

No. Dde : 6442

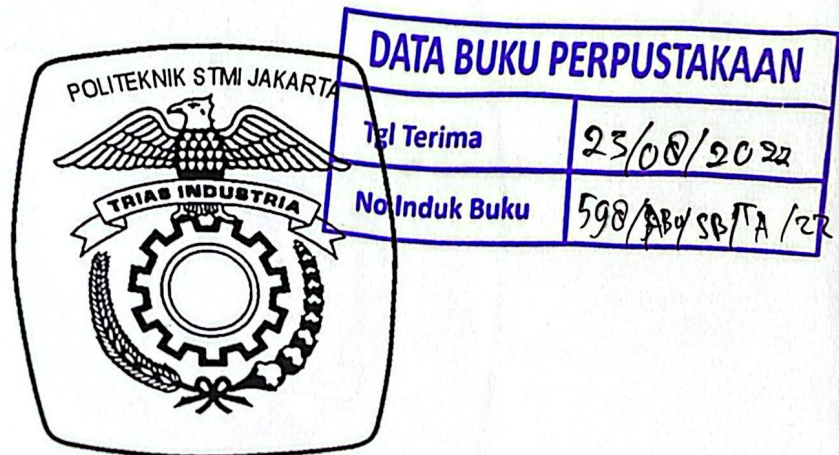
D  
658.81

Nug  
A

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DUMP TRUCK  
MENURUT METODE *COST PLUS PRICING* DENGAN  
PENDEKATAN *FULL COSTING* PADA  
PT CATUR KARYA BERSAMA**

**TUGAS AKHIR**

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Penyelesaian  
Program Studi Diploma IV Administrasi Bisnis Otomotif  
Pada Politeknik STMI Jakarta



Disusun Oleh :

**MUHAMMAD FAIZ NUGROHO**

**NIM : 1715113**

**POLITEKNIK STMI JAKARTA  
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI  
JAKARTA  
2019**

**SUMBANGAN ALUMNI**

## **LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

**“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL *DUMP TRUCK* MENURUT  
METODE *COST PLUS PRICING* DENGAN PENDEKATAN *FULL COSTING*  
PADA PT CATUR KARYA BERSAMA”**

**DISUSUN OLEH :**

**Nama : Muhammad Faiz Nugroho**

**NIM : 1715113**

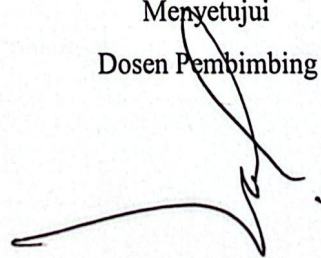
**Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif**

**Politeknik STMI Jakarta**

**Tugas Akhir Ini Telah Diterima, Disetujui dan Disahkan Menjadi Syarat  
Menyelesaikan Program Pendidikan Diploma IV Pada Program Studi  
Administrasi Bisnis Otomotif**

**Jakarta, 07 Agustus 2019**

**Menyetujui  
Dosen Pembimbing**



**Dr. Sadar Sukma Adnan, SE, Mpd**

**NIP : 195703211984031005**

# LEMBAR PENGESAHAN

## JUDUL TUGAS AKHIR

"ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL *DUMP TRUCK* MENURUT METODE *COST PLUS PRICING* DENGAN PENDEKATAN *FULL COSTING* PADA PT CATUR KARYA BERSAMA"

DISUSUN OLEH:

NAMA : MUHAMMAD FAIZ NUGROHO

NIM : 1715113

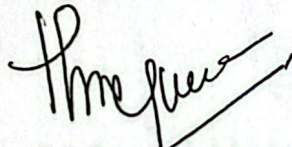
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah Diuji oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif  
Politeknik STMI Jakarta pada Hari Kamis Tanggal 05 September 2019

Jakarta, 05 September 2019

Menyetujui,

Penguji 1,



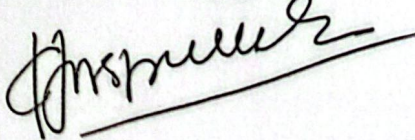
(Dra. Sri Daryuni, M.M.)

Penguji 3,



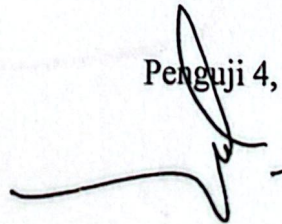
(Angelia Merdiyanti, S.TP., M.M.)

Penguji 2,



(Drs. Achmad Zawawi, M.A., M.M.)

Penguji 4,



(Dr. Sadar Sukma Adnan, SE, Mpd.)

POLITEKNIK STMI JAKARTA  
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I  
JAKARTA  
2019



**LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TA**

Nama : Muhammad Faiz Nugroho  
 NIM : 1715113  
 Judul TA : Analisis Penentuan Harga jual DUMP TRUCK menurut metode COST PLUS PRICING Dengan Pendekatan Full Costing pada PT Catur Karya Bersama  
 Pembimbing : Dr. Sadar Sukma Adnan, SE, Mpd

Tanggal	Bab	Keterangan	Paraf
03 Jun	Bab I dan 1	Penyesahan bab 1 dan 2	
24 Jun	bab II	ACC bab 1 dan 2 penyesahan bab II	
08 Jul	bab III	Penyesahan bab IV Revisi, bab III	
24 Jul	bab IV	Revisi bab IV	
30 Jul	bab V	Revisi bab V penyesahan bab V	
5 Ags	bab V	Revisi bab V	
8 Ags	bab VI	Penyesahan bab VI	

Mengetahui,  
Ka Prodi Administrasi Bisnis Otomotif

Julius Dirmiko Wuryanto SE, MM  
NIP: 198607262014021001

Pembimbing

NIP: 195703211984031005



## ABSTRAK

*PT Catur Karya Bersama adalah perusahaan yang bergerak di bidang karoseri truk. Setiap perusahaan didirikan prinsipnya untuk mendapatkan laba, yang diperoleh dari kegiatan usaha dan dapat bersaing dalam pasar. Penelitian ini berjudul "Analisis Penentuan Harga Jual Dump Truck Menurut Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Pada PT Catur Karya Bersama". Full Costing merupakan metode yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang variable maupun tetap. Dalam full costing terdapat empat metode penentuan harga, salah satunya penentuan harga jual normal metode cost plus pricing. Cost Plus Pricing adalah penentuan harga jual dengan menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh untuk memproduksi dan memasarkan produk. Dari hasil penelitian menunjukkan harga jual Dump Truck menurut perusahaan yaitu untuk tahun 2014 Rp. 30.500.000, tahun 2015 Rp. 31.600.000, tahun 2016 Rp. 32.500.000, tahun 2017 Rp.33.600.000, tahun 2018 Rp. 34.500.000. Dan setelah dilakukan perhitungan penetapan harga jual dengan menggunakan metode cost plus pricing maka harga jual Dump Truck yaitu untuk tahun 2014 Rp. 30.610.000, tahun 2015 Rp.31.700.000, tahun 2016 Rp. 32.600.000, tahun 2017 Rp.33.720.000 dan tahun 2018 Rp. 34.570.000. Perusahaan sebaiknya menggunakan metode cost plus pricing dalam menghitung harga jual, sehingga laba yang diperoleh akan lebih besar melihat harga jual dengan metode cost plus pricing masih dapat bersaing dengan produk sejenis dipasaran.*

**Kata Kunci:** *Full Costing, Cost Plus Pricing, Harga Jual Produk*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Nikmat, Rahmat serta Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini berjudul “Analisis Penentuan Harga Jual *Dump truck* Menurut Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* pada PT Catur Karya Bersama”.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian program Diploma IV Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif di Politeknik STMI Jakarta Kementerian Perindustrian

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya bantuan dari pihak – pihak terkait. Oleh karena itu Dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang membantu penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini diantaranya:

- Bapak Dr. Mustofa, ST, MT, selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta Kementerian Perindustrian.
- Bapak Yulius Jatmiko Nuryanto, SE, MM. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif
- Bapak Dr. Sadar Sukma Adnan selaku SE, Mpd, Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberi motivasi penulis dalam menyusun Tugas Akhir.
- Seluruh staf dan karyawan PT Catur Karya Bersama yang telah membantu memberikan informasi untuk pengumpulan data.
- Seluruh Karyawan PT Catur Karya Bersama yang telah membantu penulis selama Tugas Akhir.
- Seluruh dosen Politeknik STMI Jakarta yang telah memberikan pengetahuan dan pengalamannya yang bermanfaat bagi penulis.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini. Akhir kata penulis berharap

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Batasan Masalah .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	4
BAB 2 .....	6
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	6
2.1.3 Harga.....	7
2.2 Laporan Keuangan .....	9
2.2.1 Pengertian Laporan Keuangan.....	9
2.2.2 Tujuan Laporan Keuangan.....	9
2.2.3 Jenis-Jenis Laporan Keuangan.....	12
2.3 Biaya .....	13
2.3.1 Pengertian Biaya .....	13
2.3.2 Penggolongan Biaya .....	14
2.4 Biaya Produksi .....	17
2.4.1 Pengertian Biaya Produkki.....	17
2.4.2 Unsur-Unsur Biaya Produksi .....	18
2.4.3 Metode Penentuan Biaya Produksi .....	19
2.5 Metode-Metode Penetapan Harga.....	22
BAB 3 .....	28

<b>METODE PENELITIAN</b> .....	28
3.1 <b>Metode Pengumpulan Data</b> .....	28
3.2 <b>Jenis dan Sumber Data</b> .....	28
3.2.1 <b>Jenis Data</b> .....	28
3.2.2 <b>Sumber Data</b> .....	29
3.3 <b>Teknik Pengolahan dan Analisis Data</b> .....	30
3.4 <b>Kerangka Pemikiran</b> .....	32
<b>BAB IV</b> .....	33
<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	33
4.1 <b>Gambaran Perusahaan</b> .....	33
4.1.1 <b>Profil Perusahaan</b> .....	33
4.1.2 <b>Visi dan Misi Perusahaan</b> .....	34
4.1.3 <b>Sejarah Perusahaan</b> .....	34
4.1.4 <b>Struktur Organisasi</b> .....	37
4.1.5 <b>Deskripsi Pekerjaan</b> .....	38
4.2 <b>Aspek Pemasaran</b> .....	39
4.2.1 <b>Cara Mendapatkan Pasar</b> .....	39
4.2.2 <b>Cara Mempertahankan Pasar</b> .....	40
4.2.3 <b>Cara Meningkatkan Pasar</b> .....	40
4.2.4 <b>Target Pasar</b> .....	41
4.2.5 <b>Penjualan</b> .....	41
4.2.6 <b>Biaya Pemasaran</b> .....	42
4.3 <b>Aspek Produksi</b> .....	42
4.3.1 <b>Proses Produksi</b> .....	43
4.3.2 <b>Bahan Baku dan Bahan Penolong</b> .....	45
4.3.3 <b>Biaya Tenaga Kerja Langsung</b> .....	50
4.3.4 <b>Biaya <i>Overhead</i> Pabrik</b> .....	50
4.3.5 <b>Biaya Produksi</b> .....	51
4.4 <b>Aspek Sumber Daya Manusia</b> .....	52
4.4.1 <b>Sistem Perekrutan</b> .....	52
4.4.2 <b>Sistem Pelatihan dan Pengembangan</b> .....	52
4.4.3 <b>Kesejahteraan Karyawan</b> .....	52
4.4.4 <b>Gaji Karyawan</b> .....	54

4.5	Aspek Keuangan .....	56
4.5.1	Daftar Aset .....	56
4.5.2	Pendapatan Penjualan .....	57
4.5.3	Penyusutan Aktiva Perusahaan .....	57
4.5.4	Biaya Administrasi dan Umum .....	58
4.5.5	Harga Pokok Penjualan .....	59
4.5.6	Laporan Laba / Rugi .....	60
4.6	Pengolahan Data .....	61
4.6.1	Harga Jual Menurut Perusahaan .....	61
4.6.2	Harga Jual Menurut <i>Cost Plus Pricing</i> .....	64
BAB V .....		71
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		71
5.1	Analisis Penentuan Harga Jual dan Laporan Laba / Rugi Menurut Perusahaan .....	71
5.1.1	Harga Jual Menurut Perusahaan .....	71
5.1.2	Laporan Laba / Rugi Menurut Perusahaan .....	72
5.2	Analisis Penentuan Harga Jual dan Laporan Laba / Rugi Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> dengan Pendekatan <i>Full Costing</i> .....	74
5.2.1	Harga Jual Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> dengan Pendekatan <i>Full Costing</i> .....	74
5.2.2	Laporan Laba / Rugi Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> dengan Pendekatan <i>Full Costing</i> .....	76
5.3	Perbandingan Laporan Laba / Rugi Menurut Perusahaan dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> .....	79
BAB VI .....		80
KESIMPULAN DAN SARAN .....		80
6.1	Kesimpulan .....	80
6.2	Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....		83

## DAFTAR TABEL

TABEL II 1 BIAYA PENUH DENGAN PENDEKATAN <i>FULL COSTING</i> .....	24
TABEL II 2 UNSUR BIAYA PENUH DENGAN PENDEKATAN <i>VARIABLE COSTING</i> .....	24
TABEL III 1 BIAYA PRODUKSI DENGAN PENDEKATAN <i>FULL COSTING</i> .....	30
TABEL III 2 UNSUR BIAYA PENUH DENGAN PENDEKATAN <i>FULL COSTING</i> .....	31
TABEL IV. 1 PENJUALAN <i>DUMP TRUCK</i> .....	41
TABEL IV. 2 BIAYA PEMASARAN <i>DUMP TRUCK</i> DARI 2014 - 2018 .....	42
TABEL IV. 3 DAFTAR BAHAN BAKU .....	45
TABEL IV. 4 DAFTAR BAHAN PENOLONG <i>DUMP TRUCK</i> .....	48
TABEL IV. 5 GAJI TENAGA KERJA LANGSUNG 2014 – 2018.....	50
TABEL IV. 6 BIAYA <i>OVERHEAD</i> PABRIK PT CATUR KARYA BERSAMA TAHUN 2014 - 2018.....	51
TABEL IV. 7 BIAYA PRODUKSI PT CATUR KARYA BERSAMA TAHUN 2014 - 2018.....	51
TABEL IV. 8 GAJI KARYAWAN .....	55
TABEL IV. 9 DAFTAR ASET.....	56
TABEL IV. 10 NILAI PENJUALAN PT CATUR KARYA BERSAMA TAHUN 2014 - 2018 ..	57
TABEL IV. 11 BIAYA DEPRESIASI PT CATUR KARYA BERSAMA .....	58
TABEL IV. 12 BIAYA ADMINISTRASI DAN UMUM TAHUN 2014 – 2018.....	58
TABEL IV. 13 HARGA POKOK PENJUALAN.....	59
TABEL IV. 14 LAPORAN LABA / RUGI PT CATUR KARYA BERSAMA TAHUN 2014 - 2018.....	60
TABEL IV. 15 PENGGOLONGAN BIAYA .....	61
TABEL IV. 16 PEMISAHAN BIAYA KE DALAM BIAYA TETAP DAN BIAYA VARIABEL .....	64
TABEL IV. 17 BIAYA TETAP DAN BIAYA VARIABEL PER TAHUN .....	65
TABEL IV. 18 HARGA POKOK PRODUKSI PERUSAHAAN TAHUN 2014 – 2018.....	66
TABEL IV. 19 BIAYA NON PRODUKSI PERUSAHAAN TAHUN 2014 – 2018 .....	67
TABEL IV. 20 BIAYA PENUH PERUSAHAAN TAHUN 2014 – 2018 .....	67
TABEL IV. 21 BIAYA <i>OVERHEAD</i> PABRIK METODE <i>FULL COSTING</i> TAHUN 2014 – 2018 .....	70
TABEL IV. 22 BIAYA ADMINISTRASI DAN UMUM METODE <i>FULL COSTING</i> TAHUN 2014 – 2018.....	71
TABEL IV. 23 HARGA POKOK PRODUKSI <i>FULL COSTING</i> TAHUN 2014 – 2018 .....	72
TABEL IV. 24 BIAYA NON PRODUKSI PERUSAHAAN TAHUN 2014 – 2018 .....	72
TABEL IV. 25 BIAYA PENUH <i>FULL COSTING</i> TAHUN 2014 – 2018.....	73
TABEL IV. 26 LABA YANG DIHARAPKAN PERUSAHAAN PADA TAHUN 2014 – 2018..	74
TABEL IV. 27 PERHITUNGAN HARGA JUAL <i>DUMP TRUCK</i> DENGAN METODE <i>COST PLUS PRICING</i> .....	75
TABEL V. 1 HARGA JUAL <i>DUMP TRUCK</i> MENURUT PERUSAHAAN.....	77
TABEL V. 2 LAPORAN LABA/RUGI PERUSAHAAN TAHUN 2014 – 2018 .....	78
TABEL V. 3 NILAI PENJUALAN DENGAN HARGA <i>COST PLUS PRICING</i> .....	79
TABEL V. 4 LAPORAN LABA/RUGI MENURUT METODE <i>FULL COSTING</i> TAHUN 2014 – 2018.....	80
TABEL V. 5 PERBANDINGAN HARGA JUAL MENURUT PERUSAHAAN DENGAN METODE <i>COST PLUS PRICING</i> PADA TAHUN 2014 – 2018.....	82

