

**EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
DENGAN METODE COST PLUS PRICING
Studi Kasus pada CV. Sahabat Klaten**

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



Disusun Oleh

Nama : Yohanes Pila Harseno

NIM : 992114143

NIRM : 990051121303120143

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

2004


Skripsi
EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN
METODE COST PLUS PRICING
Study Kasus Pada CV. Sahabat Klaten

Oleh :
Yohanes Pila Harseno
NIM : 992114143
NIRM : 990051121303120143

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Tanggal 29 Desember 2003



Y. Chr. Wahyu Ari Andriyanto, S.E., M.M

Pembimbing II

Tanggal 03 Februari 2004



Drs. YP. Supardiyono. M.Si., Ak

Skripsi
EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
DENGAN METODE COST PLUS PRICING
Studi Kasus Pada CV. Sahabat Klaten

Oleh :

Yohanes Pila Harseno

NIM : 992114143

NIRM : 996051121303120143

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada tanggal 23 Pebruari 2004
dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

Nama lengkap	Tanda tangan
Ketua : Drs. YP. Supardiyono. M.Si., Ak 
Sekretaris : Drs. G. Anto Listianto, MSA., Ak 
Anggota : Y. Chr. Wahyu Ari Andriyanto, S.E., M.M 
Anggota : Drs. YP. Supardiyono. M.Si., Ak 
Anggota : Lilis Setiawati, S.E., M. Si., Ak 

Yogyakarta, 28 Pebruari 2004

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan


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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Perjuangan adalah pelaksanaan dari kata-kata“

“Setetes darah dan keringat dalam perjuangan adalah seribu satu harapan dalam impian“

“Perpaduan antara konsentrasi, kualifikasi, ketekunan dan daya tahan terhadap tekanan diyakini merupakan kunci sukses seseorang dalam pekerjaannya“

(By: Perenungan Philla Johanes)

Skripsi ini kupersembahkan untuk Hati Kudus Jesus Super star

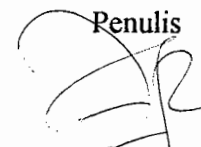
Dan Bunda Maria serta:

- ~ Nenekku tercinta Tono Sudharmo (RIP) di alam kelanggengan*
- ~ Bapak dan Simbokku tercinta di desa*
- ~ Ke dua kakakku dan adiknya*
- ~ Sahabat jiwaku Dian*
- ~ Tiga peri kecilku, temui aku di alam keabadian*

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

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

Yogyakarta, 23 Februari 2004

Penulis


Yohanes Pila Harseno

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.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: “Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing” di CV. Sahabat, Jln. Dr. Whidin Sudhiro Husodo No. 47 Klaten, Jawa Tengah.

Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma di Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat bantuan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Hg. Suseno, TW, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
2. Ibu Reni Retno Anggraeni, SE., M.Si., Akt selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
3. Bapak Y. Chr. Wahyu Ari Andrianto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersahabat dalam memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. YP. Supardiyono, M. Si., Akt selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang dengan kebaikannya dalam memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini;

5. Ibu Lilis Setiawati, SE., M.Si., Akt selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan tambahan pengetahuan kepada penulis
6. Bapak Radjiwo, BA yang telah memberikan ijin penelitian dan data yang sangat diperlukan oleh penulis.
7. Ayah dan Bundaku tercinta di desa yang telah memberikan doa, semangat dan perhatian dalam rangka penulisan skripsi dan tatkala penulis menjalani masa pengemblengan di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta selama bertahun-tahun.
8. Ir. Supiyo Joko Basuki yang telah menyemangati penulis dan telah memberikan dukungan finansial sepenuhnya dalam rangka menggapai gelar kesarjanaan di Universitas Sanata Dharma.
9. Mas Joko, Mbak Nuri dan vena yang telah memberikan dukungan doa, perhatian dan saran selama penulis digembleng selama empat tahun setengah di Universitas Sanata Dharma.
10. Kawan setiaku Dian Lestarie yang memberikan perhatian, doa dan saran kepada penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini.
11. Pak Wahyu dan Mbak Ari yang selalu memberikan arahan dan petunjuk kepada penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini.
12. Saudara-saudaraku serumah dan seataap di Wisma Patah Hati Gg. Endra. No. 9: Pras, Munadi, Ari, Anaz, Agus, Hendy yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

13. Kawan-kawanku yang setia Mull Thitit, Cemploek, Eko, Indra, Dedi, Yousi, Paul, Monthe, Dwiari, Pincoek dan laen laen yang selalu menyemangati penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini.

14. Teman-teman mahasiswa dan berbagai pihak, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang membaca skripsi ini demi perbaikan selanjutnya.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan informasi serupa.

Yogyakarta, Februari 2004

Penulis,



Yohanes Pila Harseno

DAFTAR ISI



	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	2
C. Rumusan Masalah	3
D. Hipotesis	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	5
G. Sistematikasi Penulisan	5

	Halaman
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Biaya	7
1. Pengertian Biaya.....	7
2. Pengelompokkan biaya.....	7
B. Harga jual	11
1. Pengertian harga jual.....	12
2. Prosedur penetapan harga penghasilan	15
3. Metode penetapan harga jual	16
C. Telaah Penelitian terdahulu	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Tempat dan Waktu Penelitian	23
C. Subjek dan Objek Penelitian	23
D. Teknik pengumpulan data	24
E. Teknik analisis data.....	25
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	29
A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	29
B. Lokasi Perusahaan.....	31
C. Struktur Organisasi Perusahaan	39
D. Personalia	41
E. Produksi	43
F. Pemasaran	49

	Halaman
BAB V ANALISIS DATA	44
A. Diskripsi Data	44
B. Analisis Data dan pembahasan	51
BAB. VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	62
B. Saran	64
C. Keterbatasan	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Masing-masing perusahaan berusaha menguasai pasar dengan berbagai cara dan strategi. Jika perusahaan menginginkan untuk tetap bertahan dan maju, perusahaan membutuhkan manajemen yang dapat berkerja dengan baik dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Tujuan ini dapat dicapai apabila perusahaan dapat melaksanakan penjualan seperti yang direncanakan. Salah satu tujuan dari penjualan adalah meningkatkan volume penjualan sampai ke tingkat penjualan tertentu. Untuk mencapai kenaikan volume penjualan sampai ke tingkat tertentu dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: Faktor pendapatan masyarakat, faktor pertumbuhan penduduk, faktor persaingan, dan faktor pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Usaha pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan meliputi produk yang dihasilkan, penetapan harga jual produk yang dihasilkan, penetapan saluran distribusi dan promosi yang akan dilaksanakan.

Di era kompetisi yang semakin tajam perusahaan-perusahaan menjalankan strategi pemasaran dengan meletakkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama dalam mengarahkan kegiatan bisnis mereka. Perusahaan harus mampu menghasilkan produk atau jasa yang bermutu dengan harga rendah untuk dapat bertahan di pasar. Perusahaan-perusahaan berlomba untuk menghasilkan

produk atau jasa yang bermutu dengan berpedoman bahwa konsumen hanya dibebani dengan biaya-biaya untuk aktivitas penambah nilai (*value added activitie*). Dengan demikian dalam persaingan yang semakin tajam manajemen memerlukan informasi biaya yang teliti, yang memperhitungkan secara cermat sumber daya (*resource*) yang dikorbankan untuk aktivitas penambah nilai bagi konsumen. Berdasarkan situasi seperti ini, harga jual harus ditentukan berdasarkan informasi biaya penuh produk atau jasa yang dihitung secara cermat (Mulyadi, 1993:71). Umumnya penentuan harga jual merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa yang akan datang. Dalam penentuan pengambilan keputusan penentuan harga jual, manajer penentu harga jual menghadapi berbagai faktor yang mengandung banyak ketidakpastian. Satu-satunya informasi yang memberikan kepastian yang relatif tinggi yang di tangan manajer penentu harga jual adalah biaya. Biasanya bagi manajer penentu harga jual informasi biaya dibatuhkan oleh manajer tersebut sebagai titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dibebankan kepada konsumen di masa yang akan datang. Berdasarkan informasi biaya produk atau jasa yang cermat (*accurate*) di tangannya, manajer penentu harga jual memiliki dasar untuk menetapkan kebijakan harga jual dengan aman. Penentuan harga jual produk dalam perusahaan manufaktur memang lebih rumit dibanding dengan perusahaan dagang, pada perusahaan dagang tidak perlu menentukan harga pokok produk dan alokasi-alokasi biaya produk karena perusahaan menerima produk dari produsen dalam bentuk produk jadi. Di samping itu perusahaan

dagang tidak mengolah bahan baku menjadi produk selesai. Di dalam Perusahaan, harga menjadi faktor yang sangat penting karena para konsumen selalu mengharapkan harga jual barang atau jasa yang murah dengan kualitas yang tinggi. Hal ini akan menyulitkan pihak perusahaan dalam penentuan harga jual, sehingga perusahaan berusaha untuk menghasilkan produk dengan harga yang rendah, dengan berpedoman bahwa konsumen hanya dibebani oleh biaya untuk kegiatan yang memang menambah nilai. Hal tersebut menunjukkan penentuan harga jual yang tidak sesuai terhadap kebijakan dalam penentuan harga jual yang berhubungan dengan prosedur yang akan dipakai. Kebijakan mengenai prosedur yang dipakai dalam penentuan harga jual yang sesuai sangatlah penting karena harga jual akan langsung mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang akan dicapai perusahaan. Apabila perusahaan dalam penentuan harga jual akan tetap berpedoman seperti hal tersebut yaitu hanya dengan membebani konsumen dengan biaya-biaya untuk kegiatan yang menambah nilai tanpa mempertimbangkan biaya, jenis produk, dan tujuan perusahaan khususnya laba yang diharapkan, hal tersebut akan mengakibatkan perusahaan untuk berhenti untuk beroperasi/ bangkrut.

Sehingga Penulis tertarik mempelajari dan meneliti tentang “Evaluasi Penentuan Harga Jual produk dengan metode *Cost Plus Pricing*”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah prosedur penentuan harga jual yang dilakukan oleh CV. Sahabat sudah tepat?
2. Apakah ada selisih atau perbedaan yang material antara harga jual menurut CV. Sahabat dengan harga jual berdasarkan metode *Cost Plus Pricing*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui prosedur penentuan harga jual yang diterapkan oleh CV. Sahabat sudah tepat atau belum.
2. Untuk mengetahui selisih atau perbedaan antara harga jual menurut CV. Sahabat dengan harga jual berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dapat dikatakan material atau tidak menurut perusahaan terhadap penjualan.

D. Batasan Operasional

Dalam penelitian ini Penulis akan membahas beberapa faktor, yaitu:

1. Biaya

Yang dimaksud dengan biaya adalah semua biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk

2. Harga Jual

Harga jual yang tepat adalah harga jual yang dapat menutup semua biaya, baik biaya langsung maupun biaya tidak langsung yang telah dikeluarkan oleh perusahaan dan dapat menghasilkan laba sehingga perusahaan akan tetap dapat beroperasi.

3. Metode Penentuan Harga

Metode dalam penentuan harga jual terdiri dari :

- Penentuan harga jual berdasarkan *Cost Plus Pricing*
- Metode harga jual dalam *Cost Type Contract*
- Metode harga jual Pesanan Khusus
- Metode harga jual yang diatur Pemerintah

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan terutama dalam kebijakan perusahaan menentukan harga jual produk yang dihasilkan

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian akan dapat digunakan :

- a. Sebagai salah satu contoh konkrit dalam penentuan harga jual
- b. Untuk menambah referensi bahan perpustakaan

3. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini akan berguna bagi pembahas untuk mengembangkan teori yang di dapat dalam bidang akuntansi biaya dan akuntansi manajemen.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan 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 pustaka. Uraian ini akan digunakan sebagai landasan berpijak dalam mengolah data

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan diuraikan mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, subyek dan obyek penelitian, data yang dicari, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan mengenai kegiatan produksi, pemasaran, hasil produksi, sejarah umum perusahaan yang meliputi sejarah perkembangan perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, dan personalia

BAB V ANALISIS DATA

Bab ini akan menguraikan tentang hasil penelitian beserta pembahasan mengenai penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing*

BAB VI PENUTUP

Bab ini akan menjelaskan kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan dan keterbatasan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Biaya

1. Pengertian biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dengan satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Supriyono, 1994: 18-36)

2. Penggolongan biaya

Biaya dapat digolongkan menjadi enam, yaitu : (Supriyono, 1994: 40)

- Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan perusahaan:

- a. Biaya produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk sesuai. biaya produksi ini meliputi : Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik
- b. Biaya pemasaran, yaitu biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan perhitungan menjadi kas. Biaya ini meliputi biaya untuk melaksanakan fungsi penjualan, fungsi penggudangan produk selesai, fungsi pengepakan dan pengiriman, fungsi pemberian kredit dan pengumpulan piutang dan fungsi pembuatan faktur atau administrasi penjualan.

