

ABSTRAK
Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode *Cost Plus Pricing*
Studi Kasus : CV. Sahabat
Tahun 2000

Yohanes Pila Harseno
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah prosedur penentuan harga jual yang di terapkan CV. Sahabat sudah tepat atau belum, dengan menggunakan pendekatan metode *cost plus pricing* dan untuk mengetahui selisih atau perbedaan yang ada antara harga jual CV. Sahabat dengan harga jual menurut *cost plus pricing*. Penelitian ini berupa studi kasus yang mengambil tiga macam produk pada tahun 2000.

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis diskriptif, dimana penulis terlebih dahulu memberikan gambaran konkrit tentang prosedur perhitungan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan CV. Sahabat, menghitung harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dan kemudian melakukan uji materialitas terhadap selisih harga jual yang dilakukan oleh CV. Sahabat dengan harga jua; menurut *cost plus pricing*,

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan analisis data dan pembahasan, bahwa prosedur penentuan harga jual yang diterapkan oleh CV. Sahabat dapat dikatakan tepat berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Adapun besarnya selisih atau perbedaan harga jual CV. Sahabat dengan kajian teori, yaitu Rp. 35,31(9,7%) untuk Buku Giat Belajar Menuju Sukses, Rp. 85,56(3,4%) untuk Buku Giat Berlatih Menuju Sukses, Rp. 20,13(6,2%) untuk Buku Kegiatan Agama. Perbedaan harga jual tersebut disebabkan dalam penentuan *mark up* yaitu harga jual perusahaan didasarkan pada harga pokok produk per unit ditambah laba yang diharapkan, sedangkan harga jual menurut metode *cost plus pricing* didasarkan pada biaya produksi per unit ditambah dengan *mark up* dengan pendekatan *return on invesment(ROI)*. Selisih dalam harga jual tersebut menurut perusahaan tidak material(tidak cukup berarti) terhadap penjualan.

ABSTRACT
Evaluation of Product Selling Price Based on Cost Plus Pricing Method
Case Study At CV. Sahabat

Yohanes Pila Harseno
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004

This research aimed to identify the appropriateness of the procedure of selling price determination applied by CV. Sahabat based on Cost Plus Pricing method and to investigate the differences between CV. Sahabat's selling prices and the selling prices based on Cost Plus Pricing method. This research was a case study which used three samples of the product in the year 2000.

In this research, the researcher collected data by using interview, documentation and observation method. The descriptive analysis technique was used to analyze the data. Three steps were employed here. First, the researcher gave concrete description about the procedure of selling price calculation applied by CV. Sahabat. Second, the selling price was calculated using Cost Plus Pricing method. The last, the materiality experiment was used to investigate the selling price differences applied by CV. Sahabat based on Cost Plus Pricing method.

The researcher discovered that selling price determination applied by CV. Sahabat and the procedure of selling price determination using Cost Plus Pricing method exactly accurate. The differences found in this research were Rp. 35.31 (9,7 %) for the product of "Buku Giat Belajar Menuju Sukses", Rp. 85,56 (3,4 %) for "Buku Giat Berlatih Menuju Sukses", and Rp 20, 13 (6,2 %) for "Buku Kegiatan Agama". The differences were caused by some differences in the determining the Mark Up, Where the selling price of CV. Sahabat is based on the product main cost per unit, while in the selling price according to Cost Plus Pricing method is based on the production expense per unit plus Mark Up by the method of Return On Investment (ROI). The differences of those selling price were not significant to the selling of the company.