TABEL V. 6 LAPORAN LABA/ RUGI MENURUT PERUSAHAAN DENGAN METODE  
*FULL COSTING* PADA TAHUN 2014 – 2018 .....83

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR III. 1 KERANGKA PEMIKIRAN.....	32
GAMBAR IV. 1 STUKTUR ORGANISASI PT CATUR KARYA BERSAMA .....	37
GAMBAR IV. 2 <i>DUMP TRUCK</i> .....	43
GAMBAR IV. 3 ALUR PROSES PRODUKSI <i>DUMP TRUK</i> .....	43

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi industri otomotif saat ini kian tumbuh dengan pesat sehingga persaingan diantara produsen otomotif dunia terjadi sedemikian ketat dalam menciptakan produk yang dapat memenuhi selera pasar serta mampu mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Pertumbuhan industri otomotif juga di pengaruhi oleh perkembangan perusahaan – perusahaan otomotif yang dikelola baik pelaku usaha di dalam negeri maupun di luar negeri. Bertambahnya perusahaan manufaktur otomotif di Indonesia menyebabkan meningkatnya persaingan bisnis yang ketat. Kondisi ini menuntut para pelaku usaha untuk fokus menjamin kualitas dan pelayanannya, serta harga yang terjangkau. Perusahaan harus dapat secara efektif dan efisien dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang maksimal sehingga dapat menciptakan harga yang kompetitif di dalam pasar. Penetapan biaya yang tepat akan menghasilkan biaya yang akurat, efisien, dan efektif. Untuk itu suatu perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar mencapai tujuan perusahaan. Strategi yang penting dalam suatu perusahaan adalah strategi pemasaran.

Harga jual sering menjadi tolak ukur konsumen. Karena itu, penentuan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli konsumen, harga jual pesaing kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya. Namun seringkali perusahaan hanya mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dalam menetapkan harga jual produk. Walaupun demikian pertimbangan biaya merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah perusahaan.

Salah satu metode penetapan harga jual, dimana seluruh biaya atau total biaya penuh ditambah dengan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan disebut metode *cost plus pricing*. Dalam memperhitungkan unsur unsur biaya dalam harga pokok produksi, terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. Menurut Sodikin (2015:83) *full costing* atau sering disebut *absorption* atau *conventional costing* adalah biaya produk meliputi seluruh komponen biaya untuk membuat produk. Biaya produk menurut metoda ini meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead variable dan biaya overhead tetap. Sedangkan menurut Sodikin (2015:83) *variabel costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya- biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk.

Sebuah industri yang proses produksinya dimulai dengan mengolah bahan baku menjadi suatu produk jadi sangat membutuhkan perhitungan atau penentuan harga pokok produksi yang nantinya akan menjadi acuan dalam penentuan harga jual. PT Catur Karya Bersama merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak pada bidang otomotif yaitu memproduksi karoseri otomotif. Salah satu produk yang dibuat PT Catur Karya Bersama adalah *Dump Truck*. Dalam pengoperasiannya dihadapkan dengan berbagai jenis produk dan melalui berbagai proses dalam memproduksi produknya sehingga muncul berbagai biaya diluar biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.

Selama ini, perusahaan tidak memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga, salah satunya faktor biaya. Perusahaan belum memasukkan semua unsur biaya yang dikeluarkan secara terperinci dalam proses produksi. Selain itu perusahaan ini juga belum menghitung penyusutan aktiva tetapnya. Maka, dengan menggunakan metode *Full Costing* informasi tentang biaya-biaya yang dikeluarkan bisa lebih terperinci sehingga laba yang dihasilkan juga dapat maksimal. Sedangkan dalam menentukan harga jualnya perusahaan menggunakan metode penentuan harga jual *Cost Plus Pricing*. Dengan memasukkan

semua unsur biaya yaitu produksi dan non produksi maka perusahaan dapat menutupi biaya yang dikeluarkan dengan tepat dan dapat menghasilkan laba yang diinginkan perusahaan.

Permasalahan yang dihadapi PT Catur Karya Bersama adalah belum dapat menghitung harga pokok produksi yang efisien dan akurat sehingga belum mengetahui secara rinci berapa harga jual yang tepat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memilih topik ini dan menjadikannya sebagai bahan penulisan tugas akhir dengan judul “**Analisis Penentuan Harga Jual *Dump Truck* Menurut Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing* Pada PT Catur Karya Bersama**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian diatas, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana PT Catur Karya Bersama menetapkan harga jual pada produk *Dump Truck* tahun 2014 – 2018 ?
2. Bagaimana penetapan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing* pada produk *Dump Truck* tahun 2014 – 2018 ?
3. Bagaimanakah perbandingan harga jual menurut perusahaan dengan harga jual metode *Cost Plus Pricing* ?
4. Bagaimanakah perbandingan laba atau rugi menurut perusahaan dengan laba atau rugi metode *Cost Plus Pricing* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penetapan harga jual pada produk *Dump Truck* tahun 2014 – 2018 di PT Catur Karya Bersama.
2. Untuk mengetahui analisis dalam menetapkan harga jual pada produk *Dump Truck* tahun 2014 – 2018 dengan metode *Cost Plus Pricing* di PT Catur Karya bersama.
3. Untuk mengetahui perbandingan harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing*.

4. Untuk mengetahui perbandingan laba atau rugi menurut perusahaan dengan laba atau rugi menurut metode *cost plus pricing*.

#### 1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini mempunyai alur yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, maka dibuatlah beberapa pembatasan masalah yaitu :

1. Penelitian dilakukan di PT Catur Karya Bersama.
2. Data yang digunakan merupakan data dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018.
3. Metode analisis yang digunakan adalah metode *Cost Plus Pricing*.
4. Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu hanya menjelaskan apa yang terjadi dan tidak menjelaskan mengapa hal itu terjadi.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penulisan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan yaitu, sebagai berikut:

1. Bagi PT Catur Karya Bersama, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk perusahaan sebagai masukan guna meningkatkan kinerja dan menentukan suatu strategi perusahaan khususnya dalam mengoptimalkan fungsi dan peranan informasi.
2. Bagi Penulis, sebagai bahan bacaan atau *literature* bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.
3. Bagi Pembaca, dapat menambah referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai analisis penerapan metode *Cost Plus Pricing* dalam menentukan harga jual produk.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan tugas akhir ini, maka peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang, pokok permasalahan, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan bagian yang berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisikan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada.

## **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

## **BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Berisikan analisis data yang merupakan tindak lanjut dari pengumpulan serta pengolahan data melalui metode yang diterapkan

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan kesimpulan dari hasil analisis pembahasan dan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PT CATUR KARYA BERSAMA.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## BAB 2

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Manajemen Pemasaran

##### 2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Semua organisasi, baik berorientasi profit maupun non profit harus bekerja keras memenuhi kebutuhan konsumen bila ingin tetap dapat beroperasi dan sukses. Kemampuan organisasi dalam menentukan siapa yang menjadi konsumen dari produk/jasa yang dihasilkan merupakan salah satu kunci keberhasilan organisasi.

Berikutnya barulah organisasi dapat memfokuskan diri untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen, cara-cara memenuhi kebutuhan itu dan akhirnya mengusahakan konsumen untuk tetap mengkonsumsi produk/jasa yang ditawarkan perusahaan. Disamping itu organisasi harus memiliki kemampuan pula untuk menyampaikan informasi kepada konsumen bahwa mereka telah menghasilkan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Disinilah fungsi manajemen pemasaran dibutuhkan.

Manajemen pemasaran adalah sebagai analisis perencanaan, implementasi pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk tujuan mencapai objektif organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar.

##### 2.1.2 Bauran Pemasaran

Menurut Ranguti (2009:22), Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarnya.

Berdasarkan pendapat menurut ahli tersebut diatas, maka dapat diketahui bahwa bauran pemasaran merupakan variabel yang dipakai perusahaan yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran bagi perusahaan, sebagai perusahaan untuk memenuhi atau melayani keinginan konsumen. Variabel-variabel yang ada didalamnya adalah produk, harga, promosi dan distribusi.

### **2.1.3 Harga**

#### **A. Pengertian Harga**

Salah satu unsur bauran pemasaran adalah harga. Harga adalah titik kritis dalam bauran pemasaran, karena harga menentukan pendapatan dari suatu bisnis atau usaha dan mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli.

Dalam perekonomian sekarang ini, pertukaran atau jual beli barang dan jasa tidak lagi dilakukan secara barter, tetapi dilakukan dengan menggunakan suatu alat pembayaran atau alat penukar yang disebut uang. Kadang-kadang uang ini juga dikatakan sebagai sejumlah nilai pertukaran. Penjual akan menerima sejumlah uang sebagai imbalan dari usahanya menjual barang atau jasa kepada pembeli. Sebaliknya, pembeli akan membayarkan sejumlah uang kepada penjual sebesar nilai barang yang dibelinya. Jadi harga dapat didefinisikan sebagai berikut:

Menurut Machfoed (2005:135) Harga disebut dengan berbagai istilah sesuai dengan bentuk pertukaran yang berbeda-beda. Misalnya, perusahaan asuransi menyebutnya dengan istilah premi untuk harga pertanggungan atau proteksi yang dijaminakan oleh perusahaan kepada konsumen, penegak hukum menyebutnya denda yang harus dibayar sebagai akibat pelanggaran peraturan

atau undang-undang, dan kalangan penerbit menyebutnya dengan istilah honorarium, istilah upah, sewa, tarif, bunga merupakan istilah untuk menyebut harga atas berbagai jasa yang dinikmati oleh konsumen.

## **B. Tujuan Penetapan Harga**

Menurut Machfoed (2005:138) Penetapan harga harus diarahkan pada suatu tujuan. Sebelum penetapan harga dilakukan, tujuannya harus ditetapkan terlebih dahulu. Adapun tujuan dari penetapan harga terbagi menjadi dua, yaitu:

Pertama, orientasi laba: mencapai target laba, dan meningkatkan laba.

Kedua, orientasi penjualan: meningkatkan volume penjualan, dan mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar.

## **C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga**

Menurut Machfoed (2005:136), keputusan penetapan harga sebuah perusahaan di pengaruhi baik dari faktor internal maupun dari faktor eksternal, yaitu :

Faktor internal. Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi :

- a. Tujuan perusahaan
- b. Strategi bauran pemasaran
- c. Biaya
- d. Metode penetapan harga

Faktor eksternal, Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga meliputi :

- a. Pasar dan permintaan
- b. Persaingan
- c. Faktor lingkungan lain (perekonomian,pemerintah)

## **2.2 Laporan Keuangan**

### **2.2.1 Pengertian Laporan Keuangan**

Pada setiap akhir usaha, setiap perusahaan atau lembaga menyusun laporan keuangan yang selanjutnya dilaporkan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Menurut Hery (2017:5) laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. . Dalam bahasa yang sederhana, laporan keuangan adalah informasi keuangan yang dapat dijadikan sebagai gambaran kondisi keuangan dari perusahaan pada akhir periode.

### **2.2.2 Tujuan Laporan Keuangan**

Dibuatnya laporan keuangan oleh suatu perusahaan tentunya memiliki tujuan dan manfaat. Menurut Hery (2017:7) tujuan khusus laporan keuangan adalah menyajikan posisi keuangan, hasil usaha, dan perubahan posisi keuangan lainnya secara wajar dan sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum. Sedangkan tujuan umum laporan keuangan adalah:

1. Memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber daya ekonomi dan kewajiban perusahaan, dengan maksud:
  - a. Untuk menilai kekuatan dan kelemahan perusahaan.
  - b. Untuk menunjukkan posisi keuangan dan investasi perusahaan.
  - c. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajibannya.
  - d. Menunjukkan kemampuan sumber daya yang ada untuk pertumbuhan perusahaan.
2. Memberikan informasi terpercaya tentang sumber kekayaan bersih yang berasal dari kegiatan usaha dalam mencari laba, dengan maksud:

- a. Memberikan gambaran tentang jumlah dividen yang diharapkan pemegang saham.
  - b. Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban kepada kreditor, supplier, pegawai, pemerintah, dan kemampuannya dalam mengumpulkan dana untuk kepentingan ekspansi perusahaan.
  - c. Memberikan informasi kepada manajemen untuk digunakan dalam pelaksanaan fungsi perencanaan dan pengendalian.
  - d. Menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba jangka panjang.
3. Memungkinkan untuk menaksir potensi perusahaan dalam menghasilkan laba.
  4. Memberikan informasi yang diperlukan lainnya tentang perubahan aset dan kewajiban.
  5. Mengungkapkan informasi relevan lainnya yang dibutuhkan oleh para pemakai laporan.

Tujuan laporan keuangan untuk organisasi pencari laba (*profit organization*) adalah:

1. Memberikan informasi yang berguna bagi investor, kreditor, dan pemakai lainnya dalam membuat keputusan secara rasional mengenai investasi, kredit, dan lainnya.
2. Memberikan informasi untuk membantu investor atau calon investor dan kreditor serta pemakai lainnya dalam menentukan jumlah, waktu, dan prospek penerimaan kas dari dividen atau bunga dan juga penerimaan dari penjualan, piutang, atau saham, dan pinjaman yang jatuh tempo.
3. Memberikan informasi tentang sumber daya (aset) perusahaan, klaim atas aset, dan pengaruh transaksi, peristiwa, dan keadaan lain terhadap aset dan kewajiban.

4. Memberikan informasi tentang kinerja keuangan perusahaan selama satu periode.
5. Memberikan informasi tentang bagaimana perusahaan mendapatkan dan membelanjakan kas, tentang pinjaman dan pengembaliannya, tentang transaksi yang memengaruhi modal, termasuk dividen dan pembayaran lainnya kepada pemilik, dan tentang faktor-faktor yang memengaruhi likuiditas dan solvabilitas perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang bagaimana manajemen perusahaan mempertanggungjawabkan pengelolaan perusahaan kepada pemilik atas penggunaan sumber daya (aset) yang telah dipercayakan kepadanya.
7. Memberikan informasi yang berguna bagi manajer dan direksi dalam proses pengambilan keputusan untuk kepentingan pemilik perusahaan.

