghasilkan kain grey. Proses produksi Perusahaan Tekstil Kusumatex dilaksanakan berdasarkan proses.

A. Deskripsi Data

Harga jual yang ditetapkan pada suatu produk sebaiknya mempertimbangkan semua unsur biaya yang terkait di dalamnya. Biaya-biaya yang diperlukan untuk menentukan harga jual suatu produk meliputi biaya produksi (biaya bahan, biaya tenaga kerja, biaya overhead) dan biaya non produksi (biaya administrasi dan biaya pemasaran).

Pada Perusahaan Tekstil Kusumatex, biaya produksi terdiri dari Biaya Bahan Baku (BBB), Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL) dan Biaya Overhead Pabrik (BOP). Perusahaan Tekstil Kusumatex menghasilkan produk berupa kain grey, yaitu kain grey catton dan kain grey TR. Kain grey catton terdiri dari dua jenis: kain grey biru dan kain grey prima. Berikut ini akan diuraikan taksiran biaya produksi dan biaya non produksi untuk tahun 2004 di Perusahaan Tekstil Kusumatex.

1. Biaya Produksi

a. Biaya Bahan

Bahan baku adalah bahan yang diolah menjadi produk selesai dan pemakaiannya dapat ditelusuri ke produk. Bahan baku pada Perusahaan

Tekstil Kusumatex adalah benang dengan ukuran 30/s untuk kain grey biru, 40/s untuk kain grey prima dan 45/s untuk kain grey TR. Taksiran biaya bahan baku yang digunakan Perusahaan Tekstil Kusumatex selama tahun 2004 untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut:

Tabel V.1
Taksiran Pemakaian Biaya Bahan Baku Tahun 2004

Jenis Produk	Jenis Benang	Biaya Bahan Baku (Rp)
Grey Biru	Benang 30/s	355.078.080,00
Grey Prima	Benang 40/s	261.942.840,00
Grey TR	Benang 45/s	1.323.296.480,00
Jumlah		1.940.317.400,00

Sumber: Perusahaan Tekstil Kusumatex

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasikan atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Selama tahun 2004, taksiran total biaya tenaga kerja langsung di Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah Rp 302.947.550,00.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead Pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Taksiran biaya overhead pabrik selama tahun 2004 di Perusahaan Tekstil Kusumatex dapat dilihat pada Tabel V.2.

Tabel V.2
Taksiran Biaya Overhead Pabrik Tahun 2004

Biaya Overhead Pabrik	Jumlah (Rp)
Biaya Bahan Penolong	692.363.769,00
Biaya tenaga kerja tidak langsung	98.412.500,00
Biaya listrik dan telepon	148.109.910,00
Biaya kesejahteraan karyw. Pabrik	20.076.500,00
Asuransi	35.439.060,00
Penyusutan bangunan pabrik	1.956.415,00
Penyusutan mesin-mesin	3.310.235,00
Pemeliharaan bangunan pabrik	7.143.610,00
Reparasi	6.218.500,00
BOP lain-lain	7.551.900,00
Jumlah Biaya Overhead Pabrik	1.020.582.399,00

Sumber: Perusahaan Tekstil Kusumatex

2. Biaya Non Produksi

a. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Taksiran total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan selama tahun 2004 adalah sebesar Rp 4.396.100,00.

b. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Taksiran biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2004 adalah:

Biaya gaji pegawai kantor	Rp 17.612.500,00
Biaya administrasi kantor	2.546.270,00
Biaya lain-lain	3.481.300,00
	+
Jumlah taksiran biaya adm. dan umum	Rp 23.640.070,00

3. Penentuan Harga Jual Perusahaan Tekstil Kusumatex

Penentuan harga jual yang dilakukan oleh Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah:

a. Mengelompokkan biaya produksi dan biaya nonproduksi

Biaya produksi pada Perusahaan Tekstil Kusumatex terdiri atas biaya bahan baku, yaitu benang, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik yang meliputi biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, listrik, kesejahteraan karyawan pabrik, penyusutan bangunan pabrik, pemeliharaan bangunan pabrik, reparasi dan pemeliharaan mesin dan biaya overhead pabrik lain-lain. Sedangkan biaya nonproduksi terdiri atas biaya pemasaran, yaitu biaya perjalanan dinas dan biaya telekomunikasi dan biaya administrasi dan umum, yaitu gaji pegawai kantor, biaya administrasi dan biaya lain-lain.

b. Menghitung harga pokok produksi berdasar biaya yang dikeluarkan. Biaya yang diperlukan untuk menghitung harga pokok produksi pada perusahaan adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

c. Menentukan besarnya *mark-up*, yaitu sebesar 12%. Besarnya *mark-up* pada perusahaan disesuaikan dengan besarnya laba yang diharapkan oleh perusahaan.

d. Menghitung harga jual kain grey, dengan menambahkan *mark-up* sebesar 12% pada harga pokok produksi.

e. Membandingkan harga jual yang ditentukan sendiri oleh perusahaan dengan harga jual pasar. Hal ini dilakukan untuk menentukan harga jual mana yang lebih cocok akan digunakan.