- c. Biaya administrasi dan umum yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum, misalnya : Gaji karyawan
 - d. Biaya keuangan yaitu semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan, misalnya : Biaya bunga
- Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi di mana biaya akan dibebankan:
- a. Pengeluaran modal adalah pengeluaran yang dapat memberikan manfaat pada beberapa periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang, misalnya: Pengeluaran pembelian aktiva tetap, promosi besar-besaran.
 - b. Pengeluaran penghasilan adalah pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran terjadi, misalnya: Biaya iklan, biaya tenaga kerja.
- Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan :
- a. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya konstan tidak dipengaruhi terhadap perubahan volume kegiatan sampai pada tingkat tertentu, misalnya: Biaya gaji karyawan, biaya iklan
 - b. Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya akan berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan, misalnya: Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung

- c. Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding, misalnya: Biaya sewa mesin, biaya tenaga kerja tidak langsung

- Penggolongan biaya sesuai dengan obyek atau pusat biaya yang di biyai:

- a. Biaya langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat di identifikasikan kepada obyek atau pusat biaya tertentu, misalnya: Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung
- b. Biaya tak langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada obyek atau pusat biaya tertentu, misalnya: Biaya overhead pabrik

- Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya :

- a. Biaya terkendali adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu
- b. Biaya tak terkendali adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu berdasarkan wewenang yang dimiliki.

- Penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan pengambilan keputusan

- a. Biaya relevan adalah biaya yang akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya tersebut harus di perhitungkan dalam pengambilan keputusan

- b. Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan oleh karena itu biaya tidak perlu diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan.

3. Perilaku Biaya

Perilaku biaya merupakan studi tentang hubungan biaya dengan volume kegiatan (Sugiri, 1994-43). Perilaku biaya sangat penting sebagai dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi baik keputusan jangka pendek maupun jangka panjang. Berdasarkan perilaku biaya dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu:

a. Biaya tetap (*fixed cost*)

Adalah biaya yang jumlah totalnya konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas pada sampai tingkat tertentu (mis: gaji karyawan). Pada biaya tetap biaya satuan akan berubah berbanding terbalik dengan perubahan volume kegiatan. Untuk kepentingan perencanaan dan pengendalian biaya tetap dikelompokkan menjadi dua yaitu:

- *Comitted Fixed Cost*

Adalah biaya tetap yang dibutuhkan meskipun kegiatan perusahaan untuk jangka waktu sementara (misalnya: Pajak asuransi, depresiasi bangunan).

- *Discretionary Fixed Cost*

Adalah biaya tetap yang timbul akibat dari keputusan manajemen pada periode anggaran tertentu (mis: Biaya pelatihan karyawan, biaya periklanan, biaya riset dan penelitian)

b. Biaya Variable

Adalah biaya yang totalnya berubah-ubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan, tetapi per unit tetap (mis: upah tenaga kerja langsung). Untuk kepentingan perencanaan dan pengawasan biaya variable dibedakan menjadi dua, yaitu:

- *Engineered variable cost*

Merupakan hubungan fisik secara eksplisit antara masukan dan keluaran. Dalam beberapa kegiatan administrasi dan penjualan terdapat hubungan secara fisik antara masukan dan keluaran (mis: Biaya untuk menyelenggarakan kartu piutang)

- *Discretionary Variable Cost*

Merupakan biaya yang variabelitasnya terhadap volume kegiatan semata-mata karena adanya hubungan secara fisik antara masukan dan keluaran (mis: Biaya iklan).

c. Biaya Campuran

Adalah biaya yang bersifat campuran antara biaya tetap dan biaya variable (mis: Biaya pemeliharaan kendaraan, telepon, reparasi). Beberapa metode untuk memisahkan biaya campuran:

- Metode Titik Tertinggi – Titik Terendah

Menurut metode ini biaya campuran dipisahkan dengan mencari selisih antara biaya total pada kegiatan tertinggi dan total pada kegiatan terendah. Selisih tersebut merupakan biaya variable total yang terjadi pada tingkat kegiatan antara tertinggi dan terendah.

- Metode Diagram Pencar

Menurut metode ini menggambarkan titik-titik data yang menunjukkan kombinasi biaya dan tingkat kegiatan pada grafik sumbu vertikal (Y) untuk kombinasi biaya dan sumbu horizontal (X) untuk tingkat kejadian kegiatan.

- Metode Regresi Linier

Metode ini memisahkan biaya campuran dengan menggunakan model matematisnya:

$$y = a + bx$$

Variabel yang harus di cari adalah a yang merupakan biaya tetap dan b yang menunjukkan biaya variable per unit dan y merupakan semi variable cost

yang diamati. Sedangkan x adalah satuan aktivitas / kegiatan. Variabel a dan b dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n} \quad b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

B. Harga jual

1. Pengertian harga jual

Harga merupakan masalah yang sangat peka bagi perusahaan untuk menetapkan harga jual dari satu produk dan perlu pertimbangan masak-masak sebelum harga di pasarkan, harga jual dapat diidentifikasi sebagai berikut:

(Supriyono, 1994: 332)

Harga jual adalah Jumlah moneter yang dibebankan oleh unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Definisi harga jual menurut (Alma, 1992: 237) adalah sebagai berikut:

Harga dari suatu barang adalah apa yang dirasakan oleh penjual dimana pembeli mampu membayar. Harga ini ada bersifat tetap ada pula yang dicapai dengan tawar menawar. Jadi harga jual adalah suatu nilai yang dicapai oleh penjual dan pembeli mengenai suatu barang.

Penentuan harga jual berhubungan dengan kebijakan penentuan harga jual dan keputusan penentuan harga jual. Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual namun menetapkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan, aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual. Keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang ada umumnya dibuat jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan aktivitas dan tujuan organisasi. Kebijakan harga jual biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh faktor *internal* dan *eksternal*. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau malahan biaya masa depan (*future cost*), kondisi reaksi pesaing, dan laba yang diinginkan.

2. Penetapan harga jual

A. Tujuan penetapan harga (Fandy Tjiptono. 1995 : 120)

1. Tujuan orientasi laba

a. Mengharapkan *return* tertentu

- Pandangan seseorang terhadap besarnya resiko

Semakin besar resiko yang dihadapi maka semakin besar pula *return* yang diharapkan

- Biaya dan pengorbanan yang dikeluarkan

Semakin biaya dan pengorbanan yang dikeluarkan maka semakin besar pula *return* yang diharapkan

- Sikap seseorang dalam menghadapi resiko usaha

- Orang yang senang menantang resiko mau melakukan sesuatu meskipun meskipun *return* yang dijanjikan tidak terlalu besar.

b. Mengharapkan laba maksimum

Tujuan ini banyak dilakukan terutama oleh perusahaan-perusahaan kecil yang cenderung berfikir jangka pendek. Secara teoritis laba maksimum tidak hanya dicapai melalui penetapan harga tinggi atau menaikkan harga jual barang, menetapkan harga yang tinggi akan membawa laba total tinggi hanya apabila permintaan bersifat *in elastis*, artinya perubahan harga tidak membawa pengaruh yang berarti bagi pemakai untuk menutup investasi secara berangsur. Hal ini biasa terjadi apabila harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya. Tetapi bila permintaan

barang sangat elastis terhadap harga akan mengakibatkan naiknya volume permintaan sehingga secara total akan memperbesar laba.

2. Tujuan orientasi pada volume Penjualan

a. Mengharapkan pertumbuhan penjualan

Beberapa manajer terutama manajer dikalangan perusahaan-perusahaan besar lebih tertarik pada peningkatan volume penjualan secara langsung akan diikuti oleh peningkatan laba.

b. Mengharapkan pertumbuhan *Market Share*

Market Share atau bagian pasar yang berada ditangan perusahaan menunjukkan kekuatan bersaing perusahaan atau bahkan mampu pula meramalkan kelangsungan hidup perusahaan.

c. Mempertahankan *Market Share*

Sebagian besar perusahaan memandang suatu *market share* tertentu sebagai *market share* yang ideal. Mereka beranggapan bila menambah *market share* justru mendatangkan masalah baru bagi perusahaan.

d. Mempertahankan dan memperbaiki *Market Share*

Memperbaiki *market share* hanya mungkin dilakukan apabila kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih longgar. bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan sangat terbatas biasanya penetapan harga ditunjukkan untuk sekedar mempertahankan *market share*.

3. Prosedur Penetapan Harga Jual

- I. Mengumpulkan seluruh biaya, yaitu :
 1. Biaya tenaga kerja langsung
 2. Biaya overhead pabrik
 3. Biaya administrasi dan umum
 4. Biaya pemasaran
 5. Biaya bahan baku
- II. Menghitung biaya produksi yang meliputi :
 1. Biaya bahan baku
 2. Biaya tenaga kerja langsung
 3. Biaya overhead pabrik (tetap dan variabel)
- III. Menghitung biaya komersial yang meliputi :
 1. Biaya administrasi dan umum
 2. Biaya Pemasaran
- IV. Menghitung total biaya penuh dengan cara menambahkan total biaya produksi dengan total biaya komersial
- V. Menghitung harga pokok produk per unit
- VI. Menghitung persentase *mark up*

VII. Menghitung harga jual per unit produk, sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik tetap	xxx	
Biaya overhead pabrik variabel	xxx	+
	<hr/>	
Harga Pokok Produksi		xxx
<i>Mark up</i> = Y % x harga pokok produksi		<hr/> xxx +
Harga jual per unit Produk		xxx

Dimana:

$Y\% = \% \text{ Mark Up}$ yang diharapkan perusahaan

4. Metode Penetapan Harga Jual

Dalam keadaan normal harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sesuai dengan investasi. Harga jual produk perusahaan harus dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Berikut akan diuraikan beberapa metode penentuan harga jual, antara lain :

(Mulyadi,1993:355)

1. Penentuan Harga Jual Normal

Metode penentuan harga jual normal sering disebut dengan istilah *cost plus pricing*. Dimana harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan presentase *markup* yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut :

Harga Jual = Taksiran Biaya Penuh + *Mark Up*

2. Harga Jual Dalam *Cost Type Contract*

Cost Type Contract merupakan kontrak pembuatan produk dimana pihak pembeli setuju untuk membeli suatu produk pada harga yang didasarkan.

Cost Type Contract harga jual ditentukan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual} = \text{Total Biaya Sesungguhnya} + \text{Laba}$$

$$\text{Laba} = \% \text{ Laba yang diinginkan} \times \text{Total Biaya Sesungguhnya}$$

3. *Harga Jual Penentuan Pesanan Khusus*

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. pesanan khusus biasanya mencakup jumlah yang besar sehingga harga jual yang diperlukan dapat lebih rendah dari harga normal, seringkali harganya berada dibawah biaya penuh.

4. Penentuan Harga Jual Produk atau jasa yang Diatur Pemerintah

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat diatur dalam peraturan pemerintah.

karena dari ke empat metode tersebut yang akan dipakai adalah metode *cost plus pricing* maka akan lebih dijelaskan pada pembahasan berikut.

- *Metode Cost Plus Pricing*

Cost Plus Pricing merupakan metode dalam penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Berikut akan di jelaskan mengenai perhitungan taksiran biaya penuh yang digunakan dalam penentuan harga jual dalam pendekatan *cost plus pricing*.