Sedangkan tujuan laporan keuangan untuk organisasi bukan pencari laba (*nonprofit organization*) adalah:

1. Sebagai dasar dalam pengambilan keputusan mengenai alokasi sumber daya (aset) perusahaan.
2. Untuk menilai kemampuan organisasi dalam memberikan pelayanan kepada publik.
3. Untuk menilai bagaimana manajemen melakukan aktivitas pembiayaan dan investasi.
4. Memberikan informasi tentang sumber daya (aset), kewajiban, dan kekayaan bersih perusahaan, serta perubahannya.
5. Memberikan informasi tentang kinerja organisasi.
6. Memberikan informasi tentang kemampuan organisasi dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya.

### 2.2.3 Jenis-Jenis Laporan Keuangan

Menurut Hery (2017:5), secara umum ada lima jenis laporan keuangan yang biasa disusun, yaitu:

1. Laporan Laba Rugi (*Income Statement*) merupakan laporan yang sistematis tentang pendapatan dan beban perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan laba rugi ini pada akhirnya memuat informasi mengenai hasil kinerja manajemen atau hasil kegiatan operasional perusahaan, yaitu laba atau rugi bersih yang merupakan hasil dari pendapatan dan keuntungan dikurangi dengan beban dan kerugian.
2. Laporan Ekuitas Pemilik (*Statement Of Owner's Equity*) adalah sebuah laporan yang menyajikan ikhtisar perubahan dalam ekuitas pemilik suatu perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan ini sering dinamakan sebagai laporan perubahan modal.
3. Neraca (*Balance Sheet*) adalah sebuah laporan yang sistematis tentang posisi aset, kewajiban dan ekuitas perusahaan per tanggal tertentu. Tujuan dari laporan ini tidak lain adalah untuk menggambarkan posisi keuangan perusahaan.
4. Laporan Arus Kas (*Statement of Cash Flows*) adalah sebuah laporan yang menggambarkan arus kas masuk dan arus kas keluar secara terperinci dari masing-masing aktivitas, yaitu mulai dari aktivitas operasi, aktivitas investasi, sampai pada aktivitas pendanaan/pembiayaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan arus kas menunjukkan besarnya kenaikan/penurunan bersih kas dari seluruh aktivitas selama periode berjalan serta saldo kas yang dimiliki perusahaan sampai dengan akhir periode.
5. Laporan Catatan Atas Laporan Keuangan (*Notes to The Financial Statement*) merupakan bagian integral yang tidak

dapat dipisahkan dari komponen laporan keuangan. Tujuan catatan ini adalah untuk memberikan penjelasan yang lebih lengkap mengenai informasi yang disajikan dalam laporan keuangan.

## 2.3 Biaya

### 2.3.1 Pengertian Biaya

Dalam melaksanakan tanggung jawab perencanaan dan pengendalian manajemen membutuhkan pemahaman akan arti biaya dan terminologi yang berkaitan dengan biaya. Pembebanan biaya atas produk, jasa, pelanggan dan objek lain yang merupakan kepentingan manajemen, adalah salah satu tujuan dasar sistem informasi akuntansi manajemen. Peningkatan keakuratan pembebanan biaya menghasilkan informasi yang lebih bermutu tinggi yang kemudian dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik. Memperbaiki penentuan biaya telah menjadi pengembangan utama dalam bidang manajemen biaya. Sebelum membicarakan proses penentuan biaya, baiknya menentukan mengenai definisi biaya (*cost*).

Menurut Lestari (2018), biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi.

Menurut Mulyadi (2014:8), biaya adalah merupakan objek yang dicatat, digolongkan, diringkaskan, dan disajikan oleh akuntansi biaya. Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Ada 4 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut di atas:

- Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi,
- Diukur dalam satuan uang,

- Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi,
- Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

### 2.3.2 Penggolongan Biaya

Menurut Mulyadi (2014:13), dalam akuntansi biaya, biaya digolongkan dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different costs for different purposes*”.

Biaya dapat digolongkan menurut:

#### 1. Objek Pengeluaran

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar”.

#### 2. Fungsi Pokok Dalam Perusahaan

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi & umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok:

##### a. Biaya Produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku; biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian-bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*). Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja

langsung dan biaya *overhead* pabrik sering pula disebut dengan istilah biaya konversi (*conversion cost*), yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

b. Biaya Pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan; biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli; gaji karyawan bagian-bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran; biaya contoh (*sample*).

c. Biaya Administrasi dan Umum

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya photocopy. Jumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi umum sering pula disebut dengan istilah biaya komersial (*commercial expenses*).

3. Hubungan Biaya Dengan Sesuatu yang Dibiayai

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan:

a. Biaya Langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya Tidak Langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk tersebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*). Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.

4. Perilaku Biaya Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya *Variabel*

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya *Semi Variabel*

Biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel.

c. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi.

5. Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua: pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.

a. Pengeluaran Modal (*capital expenditures*)

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

satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara depresiasi, diamortasi, atau didepleksi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk.

b. Pengeluaran Pendapatan (*revenue expenditures*)

Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain adalah biaya iklan, biaya telex, dan biaya tenaga kerja.

## 2.4 Biaya Produksi

### 2.4.1 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua biaya yang digunakan untuk memproses suatu bahan baku hingga menjadi barang jadi dalam suatu periode tertentu. Penentuan Biaya Produksi digunakan untuk perhitungan laba atau rugi perusahaan. Selain itu, Biaya Produksi memiliki peranan dalam pengambilan keputusan perusahaan untuk beberapa hal seperti menerima atau menolak pesanan, membuat atau membeli bahan baku, dan lain-lain. Informasi mengenai biaya produksi menjadi dasar bagi manajemen dalam pengambilan keputusan harga jual produk yang bersangkutan. Oleh sebab itu, biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang jadi dapat diperhitungkan untuk menentukan harga jual yang tepat.

## 2.4.2 Unsur-Unsur Biaya Produksi

Biaya Produksi terdiri dari tiga elemen biaya produk yaitu Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya *Overhead* Pabrik. Biaya Produksi diperhitungkan dari biaya produksi yang terkait dengan produk yang telah selesai selama periode tertentu. Barang dalam proses awal harus ditambahkan dalam biaya produksi tersebut dan barang dalam persediaan akhir barang dalam proses harus dikurangkan untuk memperoleh Biaya Produksi.

### 1. Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku adalah biaya yang digunakan untuk memperoleh semua bahan baku yang akan digunakan untuk proses produksi dan dapat dikalkulasikan secara langsung ke dalam biaya produksi. Bahan baku adalah bahan yang menjadi bagian dari produk jadi dan dapat ditelusuri secara fisik dan mudah ke produk tersebut. Besarnya Biaya Bahan Baku ditentukan oleh biaya perolehannya yaitu dari pembelian sampai dengan biaya dapat digunakan dalam proses produksi.

### 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya Tenaga Kerja Langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk pengguna tenaga kerja langsung dalam pengolahan suatu produk dari bahan baku menjadi barang jadi. Biaya Tenaga Kerja Langsung meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja yang dapat ditelusuri ke obyek biaya dengan cara yang ekonomis.

### 3. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *Overhead* Pabrik (biaya produksi tidak langsung) adalah seluruh biaya manufaktur yang terkait dengan objek biaya namun tidak dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses kemudian barang jadi) dengan cara yang ekonomis. Contoh biaya *overhead* pabrik antara lain :

- a. Biaya tenaga kerja tidak langsung (upah mandor, upah satpam, gaji manajer pabrik).
- b. Biaya bahan baku penolong (pelumas, bahan pembersih)
- c. Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin pabrik
- d. Biaya pemeliharaan gedung pabrik
- e. Biaya penyusutan mesin pabrik

Biaya Produksi terdiri dari :

Persediaan awal bahan baku	Rp. xxx
Pembelian bahan baku	Rp. <u>xxx</u> +
Persediaan total bahan baku	Rp. xxx
Persediaan bahan baku akhir	Rp. <u>xxx</u> +
Biaya bahan baku	Rp. xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xxx
Biaya overhead	Rp. <u>xxx</u> +
<b>Biaya produksi</b>	<b>Rp. xxx</b>

#### 2.4.3 Metode Penentuan Biaya Produksi

Penting bagi setiap perusahaan untuk menghitung biaya produksi secara rinci. Ada dua metode yang bisa digunakan oleh perusahaan pada saat akan menetapkan biaya produksi, yaitu *full costing* dan *variable costing*. Apabila menggunakan metode *full costing*, setiap biaya produksi akan dihitung, baik biaya yang sifatnya variabel maupun yang bersifat konstan. Biaya-biaya yang dimaksud diantaranya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik. Sementara jika menggunakan metode *variable costing*, biaya produksi yang akan dihitung hanya biaya yang bersifat *variabel* saja.

Dengan menentukan biaya produksi, maka perusahaan dapat mengetahui biaya produksi yang akan dikeluarkan dan lebih mudah menentukan harga jual dari suatu pesanan akan sesuai dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tersebut.

Laba yang diperoleh perusahaan pun dapat lebih optimal. Sebab, harga jual yang dibebankan kepada pemesan ditentukan oleh besarnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk memproduksi pesanan tersebut.

Berikut penjelasan lebih rinci mengenai metode *full costing* dan *variable costing* yaitu:

1. Metode *Full Costing*

Metode *full costing* merupakan metode yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang *variable* maupun tetap. Dengan demikian, biaya produksi dengan *full costing* terdiri atas unsur harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik *variable*, biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya non-produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi, dan umum).

Penentuan biaya produksi menggunakan pendekatan *full costing*:

Biaya bahan baku	Rp xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>Rp xxx +</u>
<b>Biaya Produksi</b>	<b>Rp xxx</b>

Dalam metode *Full costing*, biaya *overhead* pabrik, baik yang tetap maupun variabel, dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya *overhead* pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu, biaya *overhead* pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses dan persediaan produk jadi yang belum laku dijual, dan baru

dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk jadi tersebut telah terjual.

Karena biaya *overhead* pabrik dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal. Maka jika dalam suatu periode biaya *overhead* pabrik sesungguhnya berbeda dengan yang dibebankan tersebut, akan terjadi pembebanan *overhead* lebih (*overapplied factory overhead*) atau pembebanan biaya *overhead* pabrik kurang (*underapplied factory overhead*).

Jika semua produk yang diolah dalam periode tersebut belum laku dijual maka pembebanan biaya *overhead* pabrik lebih atau kurang tersebut digunakan untuk mengurangi atau menambah harga pokok produk yang masih dalam persediaan tersebut (baik yang berupa persediaan produk dalam proses maupun produk jadi). Namun jika dalam suatu periode akuntansi tidak terjadi pembebanan *overhead* lebih atau kurang, maka biaya *overhead* pabrik tetap tidak mempunyai pengaruh terhadap perhitungan rugi-laba sebelum produknya laku di jual.

## 2. Metode *Variable Costing*

Metode *variable costing* adalah metode penentuan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya *variabel*, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Pengertian lain, *variable costing* adalah suatu metode penentuan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi variabel saja.

Penentuan biaya produksi menggunakan pendekatan *variable costing*:

Biaya bahan baku	Rp xxx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>Rp xxx ±</u>
<b>Biaya Produksi</b>	<b>Rp xxx</b>

Dalam metode *variable costing*, biaya *overhead* pabrik tetap di perlakukan sebagai *period cost* dan bukan sebagai unsur harga pokok produk, sehingga biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya. Dengan demikian biaya *overhead* pabrik tetap di dalam metode *variable costing* tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku di jual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya.

Metode *full costing* menunda pembebanan biaya *overhead* pabrik tetap sebagai biaya sampai saat produk yang bersangkutan dijual. Jadi biaya *overhead* pabrik yang terjadi, baik yang berprilaku tetap maupun variabel, masih dianggap sebagai aktiva (karena melekat pada persediaan) sebelum persediaan tersebut terjual. Sebaliknya metode *variable costing* tidak menyetujui penundaan pembebanan biaya *overhead* pabrik tetap tersebut (atau dengan kata lain tidak menyetujui pembebanan biaya *overhead* tetap kepada produk).

Menurut metode *variable costing*, penundaan pembebanan suatu biaya hanya bermanfaat jika dengan penundaan tersebut diharapkan dapat dihindari terjadinya biaya yang sama dalam periode yang akan datang.

## 2.5 Metode-Metode Penetapan Harga

Menurut Mulyadi (2014:48), dalam Penetapan harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi. Dalam keadaan khusus, harga jual produk tidak dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya penuh, setiap harga jual diatas biaya variabel telah memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Terdapat empat metode penentuan harga jual yaitu :

1. Penentuan harga jual normal
2. Penentuan harga jual dengan *cost type contract*

3. Penentuan harga jual untuk pesanan khusus
4. Penentuan harga jual yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dalam peraturan pemerintah.

Untuk lebih jelasnya keempat penentuan harga jual akan di jelaskan sebagai berikut :

1. Penentuan harga jual normal

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal sering kali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu presentase *markup* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

#### A. *Cost Plus Pricing*

*Cost plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal, yaitu:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Taksiran biaya penuh terdiri dar biaya produksi dan biaya non produksi yang dapat dihitung dengan dua pendekatan : *full costing* dan variabel *costing*. Dalam pendekatan *full costing* , taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagi berikut:

Tabel II 1 Biaya penuh dengan pendekatan *Full Costing*

Biaya bahan baku	Rp xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xxx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel+tetap)	<u>Rp xxx +</u>	
Taksiran total biaya produksi		Rp xxx
Biaya administrasi dan umum	Rp xxx	
Biaya pemasaran	<u>Rp xxx +</u>	
Taksiran total biaya komersial		<u>Rp xxx</u>
<b>Taksiran biaya penuh</b>		<b>Rp xxx</b>

Dalam pendekatan *variable costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur seperti pada tabel II.2 berikut.

Tabel II 2 Unsur biaya penuh dengan pendekatan *Variable Costing*

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

Unsur kedua yang diperhitungkan dalam harga jual adalah laba yang diharapkan. Harga jual harus dapat menutup biaya penuh dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan.

B. Perhitungan harga jual per unit

Biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua, yaitu biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik) dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk (biaya pemasaran, administrasi dan umum). Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual.

C. Penentuan harga jual waktu dan bahan (*time and material pricing*)

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost plus pricing*. Harga jual ditentukan besarnya biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, dan perusahaan lain yang menjual jasa reparasi bahan dan suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen. Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dari suku cadang yang diserahkan. Sehingga perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada *customer*.

2. Penentuan harga jual dalam *cost-type contract (cost-type contract pricing)*

*Cost-type Contract* adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Jika dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa yang akan dijual di masa yang akan datang ditentukan dengan metode *cost plus pricing*, berdasarkan taksiran biaya penuh sebagai dasar, dalam *cost type contract* harga jual yang dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

3. Penentuan harga jual pesanan khusus (*special order pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Dalam keadaan seperti ini, yang perlu dipertimbangkan oleh manajer penentu harga jual adalah:

- Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam setahun anggaran. Dengan demikian jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran akan dapat ditutup oleh pesanan yang reguler, maka pesanan khusus dapat dibebaskan dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.
- Jika misalnya dengan penerimaan khusus, perusahaan diperkirakan tidak hanya akan meregularkan biaya variabel saja, namun memerlukan biaya tetap, karena harus beroperasi di atas kapasitas yang tersedia, maka harga jual pesanan khusus harus di atas biaya *variable* dengan kenaikan biaya tetap karena pesanan khusus tersebut.

4. Penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah

Perusahaan yang mengatur hajat hidup orang banyak, sehingga dalam penetapan harga jual produk dibutuhkan pedoman :

2. Unsur-unsur biaya produksi dan non produksi
3. Cara pengukurannya.

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Metode Pengumpulan Data

Untuk dapat memperoleh data yang akan dipergunakan untuk membahas masalah yang ada di perusahaan, digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

##### 1. Studi lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung pada perusahaan yang menjadi objek penelitian yang dilakukan pada saat praktek kerja lapangan dari tanggal 1 Februari 2019 sampai dengan 1 Agustus 2019. Selain itu juga melakukan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada pimpinan perusahaan maupun karyawan mengenai data yang ada sesuai dengan masalah yang akan dibahas. Sehingga data yang diperoleh berupa informasi yang relevan dengan penelitian.