B. Analisis Data

1. Masalah yang pertama tentang apakah penentuan harga jual perusahaan sudah sesuai dengan penentuan harga jual menurut kajian teori, dapat dijawab menggunakan analisis deskriptif.

a. Mendeskripsikan penentuan harga jual menurut kajian teori

Penentuan harga jual menurut kajian teori adalah sebagai berikut:

1) Mengelompokkan biaya produksi dan biaya nonproduksi

Biaya produksi pada perusahaan manufaktur terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Menurut biaya yang terjadi di Perusahan Tekstil Kusumatex yang termasuk BOP adalah biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, listrik, kesejahteraan karyawan pabrik, penyusutan bangunan pabrik, pemeliharaan bangunan pabrik, reparasi dan pemeliharaan mesin dan biaya overhead pabrik lain-lain. Sedangkan biaya nonproduksi terdiri atas biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

2) Menghitung harga pokok produksi atau menghitung total biaya penuh pada masing-masing produk. Harga pokok produksi dihitung dengan menjumlahkan biaya bahan-bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

3) Menentukan besarnya *mark-up* dengan menggunakan rumus:

$$\frac{\text{Laba yang diharapkan + Biaya nonproduksi}}{\text{Biaya produksi}}$$

4) Menghitung besarnya harga jual berdasarkan metode harga pokok penuh ditambah dengan *mark-up*.

Harga pokok produksi	XX
Mark-up	XX +
Jumlah harga jual	XX
Volume produk	XX :
Harga jual per unit	XX

b. Membandingkan antara penentuan harga jual menurut Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Untuk mengetahui sesuai tidaknya penentuan harga jual perusahaan dengan penentuan harga jual menurut kajian teori, langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah membandingkan antara kedua penentuan harga jual. Perbandingan antara penentuan harga jual perusahaan dengan penentuan harga jual menurut kajian teori dapat dilihat melalui Tabel V.2 berikut ini.

Tabel V.3
Perbandingan Penentuan Harga Jual Perusahaan dengan Kajian Teori

No	Perusahaan	Kajian Teori	Kesimpulan
1.	Mengelompokkan biaya produksi dan biaya nonproduksi: Biaya Produksi: • BBB • BTKL • BOP Biaya bahan penolong BTKTL Listrik Kesejahteraan karyawan pabrik Penyusutan bangunan pabrik Pemeliharaan bangunan pabrik Reparasi dan pemeliharaan mesin BOP lain-lain Biaya nonproduksi: • Biaya pemasaran Biaya perjalanan dinas Biaya telekomunikasi • Biaya administrasi & umum Gaji pegawai kantor Biaya administrasi Biaya lain-lain	Mengelompokkan taksiran biaya produksi dan taksiran biaya nonproduksi Taksiran Biaya Produksi: • BBB • BTKL • BOP Biaya bahan penolong BTKL Listrik Kesejahteraan karyawan pabrik Penyusutan bangunan pabrik Penyusutan mesin-mesin Pemeliharaan bangunan pabrik Reparasi dan pemeliharaan mesin BOP lain-lain Taksiran Biaya nonproduksi: • Biaya pemasaran Biaya perjalanan dinas Biaya telekomunikasi • Biaya administrasi dan umum Gaji pegawai kantor Biaya administrasi Biaya lain-lain	Sesuai
2.	Menghitung harga pokok produksi BBB XX BTKL XX BOP XX ——+ HPP XX	Menghitung total biaya produksi atau menghitung total biaya penuh BBB XX BTKL XX BOP XX ——+ Taksiran biaya produksi XX Bi. Pemasaran XX Bi. Administrasi XX ——+ Taksiran total bi. komersial XX ——+ Taksiran total bi. penuh XX	Tidak sesuai
3.	Menentukan besarnya *mark-up* yaitu sebesar 12%. Besarnya *markup* disesuaikan dengan besarnya ROI.	Menghitung besarnya *mark-up* dengan cara menambahkan laba yang diharapkan dengan biaya nonproduksi, kemudian hasilnya dibagi dengan biaya produksi	Tidak Sesuai
4.	Menghitung harga jual dan membandingkannya dengan harga pasar	Menghitung harga jual	Tidak Sesuai

Berdasarkan hasil perbandingan, penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan tidak sesuai dengan penentuan harga jual menurut kajian teori.