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua cara dalam metode *cost plus pricing* yaitu pendekatan *full costing* dan *variable costing*.

a) Pendekatan *Full Costing*

Pendekatan full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi. Pengertian biaya dalam pendekatan harga pokok penuh dalam penentuan harga jual berdasarkan cost plus pricing adalah biaya yang digunakan untuk memproduksi satu unit produk. taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual yang terdiri dari unsur-unsur berikut:

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik	xxx	+
	<hr/>	
Total Biaya produksi		xxx
Biaya administrasi dan umum	xxx	
Biaya Pemasaran	xxx	
	<hr/>	
Total Biaya Komersial		xxx +
<i>Biaya Penuh</i>		xxx

- Rumus perhitungan harga jual per unit dengan metode *cost plus pricing*

Dalam penentuan harga jual taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk di tambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *mark up*. Rumus perhitungan harga

jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut:

Harga jual per unit = Biaya produksi per unit + (% *Mark Up* x Biaya produksi per unit)

$$\text{Mark up} = \frac{\text{Return yang diinginkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}}$$

Return yang diinginkan atas aktiva yang ditanamkan (ROI) sebagai berikut:

$$\text{Return On Investment (ROI)} = \frac{\text{Laba}}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

b) *Pendekatan Variable Costing*

Variable Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan biaya produksi variable kedalam harga pokok produksi dan biaya overhead tetap diperlakukan sebagai *period cost*.

Dalam pendekatan biaya variabel sebagai dasar penentuan harga jual menekankan penggolongan biaya berdasarkan perilaku biaya. Elemen biaya yang di pengaruhi secara langsung oleh volume produk adalah biaya variabel. Elemen biaya yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk adalah biaya tetap. Penentuan harga jual berdasarkan harga pokok variabel ditentukan oleh jumlah biaya variabel di tambah *mark up* yang harus tersedia untuk menutup semua biaya tetap dan untuk menghasilkan laba yang diinginkan. Taksiran

biaya penuh yang dipakai dasar penentuan harga jual, terdiri dari unsur-unsur :

Biaya Variabel :		
Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik variable	<u>xxx</u> +	
Taksiran total biaya produksi variable		xxx
Biaya administrasi dan umum variable	xxx	
Biaya pemasaran Variabel	<u>xxx</u> +	
Taksiran biaya variable		xxx
Biaya Tetap :		
Biaya overhead tetap	xxx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx	
Biaya pemasaran tetap	<u>xxx</u> +	
Taksiran total biaya tetap		<u>xxx</u> +
Taksiran biaya penuh		xxx

- Rumus perhitungan harga jual per unit dengan pendekatan harga pokok variabel :

$$\text{Harga jual} = \text{biaya variabel} + (\% \text{ markup} \times \text{biaya variabel})$$

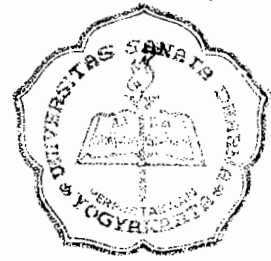
$$\% \text{ Mark Up} = \frac{\text{Biaya tetap} + \text{Laba yang di harapkan}}{\text{Biaya Variabel}} \times 100 \%$$

C. Telaah penelitian terdahulu

Pada suatu perusahaan, dalam penentuan harga jual merupakan pengambilan keputusan yang menyangkut masa yang akan datang. Dalam penentuan pengambilan keputusan, manajer penentu harga jual menghadapi berbagai faktor yang banyak ketidak pastian. satu-satunya informasi yang memberikan kepastian yang relatif tinggi adalah biaya. Penentuan harga jual produk dalam perusahaan manufaktur lebih rumit dibanding dengan perusahaan dagang karena pada perusahaan dagang tidak perlu menentukan harga pokok produk dan alokasi-alokasi biaya. Pada umumnya perusahaan dalam menentukan harga jual tidak didasarkan pada teori-teori yang ada sehingga penentuan harga jual yang ditentukan kurang menghasilkan keberhasilan.

Penelitian yang dilakukan di PT Surya Marga Luhur menunjukkan adanya perbedaan yang tidak material antara penetapan harga jual menurut perusahaan dengan penetapan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* (Fenny, 1997 :45). Penelitian yang sama dilakukan di CV Sahabat menunjukkan adanya perbedaan yang tidak material antara penetapan harga jual menurut perusahaan dengan penetapan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* (Flavianus Janggat : 2000:50). begitu juga dengan penelitian yang dilakukan di PT Catur Wangsa Indah menunjukkan adanya perbedaan yang tidak material antara penetapan harga jual menurut perusahaan dengan penetapan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* (Anita Elisabeth, 1998: 54). Penelitian juga dilakukan di PT.Pabelan menunjukkan adanya perbedaan yang tidak material antara penetapan harga jual menurut perusahaan dengan penetapan harga jual

dengan metode *cost plus pricing* (Lilis Indriyani, 2000:49). Berdasarkan hal-hal tersebut maka penulis menyatakan rumusan hipotesis sebagai berikut “*Adanya perbedaan selisih yang tidak material antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut metode cost plus pricing*”.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan data yang diperlukan.

B. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian
 - a. Kepala Bagian Akuntansi
 - b. Kepala Bagian Produksi
 - c. Kepala Bagian Pemasaran
 - d. Kepala Bagian Adminitrasi
2. Obyek penelitian adalah penelitian harga jual produk pada perusahaan CV. Sahabat Klaten

C. Data yang diperlukan

1. Gambaran umum perusahaan
2. Biaya produksi yang terdiri dari :
 - Biaya bahan baku
 - Biaya tenaga kerja langsung
 - Biaya tenaga kerja tidak langsung

- Biaya overhead pabrik
3. Biaya non produksi yang terdiri dari :
 - Biaya administrasi dan umum
 - Biaya pemasaran
 4. Harga jual produk perusahaan
 5. Data penjualan
 6. % Laba yang diharapkan
 7. Prosedur penentuan harga jual perusahaan
 8. Data lain tentang penentuan harga jual

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung yang berhubungan dengan data biaya produksi dan biaya non produksi, data penjualan serta data lain yang berhubungan dengan penetapan harga jual perusahaan selama tahun 2000.

2. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data yang ada dalam perusahaan yang berhubungan dengan penentuan harga jual dan volume penjualan selama tahun 2000.

3. Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti yang berhubungan dengan gambaran umum perusahaan dan pemasaran selama tahun 2000.

E. Teknik Analisis Data

- Untuk menjawab masalah pertama digunakan analisis diskriptif, adapun dengan langkah sebagai berikut :

a. Mendiskripsikan prosedur penentuan harga jual perusahaan dengan mengumpulkan seluruh biaya (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran) serta data lain yang berpengaruh pada penentuan harga jual perusahaan.

b. Mendiskripsikan prosedur penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, dengan cara :

1. Menghitung total biaya dengan unsur sebagai berikut :

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik (tetap+ <i>variabel</i>)	xxx	+
Total Biaya Produksi		xxx

Biaya Bahan Baku	xxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Biaya Overhead Tetap	xxx	
Biaya Overhead <i>Variabel</i>	<u>xxx</u>	+
Harga Pokok Produksi		xxx
<i>Mark Up</i> = Y % x Harga Pokok Produksi		<u>xxx</u> +
<i>Harga Jual per unit</i>		xxx

c. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu tentang prosedur penentuan harga jual perusahaan sudah tepat atau belum dengan cara mengidentifikasi perbedaan dengan melakukan analisis kritis terhadap perbedaan- yang ada antara hasil temuan lapangan dengan hasil kajian teori.

- Untuk menjawab masalah ke dua yaitu dengan cara membandingkan antara hasil perhitungan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan hasil perhitungan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*. apabila dalam perhitungan harga jual menurut perusahaan dibandingkan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dijumpai selisih, maka akan digunakan konsep materialitas (cukup berarti), dengan mempertimbangkan aspek kuantitatif dan aspek kualitatif untuk menilai selisih tersebut cukup material atau tidak. Aspek kuantitatif adalah berdasarkan jumlah absolut, misalnya jumlah rupiah atau berdasarkan nilai relatif. Aspek kualitatif adalah berdasarkan pertimbangan karakteristik dari lingkungan, karakteristik dari perusahaan seperti besar kecilnya perusahaan dan struktur modal yang ada. Selisih antara harga jual perusahaan dengan harga jual menurut *cost plus*

pricing dikatakan material atau cukup berarti apabila selisih tersebut akan mempengaruhi atau menyebabkan timbulnya perbedaan dalam pengambilan keputusan dan dengan mempertimbangkan keadaan lain yang ada, sehingga apabila selisih tersebut tidak mempengaruhi atau tidak menyebabkan timbulnya perbedaan dalam pengambilan keputusan, maka jumlah selisih tersebut di nilai tidak material atau tidak cukup berarti dengan mempertimbangkan aspek kuantitatif dan aspek kualitatif yang ada di dalam perusahaan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Percetakan CV. Sahabat didirikan pada tahun 1979 di Dukuh Sungkur, Desa Semangkak, Kecamatan Klaten tengah., Kabupaten Klaten di atas tanah seluas 5000 m². Perusahaan ini semula berbentuk perusahaan perseorangan dan berawal dari sebuah kios kecil dengan peralatan sederhana.

Percetakan CV. Sahabat didirikan oleh Bapak H. Suranto yang semula berusaha untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya. Perjalanan karier Bapak H. Suranto dimulai sejak tahun 1970 berkerja sebagai tukang potong kertas pada perusahaan Sumber Rejeki milik Bapak Ahmad Dahlan yang mempunyai perusahaan percetakan keluarga. Pada tahun 1972 Bapak H. Suranto diangkat menjadi karyawan pada percetakan keluarga. Pada tahun 1974, Bapak H. Suranto bersama kakaknya mendirikan percetakan sendiri dengan peralatan yang sederhana. Usaha tersebut makin berkembang dan pada tahun 1975 secara resmi didirikan percetakan dengan nama “ Saudara “ di Bramen, Klaten. Bapak H. Suranto bertugas mencari *order* dan Bapak Mohtar sebagai pengatur serta teknisi di perusahaan yang dibantu oleh seorang karyawan sebagai tenaga pencetak. Dalam jangka waktu empat tahun percetakan “ Saudara “ berkembang dengan pesat ditandai dengan banyaknya *order* atau pesanan yang masuk dan disertai dengan bertambahnya peralatan serta jumlah karyawan. Agar usahanya lebih berkembang maka pada tahun

1979 Bapak H. Suranto mendirikan usaha percetakan sendiri dengan nama percetakan "Sahabat" yang semula masih satu lokasi dengan percetakan "Saudara".

Pada tahun 1980 Bapak H. Suranto mendirikan sebuah toko atau kios di Dukuh Sungkur, Klaten sebagai tempat usaha yang mempunyai letak strategis sehingga usahanya berkembang pesat. Untuk menertibkan administrasi dan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik maka pada tanggal 4 Januari 1988 perusahaan diubah bentuknya dari Perusahaan perseorangan menjadi perusahaan komanditer (CV) dengan nama percetakan CV. Sahabat, yang disahkan oleh notaris Mohamad Imron, SH., dengan akte notaris No : 8 / 87. Pemilik dari perusahaan ini adalah Bapak H. Suranto, Ibu Sri Mudarsih dan Bapak Suwanto. *Omset* penjualan yang semakin meningkat menyebabkan pada tanggal 14 Maret 1989 Percetakan CV. Sahabat sah sebagai perusahaan kena pajak. Untuk memperluas jaringan pemasarannya perusahaan ini mendirikan kantor-kantor perwakilan pada setiap daerah yang meliputi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta dan sebagian Jawa Barat dan Jawa Timur.