##### 2. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari, mengumpulkan, membaca dan mempelajari serta memahami literatur referensi yang bersumber dari buku, jurnal, makalah dan sumber lainnya yang relevan dengan permasalahan yang dikaji guna mendapatkan kejelasan konsep dan landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan.

#### 3.2 Jenis dan Sumber Data

##### 3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ditinjau menurut sifatnya antara lain:

### 1. Data Kuantitatif

Data yang berupa angka-angka atau jumlah dengan satuan ukur yang dapat diukur secara matematis. Data kuantitatif yang digunakan adalah data keuangan PT Catur Karya Bersama pada tahun 2018.

- a. Aktiva penuh
- b. Biaya penyusutan
- c. Biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik
- d. Biaya pemasaran
- e. Biaya administrasi dan umum

### 2. Data Kualitatif

Data yang tidak dapat dihitung atau diukur dengan angka-angka, namun mampu memberikan informasi tambahan berupa uraian atau keterangan.

- a. Profil Perusahaan
- b. Sejarah Perusahaan
- c. Visi dan Misi Perusahaan
- d. Lokasi Perusahaan
- e. Peralatan dan Perlengkapan yang dibutuhkan
- f. Saluran Distribusi
- g. Jenis Produk

### 3.2.2 Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama yaitu individu atau perseorangan yang membutuhkan pengelolaan lebih lanjut seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner. Data primer yang digunakan penulis berupa tanya jawab langsung dengan pihak-pihak terkait.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang di teliti.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari luar perusahaan berupa buku-buku dan literatur yang relevan dengan masalah yang dibahas dan juga sebagai landasan teori penulis.

### 3.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan oleh penulis yaitu :

- a. Perhitungan biaya produksi menggunakan metode *full Costing* sebagai berikut :

Metode *Full Costing* adalah metode penentuan biaya produksi yang membebankan seluruh biaya produksi baik yang tetap maupun variabel. Biaya produksi menurut metode *full costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik tetap dan *variabel*. Seperti yang terlihat di bawah ini :

Tabel III 1 Biaya produksi dengan pendekatan *Full Costing*

Biaya Bahan Baku	Rp. xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap	Rp. xxx
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik <i>Variabel</i>	<u>Rp. xxx +</u>
Biaya Produksi	Rp. xxx

- b. Perhitungan penetapan harga jual

Dalam penetapan harga jual tersebut menggunakan *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Pada penetapan harga jual juga menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu *presentase markup* (tambahan diatas jumlah biaya).

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

Harga Jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

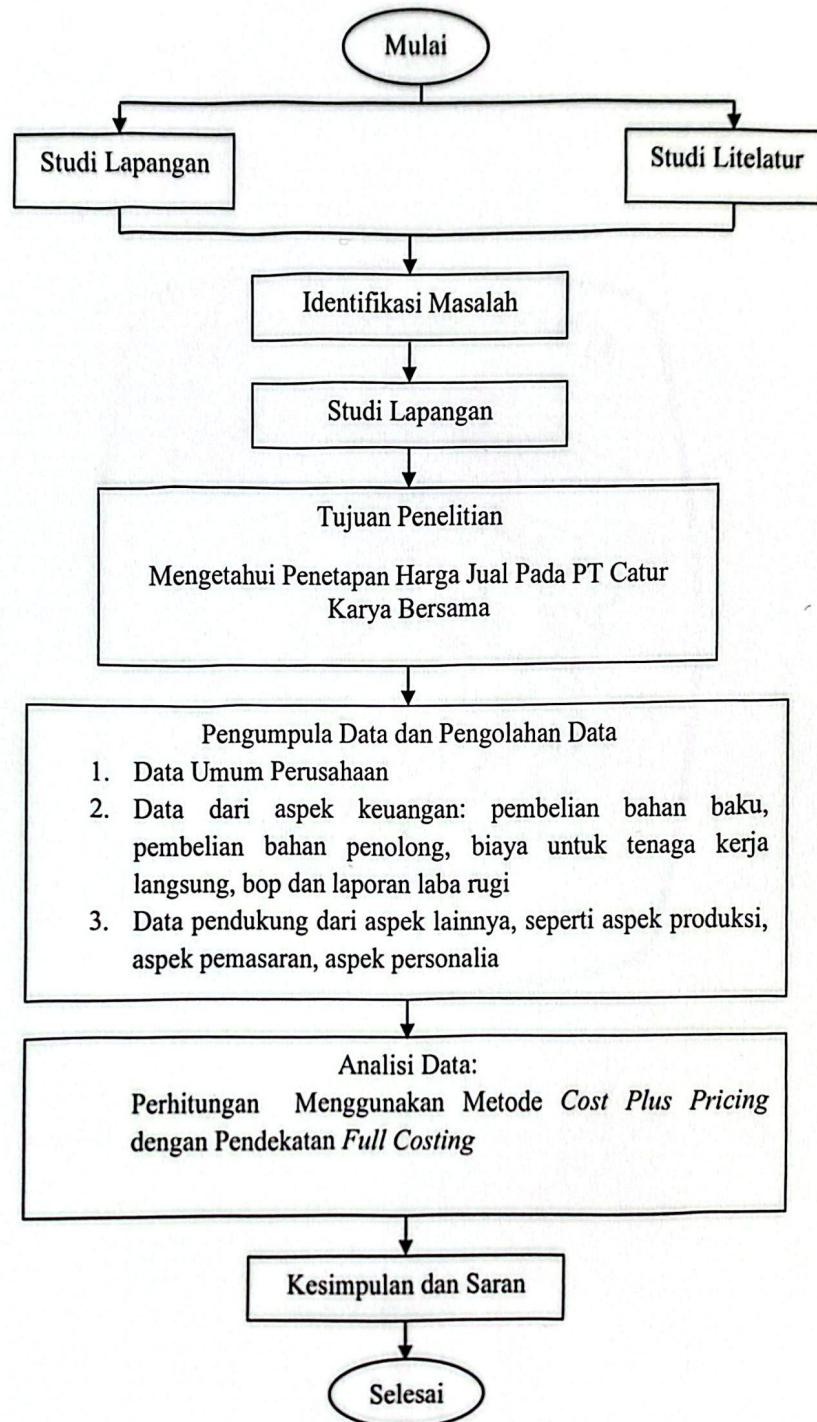
Taksiran biaya penuh terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi yang dapat dihitung dengan dua pendekatan : *full costing* dan *variable costing*. Dalam pendekatan *full costing* , taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Tabel III 2 Unsur biaya penuh dengan pendekatan *Full Costing*

Biaya bahan baku	Rp xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xxx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel+tetap)	Rp xxx +	
<b>Taksiran total biaya produksi</b>		<b>Rp xxx</b>
Biaya administrasi dan umum	Rp xxx	
Biaya pemasaran	Rp xxx +	
<b>Taksiran total biaya komersial</b>		<b>Rp xxx +</b>
<b>Taksiran biaya penuh</b>		<b>Rp xxx</b>

### 3.4 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini penulis memiliki kerangka berfikir yang dapat digambarkan melalui skema berikut ini:



Gambar III. 1 Kerangka Pemikiran

## BAB IV

### PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

#### 4.1 Gambaran Perusahaan

##### 4.1.1 Profil Perusahaan

Nama perusahaan	:	PT Catur Karya Bersama
Status perusahaan	:	Perseroan Terbatas
Tanggal pendirian	:	25 Oktober 2002
Pendiri perusahaan	:	Boedi Roesbeno
Alamat perusahaan	:	Jl. Lapangan Kobra No. 60 Tambun, Bekasi – 17510
Telepon	:	(021)88364923
Email	:	<a href="mailto:Caturkaryabersama.pt@gmail.com">Caturkaryabersama.pt@gmail.com</a>
Website	:	<a href="https://ckbkaroseri.wordpress.com">https://ckbkaroseri.wordpress.com</a>
Nomor SIUP	:	503.09/2-073/BPPT/PM-00II/2013
Nomor NIB	:	8120103900361
Nomor NPWP	:	02.271.031.3-45.000
Nomor SKDU	:	030.ek/107/V/2018
Nomor Izin Surat Industri	:	876/Jabar.18/ILMEA/IZ.00.01/XII/ 2000
Nomor Sertifikat Karoseri	:	188.4/391/KD-BSOT/2011
Nomor ISO-9001	:	2008/SNI 19-9001: 2008 No : 1710134
Jumlah tenaga kerja	:	55 orang
Jam kerja	:	Senin -Jum'at: 08.00 - 16.30 WIB Sabtu : 08.00 - 15.00 WIB
Jenis produk	:	Karoseri <i>dump truck</i> Sumber: PT Catur Karya Bersama

#### 4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

**Visi :**

Terwujudnya produk berkualitas berbasis standar industri Indonesia dan memenuhi kebutuhan dengan kualitas melebihi harapan *customer* dan kebutuhan pasar.

**Misi :**

1. Membuat produk yang berkualitas berbasis standar industri yang ditetapkan pemerintah.
2. Melakukan pengembangan produk melalui SDM yang profesional, kreatif dan inovatif untuk merancang design, teknik rancang bangun dan rekayasa produk dengan merk atau brand Catur Karya Bersama.
3. Mengutamakan pelayanan dan kepuasan konsumen.
4. Terwujudnya efisiensi dan produktifitas dalam menjalankan produksi hingga memberikan manfaat bagi pemerintah, pemilik usaha, karyawan, pemasok serta konsumen.

#### 4.1.3 Sejarah Perusahaan

PT Catur Karya Bersama didirikan pada tahun 2002 oleh Bapak Boedi Roesbeno di Tambun. PT CKB memproduksi karoseri *dump truck*. PT CKB memiliki visi agar terwujudnya produk berkualitas berbasis standar industri Indonesia dan memenuhi kebutuhan dengan kualitas melebihi harapan *customer* dan kebutuhan pasar. Perusahaan juga memiliki misi membuat produk yang berbasis standar industri yang ditetapkan pemerintah, melakukan pengembangan produk melalui SDM yang profesional dan inovatif untuk merancang design teknik rancang bangun dan rekayasa dengan merk atau brand CKB, mengutamakan pelayanan dan kepuasan konsumen, terwujudnya efisiensi dan produktifitas dalam menjalankan produksi hingga

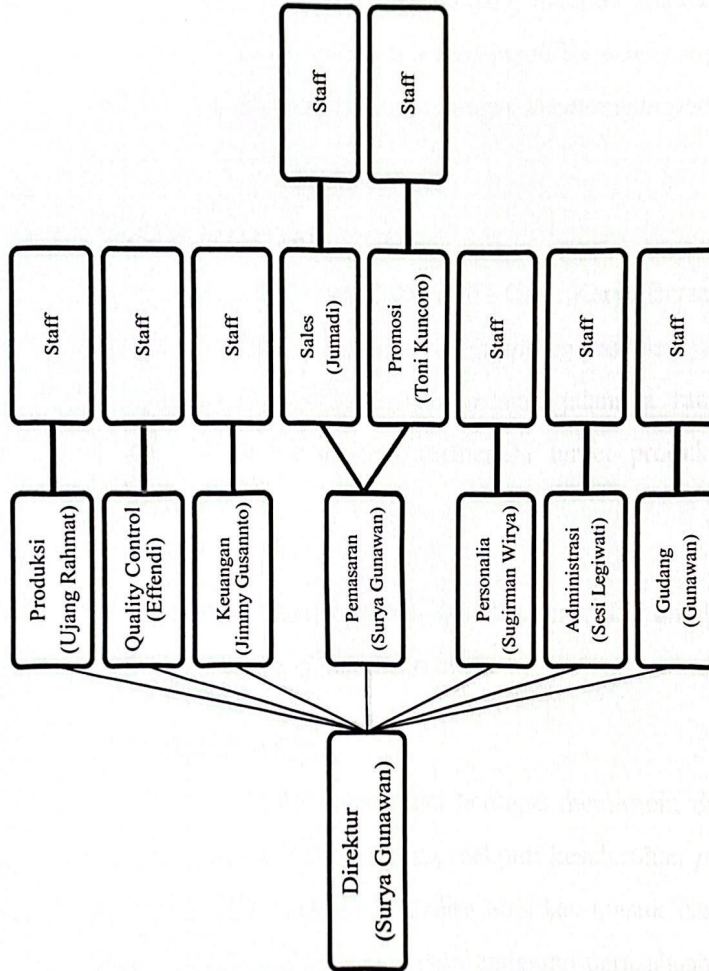
memberikan manfaat bagi pemerintah, pemilik usaha, karyawan, pemasok serta konsumen.

Pada awal pendirian PT Catur Karya Bersama membuat maksimal order produksi sebesar 300 unit. Dalam memberikan kepuasan pelanggan sedari awal PT CKB memiliki komitmen membuat produk yang berkualitas yang dibuat dari material terbaik agar apa yang diinginkan dan diperlukan pelanggan tercapai. Tetapi saat awal pendirian tahun 2002 sampai 2009 PT CKB selalu mengalami penurunan order atau tidak mencapai 300 unit. Saat itu PT CKB melakukan musyawarah antara direktur utama dan manager agar perusahaan dapat memperbaiki kualitas dan memenuhi target order. Pada akhir tahun 2009 PT CKB memperoleh hasil bahwa akan menambah direktur atas nama Bapak Surya, karena pada saat itu direktur utama sudah sakit-sakitan dan tidak bisa lagi membantu berjalannya perusahaan yang efektif. Saat memilih Bapak Surya sebagai direktur, banyak hal yang perlu dipertimbangkan, tetapi pertimbangan tersebut menghasilkan keputusan bahwa Bapak Surya berhak menjadi direktur karena sudah banyak pengalaman yang ditekuni dibidang karoseri.

Pada tahun 2010 saat Bapak Surya memegang jabatan direktur, banyak yang dirubah sistem pemasaran PT CKB agar menjadi lebih baik. Sistem pemasaran hanya melalui relasi tetapi karena sudah lama berkecimpung di bidang otomotif maka banyak direktur dan perusahaan yang sudah mengenal Bapak Surya yang menjadikan PT CKB semakin terkenal dan terbukti saat tahun 2010-2017 order produksi *dump truck* dan *box* mengalami kenaikan yang sangat pesat, bahkan saat awal pendirian maksimal produksi 300 unit sekarang menjadi angka minimal.

Saat itulah PT CKB banyak memperoleh pelanggan tetap karena dapat mengatasi kepuasan pelanggan yang lebih baik dan ketertarikan untuk selalu order di PT CKB. Sampai akhirnya PT CKB mendapat sertifikat ISO-9001. Sederet capaian prestasi tersebut adalah upaya perusahaan dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan demi mencapai kepuasan pelanggan dan komitmen perbaikan berkelanjutan. Sampai hari ini komitmen tersebut masih tetap dipegang teguh oleh perusahaan dan terus diupayakan perbaikan-perbaikan sebagaimana filosofi *Kaizen* mengajarkan bahwa kesempurnaan itu tidak akan pernah terwujud akan tetapi harus diupayakan terus demi mencapai sistem manajemen kualitas yang semakin baik dari waktu ke waktu.

#### 4.1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar IV. 1 Struktur Organisasi PT Catur Karya Bersama

Sumber: PT Catur Karya Bersama

#### 4.1.5 Deskripsi Pekerjaan

##### 1. Direktur

Tugas seorang direktur pada PT Catur Karya Bersama adalah memimpin jalannya kegiatan organisasi perusahaan agar arah dan tujuan organisasi baik jangka panjang maupun jangka pendek dapat terwujud. Selain itu direktur utama memiliki wewenang pengambilan keputusan fungsional berkaitan dengan kepentingan perusahaan secara makro.