2. Masalah yang kedua, yaitu tentang apakah harga jual yang ditetapkan perusahaan sudah sesuai dengan harga jual menurut kajian teori dapat dijawab dengan:

   a. Menghitung harga jual berdasar kajian teori dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

   1) Mengelompokkan biaya produksi dan biaya nonproduksi

   Informasi mengenai biaya untuk masing-masing jenis produk tidak dapat diperoleh penulis dari perusahaan. Biaya-biaya yang dimaksud adalah biaya produksi, yaitu untuk biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, serta biaya nonproduksi yang terdiri atas biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum. Informasi mengenai biaya masing-masing jenis produk sangat diperlukan dalam pengelompokan biaya produksi dan biaya nonproduksi. Untuk itu penulis menggunakan metode harga jual atau harga pasar untuk mengalokasikan total biaya ke masing-masing jenis produk.

   Pengelompokan biaya produksi dan biaya nonproduksi adalah:

   - **Biaya produksi**

     Biaya bahan baku:

Grey Biru	Rp 355.078.080,00
Grey Prima	Rp 261.942.840,00
Grey TR	Rp 1.323.296.480,00

Biaya tenaga kerja langsung:

Tabel V.4
Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jenis Produk	Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)
Grey Biru	58.044.750,58
Grey Prima	38.292.570,32
Grey TR	206.610.229,10
Jumlah	302.947.550,00

Diolah

Proses perhitungan alokasi biaya tenaga kerja langsung ini dapat dilihat pada lampiran 1.

Biaya overhead pabrik:

Tabel V. 5
Alokasi Biaya Overhead Pabrik

Jenis Produk	Biaya Overhead Pabrik (Rp)
Grey Biru	195.543.587,60
Grey Prima	129.001.615,20
Grey TR	696.037.196,10

Diolah

Perhitungan biaya overhead pabrik dapat dilihat pada lampiran 2.

- **Biaya nonproduksi**

Biaya pemasaran:

Tabel V.6
Alokasi Biaya Pemasaran

Jenis Produk	Biaya Pemasaran (Rp)
Grey Biru	842.292,76
Grey Prima	555.667,04
Grey TR	2.998.140,20

Diolah

Perhitungan besarnya biaya pemasaran untuk masing-masing produk dapat dilihat pada lampiran 3.

Biaya administrasi dan umum:

Tabel V.7
Alokasi Biaya Administrasi dan Umum

Jenis Produk	Biaya Administrasi dan Umum (Rp)
Grey Biru	4.529.437,41
Grey Prima	2.988.104,85
Grey TR	16.122.527,74

Diolah

Perhitungan besarnya biaya administrasi dan umum dapat dilihat pada lampiran 4.

2) Menghitung produk tertentu dan menghitung total taksiran biaya penuh masing-masing produk

- Grey Biru

BBB	Rp 355.078.080,00	
BTKL	Rp 58.044.750,58	
BOP	Rp 195.543.587,60 +	
Total taksiran biaya produksi		Rp 608.666.418,20
Biaya administrasi dan umum	Rp 4.529.437,41	
Biaya pemasaran	Rp 842.292,76 +	
Total taksiran biaya komersial		Rp 5.371.730,17 +
Total taksiran biaya penuh		Rp 614.038.148,40

- Grey Prima

BBB	Rp 261.942.840,00	
BTKL	Rp 38.292.570,32	
BOP	Rp 129.001.615,20 +	
Total taksiran biaya produksi		Rp 429.237.025,50
Biaya administrasi dan umum	Rp 2.988.104,85	
Biaya pemasaran	Rp 555.667,04 +	
Total taksiran biaya komersial		Rp 3.543.771,89 +
Total taksiran biaya penuh		Rp 432.780.797,39

- Grey TR

BBB	Rp1.323.296.480,00	
BTKL	Rp 206.610.229,10	
BOP	Rp 696.037.196,10 +	
Total taksiran biaya produksi		Rp2.225.943.905,20
Biaya administrasi dan umum	Rp 16.122.527,74	
Biaya pemasaran	Rp 2.998.140,20 +	
Total taksiran biaya komersial		Rp 19.120.667,94 +
Total taksiran biaya penuh		Rp2.245.064.573,14

3) Menghitung laba yang diharapkan

Besarnya laba yang diharapkan dihitung dengan menggunakan rumus:

Laba yang Diharapkan = Tingkat Pengembalian Investasi × Aktiva Penuh

Besarnya tingkat pengembalian investasi/ROI berdasarkan kajian teori disesuaikan dengan tingkat pengembalian investasi/ROI yang ditetapkan perusahaan, yaitu sebesar 12%.

Jumlah aktiva pada perusahaan adalah sebesar Rp3.058.570.811,00.

Perhitungan laba yang diharapkan adalah sebagai berikut:

Laba yang Diharapkan = 12% × Rp3.058.570.811,00

= Rp367.028.497,30

Jumlah laba yang diharapkan ini kemudian dialokasikan ke masing-masing jenis produk dengan menggunakan metode alokasi harga jual atau harga pasar. Proses pengalokasian laba yang diharapkan dapat dilihat pada lampiran 5.