Sedangkan tujuan yang hendak dicapai oleh CV. Sahabat dalam mendirikan percetakan, yaitu :

1. Memperoleh keuntungan yang digunakan sebagai sumber penghasilan perusahaan untuk kelangsungan hidup CV. Sahabat

2. Memberikan kepuasan dan pelayanan yang baik pada konsumen dengan menghasilkan produk yang berkualitas yang di butuhkan oleh konsumen
3. Membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja terutama masyarakat di sekitar perusahaan khususnya angkatan muda
4. Membantu pemerintah dalam perolehan pendapatan melalui pembayaran pajak

B. Lokasi Perusahaan

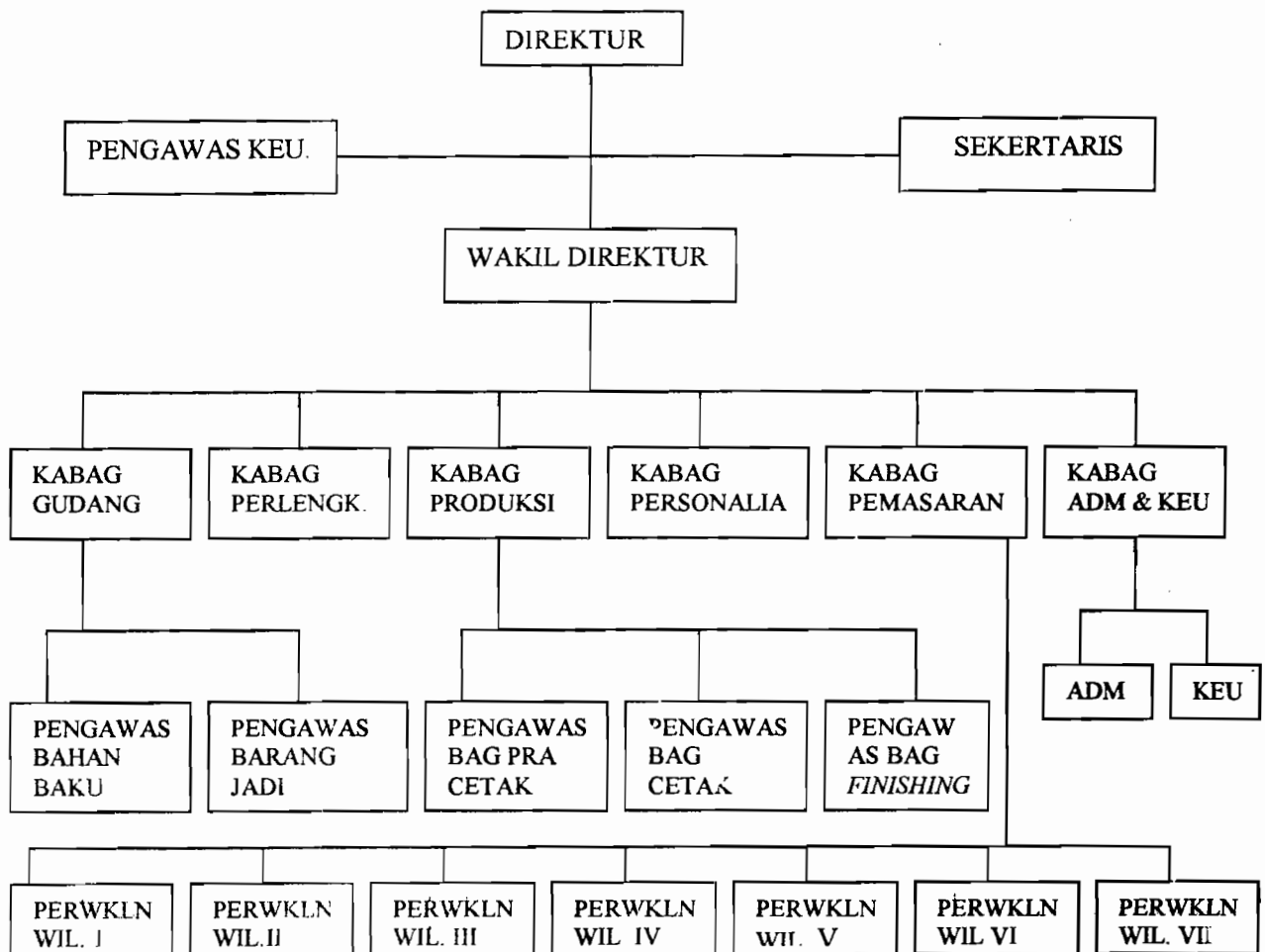
Lokasi percetakan dan penerbitan CV. Sahabat memilih tempat atau lokasi perusahaan di jalan Dr. Wahidin Sudirohusodo no. 47 Klaten dengan menempati tanah seluas 5000 m² di Dukuh Sungkur, Desa Semangkak, Kecamatan Klaten tengah, Kabupaten Klaten. Pemilihan lokasi perusahaan ini perlu mendapatkan perhatian teliti yang mana lokasi perusahaan ini menyangkut tempat perusahaan secara operasional melakukan aktivitas secara rutin. Adapun alasan pemilihan lokasi tersebut mempertimbangkan beberapa faktor ekonomis, karena :

1. Terletak di jalan yang relatif ramai lalu lintasnya dan strategis
2. Mudah di jangkau oleh karyawan yang bekerja di perusahaan

C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang di gunakan perusahaan percetakan CV. Sahabat berbentuk *lini* dan *staf*. Gambaran secara umum struktur organisasi pada CV.

Sahabat sebagai berikut :



Gambar IV.i Struktur organisasi CV. Sahabat

Tugas dan wewenang serta tanggung jawab dari masing-masing bagian yang ada dalam struktur organisasi CV. Sahabat

1. Direktur
 - a. Memimpin perusahaan sesuai dengan kebijaksanaan yang telah ada
 - b. Menentukan kebijakan pokok bidang perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan
 - c. Membuat rencana kegiatan perusahaan dan mengkoordinasikan
 - d. Mendelegasikan sebagian wewenang kepada para kepala bagian sesuai dengan bidangnya masing-masing
 - e. Bertanggung jawab atas kelancaran usaha perusahaan
2. Sekertaris
 - a. Mempersiapkan bahan-bahan untuk rapat dan mengatur acaranya
 - b. Pengetikan, penggandaan dan distribusi dokumen
3. Pengawas keuangan
 - a. Mengawasi jalannya keuangan perusahaan dalam melakukan kegiatan
 - b. Mengontrol para kepala bagian dalam menjalankan tanggung jawabnya
4. Wakil direktur
 - a. Mewakili direktur baik kedalam maupun keluar perusahaan apabila direktur berhalangan
 - b. Membantu direktur dalam menjalankan tugas-tugasnya
5. Kepala bagian gudang
 - a. Menerima dan merawat bahan baku yang baru dibeli
 - b. Melayani pengambilan bahan baku dan pengambilan barang jadi
 - c. Menerima dan memelihara barang jadi yang belum dipasarkan

- d. Bertanggung jawab atas bahan baku dan barang jadi dalam gudang atau yang disimpan di gudang
6. Kepala bagian perlengkapan
- a. Menyediakan perlengkapan yang dibutuhkan oleh bagian produksi
 - b. Membantu bagian-bagian lainnya
7. Kepala bagian produksi
- a. Membagi dan mengawasi jalannya pekerjaan pada bagian *setting*, *montage*, *plate making*, cetak *finishing* dan pemeliharaan serta pekerjaan lain yang ada kaitannya dengan pembuatan produk
 - b. Bertanggung jawab atas jalannya proses produksi dan hasil produksinya
8. Kepala bagian personalia
- a. Menentukan dan mengatur kebutuhan karyawan
 - b. *Recruitment* tenaga kerja
 - c. Mengatasi permasalahan karyawan
 - d. Mengawasi, menyelenggarakan absensi karyawan serta administrasi gaji dan upah karyawan
 - e. Mengatur tata tertib kerja karyawan
9. Kepala bagian pemasaran
- a. Merencanakan atau menyiapkan rencana pembelian barang kebutuhan secara periodik
 - b. Mencari daerah pemasaran dan memasarkan hasil produksinya
 - c. Melakukan promosi
 - d. Membina hubungan yang baik dengan relasi atau pihak lain

- e. Mengadakan distribusi

10. Kepala bagian administrasi dan keuangan

Tugas dan tanggung jawab bagian administrasi :

- a. Mencatat dan mengarsipkan surat-surat keluar dan surat-surat masuk
- b. Membalas surat yang masuk
- c. Mencatat jumlah hasil produksi
- d. Mencatat jumlah produk yang dijual atau dikirim
- e. Mencatat dan mengarsipkan segala sesuatu yang ada hubungannya dengan pihak lain

Tugas dan tanggung jawab bagian keuangan :

- a. Melaksanakan pembukuan sekaligus menyusun laporan keuangan pada perusahaan
- b. Melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan
- c. Mencatat uang yang masuk dan keluar
- d. Melaksanakan pembelian

11. Pengawas

Tugas dan tanggung jawab pengawas adalah mengawasi jalannya kegiatan perusahaan pada bagian yang dibawah

12. Perwakilan

Tugas perwakilan wilayah adalah mencari *order* atau perantara langsung dengan kantor pusat.

Perwakilan wilayah tersebut adalah :

- a. Perwakilan Purwokerto membawahi daerah Purbalingga, Banjarnegara, Banyumas dan Majenang
- b. Perwakilan Magelang membawahi daerah Purwareja, Temanggung, Wonosoobo, Muntilan dan Kebumen
- c. Perwakilan Yogyakarta membawahi daerah Sleman, Eantul, Wonosari, dan Wates
- d. Perwakilan Solo membawahi daerah Klaten, Sragen, Karanganyar, Wonogiri dan Boyolali
- e. Perwakilan Kudus membawahi daerah Rembang, Jepara, Pati, Cepu dan Blora
- f. Perwakilan Pekalongan membawahi daerah Tegal, Slawi, Pemalang, Bumiayu dan Brebes
- g. Perwakilan Semarang membawahi daerah Ungaran, Salatiga, Kendal, Demak dan Purwadadi.

D. Personalia

Tenaga kerja adalah faktor penting dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Untuk itu diperlukan tenaga kerja yang potensial, dalam arti dapat menjalankan kegiatan perusahaan dalam pencapaian tujuan. Upaya perusahaan dalam memperoleh tenaga kerja dengan melakukan seleksi calon karyawan berdasarkan surat lamaran yang telah masuk. Apabila perusahaan membutuhkan karyawan baru maka pelamar tersebut di panggil. Setelah calon karyawan lulus tes seleksi, maka karyawan yang bersangkutan diterima dan

ditempatkan pada jabatan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Selanjutnya diadakan *training* selama tiga bulan. Apabila karyawan tersebut selama *training* mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya baru dikeluarkan surat keputusan pengangkatan karyawan dan diberikan nomor induk karyawan serta diangkat menjadi karyawan tetap. Syarat-syarat menjadi karyawan CV. Sahabat adalah pendidikan minimal SLTP untuk karyawan *finishing*. Untuk operator mesin diutamakan lulusan STM, sedangkan untuk bagian administrasi diutamakan lulusan SMEA dan mempunyai keahlian di bidang komputer. Sekarang ini CV. Sahabat didukung oleh 100 orang karyawan yang terdiri 34 karyawan tetap, 66 orang karyawan tidak tetap. Karyawan tetap memperoleh balas jasa berupa gaji dan dibayar awal bulan setiap tanggal lima. Sedangkan upah diberikan pada karyawan pelaksana dua minggu sekali setiap Sabtu. Untuk karyawan tidak tetap atau musiman diberikan upah satuan produk yang dihasilkan.

Fasilitas dan tunjangan yang diberikan pada karyawan adalah :

1. Setiap tahun diberikan dua stel pakaian seragam
2. Uang makan
3. Biaya kesehatan
4. Asuransi tenaga kerja
5. Lembur
6. Tunjangan
7. Tunjangan hari raya (THR)

Adapun pembagian waktu kerja karyawan CV. Sahabat adalah sebagai berikut :

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Hari sanin – kamis | Masuk : 07.30 – 15.30 WIB
Istirahat: 11.30 – 12.30 WIB |
| 2. Hari jumad | Masuk : 07.30 – 15.30 WIB
Istirahat : 11.00 – 13.00 WIB |
| 3. Hari sabtu | Masuk : 07.30 – 14.30 WIB
Istirahat : 11.00 – 12.30 WIB |

Untuk jam kerja lembur karyawan setelah jam kerja dari jam 15.30 WIB – selesai. Selain libur nasional dan hari minggu, karyawan CV. Sahabat merupakan hak cuti yang merupakan fasilitas bagi karyawan. Cuti bagi karyawan dibagi menjadi dua kelompok :

1. Cuti tahunan

Sesuai dengan peraturan pemerintah cuti karyawan bagi karyawan yang telah berkerja selama satu tahun diberikan cuti selama satu minggu setiap tahun.