##### 2. Manajer Produksi

Seorang manajer produksi di PT Catur Karya Bersama memimpin jalannya kegiatan produksi sesuai *planning* produksi yang diinginkan pelanggan dan memastikan kelancaran jalannya rangkaian proses produksi sehingga mampu memenuhi target produksi yang telah direncanakan.

##### 3. *Quality Control*

Melakukan pengecekan kualitas produk, untuk mengetahui adakah produk yang cacat atau tidak.

##### 4. Manajer Keuangan

Seorang manajer keuangan bertugas memimpin divisi keuangan PT Catur Karya Bersama yang meliputi keseluruhan *plant* yang ada, mengelola dan melakukan analisa arus kas masuk dan keluar untuk pertimbangan penggunaan *budget* anggaran perusahaan sesuai prinsip efektivitas dan efisiensi.

##### 5. Manajer Pemasaran

Seorang manajer pemasaran bertugas memimpin divisi pemasaran PT Catur Karya Bersama dengan tujuan memperkenalkan suatu perusahaan kepada masyarakat, melalui produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut. Bertugas dalam menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan tersebut. Bertugas

dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dengan lingkungan eksternal.

#### 6. Manajer Personalia

Seorang manajer personalia di PT Catur Karya Bersama bertugas memimpin segala aktivitas berkaitan dengan pengelolaan karyawan mulai dari perekrutan, seleksi, pengenalan dan orientasi, penempatan kerja, pelatihan dan pengembangan, hingga pemberhentian atau pemutusan hubungan kerja.

#### 7. Administrasi

Merupakan bagian dari manajemen yang memberikan informasi layanan bidang administrasi yang diperlukan pada PT Catur Karya Bersama untuk melaksanakan kegiatan secara efektif dan memberi dampak kelancaran pada bidang lainnya.

#### 8. Gudang

Melakukan penyimpanan terhadap produk jadi atau produk siap kirim.

### 4.2 Aspek Pemasaran

Gambaran umum kegiatan PT Catur Karya Bersama, dibagian pemasaran adalah sebagai berikut :

#### 4.2.1 Cara Mendapatkan Pasar

Sejauh ini PT Catur Karya Bersama sendiri memfokuskan pada perusahaan industri otomotif khususnya karoseri dengan skala produksi besar dan berorientasi pada kualitas serta keandalan produk dengan harga terjangkau dalam pasar dalam negeri.

Selain itu, dengan cara melakukan penawaran langsung kepada calon-calon pelanggan yang di targetkan, secara *Door to door* menjadi strategi pemasaran yang dilakukan PT Catur Karya Bersama, karena pemasaran ini dinilai mudah dan murah dalam memasarkan jasa produksi perusahaan dengan cara bagian marketing memberikan

informasi secara langsung ke calon *customer* mengenai kemampuan perusahaan, mesin yang dimiliki dan pelayanan yang akan diberikan kepada calon *customernya*.

#### 4.2.2 Cara Mempertahankan Pasar

Guna mempertahankan loyalitas *customer* tetapnya, PT Catur Karya Bersama melakukan evaluasi rutin dengan cara melakukan pendekatan langsung dengan tiap *customer*. Setiap bulannya pihak *customer* melakukan evaluasi kinerja bersama PT Catur Karya Bersama. Setiap bentuk evaluasi yang diberikan oleh *customer* akan dicatat oleh bagian *marketing*.

Selain mencatat bentuk evaluasi yang diadakan oleh *customer*, bagian *marketing*, bagian *marketing* juga bertugas memberikan kuesioner kepuasan pelanggan yang nantinya akan diisi oleh pihak *customer*.

*Purchase Order* setiap *customer* juga terus diamati perkembangan tiap bulannya. Disaat order mengalami penurunan yang cukup signifikan, perusahaan akan coba melakukan pendekatan khusus dengan pihak *customer* dalam penawaran pelayanan khusus guna menjaga loyalitas *customer*.

#### 4.2.3 Cara Meningkatkan Pasar

Guna meningkatkan akses pasar yang masih bisa ditambah, PT Catur Karya Bersama menggunakan sistem *Job Order*, yaitu mencari *order* dari pelanggan. *Purchase order* dari setiap *customers* akan diakumulasikan kedalam ramalan penjualan perusahaan. Bentuk atau ragam produk ditentukan oleh *customer*, yang berikutnya akan ditinjau kesanggupan dari pihak perusahaan. Bila pekerjaan telah disetujui, akan dilanjutkan ke proses negosiasi harga antara *customer* dan perusahaan. Selanjutnya akan dibuat legalitas kesepakatan bersama, serta pengecekan kualitas layanan kepada *customers* setiap bulannya.

Perusahaan menetapkan alasan jika harus menambah jumlah *customer* :

1. Jika terdapat pengurangan jumlah *customer*, maka perusahaan harus mencari pelanggan baru untuk menyeimbangkan kestabilan kondisi bisnis perusahaan.
2. Jika perusahaan mampu meningkatkan kuantitas produksi dan kualitas pelayanan, maka perusahaan dinilai siap untuk coba menambah pelanggan baru.

#### 4.2.4 Target Pasar

PT Catur Karya Bersama berperan sebagai jasa produksi untuk karoseri truk dengan menjadikan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur otomotif sebagai target pasarnya. Berikut ini adalah daftar pelanggan yang dimiliki PT Catur Karya Bersama:

- Hino Finance Indonesia
- Astra Internasional Isuzu
- PT Asco Dwi Mobilindo
- PT Bridgestone Tire Indonesia
- PT Gradatama Transindo
- PT Putra Menara Pekasa
- PT Molds dan Dies Indonesia
- Armada Auto Tara

#### 4.2.5 Penjualan

Penjualan produk *dump truck* pada PT Catur Karya Bersama sebagai berikut:

Tabel IV. 1 Penjualan *Dump Truck*

<i>Dump Truck</i>	
Tahun	Unit Produk
2014	290
2015	305
2016	310
2017	316
2018	320

Sumber: PT Catur Karya Bersama

#### 4.2.6 Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran berasal dari biaya-biaya yang dikeluarkan setelah proses produksi berakhir dan siap untuk dijual. Berikut biaya pemasaran selama 5 tahun terakhir dari tahun 2014 hingga 2018 :

Tabel IV. 2 Biaya Pemasaran *Dump Truck* dari 2014 - 2018

No	Keterangan	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
<b>Gaji Bagian Pemasaran</b>						
1	Gaji Staff Pemasaran	211.200.000	220.800.000	230.400.000	235.200.000	240.000.000
2	<b>Biaya Transportasi</b>					
	Biaya Bahan Bakar	96.000.000	99.500.000	106.700.000	121.500.000	121.000.000
	Biaya Tol	43.000.000	44.500.000	45.000.000	48.000.000	48.000.000
	<b>Subtotal</b>	<b>139.000.000</b>	<b>144.000.000</b>	<b>151.700.000</b>	<b>169.500.000</b>	<b>169.000.000</b>
<b>Biaya Promosi</b>						
	Biaya Website	2.600.000	3.000.000	3.500.000	3.900.000	4.000.000
	Biaya Brosur	4.400.000	5.000.000	5.800.000	6.400.000	6.500.000
	Iklan dan Pameran	104.000.000	115.000.000	117.000.000	120.200.000	120.500.000
3	<b>Subtotal</b>	<b>111.000.000</b>	<b>123.000.000</b>	<b>126.300.000</b>	<b>130.500.000</b>	<b>131.000.000</b>
	<b>Total Biaya Pemasaran</b>	<b>461.200.000</b>	<b>487.800.000</b>	<b>508.400.000</b>	<b>535.200.000</b>	<b>540.000.000</b>

#### 4.3 Aspek Produksi

Produksi adalah suatu kegiatan untuk menciptakan atau menambah nilai guna suatu barang untuk memenuhi kebutuhan. Produksi juga dapat diartikan sebagai cara, metode dan teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber antara lain sumber tenaga kerja, sumber mesin, sumber bahan baku dan sumber dana yang ada.

PT Catur Karya Bersama adalah perusahaan yang bergerak dibidang karoseri truk. Spesialisasi PT Catur Karya Bersana adalah memproduksi *dump truck*. Secara umum, *dump truck* dilengkapi dengan bak terbuka yang dioperasikan dengan bantuan hidrolik, bagian depan dari bak itu bisa diangkat keatas dan bagian belakang bak berfungsi sebagai engsel atau

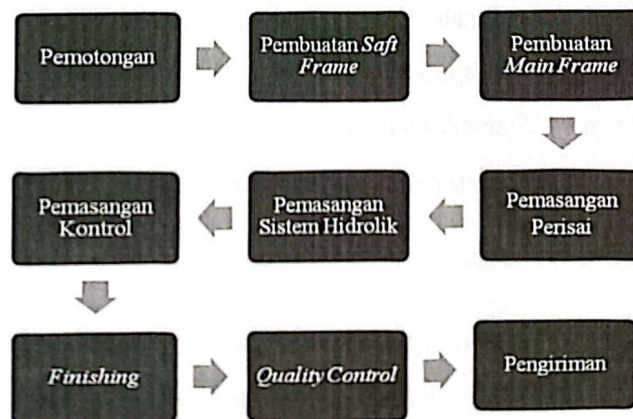
sumbu putar sehingga memungkinkan material yang diangkut bisa turun ketempat yang diinginkan. *Dump truck* biasa digunakan dalam industri pertambangan untuk memindahkan material hasil tambang ataupun material tanah.



Gambar IV. 2 *Dump Truck*  
Sumber: PT Catur Karya Bersama

#### 4.3.1 Proses Produksi

Dalam membuat produknya, PT Catur Karya Bersama telah menetapkan alur proses produksinya. Alur proses produksi dapat dilihat pada gambar IV.3 berikut:



Gambar IV. 3 Alur Proses Produksi *Dump Truk*  
Sumber: PT Catur Karya Bersama

Berdasarkan alur produksi diatas, dapat dijelaskan alur produksi pada *dump truck* tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

## 1. Pemotongan

Proses ini dilakukan pertama kali saat unit masuk ke tempat produksi. Unit yang masuk memiliki *chasis* bawaan dari kepalanya. Setelah melakukan pemotongan memasang kayu diatas *chasis* tersebut sebagai landasan agar *saft frame* dapat dengan nyaman diikat pada *chasis* ini.

## 2. Pembuatan *saft frame*, ini ada beberapa tahap yaitu:

- a. Membuat kerangka *dump* truk yaitu dengan memotong UNP dan plat hitam menjadi ukuran yang diminta oleh pelanggan dan mengelasnya menjadi satu.
- b. Membuat dudukan sistem hidrolik, hidrolik adalah suatu alat yang dapat membuat bak *dump* truk untuk naik dan turun. Dudukan sistem hidrolik ini dibuat dengan menggunakan UNP sebagai penyanggah nya.
- c. Memasang U-Bolt pada *chasis* yang telah dipasang kayu dan dudukan sistem hidrolik. U-Bolt ini berfungsi sebagai pengait.

## 3. Pembuatan *Main Frame*

Setelah dibuat kerangka selanjutnya adalah membuat badan, landasan, dinding bagian kanan dan bagian kiri serta pintu belakang truk. Proses ini yaitu pengelasan pada kerangka truk dengan plat hitam yang kemudian dibentuk menyerupai sebuah kotak. Proses *Main frame* ini ketika sudah selesai akan digabungkan dengan *saft frame*.

## 4. Pemasangan Perisai

Proses ini antara lain memasang pelindung belakang, kanan, dan kiri badan truk agar terlindungi.

## 5. Pemasangan Sistem Hidrolik

Berguna untuk menaik turunkan badan truk agar dapat menampung atau membuang beban yang ada pada truk.

#### 6. Pemasangan Kontrol

Yaitu memasang kontrol panel yang terdapat pada bagian depan untuk mengontrol jalannya sistem hidrolis.

#### 7. Finishing

Dilakukan dengan melakukan pengamplasan badan truk, lalu melapisi primer agar memudahkan dalam proses pengecatan. Kemudian pemasangan plat nama sebagai salah satu tanda unit tersebut diproduksi oleh PT Catur Karya Bersama dan salah satu bentuk promosi bagi perusahaan.

#### 8. Quality Control

Dilakukan dengan melakukan uji coba sistem hidrolis dan kekuatan daya tampung yang seharusnya dapat dilakukan oleh unit yang ada.

#### 9. Pengiriman

Ada 2 macam proses pengiriman yang dilakukan oleh PT Catur Karya Bersama, ada pelanggan atau perusahaan yang datang mengambil langsung pada PT Catur Karya Bersama dan ada pula yang ingin diantar ketempat pelanggan atau perusahaan yang bersangkutan.

### 4.3.2 Bahan Baku dan Bahan Penolong

Untuk menghasilkan sebuah produk, pastinya memerlukan bahan baku dan bahan penolong untuk membuat suatu produk. Berikut ini daftar bahan baku dan daftar bahan penolong yang digunakan pada PT Catur Karya Bersama tahun 2014 sampai tahun 2018 sebagai berikut:

Tabel IV. 3 Daftar Bahan Baku

Tahun	No	Nama Bahan	Harga Satuan	Unit	Jumlah
2014	1	Plat Besi Hitam			
		1,5 mm x 4 x 8	31.379	290	9.100.000
		2,3 mm x 4 x 8	54.621	290	15.840.000
		3,2 mm x 4 x 8	91.724	290	26.600.000
	2	Besi UNP			

Tahun	No	Nama Bahan	Harga Satuan	Unlt	Jumlah
2014		80 x 45 x 5 mm x 6	13.434	290	3.896.000
		100 x 50 x 5 mm x 6	16.497	290	4.784.000
		120 x 55 x 6 mm x 6	23.517	290	6.820.000
		150 x 75 x 7,5mm x 6	37.345	290	10.830.000
	3	Hidrolik	8.990.000	290	2.607.100.000
	4	Pompa Oli	3.710.000	290	1.075.900.000
	5	Power Take Off (PTO)	5.660.000	290	1.641.400.000
	6	Drive Shaft Small	401.000	290	116.290.000
	7	Selang	781.640	290	226.675.600
	8	U Bolt	286.950	290	83.215.500
	9	Kabel PTO	268.150	290	77.763.500
	10	Kabel Pompa	416.026	290	120.647.400
	11	Handle	385.000	290	111.650.000
Total Biaya					6.138.512.000
2015	1	Plat Besi Hitam			
		1,5 mm x 4 x 8	42.262	305	12.890.000
		2,3 mm x 4 x 8	62.741	305	19.136.000
		3,2 mm x 4 x 8	99.393	305	30.315.000
	2	Besi UNP			
		80 x 45 x 5 mm x 6	13.823	305	4.216.000
		100 x 50 x 5 mm x 6	18.767	305	5.724.000
		120 x 55 x 6 mm x 6	24.000	305	7.320.000
		150 x 75 x 7,5mm x 6	37.148	305	11.330.000
	3	Hidrolik	9.400.000	305	2.867.000.000
	4	Pompa Oli	3.900.000	305	1.189.500.000
	5	Power Take Off (PTO)	5.790.000	305	1.765.950.000
	6	Drive Shaft Small	505.000	305	154.025.000
	7	Selang	765.246	305	233.400.000
8	U Bolt	301.721	305	92.025.000	
9	Kabel PTO	291.607	305	88.940.000	
10	Kabel Pompa	449.443	305	137.080.000	
11	Handle	404.098	305	123.250.000	
Total Biaya					6.742.101.000
2016	1	Plat Besi Hitam			
		1,5 mm x 4 x 8	55.339	310	17.155.000
		2,3 mm x 4 x 8	64.787	310	20.084.000
		3,2 mm x 4 x 8	113.355	310	35.140.000
	2	Besi UNP			
		80 x 45 x 5 mm x 6	17.635	310	5.467.000
	100 x 50 x 5 mm x 6	20.123	310	6.238.000	