Tabel V.8
Alokasi Laba yang Diharapkan

Jenis Produk	Aktiva (Rp)
Grey Biru	70.322.660,08
Grey Prima	46.392.402,06
Grey TR	250.313.435,20

Diolah

4) Menentukan persentase *mark-up*

Persentase *mark-up* dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\textbf{Persentase } \textbf{\textit{mark-up}} = \frac{\textbf{laba yang diharapkan + biaya nonproduksi}}{\textbf{biaya produksi}}$$

Perhitungan besarnya *mark-up* untuk setiap produk adalah:

- Grey Biru

$$\textbf{Persentase } \textbf{\textit{mark-up}} = \frac{70.322.660{,}08 + 5.371.730{,}17}{608.666.418{,}20} \times 100\%$$

$$= 12{,}44\%$$

- Grey Prima

$$\textbf{Persentase } \textbf{\textit{mark-up}} = \frac{46.392.402{,}06 + 3.543.771{,}89}{429.237.025{,}50} \times 100\%$$

$$= 11{,}63\%$$

- Grey TR

$$\textbf{Persentase } \textbf{\textit{mark-up}} = \frac{250.313.435{,}20 + 19.120.667{,}94}{2.225.943.905{,}20} \times 100\%$$

$$= 12{,}10\%$$

5) Menghitung harga jual

Harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* dihitung dengan rumus:

Biaya produksi	XX
Mark-up	XX +
Jumlah harga jual	XX
Volume produksi	XX :
Harga jual per unit	XX

Perhitungan harga jual per meter kain adalah:

- **Grey Biru**

Biaya produksi	Rp 608.666.418,20	
Mark-up (12,44%)	Rp 75.718.102,42	+
Jumlah harga jual	Rp 684.384.520,60	
Volume produk (meter)	461.533,00	:
Harga jual per meter	Rp 1.482,85	

- **Grey Prima**

Biaya produksi	Rp 429.237.025,50	
Mark-up (11,63%)	Rp 49.920.266,07	+
Jumlah harga jual	Rp 479.157.291,57	
Volume produk (meter)	196.605,00	:
Harga jual per meter	Rp 2.437,16	

- **Grey TR**

Biaya produksi	Rp 2.225.943.905,20	
Mark-up (12,10%)	Rp 269.339.212,50	+
Jumlah harga jual	Rp 2.495.283.117,70	
Volume produk (meter)	1.414.420,50	:
Harga jual per meter	Rp 1.764,17	

b. Membandingkan harga jual pada Perusahaan Tekstil Kusumatex dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*

Perbandingan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori dapat dilihat pada tabel V.9 di bawah ini.

Tabel V.9
Selisih Penentuan Harga Jual per Meter

Jenis Produk	Menurut Perusahaan (X_A)	Menurut Teori (X_B)	Selisih ($D=X_n-X_B$)	% ($D : X_A$)
Grey Biru	1.550	1.482,85	67,15	4,33%
Grey Prima	2.400	2.437,16	(37,16)	1,55%
Grey TR	1.800	1.764,17	35,83	1,99%
Total	5.750	5.684,18	65,82	

Hasil dari perbandingan yang dilakukan adalah terdapat selisih antara harga jual produk berdasar metode *cost plus pricing* dengan perhitungan yang dilakukan perusahaan. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori maka harus dilakukan pengujian. Pengujian yang dilakukan adalah dengan uji-t (t-*test*)

Sebelum uji-t (t-*test*) dilakukan, diperlukan perhitungan sebagai berikut:

Tabel V.10
Perhitungan Standar Deviasi

Jenis Produk	X_A	X_B	$D=X_n-X_B$	$(D-\bar{D})$	$(D-\bar{D})^2$
Grey Biru	1.550	1.482,85	67,15	45,21	2.043,94
Grey Prima	2.400	2.437,16	(37,16)	(59,10)	3.492,81
Grey TR	1.800	1.764,17	35,83	13,89	192,93
Total	5.750	5.684,18	65,82		5.729,68

di mana:

X_A = harga jual produk menurut perusahaan

X_B = harga jual produk menurut kajian teori

D = selisih antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut kajian teori

n = banyaknya jenis produk

Perhitungan rata-rata selisih ($\overline{D}$) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\overline{D} = \frac{\Sigma D}{n}$$

$$= \frac{65{,}82}{3}$$

$$= 21{,}94$$

Hasil perhitungan pada tabel V.9 digunakan untuk menghitung Standar Deviasi (SD) sebagai berikut:

$$SD = \sqrt{\frac{\sum\left(D-\overline{D}\right)^2}{n-1}}$$

$$= \sqrt{\frac{5729{,}68}{3-1}}$$

$$= \sqrt{\frac{5729{,}68}{2}}$$

$$= \sqrt{2864{,}84}$$

$$= 53{,}52 \qquad = 54$$

Selanjutnya dapat dilakukan perhitungan uji-t untuk mengetahui apakah harga jual yang dilakukan perusahaan sesuai dengan harga jual menurut kajian teori.