2. Cuti lain-lain

Cuti lain-lain yang di maksud adalah :

- a. Cuti hamil
- b. Cuti haid selama dua hari
- c. Cuti punya hajad selama dua hari
- d. Cuti terkena musibah selama dua hari
- e. Cuti nikah selama satu minggu

E. Produksi

Produk yang dihasilkan CV. Sahabat terdiri dari Buku Giat Belajar Menuju Sukses, Buku Giat Berlatih Menuju Sukses, Buku Kegiatan Agama dan cetakan lain. Untuk menghasilkan produknya CV. Sahabat mempunyai beberapa faktor pendukung antara lain :

1. Bahan yang dibutuhkan

Pembuatan produk yang akan dilaksanakan memerlukan dua macam bahan yaitu bahan baku dan bahan pembantu. Bahan baku terdiri dari kertas yang digunakan sebagai bahan yang dicetak dan tinta yang digunakan sebagai bahan

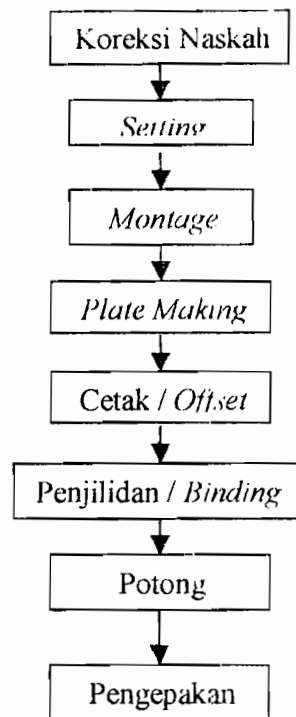
pewarna atau untuk menimbulkan tulisan atau gambar pada cetakan.

Bahan pembantu terdiri dari beberapa macam antara lain :

- a. *Plate*, yang digunakan sebagai alat yang dimasukkan ke dalam mesin cetak, yang akan menimbulkan tulisan dan gambar. *Plate* ini terbuat dari alumunium.
- b. Air, sebagai pencuci *roll* dan campuran pada mesin cetak
- c. *Com*, yang digunakan sebagai bahan penghapus *film* apabila ada cacat atau penghapus garis-garis pada *film* karena hasil dari penyusunan yang dipotong.

2. Proses produksi

Tahap-tahap dalam pembuatan produk adalah sebagai berikut :



IV.ii Gambar Proses produksi CV. Sahabat

1. Koreksi naskah

Tahap ini merupakan tahap awal proses produksi, dimana dalam tahap ini diadakan koreksi naskah yang akan dicetak.

2. Setting

Dalam tahap ini naskah yang sudah dikoreksi tersebut disusun menjadi kalimat-kalimat yang pas dan serasi, untuk kemudian diketik dan dibuat gambarnya

3. *Montage*

Setelah diketik dan dibuat gambarnya, maka hasilnya diproses dibagian ini untuk di jadikan *film*

4. *Plate making*

Film yang sudah ada kemudian dicetak ke atas plate sebagai master untuk dilakukan proses cetak

5. Cetak / *offset*

Tahap selanjutnya adalah percetakan. Pada tahap ini digunakan mesin-mesin produksi yang mempunyai kecepatan tinggi sehingga didapatkan hasil yang maksimal baik dalam jumlah maupun kualitasnya.

6. Penjilidan / *Binding*

Hasil pencetakan yang masih berupa lembaran kemudian diproses lebih lanjut menjadi buku-buku melalui penjilidan / *binding*

7. Potong

Untuk mendapatkan buku yang rapi, setelah dijilid kemudian dilakukan pemotongan pada bagian-bagian yang tidak rata. Pada tahap inilah produk yang berupa buku sudah menjadi produk jadi.

8. Pengepakan

Tahap akhir dari proses produksi adalah pengepakan yaitu mengepak buku-buku tersebut ke dalam kardus dan plastik, sehingga dalam pengirimannya ke daerah-daerah lebih praktis dan efisien.

3. Peralatan yang digunakan

Dalam proses produksi alat-alat yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Mesin *setting* atau mesin tulis elektronika untuk menulis naskah
2. Camera foto *printing*, yang digunakan untuk memfoto naskah yang sudah jadi atau disusun
3. *Plate marker*, yang digunakan untuk membuat *plate*. *Plate* yang sudah dibuat menurut ukuran buku yang dicetak
4. Mesin cetak, untuk mencetak naskah
5. Mesin potong, sebagai alat untuk memotong hasil cetakan yang sudah dijilid agar tampak rapi.

F. Pemasaran

CV. Sahabat dalam menjalankan pemasaran produknya didukung beberapa faktor antara lain :

1. Kualitas produk

Kualitas produk yang dipasarkan oleh CV. Sahabat adalah buku pelajaran yang berkualitas dan segala macam hasil cetak menurut pesanan, misalnya: undangan, soal-soal, brosur dan sebagainya

2. Harga

Harga yang ditetapkan oleh CV. Sahabat masih terjangkau oleh masyarakat. Harga tersebut tergantung dari jenis bahan dan bentuk dari

produk serta berdasarkan kesepakatan antara penerbit dan pemesanan atau pelanggan

3. Distribusi

Adapun cara yang ditempuh oleh CV. Sahabat dalam menyalurkan produknya kepada konsumen dengan cara langsung berhubungan dengan konsumen atau pemesan melalui perwakilan yang ada di daerah. Daerah pemasaran yang sudah ada meliputi Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, sebagian Jawa Barat dan Jawa Timur. Untuk memperlancar pemasaran tersebut perusahaan membagi daerah pemasarannya yaitu untuk Jawa Tengah yaitu dibagi menjadi enam perwakilan dan tiap-tiap perwakilan membawahi empat sampai enam kabupaten, pembagian ini berdasarkan pada letak geografisnya. Khusus untuk Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai satu perwakilan

4. Promosi

Dalam mempromosikan produknya CV. Sahabat menempuh cara dengan mencetak dan menerbitkan kalender setiap tahunnya, dan juga sebagai sponsor untuk kegiatan yang digunakan oleh instansi tertentu dengan membuat spanduk atau penyumbang hadiah.

BAB V

ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Perusahaan CV. Sahabat dalam menentukan harga jual produknya terlebih dahulu mengumpulkan unsur biaya yang dibutuhkan untuk memproduksi produknya. Biaya tersebut adalah biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik dan biaya non produksi meliputi biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran. Berikut adalah data yang berhubungan dengan harga jual produk yang dipakai oleh CV. Sahabat

1. Biaya Produksi:

a. Biaya bahan

Dalam menghasilkan produknya perusahaan CV. Sahabat menggunakan beberapa macam bahan yang dibutuhkan untuk memproduksi buku giat belajar menuju sukses, buku giat berlatih menuju sukses, dan buku kegiatan agama. Bahan baku adalah adalah bahan yang diolah menjadi produk selesai dan pemakaiannya dapat ditelusuri. Biaya bahan baku yang dimaksud oleh CV. Sahabat adalah biaya yang dikeluarkan untuk membeli kertas, tinta, isi jegloman dan *plate*. Biaya bahan baku yang digunakan oleh CV. Sahabat pada tahun 2000 untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut :

Tabel V. i
Pemakaian Biaya Bahan Baku pada tahun 2000 (Rupiah)

Bahan	Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Buku Kegiatan Agama
Kertas CD rall	112. 707. 488	145. 708. 100	97. 573. 000
Kertas cover	28. 176. 872	6. 623. 110	48.786. 540
Plate seng delta	60. 000	450. 000	50. 000
Tinta black	10. 000. 000	2. 500. 000	3. 250. 000
Tinta warna	5. 000. 000	13. 900. 000	12. 900. 000
Isi jeglokan	150. 300	200. 000	185. 000
Jumlah	156. 094. 660	169. 381. 210	162. 744. 540

Sumber : CV. Sahabat

b. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengolah bahan baku menjadi produk selesai berupa gaji dan upah yang diberikan kepada karyawan bagian produksi setiap bulannya. Biaya tenaga kerja langsung yang di keluarkan oleh CV. Sahabat pada tahun 2000 adalah sebesar Rp. 282. 361. 520. Besarnya biaya tenaga kerja langsung untuk masing-masing produk dihitung dengan menggunakan metode alokasi biaya per produk yaitu dengan membagi jumlah penjualan masing-masing produk dengan total penjualan yang dihasilkan, kemudian dikalikan dengan biaya tenaga kerja langsung. Perhitungan besarnya biaya tenaga kerja langsung dapat dilihat pada lampiran I.

Tabel V.ii

Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung CV. Sahabat (Rupiah).

	Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Buku Kegiatan Agama
Biaya tenaga kerja langsung	19. 442. 840	21. 022. 570	20. 198. 459

c. Biaya *overhead* pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan perusahaan CV. Sahabat adalah sebagai berikut :

- Biaya bahan pembantu	Rp. 15. 450. 000
- Biaya penyusutan mesin	Rp. 7. 500. 000
- Biaya penyusutan gedung pabrik	Rp. 2. 000. 000
- Biaya pemeliharaan mesin	Rp. 6. 350. 000
- Biaya pemeliharaan gedung pabrik	Rp. 7. 000. 000
- Biaya pemakaian air	Rp. 2. 000. 000
- Biaya peralatan pabrik	Rp. 1. 500. 000
- Biaya pemakaian BBM pabrik	Rp. 4. 000. 000
- Biaya pemakaian listrik pabrik	Rp. 13. 000. 150
- Biaya limbah pabrik	Rp. 1. 000. 000
- Premi astek / jamsostek	Rp. 2. 500. 000
- Pajak bumi dan bangunan	Rp. 1. 741. 000
Jumlah biaya <i>overhead</i> pabrik	<u>Rp. 64. 041. 150</u>

Besarnya biaya *overhead* pabrik untuk masing-masing produk dapat dihitug dengan menggunakan metode alokasi per produk yaitu dengan membagi

jumlah penjualan masing-masing produk dengan total jumlah penjualan yang dihasilkan, kemudian dikalikan dengan biaya *overhead* pabrik. Perhitungan besarnya biaya *overhead* pabrik per produk dapat dilihat pada lampiran II.

Tabel V.iii
Alokasi Biaya *Overhead* Pabrik (Rupiah)

	Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Buku Kegiatan Agama
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	4. 409. 743	4. 768. 035	4. 581. 122

Berdasarkan biaya diatas maka biaya produksi dapat dihitung sebagai berikut :

a. Buku Giat Belajar Menuju Sukses

Biaya bahan baku	Rp 156. 094. 660
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 19. 442. 840
Biaya <i>overhead</i> pabrik	<u>Rp 4. 409. 743</u>
Total biaya produksi	Rp 179. 947. 243

b. Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

Biaya bahan baku	Rp 169.381.210
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 21.022.570
Biaya <i>overhead</i> pabrik	<u>Rp 4.768.035</u>
Total biaya produksi	Rp 195.171.815

c. Buku Kegiatan Agama

Biaya bahan baku	Rp 162. 744. 540
Biaya tenaga kerja langsung	Rp 20. 198. 459
Biaya <i>overhead</i> pabrik	<u>Rp 4. 581. 122</u>
Total biaya produksi	Rp 187. 524. 121.



2. Biaya Non Produksi

Perusahaan CV. Sahabat dalam mengelompokkan biaya non produksi meliputi biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.

a. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk. Biaya pemasaran meliputi biaya transportasi, biaya telepon, dan biaya iklan. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh CV. Sahabat pada tahun 2000 adalah sebagai berikut :

- Biaya transportasi barang	Rp	5.450.000
- Biaya promosi / iklan / reklame	Rp	7.125.000
- Biaya perjalanan karyawan	Rp	3.250.000
- Biaya pemakaian BBM	Rp	4.100.000
- Gaji bagian pemasaran	Rp	23.200.000
- Pemeliharaan kendaraan	Rp	2.275.000
- Biaya perjalanan direktur	Rp	6.490.000
- Biaya telepon	Rp	6.650.000
- Biaya listrik bagian pemasaran	Rp	650.000
- Pemeliharaan gedung bagian pemasaran	Rp	300.000
- Premi astek / jamsostek karyawan pemasaran	Rp	500.000
- Penyusutan kendaran	Rp	1.000.000
- Penyusutan gedung bagian pemasaran	Rp	235.425
Total biaya pemasaran	Rp	61.225.425.