Tahun	No	Nama Bahan	Harga Satuan	Unit	Jumlah
2016		120 x 55 x 6 mm x 6	25.626	310	7.944.000
		150 x 75 x 7,5mm x 6	40.503	310	12.556.000
	3	Hidrolik	9.668.065	310	2.997.100.000
	4	Pompa Oli	3.912.742	310	1.212.950.000
	5	Power Take Off (PTO)	5.880.968	310	1.823.100.000
	6	Drive Shaft Small	606.452	310	188.000.000
	7	Selang	781.903	310	242.390.000
	8	U Bolt	329.990	310	102.297.000
	9	Kabel PTO	315.871	310	97.920.000
	10	Kabel Pompa	471.677	310	146.220.000
	11	Handle	431.968	310	133.910.200
			Total Biaya		7.048.471.200
2017	1	Plat Besi Hitam			
		1,5 mm x 4 x 8	69.873	316	22.080.000
		2,3 mm x 4 x 8	81.177	316	25.652.000
		3,2 mm x 4 x 8	130.301	316	41.175.000
	2	Besi UNP			
		80 x 45 x 5 mm x 6	20.013	316	6.324.000
		100 x 50 x 5 mm x 6	24.861	316	7.856.000
		120 x 55 x 6 mm x 6	27.930	316	8.826.000
		150 x 75 x 7,5mm x 6	44.934	316	14.199.000
	3	Hidrolik	9.991.139	316	3.157.200.000
	4	Pompa Oli	3.868.038	316	1.222.300.000
	5	Power Take Off (PTO)	6.205.823	316	1.961.040.000
	6	Drive Shaft Small	651.646	316	205.920.000
	7	Selang	750.000	316	237.000.000
8	U Bolt	363.804	316	114.962.000	
9	Kabel PTO	349.981	316	110.594.000	
10	Kabel Pompa	506.582	316	160.080.000	
11	Handle	495.234	316	156.494.000	
			Total Biaya		7.451.702.000
2018	1	Plat Besi Hitam			
		1,5 mm x 4 x 8	91.016	320	29.125.000
		2,3 mm x 4 x 8	113.531	320	36.330.000
		3,2 mm x 4 x 8	141.469	320	45.270.000
	2	Besi UNP			
		80 x 45 x 5 mm x 6	23.563	320	7.540.000
		100 x 50 x 5 mm x 6	28.075	320	8.984.000
		120 x 55 x 6 mm x 6	31.213	320	9.988.000
	150 x 75 x 7,5mm x 6	51.003	320	16.321.000	

Tahun	No	Nama Bahan	Harga Satuan	Unit	Jumlah	
2018	3	Hidrolik	10.207.500	320	3.266.400.000	
	4	Pompa Oli	3.829.688	320	1.225.500.000	
	5	Power Take Off (PTO)	6.300.000	320	2.016.000.000	
	6	Drive Shaft Small	685.000	320	219.200.000	
	7	Selang	790.000	320	252.800.000	
	8	U Bolt	393.375	320	125.880.000	
	9	Kabel PTO	391.250	320	125.200.000	
	10	Kabel Pompa	541.875	320	173.400.000	
	11	Handle	506.000	320	161.920.000	
					Total Biaya	7.719.858.000

Tabel IV. 4 Daftar Bahan Penolong *Dump Truck*

Tahun	No	Nama Bahan	Harga Satuan (Rp)	Unit	Jumlah
2014	1	Sealeant	36.111	72	2.600.000
	2	Oli Hidrolik	17.708	96	1.700.000
	3	Tinner	23.000	39	900.000
	4	Kayu	20.575	40	823.000
	5	Baut	30.000	66	1.965.000
	6	Lampu Luar	9.241	580	5.360.000
	7	Paku Rivet	100	1.450	150.000
	8	Karet Pintu	448	580	260.000
	9	Karet Pembatas	1.293	580	750.000
				Total Biaya	14.508.000
2015	1	Sealeant	35.592	76	2.705.000
	2	Oli Hidrolik	18.824	102	1.920.000
	3	Tinner	23.650	40	946.000
	4	Kayu	20.881	42	877.000
	5	Baut	32.471	68	2.208.000
	6	Lampu Luar	8.885	610	5.420.000
	7	Paku Rivet	120	1.525	183.000
	8	Karet Pintu	525	610	320.000
	9	Karet Pembatas	1.344	610	820.000
				Total Biaya	15.399.000
2016	1	Sealeant	36.154	78	2.820.000
	2	Oli Hidrolik	24.757	103	2.550.000
	3	Tinner	20.640	45	928.800
	4	Kayu	17.609	46	810.000
	5	Baut	33.623	69	2.320.000

Tahun	No	Nama Bahan	Harga Satuan	Unit	Jumlah
2016	6	Lampu Luar	8.887	620	5.510.000
	7	Paku Rivet	135	1.550	210.000
	8	Karet Pintu	629	620	390.000
	9	Karet Pembatas	1.435	620	890.000
			<b>Total Biaya</b>		<b>16.428.800</b>
2017	1	Sealeant	36.582	79	2.890.000
	2	Oli Hidrolik	26.667	105	2.800.000
	3	Tinner	19.809	47	931.000
	4	Kayu	18.271	48	877.000
	5	Baut	33.662	71	2.390.000
	6	Lampu Luar	9.462	632	5.980.000
	7	Paku Rivet	177	1.580	280.000
	8	Karet Pintu	680	632	430.000
	9	Karet Pembatas	1.440	632	910.000
			<b>Total Biaya</b>		<b>17.488.000</b>
2018	1	Sealeant	36.375	80	2.910.000
	2	Oli Hidrolik	29.907	107	3.200.000
	3	Tinner	19.133	49	937.500
	4	Kayu	17.900	50	895.000
	5	Baut	33.611	72	2.420.000
	6	Lampu Luar	10.141	640	6.490.000
	7	Paku Rivet	206	1.600	330.000
	8	Karet Pintu	764	640	489.000
	9	Karet Pembatas	1.531	640	980.000
			<b>Total Biaya</b>		<b>18.651.000</b>

### 4.3.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Dalam proses produksinya PT Catur Karya Bersama membutuhkan tenaga kerja ahli dalam bidangnya. Pada PT Catur Karya Bersama dalam memproses produknya mempekerjakan setidaknya 29 orang. Berikut biaya yang dikeluarkan oleh PT Catur Karya Bersama:

Tabel IV. 5 Gaji Tenaga Kerja Langsung 2014 – 2018

No	Jabatan	Jumlah	Tahun (Rp)				
			2014	2015	2016	2017	2018
			Total / tahun	Total / tahun	Total / tahun	Total / tahun	Total / tahun
1	Produksi	21	374.880.000	390.000.000	399.600.000	406.800.000	414.000.000
2	Quality Control	5	120.000.000	138.000.000	144.000.000	162.000.000	180.000.000
3	Operator Mesin	3	72.000.000	75.600.000	79.200.000	82.800.000	84.600.000
Total			566.880.000	603.600.000	622.800.000	651.600.000	678.600.000

### 4.3.4 Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai. Berikut Biaya *overhead* pabrik perusahaan dari tahun 2014 hingga 2018:

Tabel IV. 6 Biaya Overhead Pabrik PT Catur Karya Bersama Tahun 2014 - 2018

No	BOP	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Biaya Bahan Penolong	14.508.000	15.399.000	16.428.800	17.488.000	18.651.000
2	Biaya Pemeliharaan Mesin	43.200.000	43.400.000	43.600.000	43.800.000	44.000.000
3	Biaya Listrik	125.000.000	145.000.000	160.500.000	185.000.000	205.000.000
	<b>Total BOP</b>	<b>182.708.000</b>	<b>203.799.000</b>	<b>220.528.800</b>	<b>246.288.000</b>	<b>267.651.000</b>

#### 4.3.5 Biaya Produksi

Tabel IV. 7 Biaya Produksi PT Catur Karya Bersama Tahun 2014 - 2018

No	Keterangan	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
	Persediaan BB awal Tahun	-	-	-	-	-
	Pembelian Bahan Baku	6.138.512.000	6.742.101.000	7.048.471.200	7.451.702.000	7.719.858.000
	Persediaan BB Siap Produksi	6.138.512.000	6.742.101.000	7.048.471.200	7.451.702.000	7.719.858.000
	Persediaan BB Akhir Tahun	-	-	-	-	-
1	<b>Total Bahan Baku</b>	<b>6.138.512.000</b>	<b>6.742.101.000</b>	<b>7.048.471.200</b>	<b>7.451.702.000</b>	<b>7.719.858.000</b>
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	566.880.000	603.600.000	622.800.000	651.600.000	678.600.000
3	Biaya Overhead Pabrik					
	Biaya Bahan Penolong	14.508.000	15.399.000	16.428.800	17.488.000	18.651.000
	Pemeliharaan Mesin	43.200.000	43.400.000	43.600.000	43.800.000	44.000.000
	Biaya Listrik	125.000.000	145.000.000	160.500.000	185.000.000	205.000.000
	<b>Total BOP</b>	<b>182.708.000</b>	<b>203.799.000</b>	<b>220.528.800</b>	<b>246.288.000</b>	<b>267.651.000</b>
	<b>Total Biaya Produksi</b>	<b>6.888.100.000</b>	<b>7.549.500.000</b>	<b>7.891.800.000</b>	<b>8.349.590.000</b>	<b>8.666.109.000</b>

## **4.4 Aspek Sumber Daya Manusia**

### **4.4.1 Sistem Perekrutan**

PT Catur Karya Bersama sangat jarang melakukan perekrutan pegawai baru, dikarenakan jumlah pegawai yang mempunyai jabatan spesifikasi khusus tidak terlalu banyak. Apabila suatu departemen membutuhkan tambahan tenaga kerja, maka proses perekrutan akan dibuka. Dalam perekrutannya, PT Catur Karya Bersama tidak memberikan persyaratan yang sangat tinggi kepada calon pegawai. Hal ini terbukti dari tingkat pendidikan pegawainya yang mayoritas lulusan SMK/SMA. Namun, ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan saat penerimaan. Sebagai contoh, untuk menerima karyawan di bagian Administrasi, perusahaan akan melakukan uji pengetahuan dan tes komputerasasi. Dari uji teknis ini lah akan terlihat, apakah calon tersebut layak untuk bekerja atau tidak.

### **4.4.2 Sistem Pelatihan dan Pengembangan**

Pelatihan di PT Catur Karya Bersama merupakan proses membantu tenaga kerja untuk memperoleh efektifitas dalam pekerjaan mereka melalui pengembangan kebiasaan tentang pikiran, tindakan, kecakapan, pengetahuan, dan sikap yang layak. Sedangkan proses pengembangan di PT CKB terdiri atas tindakan memutuskan kompetensi, keterampilan atau pengetahuan yang perlu dikembangkan, dan bagaimana mencapainya.

### **4.4.3 Kesejahteraan Karyawan**

Kesejahteraan di PT Catur Karya Bersama menjadi balas jasa lengkap (materi dan *non* materi) yang di berikan berdasarkan kebijaksanaan. Tujuannya untuk mempertahankan dan memperbaiki kondisi fisik dan mental karyawan agar produktifitasnya meningkat. Pemeliharaan SDM ini terbagi atas beberapa program seperti kompensasi, motivasi dan kepemimpinan.

## A. Kompensasi

Kompensasi di PT Catur Karya Bersama merupakan penghargaan yang diberikan kepada karyawan sebagai balasan atas prestasi kerja yang dicapainya. Dalam hal ini, kompensasi juga memiliki hubungan yang kuat dengan proses pembayaran. Seperti gaji pokok dan tunjangan.

- Gaji Pokok

PT Catur Karya Bersama memberikan gaji pokok sesuai dengan kemampuan masing-masing karyawannya. Sebagai contoh karyawan yang sudah bekerja lama dan memiliki kemampuan dibidangnya tentu akan mendapatkan kenaikan gaji, untuk persentasenya hanya pemilik yang memiliki hak untuk menentukan.

- Tunjangan

Tunjangan di PT Catur Karya Bersama merupakan imbalan tidak langsung yang diberikan oleh perusahaan, kepada setiap karyawannya, tunjangan yang di berikandiantara lain seperti, BPJS Kesehatan, BPJS Ketenagakerjaan, dan Tunjangan hari Raya.

## B. Motivasi

Motivasi menjadi metode yang dilakukan PT Catur Karya Bersama dalam rangka meningkatkan semangat kerja pegawai, yang bertujuan untuk memperoleh produktivitas kerja yang tinggi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Proses motivasi PT Catur Karya Bersama masih belum berjalan, dikarenakan sistem manajemen beranggapan bahwa tidak ada *Reward* bagi pegawai yang berhasil mencapai target atau bahkan melebihi target.

### **C. Kepemimpinan**

Kepemimpinan di PT Catur Karya Bersama merupakan cara seseorang pemimpin mempengaruhi perilaku bawahan, agar mau bekerjasama bekerja produktif untuk mencapai tujuan organisasi. Gaya kepemimpinan yang digunakan pada PT Catur Karya Bersama adalah Kepemimpinan Partisipatif. Dimana pada gaya ini kepemimpinan dilakukan secara *persuasive*, menciptakan kerjasama yang serasi, menumbuhkan loyalitas, dan partisipasi para karyawan

#### **4.4.4 Gaji Karyawan**

Seluruh pegawai pada PT Catur Karya Bersama tidak semuanya adalah pegawai tetap. Berikut adalah daftar upah yang di terima oleh pegawai PT Catur Karya Bersama:

Tabel IV. 8 Gaji Karyawan

No	Jabatan	Jumlah	Tahun (Rp)				
			2014 Total/tahun	2015 Total/tahun	2016 Total/tahun	2017 Total/tahun	2018 Total/tahun
1	Direktur	1	68.400.000	69.600.000	70.800.000	72.000.000	73.200.000
2	Bagian Gudang	2	48.000.000	50.400.000	52.800.000	55.200.000	56.400.000
3	Manajer HRD	1	31.200.000	32.400.000	33.600.000	34.800.000	36.000.000
4	HRD	3	77.400.000	79.200.000	82.800.000	86.400.000	90.000.000
5	Manajer Finance	1	31.200.000	32.400.000	33.600.000	34.800.000	36.000.000
6	Finance	3	75.600.000	79.200.000	82.800.000	86.400.000	88.200.000
7	Manajer Marketing	1	30.600.000	31.200.000	32.400.000	33.600.000	34.800.000
8	Staff Marketing	8	211.200.000	220.800.000	230.400.000	235.200.000	240.000.000
9	Satpam	6	97.200.000	100.800.000	108.000.000	111.600.000	115.200.000
	<b>Total</b>		<b>670.800.000</b>	<b>696.000.000</b>	<b>727.200.000</b>	<b>750.000.000</b>	<b>769.800.000</b>

## 4.5 Aspek Keuangan

Aspek keuangan merupakan aspek yang digunakan untuk menilai keuangan perusahaan secara keseluruhan. Aspek ini sama pentingnya dengan aspek lainnya, bahkan beberapa pengusaha menganggap bahwa aspek inilah yang paling utama untuk diperhatikan, karena aspek ini berhubungan dengan penentuan investasi jangka panjang sebuah perusahaan, mendapat dana untuk membayar dan juga memimpin kegiatan keuangan harian sebuah perusahaan.