Perhitungan uji-t (t-*test*) dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

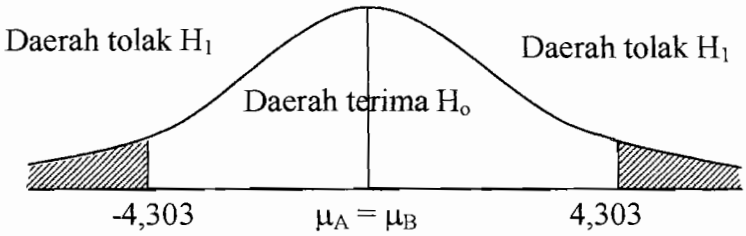
1) Penentuan hipotesa

$H_o : D = 0$ → Tarif yang ditentukan oleh perusahaan tidak berbeda dengan tarif menurut kajian teori.

$H_1 : D \neq 0$ → Tarif yang ditentukan oleh perusahaan berbeda dengan tarif menurut kajian teori.

2) Penentuan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah α = 0,05, dengan menggunakan pengujian dua arah dan sampel kecil.



$$t_{tabel} = \pm t\left(\frac{\alpha}{2}; n-1\right)$$

$$= \pm t\left(\frac{0,05}{2}; 3-1\right)$$

$$= \pm t(0,025; 3-1)$$

$$= \pm t0,025;2$$

$$= \pm 4,303$$

Daerah terima H_o adalah $-4{,}303 \leq t_h \leq 4{,}303$.

Daerah terima H_1 adalah $t_h > 4{,}303$ dan $t_h < -4{,}303$.

3) Penentuan nilai statistik penguji

$$t_{hitung} = \frac{\overline{D}}{SD/\sqrt{n}}$$

$$= \frac{21{,}94}{54/\sqrt{3}}$$

$$= 0{,}70$$

4) Penentuan daerah kritis

Hasil dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa H_o diterima, karena $t_h = 0{,}70$ terletak pada daerah penerimaan H_o, karena $t_h < t_{tabel}$ atau $0{,}70 < 4{,}303$.

5) Kesimpulan

Nilai dari t_{hitung} adalah 0,70 berada di daerah penerimaan H_o yang ditunjukkan dengan $-t_{tabel} < t_h < t_{tabel}$, $-4{,}303 < 0{,}70 < 4{,}303$ yang berarti bahwa tarif yang ditentukan oleh perusahaan tidak berbeda dengan tarif menurut kajian teori.

C. Pembahasan

1. Berdasarkan hasil perbandingan, penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan tidak sesuai dengan penentuan harga jual menurut kajian teori. Pada perusahaan langkah yang kedua adalah menghitung harga pokok produksi, sedangkan menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* menghitung biaya penuh.

Mark-up pada perusahaan merupakan *return of investment* (ROI), sedangkan pada metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing mark-up* merupakan laba yang diharapkan ditambah biaya nonproduksi, kemudian dibagi dengan biaya produksi. Penentuan mengenai harga jual yang digunakan pada perusahaan adalah dengan membandingkan antara perhitungan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan harga jual pasar, selanjutnya baru ditetapkan harga jual mana yang cocok untuk digunakan. Sedangkan menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*, harga jual pasar tidak mempengaruhi harga jual yang ditetapkan.

2. Perhitungan harga jual menurut kajian teori dibandingkan dengan harga jual perusahaan menghasilkan selisih. Selisih ini kemudian diuji untuk mengetahui apakah selisih tersebut signifikan atau tidak. Pengujian yang dilakukan adalah pengujian statistik, yaitu uji-t (*t-test*). Berdasarkan hasil uji-t (*t-test*) yang dilakukan menunjukkan bahwa $0,70 < 4,303$ yang menyatakan bahwa H_o diterima. H_o diterima berarti bahwa harga jual yang ditentukan perusahaan sesuai dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada deskripsi data, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah:

1. Penentuan harga jual menurut perusahaan tidak sesuai dengan penentuan harga jual menurut kajian teori. Pada perusahaan menghitung harga pokok produksi, sedangkan menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* menghitung biaya penuh. *Mark-up* pada Perusahaan Tekstil Kusumatex merupakan *return of investment*, sedangkan pada metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing mark-up* merupakan laba yang diharapkan ditambah dengan biaya nonproduksi, kemudian dibagi dengan biaya produksi.

   Dalam menentukan harga jual perusahaan memperhatikan harga pasar, karena harga pasar ini akan dibandingkan dengan harga jual yang telah dihitung oleh perusahaan untuk menentukan harga jual mana yang cocok digunakan. Sedangkan menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* harga jual pasar tidak mempengaruhi harga jual yang akan ditetapkan.