Besarnya biaya pemasaran untuk masing-masing produk dihitung dengan menggunakan metode alokasi biaya per produk yaitu dengan membagi jumlah penjualan masing-masing produk dengan total jumlah penjualan yang dihasilkan, kemudian dikalikan dengan biaya pemasaran. Perhitungan besarnya biaya pemasaran dapat dilihat pada lampiran III.

Tabel V. iv
Alokasi Biaya Pemasaran (Rupiah)

	Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Buku Kegiatan Agama
Biaya Pemasaran	4. 215. 858	4. 558. 396	4. 379. 701

b. Biaya adminitrasi

Biaya adminitrasi dan umum adalah biaya yang berhubungan dengan fungsi adminitrasi dan umum. Biaya adminitrasi dan umum meliputi biaya untuk keperluan kantor, biaya gaji pimpinan perusahaan, personalia, sekretaris, keamanan. Biaya adminitrasi dan umum yang dikeluarkan oleh CV.Sahabat pada tahun 2000 adalah sebagai berikut :

- Biaya adminitrasi kantor	Rp 7. 350. 000
- Biaya gaji karyawan kantor	Rp 15. 050. 000
- Biaya pemeliharaan gedung kantor	Rp 400. 000
- Biaya listrik	Rp 650. 000
- Biaya rapat / pertemuan	Rp 1. 500. 000
- Penyusutan inventaris	Rp 172. 575
- Penyusutan gedung kantor	Rp 340. 000
Jumlah biaya adminitrasi	Rp 25. 462. 575

Besarnya biaya administrasi dan umum untuk masing-masing produk dapat di hitung dengan menggunakan metode alokasi biaya per produk yaitu dengan membagi jumlah penjualan masing-masing produk dengan total jumlah penjualan yang dihasilkan, kemudian dikalikan dengan biaya administrasi.

Tabel V.v
Alokasi Biaya Administrasi (Rupiah)

	Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Buku Kegiatan Agama
Biaya administrasi	1. 753. 301	1. 895. 756	1. 821. 440

Biaya non produksi untuk masing-masing produk :

a. Buku Giat Belajar Menuju Sukses

Biaya pemasaran	Rp 4. 215. 858
Biaya administrasi dan umum	<u>Rp 1. 753. 301</u>
Biaya non produksi	Rp 5. 969. 159.

b. Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

Biaya pemasaran	Rp 4. 558. 396
Biaya administrasi dan umum	<u>Rp 1. 895. 756</u>
Biaya non produksi	Rp 6. 454. 152.

c. Buku Kegiatan Agama

Biaya pemasaran	Rp 4. 379. 701
Biaya administrasi dan umum	<u>Rp 1. 821. 440</u>
Biaya non produksi	Rp 6. 281. 141.

B. Analisis Data dan Pembahasan

Analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan, yaitu dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- Untuk masalah pertama, yaitu apakah prosedur penentuan harga jual produk perusahaan CV. Sahabat dapat dikatakan tepat atau tidak menurut metode *cost plus pricing*, digunakan analisis diskriptif , adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan prosedur penentuan harga jual CV. Sahabat

Analisis ini digunakan untuk mengetahui prosedur penentuan harga jual yang dilakukan oleh Perusahaan CV. Sahabat pada tahun 2000. Langkah-langkah dalam penentuan harga jual produk oleh CV. Sahabat adalah sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan dan menghitung total biaya produksi dan non produksi dengan unsur-unsur sebagai berikut :

Elemen biaya yang digunakan perusahaan sebagai dasar dalam penentuan harga jual, biaya-biaya tersebut adalah biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik dan biaya non produksi yang meliputi biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum. Elemen biaya tersebut sebagai berikut :

- Buku Giat Belajar Menuju Sukses

Biaya produksi	Rp. 179. 947. 243
Biaya non produksi	Rp. 5. 969. 159
Total harga pokok produksi	<u>Rp. 185. 916. 402.</u>

- Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

Biaya produksi	Rp. 195. 171. 815
Biaya non produksi	Rp. 6. 454. 152
Total harga pokok produksi	<u>Rp. 201. 625. 967.</u>

- Buku Kegiatan Agama

Biaya produksi	Rp. 187. 524. 121.
Biaya non produksi	Rp. 6. 281. 141.
Total harga pokok produksi	<u>Rp. 193. 805. 262</u>

b. Menghitung harga pokok produk per unit

Berikut ini adalah perhitungan harga pokok produk yang dihasilkan oleh perusahaan CV. Sahabat pada tahun 2000. Jumlah buku yang diproduksi pada tahun 2000 untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut :

a. Buku Giat Belajar Menuju Sukses	550. 000 unit
b. Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	86. 500 unit
c. Buku Kegiatan Agama	653. 000 unit

$$\text{Harga pokok produk per unit} = \frac{\text{Jumlah harga pokok}}{\text{Jumlah unit produksi}}$$

(Loran tambunan, 2000: 45)

- Buku Giat Belajar Menuju Sukses	= $\frac{\text{Rp.185. 916. 402}}{550. 000 \text{ unit}}$
	= Rp 338, 02.
- Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	= $\frac{\text{Rp 201. 625. 967}}{86. 500 \text{ unit}}$
	= Rp. 2. 330, 9.
- Buku Kegiatan Agama	= $\frac{\text{Rp. 193. 805. 262}}{653. 000 \text{ unit}}$
	= Rp. 296, 8.

c. Menghitung harga jual pada CV. Sahabat pada tahun 2000

Berikut ini adalah perhitungan harga jual yang dilakukan CV. Sahabat pada tahun 2000. Laba yang diharapkan (*mark up*) oleh perusahaan yaitu dengan berdasarkan laba pada tahun yang lalu untuk setiap jenis produk. Laba yang diharapkan untuk masing-masing produk pada tahun 2000 adalah 12,5 % dari harga pokok produk.

Harga jual = Harga pokok produk per unit + Laba yang diharapkan

- Buku Giat Belajar Menuju Sukses

Harga jual = Rp 338, 02 + (Rp. 338, 02 x 12, 5%)

= Rp. 380, 272. = Rp. 400. (pembulatan)

- Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

Harga jual = Rp. 2.330, 9 + (Rp. 2.330, 9 x 12, 5 %)

= Rp. 2. 622, 26. = Rp. 2. 600. (pembulatan)

- Buku Kegiatan Agama

$$\text{Harga jual} = \text{Rp. } 296,8 + (\text{Rp. } 296,8 \times 12,5\%)$$

$$= \text{Rp. } 333,9 = \text{Rp. } 300. \text{ (pembulatan)}$$

2. Mendeskripsikan penentuan harga jual berdasarkan kajian teori (metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*). Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

- a. Menghitung total biaya produksi dan non produksi dengan unsur-unsur sebagai berikut :

- Buku Giat Belajar Menuju Sukses

Biaya bahan baku	Rp. 156.094.660.
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 19.442.840.
Biaya <i>overhead</i> pabrik	Rp. 4.409.743.
Total biaya produksi	Rp. 179.947.243.

- Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

Biaya bahan baku	Rp. 169.381.210.
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 21.022.570.
Biaya <i>overhead</i> pabrik	Rp. 4.768.035.
Total biaya produksi	Rp. 195.171.815.

- Buku Kegiatan Agama

Biaya bahan baku	Rp. 162.744.540.
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 20.198.459.
Biaya <i>overhead</i> pabrik	Rp. 4.581.122.
Total biaya produksi	Rp. 187.524.121.

Biaya non produksi untuk masing-masing produk :

- Buku Giat Belajar Menuju Sukses		
Biaya pemasaran	Rp	4. 215. 858
Biaya adminitrasi dan unium	Rp	1. 753. 301.
Total biaya non produksi	Rp	<u>5. 969. 159.</u>
- Buku Giat Berlatili Menuju Sukses		
Biaya pemasaran	Rp	4. 558. 396
Biaya adminitrasi dan umum	Rp	1. 895. 756.
Total biaya non produksi	Rp	<u>6. 454. 152.</u>
- Buku Kegiatan Agama		
Biaya pemasaran	Rp	4. 379. 701.
Biaya adminitrasi dan umum	Rp	1. 821. 440.
Total biaya non produksi	Rp	<u>6. 281. 141.</u>
b. Menghitung total biaya penuh		
- Buku Giat Belajar Menuju Sukses		
Biaya produksi	Rp.	179. 947. 243.
Biaya non produksi	Rp.	5. 969. 159
Total biaya penuh	Rp.	<u>185. 916. 402</u>
- Buku Giat Berlatih Menuju Sukses		
Biaya produksi	Rp	195. 171. 815
Biaya non produksi	Rp	6. 454. 152
Total biaya penuh	Rp	<u>201. 645. 152</u>

- Buku Kegiatan Agama

Biaya Produksi	Rp 187. 524. 121
Biaya non produksi	Rp 6. 281. 141
Total biaya penuh	<u>Rp 193 805. 262</u>

c. Menghitung laba yang diharapkan untuk masing-masing produk.

Jumlah aktiva. CV. Sahabat pada tahun 2000 adalah sebesar Rp. 1.706. 151. 956. Besarnya pengalokasian aktiva ke masing-masing produk dapat dihitung dengan membagi jumlah penjualan masing-masing produk dengan total penjualan yang dihasilkan, kemudian dikalikan dengan jumlah aktiva. Perhitungan besarnya aktiva masing-masing produk dapat dilihat pada lampiran V. Besarnya laba yang diharapkan masing-masing produk dapat dihitung dengan mengalikan aktiva masing-masing produk dengan persentase laba yang diharapkan yaitu sebesar 12,5% sebagaimana yang diharapkan oleh perusahaan.

Tabel. V.Vi
Data laba yang diharapkan untuk masing-masing produk
pada tahun 2000 (Rupiah)

	Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Buku Kegiatan Agama
Aktiva	117.482.154.	127.027.579.	122.047.938.
% Laba yang diharapkan	12,5 %	12,5 %	12,5 %
Laba yang diharapkan	14.685.269.	15.878.447.	15.255.992.

d. Menentukan persentase *mark up*

Menghitung persentase *mark up* untuk masing-masing produk :

$$\% \text{ Mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya produksi}}$$

- Buku Giat Belajar Menuju Sukses

$$\begin{aligned} \text{Persentase mark up} &= \frac{\text{Rp. 14.685.269.} + \text{Rp. 5.969.159}}{\text{Rp. 179.947.243.}} \\ &= 11,47 \% = 11,5 \% \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

- Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

$$\begin{aligned} \text{Persentase mark up} &= \frac{\text{Rp. 15.878.447.} + \text{Rp. 6.454.152.}}{\text{Rp. 195.171.815.}} \\ &= 11,46 \% = 11,5 \% \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

- Buku Kegiatan Agama

$$\begin{aligned} \text{Persentase mark up} &= \frac{\text{Rp. 15. 255. 992.} + \text{Rp. 6. 281. 141.}}{\text{Rp. 187. 524. 121.}} \\ &= 11,48 \% = 11,5\% \text{ (pembulatan)} \end{aligned}$$

- e. Menghitung biaya produksi per unit

$$\text{Biaya produksi per unit} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Total unit produksi}}$$

- Buku Giat Belajar Menuju Sukses

$$\begin{aligned} \text{Biaya produksi per unit} &= \frac{\text{Rp. 179. 947. 243}}{550 \text{ 000 unit}} \\ &= \text{Rp. 327, 17} \end{aligned}$$

- Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

$$\begin{aligned} \text{Biaya produksi per unit} &= \frac{\text{Rp. 195. 171. 815.}}{86. 500 \text{ unit}} \\ &= \text{Rp. 2. 256, 32.} \end{aligned}$$