### 4.5.1 Daftar Aset

Pada saat mendirikan PT Catur Karya Bersama, modal yang digunakan serta dikeluarkan berasal dari modal pribadi (modal sendiri) yang besarnya sebagai berikut:

Tabel IV. 9 Daftar Aset

No	Keterangan	Jumlah (unit)	Harga satuan (Rp)	Total (Rp)
	<b>A. Aktiva Berwujud</b>			
1	Tanah			800.000.000
	Bangunan			3.060.000.000
	<b>Total Tanah dan Bangunan</b>			<b>3.860.000.000</b>
2	<b>Mesin Pabrik:</b>			
	Genset	2	104.280.000	208.560.000
	Mesin Las	25	900.000	22.500.000
	Forklift 3,5 Ton	1		205.000.000
	Crane 25 Ton	1		945.000.000
	<b>Subtotal Mesin Pabrik</b>			<b>1.381.060.000</b>
	<b>Peralatan Pabrik:</b>			
	Pemotong Besi	10	1.490.000	14.900.000
	Pemotong UMP	15	2.400.000	36.000.000
	Gerinda	8	2.925.000	23.400.000
	<i>Hammer Drill</i>	10	689.900	6.899.000
	<i>Rotary Hammer</i>	10	21.620.000	216.200.000
	<i>Impact Wrench</i>	5	4.944.500	24.722.500
	<i>Heat Gun</i>	6	1.020.000	6.120.000
	<b>Subtotal Peralatan Pabrik</b>			<b>328.241.500</b>
3	<b>Inventaris kantor</b>			
	AC	6	3.625.000	21.750.000

No	Keterangan	Jumlah (unit)	Harga satuan (Rp)	Total (Rp)
	Lemari	7	2.800.000	19.600.000
	Kursi	12	235.000	2.820.000
	Meja	9	1.085.000	9.765.000
	Komputer PC	7	3.949.000	27.643.000
	Faksimili	1	1.690.000	1.690.000
	Mesin printer dan fotokopi	1	4.560.000	4.560.000
	Telepon	4	700.000	2.800.000
	<b>Subtotal Inventaris Kantor</b>			<b>90.628.000</b>
4	<b>Kendaraan</b>			
	Mobil Innova	1	344.700.000	344.700.000
	Mobil Avanza	1	160.000.000	160.000.000
	Motor Beat	1	16.280.000	16.280.000
	<b>Subtotal Kendaraan</b>			<b>520.980.000</b>
	<b>B. Aktiva Tidak Berwujud</b>			
1	SIUP		1.000.000	1.000.000
2	TDP		1.000.000	1.000.000
	<b>Total Aktiva Tidak Berwujud</b>			<b>2.000.000</b>
	<b>Total Biaya Keseluruhan</b>			<b>6.182.909.500</b>

#### 4.5.2 Pendapatan Penjualan

Berikut ini adalah data pendapatan penjualan PT Catur Karya Bersama pada tahun 2014-2018 yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 10 Nilai Penjualan PT Catur Karya Bersama Tahun 2014 - 2018

Tahun	<i>DUMP TRUCK</i>		
	Harga Jual (Rp)	Unit Produk	Total Penjualan (Rp)
2014	30.500.000	290	8.845.000.000
2015	31.600.000	305	9.638.000.000
2016	32.500.000	310	10.075.000.000
2017	33.650.000	316	10.633.400.000
2018	34.500.000	320	11.040.000.000

#### 4.5.3 Penyusutan Aktiva Perusahaan

Dalam Menghitung besarnya biaya depresiasi aktifa per tahun perusahaan menggunakan metode garis lurus (*straight line method*) dengan rumus. :

$$\text{Depresiasi per tahun} = \frac{\text{Nilai Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur ekonomis}}$$

Tabel IV. 11 Biaya Depresiasi PT Catur Karya Bersama

No	Aktiva	Harga Beli (Rp)	Nilai Residu	Umur Ekonomis	Jumlah (Rp)
1	Bangunan	3.060.000.000	2.907.0000	20	7.650.000
2	Mesin	1.381.060.000	1.312.007.005	15	4.603.533
3	Peralatan	328.241.500	311.829.425	5	3.282.415
4	Inventaris Kantor	90.625.000	81.562.500	5	1.812.500
5	Kendaraan	520.980.000	474.091.800	8	5.861.025
6	Perizinan Usaha	2.000.000	-	5	400.000
	Total Penyusutan				23.609.473

#### 4.5.4 Biaya Administrasi dan Umum

Berikut biaya administrasi dan umum dari tahun 2014 hingga 2018 dapat dilihat dalam tabel:

Tabel IV. 12 Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2014 – 2018

No	Keterangan	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Biaya Gaji Karyawan	670.800.000	696.000.000	727.200.000	750.000.000	769.800.000
2	Biaya Telepon dan Wifi	8.800.000	9.200.000	9.600.000	10.000.000	10.400.000
3	Biaya Perlengkapan Kantor	12.000.000	12.500.000	12.900.000	13.300.000	13.700.000
	<b>Total</b>	<b>691.600.000</b>	<b>717.700.000</b>	<b>749.700.000</b>	<b>773.300.000</b>	<b>793.900.000</b>

#### 4.5.5 Harga Pokok Penjualan

Tabel IV. 13 Harga Pokok Penjualan

No	Keterangan	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
	Persediaan BB awal Tahun	-	-	-	-	-
	Pembelian Bahan Baku	6.138.512.000	6.742.101.000	7.048.471.200	7.451.702.000	7.719.858.000
	Persediaan BB Siap Produksi	6.138.512.000	6.742.101.000	7.048.471.200	7.451.702.000	7.719.858.000
	Persediaan BB Akhir Tahun	-	-	-	-	-
1	Biaya Bahan Baku	6.138.512.000	6.742.101.000	7.048.471.200	7.451.702.000	7.719.858.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	566.880.000	603.600.000	622.800.000	651.600.000	678.600.000
3	Biaya Overhead Pabrik					
	Biaya Bahan Penolong	14.508.000	15.399.000	16.428.800	17.488.000	18.651.000
	Biaya Pemeliharaan Mesin	43.200.000	43.400.000	43.600.000	43.800.000	44.000.000
	Biaya Listrik	125.000.000	145.000.000	160.500.000	185.000.000	205.000.000
	<b>Total BOP</b>	<b>182.708.000</b>	<b>203.799.000</b>	<b>220.528.800</b>	<b>246.288.000</b>	<b>267.651.000</b>
	Persediaan awal barang dalam proses					
	Persediaan akhir barang dalam proses					
	<b>Harga Pokok Produksi (1+2+3)</b>	<b>6.888.100.000</b>	<b>7.549.500.000</b>	<b>7.891.800.000</b>	<b>8.349.590.000</b>	<b>8.690.109.000</b>
	Persediaan awal barang jadi	-	-	-	-	-
	Barang jadi siap jual	6.888.100.000	7.549.500.000	7.891.800.000	8.349.590.000	8.690.109.000
	persediaan akhir barang jadi	-	-	-	-	-
	<b>Harga Pokok Penjualan</b>	<b>6.888.100.000</b>	<b>7.549.500.000</b>	<b>7.891.800.000</b>	<b>8.349.590.000</b>	<b>8.690.109.000</b>

#### 4.5.6 Laporan Laba / Rugi

Tabel IV. 14 Laporan Laba / Rugi PT Catur Karya Bersama Tahun 2014 - 2018

No	Keterangan	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Pendapatan Penjualan	8.845.000.000	9.638.000.000	10.075.000.000	10.633.400.000	11.040.000.000
2	Harga Pokok Penjualan	6.888.100.000	7.549.500.000	7.891.800.000	8.349.590.000	8.690.109.000
3	Laba Kotor ( 1-2 )	1.956.900.000	2.088.500.000	2.183.200.000	2.283.810.000	2.349.891.000
4	Biaya Usaha:					
	- Biaya Pemasaran	461.200.000	487.800.000	508.400.000	535.200.000	540.000.000
	- Biaya Adm & Umum	691.600.000	717.700.000	749.700.000	773.300.000	793.900.000
	Total Biaya Usaha	1.152.800.000	1.205.500.000	1.258.100.000	1.308.500.000	1.333.900.000
5	Laba Sebelum Pajak/EBT (3-4)	804.100.000	883.000.000	925.100.000	975.310.000	1.039.991.000
6	Pajak 15%	120.615.000	132.450.000	138.765.000	146.296.500	155.998.650
7	Laba Setelah Pajak/EAT (5-6)	638.485.000	750.550.000	786.335.000	829.013.500	874.592.350

## 4.6 Pengolahan Data

### 4.6.1 Harga Jual Menurut Perusahaan

#### a. Harga Pokok Produksi Perusahaan

Diketahui harga pokok produksi menurut perusahaan pada tahun 2014 hingga 2018 dapat dilihat dalam tabel IV.17 sebesar sebagai berikut :

Tabel IV. 15 Harga Pokok Produksi Perusahaan Tahun 2014 – 2018

Keterangan	Tahun (Rp)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Biaya Bahan Baku	6.138.512.000	6.742.101.000	7.048.471.200	7.451.702.000	7.719.858.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	566.880.000	603.600.000	622.800.000	651.600.000	678.600.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	182.708.000	203.799.000	220.528.800	246.288.000	267.651.000
Harga Pokok Produksi	6.888.100.000	7.549.500.000	6.784.582.800	8.349.590.000	8.690.109.000

#### b. Biaya Non Produksi Perusahaan

Biaya non produksi perusahaan diperoleh dari total penjumlahan biaya pemasaran ditambah dengan biaya administrasi dan umum. Berikut ini adalah biaya non produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat dilihat pada tabel IV.18 sebagai berikut :

Tabel IV. 16 Biaya Non Produksi Perusahaan Tahun 2014 – 2018

Keterangan	Tahun (Rp)				
	2014	2015	2016	2017	2018
B. Pemasaran	461.200.000	487.800.000	508.400.000	535.200.000	540.000.000
B. Adm dan Umum	691.600.000	717.700.000	749.700.000	773.300.000	793.900.000
<b>Total Biaya Non Produksi</b>	<b>1.152.800.000</b>	<b>1.205.500.000</b>	<b>1.258.100.000</b>	<b>1.308.500.000</b>	<b>1.333.900.000</b>

### c. Biaya Penuh Menurut Perusahaan

Biaya penuh diperoleh dari total penjumlahan harga pokok produksi ditambah dengan biaya non produksi yang menghasilkan biaya penuh. Berikut ini adalah biaya penuh menurut perusahaan pada tahun 2014 hingga 2018 dapat dilihat pada tabel IV.28 sebagai berikut :

Tabel IV. 17 Biaya Penuh Perusahaan Tahun 2014 – 2018

Keterangan	Tahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
Harga Pokok Produksi	6.888.100.000	7.549.500.000	6.784.582.800	8.349.590.000	8.690.109.000
Biaya Non Produksi	1.152.800.000	1.205.500.000	1.258.100.000	1.308.500.000	1.333.900.000
<b>Total Biaya Penuh</b>	<b>8.040.900.000</b>	<b>8.755.000.000</b>	<b>9.149.900.000</b>	<b>9.658.090.000</b>	<b>10.024.009.000</b>

#### d. Perhitungan Harga Jual Menurut Perusahaan

Dalam menentukan harga jual, perusahaan tidak memiliki metode yang khusus namun memiliki target laba 10% dari harga jual. Dari data diatas dapat dihitung harga jual per unit *dump truck* dengan keuntungan 10% yang diinginkan oleh perusahaan, dengan rumus berikut:

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Biaya penuh} + (\% \text{Laba yang diharapkan} \times \text{Biaya penuh})}{\text{Total unit produksi}}$$

##### 1. Harga jual tahun 2014

$$= \frac{\text{Rp. 8.040.900.000} + (10\% \times \text{Rp. 8.040.900.000})}{290}$$

$$= \text{Rp. 30.499.966}$$

$$= \text{Rp. 30.500.000 (Pembulatan)}$$

##### 2. Harga jual tahun 2015

$$= \frac{\text{Rp. 8.755.000.000} + (10\% \times \text{Rp. 8.755.000.000})}{305}$$

$$= \text{Rp. 31.575.410}$$

$$= \text{Rp. 31.600.000 (Pembulatan)}$$

##### 3. Harga jual tahun 2016

$$= \frac{\text{Rp. 9.149.900.000} + (10\% \times \text{Rp. 9.149.900.000})}{310}$$

$$= \text{Rp. 32.467.387}$$

$$= \text{Rp. 32.500.000 (Pembulatan)}$$

##### 4. Harga jual tahun 2017

$$= \frac{\text{Rp. 9.658.090.000} + (10\% \times \text{Rp. 9.658.090.000})}{316}$$

$$= \text{Rp. 33.619.934}$$

$$= \text{Rp. 33.650.000 (Pembulatan)}$$

##### 5. Harga jual tahun 2018

$$= \frac{\text{Rp. 10.024.009.000} + (10\% \times \text{Rp. 10.024.009.000})}{320}$$

$$= \text{Rp. 34.457.530}$$

$$= \text{Rp. 34.500.000 (Pembulatan)}$$

#### 4.6.2 Harga Jual Menurut *Cost Plus Pricing*

Pada pengumpulan biaya ini penulis mengumpulkan biaya-biaya apa saja yang diperlukan dalam melakukan perhitungan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*. Dalam perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* biaya yang dibutuhkan untuk perhitungannya adalah harga pokok produksi dan biaya non produksi (biaya pemasaran dan administrasi), penggabungan kedua biaya tersebut disebut dengan biaya penuh. Perhitungan yang dilakukan antara perusahaan dengan metode *cost plus pricing* sama – sama menggunakan biaya penuh, yang membedakan perhitungan kedua tersebut adalah pada metode *cost plus pricing* menggunakan perhitungan presentase *mark up* dan menjumlahkan dengan total biaya penuh *full costing*. Berikut pengumpulan biaya untuk perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* :

##### a. Biaya *Overhead* Pabrik Metode *Full Costing*

Biaya *overhead* pabrik pada PT Catur Karya Bersama mengalami beberapa masalah hal ini disebabkan karena perusahaan tidak memasukkan semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Biaya-biaya tersebut adalah biaya depresiasi pada aset perusahaan. Setelah dilakukan penelusuran lebih lanjut maka biaya *overhead* pabrik setelah dimasukan biaya-biaya tersebut dapat dilihat pada tabel IV.20 sebagai berikut :

Tabel IV. 18 Biaya Overhead Pabrik Metode Full Costing Tahun 2014 – 2018

No	BOP	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
<b>Biaya Overhead Pabrik Variabel :</b>						
1	Biaya Bahan Penolong	14.508.000	15.399.000	16.428.800	17.488.000	18.651.000
2	Biaya Pemeliharaan Mesin	43.200.000	43.400.000	43.600.000	43.800.000	44.000.000
3	Biaya Listrik	125.000.000	145.000.000	160.500.000	185.000.000	205.000.000
<b>Total BOP Variabel</b>		<b>182.708.000</b>	<b>203.799.000</b>	<b>220.528.800</b>	<b>246.288.000</b>	<b>267.651.000</b>
<b>Biaya Overhead Pabrik Tetap</b>						
1	Biaya Penyusutan Bangunan	7.650.000	7.650.000	7.650.000	7.650.000	7.650.000
2	Biaya Penyusutan Mesin	4.603.533	4.603.533	4.603.533	4.603.533	4.603.533
3	Biaya Penyusutan Peralatan Mesin	3.282.415	3.282.415	3.282.415	3.282.415	3.282.415
4	Biaya Penyusutan Kendaraan	5.861.025	5.861.025	5.861.025	5.861.025	5.861.025
5	Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	2.300.000	2.600.000	3.000.000	3.500.000	3.800.000
<b>Total BOP Tetap</b>		<b>23.696.973</b>	<b>23.996.973</b>	<b>24.396.973</b>	<b>24.896.973</b>	<b>25.196.973</b>
<b>Total Biaya Overhead Pabrik</b>		<b>206.404.973</b>	<b>227.795.973</b>	<b>244.925.773</b>	<b>271.184.973</b>	<b>292.847.973</b>

**b. Biaya Administrasi dan Umum Metode Full Costing**

Biaya administrasi dan umum pada PT Catur Karya Bersama juga memiliki masalah hal ini disebabkan karena perusahaan tidak memasukkan semua biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan administrasi dan umum, untuk menunjang kegiatan produksi. Biaya-biaya tersebut terdiri atas biaya depresiasi inventaris kantor dan perizinan. Setelah dilakukan penelusuran lebih lanjut maka biaya administrasi dan umum setelah dimasukan biaya – biaya tersebut dapat dilihat pada tabel IV.21 sebagai berikut :