2. Hasil dari pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa harga jual Perusahaan Tekstil Kusumatex adalah sesuai dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

Uji-t (*t-test*) yang dilakukan menunjukkan bahwa tidak terjadi perbedaan yang signifikan antara harga jual produk menurut perusahaan dengan kajian teori.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menemui berbagai keterbatasan, yaitu:

1. Informasi mengenai biaya masing-masing produk secara rinci tidak ada, hanya biaya total yang didapat penulis sehingga data biaya yang digunakan adalah biaya bersama.
2. ROI yang digunakan dalam kajian teori adalah sesuai dengan yang ditetapkan perusahaan, karena data yang diperlukan untuk penghitungan ROI tidak dapat diperoleh penulis dari perusahaan.
3. Data biaya tahun 2003 dijadikan taksiran biaya tahun 2004.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis data bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara penentuan harga jual menurut perusahaan dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* maka perusahaan dapat mempertahankan harga jual yang selama ini digunakan. Walaupun demikian, penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* bisa dijadikan pertimbangan bagi pihak manajemen, karena dengan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* ini dapat lebih menjamin bahwa harga jual mampu menutup semua biaya yang dikeluarkan dan laba yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. *Pedoman Penulisan Skripsi*. 1998. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Djarwanto & Subagyo, Pangestu. 1990. *Statistik Induktif*. Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.

Garrison, Ray H. 1982. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 3. (Alih Bahasa: Bambang Purnomosidhi, Erwan Dukat). Plano, Texas: Business Publications, Inc.

Halim, Abdul & Supomo, Bambang. 1990. *Akuntansi Manajemen*. Edisi 1. Yogyakarta: BPFE.

Hartanto, D. 1973. *Akuntansi untuk Usahawan*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 8. (Alih Bahasa: Damaos Sihombing). Jakarta: Erlangga.

Machfoedz, Mas'ud. 1989. *Akuntansi Manajemen*. Buku Satu. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.

Mulyadi. 1993a. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: STIE YKPN.

———. 1993b. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat dan Rekayasa*. Yogyakarta: STIE YKPN.

Sugiri, Slamet. 1994. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Supriyono, RA. 1987. *Konsep Dasar Akuntansi Manajemen dan Proses Perencanaan*. Yogyakarta: BPFE.

————————. 1992. *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE.

Swastha, DH, Basu dan Irawan. 1985. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Winardi. 1991. *Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran (Marketing)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
ALOKASI BIAYA TENAGA KERJA LANGSUNG

Total biaya tenaga kerja langsung tahun 2003 sebesar Rp 302.947.550,-

(1) Jenis Produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga Jual per m	(4)=(2)(3) Jumlah Nilai Jual		(5)=%×Tot.BTKL Alokasi Biaya Bersama
				%	
Grey Biru	461.533,00	1550	715.376.150	19,16%	58.044.750,58
Grey Prima	196.605,00	2400	471.852.000	12,64%	38.292.570,32
Grey TR	1.414.420,50	1800	2.545.956.900	68,20%	206.610.229,10
Total	2.072.558,50		3.733.185.050		

LAMPIRAN 2
ALOKASI BIAYA OVERHEAD PABRIK

Biaya overhead pabrik yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2003 adalah sebesar Rp 1.020.582.399,-

(1) Jenis Produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga Jual Per m	(4)=(2)(3) Jumlah Nilai Jual		(5)=%×Tot.BTKL Alokasi Biaya Bersama
				%	
Grey Biru	461.533,00	1550	715.376.150	19,16%	195.543.587,60
Grey Prima	196.605,00	2400	471.852.000	12,64%	129.001.615,20
Grey TR	1.414.420,50	1800	2.545.956.900	68,20%	696.037.196,10
Total	2.072.558,50		3.733.185.050		

LAMPIRAN 3
ALOKASI BIAYA PEMASARAN

Biaya pemasran yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2003 adalah sebesar Rp 4.396.100,-

(1) Jenis Produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga Jual per m	(4)=(2)(3) Jumlah Nilai Jual		(5)=%×Tot.BTKL Alokasi Biaya Bersama
				%	
Grey Biru	461.533,00	1550	715.376.150	19,16%	842.292,76
Grey Prima	196.605,00	2400	471.852.000	12,64%	555.667,04
Grey TR	1.414.420,50	1800	2.545.956.900	68,20%	2.998.140,20
Total	2.072.558,50		3.733.185.050		

LAMPIRAN 4
ALOKASI BIAYA ADMINISTRASI DAN UMUM

Biaya administrasi dan umum yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2003 sebesar Rp 23.640.070,-

(1) Jenis Produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga Jual per m	(4)=(2)(3) Jumlah Nilai Jual		(5)=%×Tot.BTKL Alokasi Biaya Bersama
				%	
Grey Biru	461.533,00	1550	715.376.150	19,16%	4.529.437,41
Grey Prima	196.605,00	2400	471.852.000	12,64%	2.988.104,85
Grey TR	1.414.420,50	1800	2.545.956.900	68,20%	16.122.527,74
Total	2.072.558,50		3.733.185.050		