- Buku Kegiatan Agama

$$\begin{aligned} \text{Biaya produksi per unit} &= \frac{\text{Rp. 187. 524. 121.}}{653. 000 \text{ unit}} \\ &= \text{Rp. 287, 17.} \end{aligned}$$

f. Menghitung besarnya harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* ditambah dengan *mark up* untuk masing-masing jenis produk dengan perhitungan sebagai berikut :

- Buku Giat Belajar Menuju Sukses

Biaya produksi per unit	Rp	327, 17
Mark up (11,5 % x Rp. 327, 17)	Rp	37, 52
Harga jual per unit	Rp	364, 69

- Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

Biaya produksi per unit	Rp	2. 256, 32
Mark up (11,5 % x 2. 256, 32)	Rp.	258, 12
Harga jual per unit	Rp	2. 514, 44

- Buku Kegiatan Agama

Biaya produksi per unit	Rp	287, 17
Mark up (11,5 % x 287, 17)	Rp	32, 96
Harga jual per unit	Rp	320, 13

Berdasarkan hasil temuan dilapangan, diskripsi data, dan analisis data dapat disimpulkan bahwa prosedur penentuan harga jual yang dilakukan CV. Sahabat masih dapat dikatakan tepat. Berikut langkah-langkah penentuan harga jual yang dilakukan perusahaan:

1. Mengumpulkan dan menghitung biaya produksi dan non produksi yang digunakan perusahaan dalam penentuan harga jual produk.
2. Menghitung harga pokok masing-masing produk per unit

3. Menentukan laba yang diharapkan untuk semua jenis produk yaitu sebesar 12,5% dari harga pokok produk per unit
4. Menghitung harga jual masing-masing produk
 - Untuk menjawab masalah kedua yaitu untuk mengetahui apakah selisih penentuan harga jual menurut perusahaan dan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dapat dikatakan material atau tidak, dengan mempertimbangkan aspek kualitatif dan faktor kuantitatif. Berdasarkan perhitungan tersebut di atas terdapat perbedaan hasil perhitungan harga jual yang dilakukan perusahaan dengan perhitungan harga jual menurut metode *cost plus pricing*, Perbedaan ini sebesar Rp. 35,31 (9,7%) untuk produk Buku Giat Belajar Menuju Sukses, Rp. 85,56 (3,4%) untuk produk Buku Giat Berlatih Menuju Sukses, Rp. 20,13 (-6,2%) untuk produk Buku Kegiatan Agama.

Dalam bab tiga telah dikemukakan untuk menentukan selisih harga jual menurut perusahaan dengan penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* dapat dikatakan material atau tidak yaitu dengan mempertimbangkan dua faktor yaitu faktor kualitatif yaitu pertimbangan karakteristik dari lingkungan, modal yang dimiliki dan faktor *kuantitatif* perusahaan yaitu jumlah selisih yang terjadi. Berdasarkan pertimbangan kedua faktor tersebut dan berdasarkan pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan, selisih

harga jual tersebut tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan yang ada di dalam perusahaan sehingga selisih tersebut dapat dikatakan tidak material (tidak cukup berarti) bagi perusahaan.

Perbandingan harga jual menurut perusahaan dengan metode *cost plus pricing*

	Menurut perusahaan	Menurut <i>Cost Plus Pricing</i>	Selisih	Persentase
Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Rp 400.	Rp. 364.	Rp. 35, 31	9,7 %
Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Rp. 2.600.	Rp. 2. 514, 44.	Rp. 85, 56	3,4 %
Buku Kegiatan Agama	Rp. 300.	Rp. 320, 13	- Rp. 20, 13.	- 6,2 %

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan penulis dimuka, maka dapat di simpulkan bahwa :

1. Prosedur penentuan harga jual yang dilakukan oleh Perusahaan CV. Sahabat sudah tepat, hal ini dapat dilihat dengan penetapan langkah-langkah sebagai berikut :
 - a. Menghitung dan mengumpulkan biaya produksi dan non produksi yang digunakan perusahaan dalam penentuan harga jual
 - b. Menghitung harga pokok masing-masing produk per unit
 - c. Menentukan laba yang diharapkan untuk semua jenis produk yaitu sebesar 12,5 % dari harga pokok produk per unit.
 - d. Menghitung harga jual masing-masing produk

Adanya perbedaan harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut *metode cost plus pricing* disebabkan adanya perbedaan dalam penentuan *mark up*. Harga jual menurut perusahaan didasarkan pada harga pokok produk per unit (biaya produksi ditambah biaya non produksi) ditambah laba yang diharapkan (persentase laba yang diharapkan dikalikan dengan harga pokok per unit). Sedangkan penentuan harga jual menurut *metode cost plus pricing* didasarkan pada biaya produksi per unit ditambah *mark up* yang dihitung dengan metode *Return On Investment (ROI)*

2. Berdasarkan perhitungan diatas, terdapat selisih / perbedaan hasil perhitungan antara harga jual menurut perusahaan dengan perhitungan harga jual menurut metode *cost plus pricing*. Perbedaan ini sebesar Rp. 35, 31 (9,7 %) untuk produk Buku Giat Belajar Menuju Sukses, Rp. 85, 56 (3,4%) untuk produk Buku Giat Berlatih Menuju Sukses, Rp. 20,13 (6,2%) untuk produk Buku Kegiatan Agama.

Berdasarkan pertimbangan *faktor kualitatif* dan *faktor kuantitatif* yang ada di dalam perusahaan serta pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan, selisih harga jual tersebut dikatakan tidak material (tidak cukup berarti) bagi perusahaan terhadap penjualan.

B. Keterbatasan penelitian

1. Informasi tentang pemisahan biaya masing-masing produk tidak ada maka penulis memakai biaya bersama dengan metode harga jual relatif
2. Penulis tidak memasukkan gaji pimpinan perusahaan yang merupakan kelompok biaya administrasi ke dalam perhitungan harga jual, karena penulis tidak memperoleh informasi tersebut dari perusahaan.
3. Penulis dalam menentukan harga jual produk memakai dasar *mark up* dan tidak memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga jual, seperti : keadaan ekonomi, selera konsumen, permintaan dan penawaran serta persaingan
4. Penulis dalam menentukan harga jual produk memakai tiga jenis produk yaitu Buku Giat Belajar Menuju Sukses, Buku Giat Berlatih Menuju

Sukses, dan Buku Kegiatan Agama, sedangkan perusahaan memiliki beberapa jenis produk yang lain yang produksinya tergantung pada pesanan.

5. Penulis kurang dapat menelusuri kebenaran data yang ada di perusahaan, tetapi data tersebut diperoleh dari perusahaan CV. Sahabat.

C. Saran

Manajemen sebaiknya melakukan pencatatan terhadap biaya secara cermat, tepat dan teliti untuk setiap jenis produk yang dihasilkan. Untuk pengumpulan biaya produksi yang teliti dapat dilakukan dengan cara pencatatan pemakaian bahan baku, pencatatan biaya tenaga kerja langsung, pencatatan biaya *overhead* pabrik dengan tarif ditentukan dimuka untuk masing-masing produk ke dalam kartu harga pokok untuk setiap pesanan atau spesifikasi produk. Sehingga tidak terjadi salah perhitungan dalam penentuan besarnya biaya yang harus dibebankan pada masing-masing elemen biaya yang membentuk harga pokok produk masing-masing jenis produk yang dihasilkan. Perusahaan dapat memakai metode *cost plus pricing* sebagai salah satu alternatif penentuan harga jual produknya.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari, 1992 . *Pengantar Bisnis*, Bandung: Jayabeta
- Budiyuwono Nugroho, 1993. *Pengantar Statistika Ekonomi dan Perusahaan*. Edisi revisi, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN
- Bisnoko, J dan Supratiknya, A (1998). *Pedoman penulisan skripsi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta (Edisi II)*. Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma
- Fandy Tjiptono, 1995. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi Offset
- Fenny, 1997. *Penentuan harga jual produk dengan metode cost plus pricing*, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, *Skripsi*
- Garrison, Ray H, 1994. *Akuntansi Manajemen, Yogyakarta Konsep-konsep untuk perencanaan, pengendalian dan pengambilan keputusan*
- Gito Sudarmo Indrio, 1994. *Manajemen pemasaran*, Yogyakarta, BPFE UGM
- Gudono, 1993. *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta, PT Gramedia Pustaka Utama
- Hartanto Sri, 1999. *Penentuan harga jual produk dengan metode Full Costing*, Universitas Pembangunan Veteran Yogyakarta, *Skripsi*
- Loran Tambonan, 2000. *Akuntansi Manajemen*, Medan, Universitas HKBP Nomensen
- Martanti, 1998. *Evaluasi penentuan harga jual produk*, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, *Skripsi*
- Matz Adolf dan Milton F. Usri, 1990. *Akuntansi Biaya: Planning and controlling*,
(di terjemahkan oleh Herman Wibowo) Edisi ke-8, Jakarta: Erlangga
- Mulyadi, 1993. *Akuntansi Manajemen: Konsep, manfaat dan rekayasa*. Edisi ke 1 Yogyakarta, BPFE
- 1994. *Akuntansi Biaya* edisi 5, Yogyakarta , STIE YKPN
- Sugri, Slamet. 1994. *Akuntansi Manajemen*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN

Supriyono, R.A. 1994. *Akuntansi Biaya :Pengumpulan dan penentuan harga pokok* (Edisi ke 2), Yogyakarta, BPFE UGM

----- 1990. *Akuntansi Manajemen: Proses Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta, BPFE UGM

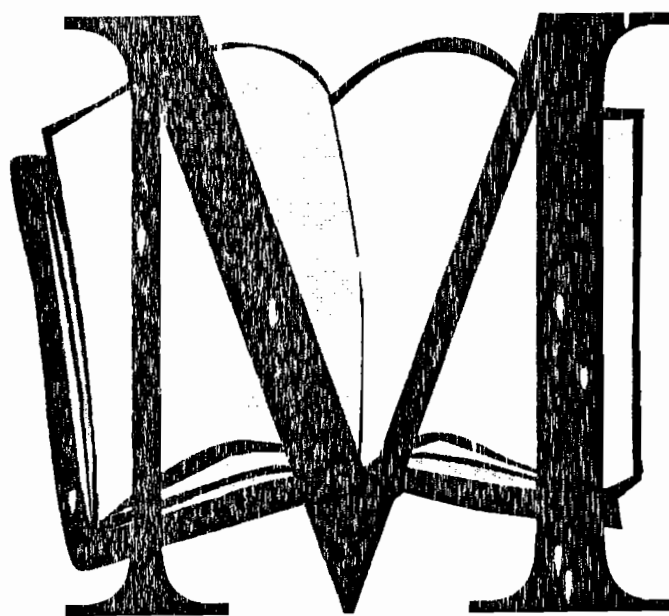
Soemarsono, 1990. *Peranan Harga Pokok dalam penentuan harga jual*. Jakarta: Rineka Cipta

Swasta Basu dan Ibnu Sukotjo, 1993. *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, edisi ke 3, Yogyakarta, Liberty

Tamur Petrus, *Evaluasi penentuan harga jual produk, skripsi*, 1998, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Zaki Baridwan, 1996. *Intermediate Accounting*. Yogyakarta : BPFE UGM

LAMPIRAN



LAMPIRAN I

Perhitungan besarnya biaya tenaga kerja kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2000 adalah sebesar Rp. 282. 361. 520.

Total jumlah penjualan	Rp. 3. 194. 982. 520.
Jumlah penjualan Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Rp. 220. 000. 000.
Jumlah penjualan Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Rp. 237. 875. 000.
Jumlah penjualan Buku Kegiatan Agama	Rp. 228. 550.000.

BTKL Buku Giat Belajar Menuju Sukses

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 220. 000. 000} \\ \hline \text{Rp. 3. 194. 982. 520} \end{array} \times \text{Rp. 282. 361. 520.} = \text{Rp. 19. 442. 840.}$$

BTKL Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 237. 875. 000} \\ \hline \text{Rp. 3. 194. 982. 520} \end{array} \times \text{Rp. 282. 361. 520.} = \text{Rp. 21. 022. 570.}$$

BTKL Buku Kegiatan Agama

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 228. 550. 000} \\ \hline \text{Rp. 3. 194. 982. 520} \end{array} \times \text{Rp. 282. 361. 520} = \text{Rp. 20. 198. 459.}$$

LAMPIRAN II

Perhitungan besarnya biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2000 adalah sebesar Rp. 64. 041. 150.