LAMPIRAN 5
ALOKASI LABA YANG DIHARAPKAN

Total laba yang diharapkan sebesar Rp 367.028.497,30

(1) Jenis Produk	(2) Jumlah (meter)	(3) Harga Jual per m	(4)=(2)(3) Jumlah Nilai Jual		(5)=%×Tot.BTKL Alokasi Biaya Bersama
				%	
Grey Biru	461.533,00	1550	715.376.150	19,16%	70.322.660,08
Grey Prima	196.605,00	2400	471.852.000	12,64%	46.392.402,06
Grey TR	1.414.420,50	1800	2.545.956.900	68,20%	250.313.435,20
Total	2.072.558,50		3.733.185.050		

TABEL DISTRIBUSI T

df	10%	5%	df	10%	5%	df	10%	5%	df	10%	5%
1	6,31	12,71	**51**	1,68	2,01	**101**	1,66	1,98	**151**	1,66	1,98
2	2,92	4,30	**52**	1,67	2,01	**102**	1,66	1,98	**152**	1,65	1,98
3	2,35	3,18	**53**	1,67	2,01	**103**	1,66	1,98	**153**	1,65	1,98
4	2,13	2,78	**54**	1,67	2,00	**104**	1,66	1,98	**154**	1,65	1,98
5	2,02	2,57	**55**	1,67	2,00	**105**	1,66	1,98	**155**	1,65	1,98
6	1,94	2,45	**56**	1,67	2,00	**106**	1,66	1,98	**156**	1,65	1,98
7	1,89	2,36	**57**	1,67	2,00	**107**	1,66	1,98	**157**	1,65	1,98
8	1,86	2,31	**58**	1,67	2,00	**108**	1,66	1,98	**158**	1,65	1,98
9	1,83	2,26	**59**	1,67	2,00	**109**	1,66	1,98	**159**	1,65	1,97
10	1,81	2,23	**60**	1,67	2,00	**110**	1,66	1,98	**160**	1,65	1,97
11	1,80	2,20	**61**	1,67	2,00	**111**	1,66	1,98	**161**	1,65	1,97
12	1,78	2,18	**62**	1,67	2,00	**112**	1,66	1,98	**162**	1,65	1,97
13	1,77	2,16	**63**	1,67	2,00	**113**	1,66	1,98	**163**	1,65	1,97
14	1,76	2,14	**64**	1,67	2,00	**114**	1,66	1,98	**164**	1,65	1,97
15	1,75	2,13	**65**	1,67	2,00	**115**	1,66	1,98	**165**	1,65	1,97
16	1,75	2,12	**66**	1,67	2,00	**116**	1,66	1,98	**166**	1,65	1,97
17	1,74	2,11	**67**	1,67	2,00	**117**	1,66	1,98	**167**	1,65	1,97
18	1,73	2,10	**68**	1,67	2,00	**118**	1,66	1,98	**168**	1,65	1,97
19	1,73	2,09	**69**	1,67	1,99	**119**	1,66	1,98	**169**	1,65	1,97
20	1,72	2,09	**70**	1,67	1,99	**120**	1,66	1,98	**170**	1,65	1,97
21	1,72	2,08	**71**	1,67	1,99	**121**	1,66	1,98	**171**	1,65	1,97
22	1,72	2,07	**72**	1,67	1,99	**122**	1,66	1,98	**172**	1,65	1,97
23	1,71	2,07	**73**	1,67	1,99	**123**	1,66	1,98	**173**	1,65	1,97
24	1,71	2,06	**74**	1,67	1,99	**124**	1,66	1,98	**174**	1,65	1,97
25	1,71	2,06	**75**	1,67	1,99	**125**	1,66	1,98	**175**	1,65	1,97
26	1,71	2,06	**76**	1,67	1,99	**126**	1,66	1,98	**176**	1,65	1,97
27	1,70	2,05	**77**	1,66	1,99	**127**	1,66	1,98	**177**	1,65	1,97
28	1,70	2,05	**78**	1,66	1,99	**128**	1,66	1,98	**178**	1,65	1,97
29	1,70	2,05	**79**	1,66	1,99	**129**	1,66	1,98	**179**	1,65	1,97
30	1,70	2,04	**80**	1,66	1,99	**130**	1,66	1,98	**180**	1,65	1,97
31	1,70	2,04	**81**	1,66	1,99	**131**	1,66	1,98	**181**	1,65	1,97
32	1,69	2,04	**82**	1,66	1,99	**132**	1,66	1,98	**182**	1,65	1,97
33	1,69	2,03	**83**	1,66	1,99	**133**	1,66	1,98	**183**	1,65	1,97
34	1,69	2,03	**84**	1,66	1,99	**134**	1,66	1,98	**184**	1,65	1,97
35	1,69	2,03	**85**	1,66	1,99	**135**	1,66	1,98	**185**	1,65	1,97
36	1,69	2,03	**86**	1,66	1,99	**136**	1,66	1,98	**186**	1,65	1,97
37	1,69	2,03	**87**	1,66	1,99	**137**	1,66	1,98	**187**	1,65	1,97
38	1,69	2,02	**88**	1,66	1,99	**138**	1,66	1,98	**188**	1,65	1,97
39	1,68	2,02	**89**	1,66	1,99	**139**	1,66	1,98	**189**	1,65	1,97
40	1,68	2,02	**90**	1,66	1,99	**140**	1,66	1,98	**190**	1,65	1,97
41	1,68	2,02	**91**	1,66	1,99	**141**	1,66	1,98	**191**	1,65	1,97
42	1,68	2,02	**92**	1,66	1,99	**142**	1,66	1,98	**192**	1,65	1,97
43	1,68	2,02	**93**	1,66	1,99	**143**	1,66	1,98	**193**	1,65	1,97
44	1,68	2,02	**94**	1,66	1,99	**144**	1,66	1,98	**194**	1,65	1,97
45	1,68	2,01	**95**	1,66	1,99	**145**	1,66	1,98	**195**	1,65	1,97
46	1,68	2,01	**96**	1,66	1,98	**146**	1,66	1,98	**196**	1,65	1,97
47	1,68	2,01	**97**	1,66	1,98	**147**	1,66	1,98	**197**	1,65	1,97
48	1,68	2,01	**98**	1,66	1,98	**148**	1,66	1,98	**198**	1,65	1,97
49	1,68	2,01	**99**	1,66	1,98	**149**	1,66	1,98	**199**	1,65	1,97
50	1,68	2,01	**100**	1,66	1,98	**150**	1,66	1,98	**200**	1,65	1,97

DAFTAR PERTANYAAN

I. Sejarah Perusahaan

1. Apa nama perusahaan?
2. Perusahaan didirikan oleh siapa, kapan dan berlokasi di mana?
3. Apa bentuk perusahaan waktu berdiri?
4. Apa alasan pemilihan lokasi perusahaan?
5. Berapa luas areal perusahaan?
6. Siapa pemimpin perusahaan sekarang?
7. Siapa yang bertanggung jawab atas perusahaan?

II. Struktur Organisasi

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan?
2. Apakah tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian dalam organisasi tersebut?

III. Personalia

1. Berapa jumlah karyawan?
2. Bagaimana sistem penggajian karyawan?
3. Bagaimana jam kerja karyawan?
4. Bagaimana kesejahteraan karyawan saat ini (fasilitas apa saja yang diterima?
5. Apakah ada usaha untuk pengembangan karyawan?

IV. Bagian Produksi

1. Apa bahan baku yang dipakai dan bahan penolong yang dipakai?
2. Berapakah biaya bahan baku dan biaya bahan penolong untuk masing-masing produk?
3. Upah apa saja yang termasuk biaya tenaga kerja langsung?
4. Berapakah tarif per jam kerja langsung?
5. Bagaimana penentuan biaya tenaga kerja langsung?
6. Berapakah biaya tenaga kerja langsung untuk masing-masing produk?
7. Berapakah biaya overhead pabrik masing-masing produk?
8. Biaya apa saja yang termasuk biaya overhead pabrik?
9. Bagaimana metode alokasi untuk tiap jenis biaya?
10. Bagaimana proses produksi?
11. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk proses produksi?
12. Berapa rata-rata produksi tiap tahun?
13. Apa saja peralatan atau mesin yang digunakan?

V. Pemasaran

1. Bagaimana cara memasarkan produk?
2. Bagaimana distribusinya?
3. Berapa biaya administrasi dan biaya pemasaran untuk masing-masing produk?

VI. Bagian Akuntansi

1. Bagaimana pengumpulan harga pokok produk?
2. Periode pencatatan biaya produksi dilakukan setiap bulan, atahuna tau periode tertentu?
3. Berapa besar laba yang diharapkan perusahaan?
4. Apa yang menjadi dasar perusahaan dalam menetapkan harga jual?
5. Laporan keuangan: Neraca, Laporan Rugi Laba?
6. Daftar perincian biaya?
7. Perhitungan harga pokok penjualan?

Perusahaan Tenun

"K U S U M A T E X"

Jl. Tirtodipuran No. 8 Telp. 379109 Yogyakarta 55143

Yogyakarta, 8 Oktober 2004

SURAT KETERANGAN

No. 227 / RIS / X / 2004

Yang bertanda tangan di bawah ini kami pimpinan dari Perusahaan Tenun "KUSUMATEX" Yogyakarta, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama	: MONICA RESMITA INDA P.
No. Mhs.	: 992114096
Jurusan	: Akuntansi
	Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
Fakultas	: Ekonomi

benar-benar telah mengadakan Penelitian pada perusahaan kami dengan mengambil topik :

"EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING"

Surat keterangan ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Perusahaan Tenun "KUSUMATEX"
a/n Pimpinan,

(Nuryatin)