Total jumlah penjualan	Rp. 3. 194. 982. 520.
Jumlah penjualan Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Rp. 220. 000. 000.
Jumlah penjualan Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Rp. 237. 875. 000.
Jumlah penjualan Buku Kegiatan Agama	Rp. 228. 550.000.

BOP Buku Giat Belajar Menuju Sukses

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 220. 000. 000} \\ \hline \text{Rp. 3. 194. 982. 520} \end{array} \times \text{Rp. 64. 041. 150.} = \text{Rp. 4. 409. 743}$$

BOP Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 237. 875. 00} \\ \hline \text{Rp. 3. 194. 982. 520.} \end{array} \times \text{Rp. 64. 041. 150.} = \text{Rp. 4. 768. 035.}$$

BOP Buku Kegiatan Agama

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 228. 550. 000.} \\ \hline \text{Rp. 3. 194. 982. 520.} \end{array} \times \text{Rp. 64. 041. 150.} = \text{Rp. 4. 581.122.}$$

LAMPIRAN III

Perhitungan besarnya biaya pemasaran

Biaya pemasaran yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2000 adalah sebesar Rp. 61. 225. 425.

Total jumlah penjualan	Rp. 3. 194. 932. 520.
Jumlah penjualan Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Rp. 220. 000. 000.
Jumlah penjualan Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Rp. 237. 875. 000.
Jumlah penjualan Buku Kegiatan Agama	Rp. 228. 550.000.

Biaya pemasaran Buku Giat Belajar Menuju Sukses

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 220. 000. 000} \\ \hline \text{Rp. 3. 194. 982. 520} \end{array} \times \text{Rp. 61. 225. 425.} = \text{Rp. 4. 215. 858.}$$

Biaya pemasaran Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 237. 875. 00} \\ \hline \text{Rp. 3. 194. 982. 520.} \end{array} \times \text{Rp. 61. 225. 425.} = \text{Rp. 4. 558. 396.}$$

Biaya pemasaran Buku Kegiatan Agama

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 228. 550. 000.} \\ \hline \text{Rp. 3. 194. 982. 520.} \end{array} \times \text{Rp. 61. 225. 425.} = \text{Rp. 4. 379. 701.}$$

LAMPIRAN IV

Perhitungan besarnya biaya administrasi

Biaya administrasi yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2000 adalah sebesar Rp. 25.462.575.

Total jumlah penjualan	Rp. 3.194.982.520.
Jumlah penjualan Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Rp. 220.000.000.
Jumlah penjualan Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Rp. 237.875.000.
Jumlah penjualan Buku Kegiatan Agama	Rp. 228.550.000.

Biaya administrasi Buku Giat Belajar Menuju Sukses

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 220.000.000} \\ \hline \text{Rp. 3.194.982.520} \end{array} \times \text{Rp. 25.462.575.} = \text{Rp. 1.753.301.}$$

Biaya administrasi Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 237.875.00} \\ \hline \text{Rp. 3.194.982.520.} \end{array} \times \text{Rp. 25.462.575.} = \text{Rp. 1.895.756.}$$

Biaya administrasi Buku Kegiatan Agama

$$\begin{array}{r} \text{Rp. 228.550.000.} \\ \hline \text{Rp. 3.194.982.520.} \end{array} \times \text{Rp. 25.462.575.} = \text{Rp. 1.821.440.}$$

LAMPIRAN V

Perhitungan besarnya aktiva per produk

Aktiva yang ada pada perusahaan selama tahun 2000 adalah sebesar Rp. 1. 706. 151. 956.

Total jumlah penjualan	Rp. 3. 194. 982. 520.
Jumlah penjualan Buku Giat Belajar Menuju Sukses	Rp. 220. 000. 000.
Jumlah penjualan Buku Giat Berlatih Menuju Sukses	Rp. 237. 875. 000.
Jumlah penjualan Buku Kegiatan Agama	Rp. 228. 550.000.

Aktiva untuk Buku Giat Belajar Menuju Sukses

Rp. 220. 000. 000

X Rp. 1. 706. 151. 956. = Rp. 117. 482. 154.
Rp. 3. 194. 982. 520

Aktiva untuk Buku Giat Berlatih Menuju Sukses

Rp. 237. 875. 00

X Rp. 1. 706. 151. 956. = Rp. 127. 027. 579.
Rp. 3. 194. 982. 520.

Aktiva untuk Buku Kegiatan Agama

Rp. 228. 550. 000.

X Rp. 1. 706. 151. 956. = Rp. 122. 047. 938.
Rp. 3. 194. 982. 520.

LAMPIRAN VI

Daftar Pertanyaan

A. *Pedoman Observasi Kegiatan*

1. Ada berapakah jenis produk yang dihasilkan Perusahaan?
2. Apa sajakah bahan yang dibutuhkan untuk memproduksi tiap jenis produk?
3. Berapa harga masing-masing bahan tersebut?
4. Bagaimana *fase* pengolahan (proses produksi) dari bahan mentah menjadi produk jadi?
5. Apa saja peralatan atau mesin yang digunakan?
6. Berapa jumlah produk yang dihasilkan oleh perusahaan pada tahun 2000?
7. Bagaimana proses pengolahan produknya?
8. Apakah produk yang dihasilkan merupakan produk spesifikasi atau standar?
9. Dimana letak Perusahaan pertama kali berdiri?
10. Berapa luas tanah yang ditempati perusahaan?

B. *Pedoman Dokumentasi*

- a. Sejarah berdirinya perusahaan
 1. Dengan akte notaris nomer berapa perusahaan didirikan?
 2. Dimana letak perusahaan pada saat pertama kali berdiri?
 3. Berapa luas tanah yang ditempati perusahaan?
 4. Dengan akte notaris nomer berapa perusahaan didirikan?

b. Personalia

1. Bagaimana struktur organisasi perusahaan?
2. Bagaimana tugas dan wewenang masing-masing bagian?
3. Berapa jumlah karyawan seluruhnya?
4. Bagaimana sistem penggajian perusahaan?
5. Bagaimana jam kerja karyawan?
6. Adakah jaminan sosial yang diberikan pada karyawan?

c. Harga jual dan biaya

1. Berapa harga jual produk yang ditetapkan perusahaan pada tahun 2000 ?
2. Bagaimana perusahaan dalam menetapkan harga jual produk?
3. Berapakah biaya non produksi (biaya administrasi dan umum) serta biaya pemasaran untuk tiap produk?
4. Berapa persentase laba yang diharapkan dan dari mana diperoleh?
5. Berapakah biaya produksi (biaya bahan, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik) untuk tiap produk?
6. Berapakah jumlah aktiva pada tahun 2000?
7. Berapakah penjualan yang dilakukan Perusahaan pada tahun 2000?

C. *Pedoman Wawancara*

1. Bagaimana cara memasarkan produknya?
2. Daerah pemasaran?
3. Saluran distribusi apa yang digunakan?
4. Adakah usaha promosi yang dilakukan perusahaan?

5. Kapan perusahaan didirikan dan siapa pendirinya?
6. Apakah tujuan didirikannya perusahaan?
7. Apakah bentuk perusahaan pertama kali?
8. Dengan akte notaris nomer berapa perusahaan didirikan?
9. Apakah dasar pemilihan letak lokasi perusahaan?
10. Berapa jumlah karyawan seluruhnya?
11. Adakah jaminan sosial yang dibcrikan kepada karyawan?
12. Berapa persenkah laba diharapkan dan dari mana diperoleh?
13. Untuk apa tujuan produksi dari perusahaan?

CV. "SAHABAT" KLATEN
Jl. dr. Wahidin Sudirohusodo No. 47 Klaten
NERACA PER 31 DESEMBER 2000

AKTIVA :		
Kas		Rp 2,979,278
Piutang		Rp 192,349,055
PPN Pajak Masukan		Rp 105,780,833
Persediaan Produk Jadi		Rp 994,747,000
Persediaan Produk Dalam Proses		Rp 24,150,000
Persediaan Bahan Baku		Rp 112,024,800
Persediaan Bahan Bantu		Rp 1,302,000
Peralatan Pabrik		Rp 2,103,620
<u>Inventaris Kantor</u>		
Harga Perolehan	Rp 13,815,000	
Akm Penyusutan	Rp 7,252,845	
Nilai Buku Akhir tahun 1999		Rp 11,562,155
<u>Kendaraan</u>		
Harga Perolehan	Rp 95,500,000	
Akm Penyusutan	Rp 56,465,535	
Nilai Buku Akhir tahun 1999		Rp 39,034,465
<u>Mesin – mesin Pabrik</u>		
Harga Perolehan	Rp 230,000,000	
Akm Penyusutan	Rp 132,531,250	
Nilai Buku Akhir tahun 1999		Rp 97,468,750
<u>Gedung</u>		
Harga Perolehan	Rp 114,000,000	
Akm Penyusutan	Rp 31,600,000	
Nilai Buku Akhir tahun 1999		Rp 82,400,000
Tanah		Rp 40,250,000
JUMLAH AKTIVA		Rp 1,706,151,956
PASSIVA :		
Utang Dagang		Rp 696,408,778
Utang Bank		Rp 275,517,095
Utang KUM		Rp 279,468,000
PPH terutang		Rp 5,143,048
Modal H. Suranto	Rp 35,000,000	
Prive H. Suranto	Rp 15,111,500	
		Rp 19,888,500
Modal Komanditer Sri Murdasih		Rp 15,000,000
Modal Komanditer Yusuf		Rp 15,000,000
Modal Komanditer Yahya		Rp 15,000,000
Cadangan (Laba tahun lalu)		Rp 305,099,848
Saldo Laba tahun 1999		Rp 79,626,687
JUMLAH PASSIVA		1,706,151,956

Direktur

H. Suranto

Klaten, 05 Januari 2001

Sekretaris

Sri Purwanti

CV. "SAHABAT" KLATEN
 Jl. dr. Wahidin Sudirohusodo No. 47 Klaten
 LAPORAN PERHITUNGAN LABA RUGI
 PERIODE TAHUN 2000

A. <u>PENDAPATAN</u>		
Pendapatan Percetakan (perincian terlampir)		Rp 2,200,135,510
B. <u>HARGA POKOK</u>		
Harga Pokok Penjualan (perincian terlampir)		Rp 1,782,057,753
Laba Kotor atas penjualan		Rp 418,077,752
C. <u>BIAYA USAHA</u>		
- Biaya pemasaran (perincian terlampir)	Rp 195,608,525	
- Biaya Administrasi & Umum (perincian terlampir)	Rp 81,767,860	
Jumlah biaya usaha		Rp 277,376,385
Laba bersih usaha		Rp 140,701,367
D. <u>BIAYA NON USAHA</u>		
Biaya Bunga Bank		Rp 39,449,380
Laba bersih sebelum pajak		Rp 101,251,987
PPH Perusahaan (perincian terlampir)		Rp 21,625,300
Laba bersih setelah pajak		Rp 79,626,687

Klaten, 05 Januari 2001

Direktur

Sekretaris


H. SURANTO


SRI PURWANTI



SAHABAT

PENERBIT & PERCETAKAN

Jl. dr. Wahidin Sudirohusodo No. 47 Klaten Telp. (0272) 321056 · 322777 - 322778 Fax. (0272) 322778

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : YOHANES PILA HARSENO
NIM : 992114143
Jurusan : AKUNTANSI
Fakultas : EKONOMI

Benar-benar telah mengadakan penelitian di PERCETAKAN CV. "SAHABAT" KLATEN,
dalam bulan OKTOBER _ DESEMBER

guna menyusun skripsi dengan judul : EVALUASI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
DENGAN METODE COST PLUS PRICING

Penelitian ini semata-mata bersifat keilmuan dan tidak untuk kepentingan umum.
Surat keterangan ini agar dapat digunakan seperlunya.

Klaten, 12 DESEMBER 2003



Pembimbing