Tabel IV. 19 Biaya Administrasi dan Umum Metode Full Costing Tahun 2014 – 2018

No	Biaya Adm & Umum	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
	B. Adm & Umum Variabel :					
	B. Telepon dan Wifi	8.800.000	9.200.000	9.600.000	10.000.000	10.400.000
	B. Perlengkapan Kantor	12.000.000	12.500.000	12.900.000	13.300.000	13.700.000
	<b>Total B. Adm &amp; Umum Variabel</b>	<b>20.800.000</b>	<b>21.700.000</b>	<b>22.500.000</b>	<b>23.300.000</b>	<b>24.100.000</b>
	B. Adm & Umum Tetap :					
	B. Gaji Karyawan	670.800.000	696.000.000	727.200.000	750.000.000	769.800.000
	B. Penyusutan Inv Kantor	1.812.500	1.812.500	1.812.500	1.812.500	1.812.500
	B. Penyusutan Perizinan	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
	<b>Total Biaya Adm &amp; Umum Tetap</b>	<b>673.012.500</b>	<b>698.212.500</b>	<b>729.412.500</b>	<b>752.212.500</b>	<b>772.012.500</b>
	<b>Total Biaya Adm &amp; Umum</b>	<b>693.812.500</b>	<b>719.912.500</b>	<b>751.912.500</b>	<b>775.512.500</b>	<b>796.112.500</b>

### c. Harga Pokok Produksi *Full Costing*

Harga pokok produksi dengan metode *full costing* menjumlahkan biaya bahan baku ditambah biaya tenaga kerja langsung ditambah dengan evaluasi *overhead* pabrik yang sudah dimasukan biaya depresiasi. Berikut ini adalah perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dapat dilihat pada tabel IV.22 sebagai berikut :

Tabel IV. 20 Harga Pokok Produksi *Full Costing* Tahun 2014 – 2018

Keterangan	Tahun (Rp)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Biaya Bahan Baku	6.138.512.000	6.742.101.000	7.048.471.200	7.451.702.000	7.719.858.000
Biaya TKL	566.880.000	603.600.000	622.800.000	651.600.000	678.600.000
BOP <i>Full Costing</i>	206.404.973	227.795.973	244.925.773	271.184.973	292.847.973
<b>Total HPP <i>Full Costing</i></b>	<b>6.911.796.973</b>	<b>7.573.496.973</b>	<b>7.916.196.973</b>	<b>8.374.486.973</b>	<b>8.691.305.973</b>

### d. Biaya Non Produksi *Full Costing*

Biaya *non* produksi *full costing* diperoleh dari total penjumlahan biaya pemasaran ditambah dengan biaya evaluasi administrasi dan umum. Berikut ini adalah biaya non produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat dilihat pada tabel IV.23 sebagai berikut :

Tabel IV. 21 Biaya Non Produksi Perusahaan Tahun 2014 – 2018

Keterangan	Tahun(Rp)				
	2014	2015	2016	2017	2018
Biaya Pemasaran	461.200.000	487.800.000	508.400.000	535.200.000	540.000.000
Total Evaluasi Adm dan Umum	693.812.500	719.912.500	751.912.500	775.512.500	796.112.500
<b>Total Biaya Non Produksi</b>	<b>1.155.012.500</b>	<b>1.207.712.500</b>	<b>1.260.312.500</b>	<b>1.310.712.500</b>	<b>1.336.112.500</b>

### e. Biaya Penuh Menurut *Full Costing*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa perusahaan menginginkan laba sebesar 10% untuk setiap produk yang akan dijual. Penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing* merupakan penentuan harga jual yang paling sederhana yaitu dengan menambahkan sejumlah *mark up* atau persentase laba yang diharapkan perusahaan.

Dengan menggunakan pendekatan *full costing* pada perhitungan harga pokok produksi akan menghasilkan perhitungan yang berbeda dengan perusahaan. Maka perhitungan penentuan harga jual *cost plus pricing* menggunakan metode *full costing* dengan mengharapkan laba sebesar 10% adalah sebagai berikut :

Tabel IV. 22 Biaya Penuh *Full Costing* Tahun 2014 – 2018

No	Keterangan	Tahun(Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	HP Produksi <i>Full Costing</i>	6.911.796.973	7.573.496.973	7.916.196.973	8.374.486.973	8.691.305.973
2	Biaya Non Produksi <i>Full Costing</i>	1.155.012.500	1.207.712.500	1.260.312.500	1.310.712.500	1.636.112.500
	Total Biaya Penuh	8.066.809.473	8.781.209.473	9.176.509.473	9.685.199.473	10.327.418.473

(Sumber data diolah)

#### f. Perhitungan Harga Jual Metode *Cost Plus Pricing*

Pada perhitungan harga jual metode *cost plus pricing* total biaya penuh *full costing* ditambah dengan presentase *mark up*. Dengan memperhitungkan presentase *mark up* akan membuat presentase yang lebih maksimal dibandingkan dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan. berikut ini adalah perhitungan harga jual menurut *cost plus pricing* :

Tabel IV. 23 Laba yang diharapkan perusahaan pada tahun 2014 – 2018

Tahun	Biaya Penuh	Labanya yang diharapkan (10% x biaya penuh)
2014	8.066.809.473	806.680.947
2015	8.781.209.473	878.860.947
2016	9.176.509.473	917.650.947
2017	9.685.199.473	968.519.947
2018	10.327.418.473	1.032.741.847

### 1. Menghitung Persentase *Mark Up Dump Truck*

Berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* disebutkan bahwa untuk menghitung persentase *mark up* dapat dilakukan dengan cara menambahkan biaya *non* produksi dengan laba diharapkan dibagi dengan biaya produksi. Persentase *mark up* yang diperoleh digunakan untuk menutup biaya tidak langsung dan mendapatkan laba yang diinginkan. Persentase *mark up* dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{Biaya non produksi} + \text{Laba diharapkan}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

Berdasarkan tabel di atas maka persentase *mark up* untuk produk kaca kecil adalah sebagai berikut :

- Tahun 2014  

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{Rp. 1.155.012.500} + \text{Rp. 806.680.947}}{\text{Rp. 6.911.796.973}} \times 100\%$$

$$= 28,39 \%$$
- Tahun 2015  

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{Rp. 1.207.712.500} + \text{Rp. 875.120.947}}{\text{Rp. 7.573.496.973}} \times 100\%$$

$$= 27,50 \%$$
- Tahun 2016  

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{Rp. 1.260.312.500} + \text{Rp. 917.650.947}}{\text{Rp. 7.916.196.973}} \times 100\%$$

$$= 27,51 \%$$
- Tahun 2017  

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{Rp. 1.310.712.500} + \text{Rp. 968.519.947}}{\text{Rp. 8.374.486.973}} \times 100\%$$

$$= 27,22 \%$$
- Tahun 2018  

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{Rp. 1.336.112.500} + \text{Rp. 1.032.741.847}}{\text{Rp. 8.691.305.973}} \times 100\%$$

$$= 27,26 \%$$

2. Menghitung Harga Jual *Dump Truck* dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Setelah mengetahui persentase *mark up*, maka dapat dihitung harga jual dengan metode *cost plus pricing* dengan cara total biaya produksi ditambah dengan % *mark up* lalu dibagi dengan unit produksi. Berikut ini adalah perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*.

$$\text{Harga Jual per Unit} = \frac{\text{Total Biaya Produksi} + \% \text{ Mark up}}{\text{Unit Produksi}}$$

Tabel IV. 24 Perhitungan Harga Jual *Dump Truck* dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Tahun	Harga Jual CPP untuk <i>Dump Truck</i>					Pembulatan (Rp)
	Total Biaya Produksi (A)	Mark Up (B)	Harga Mark Up (AxB)	Unit Produksi	Harga Jual (Rp)	
2014	Rp 6.911.796.973	28,39 %	Rp 1.962.259.160	290	30.600.194	30.610.000
2015	Rp 7.573.496.973	27,50%	Rp 2.082.711.668	305	31.659.700	31.700.000
2016	Rp 7.916.196.973	27,51%	Rp 2.177.745.787	310	32.561.106	32.600.000
2017	Rp 8.374.486.973	27,22%	Rp 2.279.535.354	316	33.715.261	33.720.000
2018	Rp 8.691.305.973	27,26%	Rp 2.369.250.008	320	34.564.237	34.570.000

## BAB V

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Analisis Penentuan Harga Jual dan Laporan Laba / Rugi Menurut Perusahaan

##### 5.1.1 Harga Jual Menurut Perusahaan

Penentuan harga jual produk pada perusahaan sangatlah penting karena metode penentuan harga jual sangat menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan. Perolehan laba yang maksimal merupakan target perusahaan. Dimana antara biaya produksi dan harga jual memiliki hubungan signifikan dalam menentukan laba yang diinginkan atau diharapkan perusahaan. PT Catur Karya Bersama dalam menentukan harga jual produknya yaitu dengan melakukan estimasi biaya yang akan dikeluarkan perusahaan dalam memproduksi *Dump Truck*. Semua biaya yang dianggap berpengaruh dalam proses produksi akan diperhitungkan oleh perusahaan. Setelah semua biaya dihitung barulah perusahaan menambahkan laba yang diinginkan dalam menentukan harga jual.

Dalam menentukan harga jual, perusahaan tidak memiliki metode yang khusus namun memiliki target laba 10 % dari harga jual. Bisa dikatakan bahwa perusahaan menggunakan *neive cost plus method*, yaitu penetapan harga yang apa adanya. Artinya dalam menetapkan harga, perusahaan mengharapkan laba yang maksimal. Jadi dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual produk dengan cara menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan kemudian menambah persentase laba yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Berikut ini adalah harga menurut perusahaan dari tahun 2014 hingga 2018 dapat dilihat pada tabel V.1 sebagai berikut:

Tabel V. 1 Harga Jual *Dump Truck* Menurut Perusahaan

Tahun	<i>Dump Truck</i> Menurut Perusahaan (Rp)	Unit Produksi	Total Penjualan (Rp)
2014	30.500.0000	290	8.845.000.000
2015	31.600.000	305	9.632.000.000
2016	32.500.000	310	10.075.000.000
2017	33.650.000	316	10.633.400.000
2018	34.500.000	320	11.040.000.000

### 5.1.2 Laporan Laba / Rugi Menurut Perusahaan

Laporan laba/ rugi adalah laporan yang disusun sistematis, yang berisi penghasilan yang diperoleh perusahaan dikurangi dengan beban — beban yang terjadi dalam perusahaan selama periode tertentu. Dalam perhitungan laba/ rugi, PT Catur Karya Bersama masih menggunakan perhitungan sederhana yaitu total penjualan dikurangi dengan biaya-biaya yang dianggap berpengaruh terhadap proses produksi *Dump Truck*. Hasil perhitungan laba rugi ini nantinya akan digunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Berikut ini adalah perhitungan laba rugi perusahaan pada tahun 2014 hingga 2018 dapat dilihat dalam tabel V.2 sebagai berikut:

Tabel V. 2 Laporan Laba/Rugi Perusahaan Tahun 2014 – 2018

No	Keterangan	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Pendapatan Penjualan	8.845.000.000	9.638.000.000	10.075.000.000	10.633.400.000	11.040.000.000
2	Harga Pokok Penjualan	6.888.100.000	7.549.500.000	7.891.800.000	8.349.590.000	8.666.109.000
3	Laba Kotor ( 1-2 )	1.956.900.000	2.088.500.000	2.183.200.000	2.283.810.000	2.373.891.000
4	Biaya Usaha:					
	- Biaya Pemasaran	461.200.000	487.800.000	508.400.000	535.200.000	540.000.000
	- Biaya Adm & Umum	691.600.000	717.700.000	749.700.000	773.300.000	793.900.000
	<b>Total Biaya Usaha</b>	<b>1.152.800.000</b>	<b>1.205.500.000</b>	<b>1.258.100.000</b>	<b>1.308.500.000</b>	<b>1.333.900.000</b>
5	Laba Sebelum Pajak / EBT (3-4)	804.100.000	883.000.000	925.100.000	975.310.000	1.039.991.000
6	Pajak 15%	120.615.000	132.450.000	138.765.000	146.296.500	155.998.650
7	<b>Laba Setelah Pajak/EAT (5-6)</b>	<b>683.485.000</b>	<b>750.550.000</b>	<b>786.335.000</b>	<b>829.013.500</b>	<b>874.592.350</b>

## 5.2 Analisis Penentuan Harga Jual dan Laporan Laba / Rugi Menurut Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*

### 5.2.1 Harga Jual Menurut Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing*

Penentuan harga jual *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, merupakan metode penentuan harga jual dimana biaya yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual adalah semua biaya yang terjadi ditambah *non* produksi. Dalam perhitungan harga jual yang dilakukan perusahaan, perusahaan hanya memperhitungkan unsur biaya produksi langsung saja, sedangkan biaya depresiasi tidak diperhitungkan. Dalam penentuan harga jual *cost plus pricing*, semua unsur biaya dihitung dalam menentukan harga jual, baik itu biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik) maupun biaya non produksi (biaya pemasaran dan administrasi dan umum) untuk menentukan total biaya atau total harga pokok produksi. Berikut ini adalah harga berdasarkan metode *cost plus pricing* pada tahun 2014 hingga 2018 dapat dilihat pada tabel V.3 sebagai berikut:

Tabel V. 3 Nilai Penjualan dengan Harga *Cost Plus Pricing*

Tahun	<i>Dump Truck</i>		
	Harga Jual (Rp)	Unit Produk	Total Penjualan (Rp)
2014	Rp 30.610.000	290	8.876.900.000
2015	Rp 31.700.000	305	9.668.500.000
2016	Rp 32.600.000	310	10.106.000.000
2017	Rp 33.720.000	316	10.655.520.000
2018	Rp 34.570.000	320	11.062.400.000

Dari hasil perbandingan di atas, penulis menemukan bahwa perbedaan yang terjadi antara penentuan harga jual menurut perusahaan dan penentuan harga jual menurut *cost plus pricing* disebabkan karena perhitungan harga jual dengan metode *cost plus pricing* memasukan semua biaya baik produksi maupun nonproduksi dalam menentukan harganya. Lain halnya dengan metode perusahaan

yang lebih banyak membebankan pada proses produksi. Menurut Mulyadi (2001), harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi. Hal ini sesuai dengan perhitungan harga jual dengan metode *cost plus pricing* yang membebankan semua biaya dalam menetapkan harga jualnya.

### 5.2.2 Laporan Laba / Rugi Menurut Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing

Perhitungan laba / rugi dengan menggunakan metode *full costing* berbeda dengan metode yang digunakan perusahaan. Dengan metode *full costing* semua biaya yang digunakan dalam proses produksi akan diklasifikasikan sebagai biaya produksi, baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap. Dalam perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *full costing*, ada beberapa biaya yang tidak diperhitungkan oleh perusahaan seperti biaya depresiasi. Laporan laba/ rugi yang dihitung dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan angka yang lebih tinggi. Berikut ini adalah perhitungan laporan laba/ rugi menggunakan metode *full costing* dapat dilihat dalam tabel V.4 sebagai berikut:

Tabel V. 4 Laporan Laba/Rugi Menurut Metode Full Costing Tahun 2014 – 2018

No	Keterangan	Tahun (Rp)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Penjualan	8.874.000.000	9.668.500.000	10.106.000.000	10.655.520.000	11.062.400.000
2	Harga Pokok Penjualan					
	Persediaan BB awal Tahun	-	-	-	-	-
	Pembelian Bahan Baku	6.138.512.000	6.742.101.000	7.048.471.200	7.451.702.000	7.719.858.000
	Persediaan BB Siap Produksi	6.138.512.000	6.742.101.000	7.048.471.200	7.451.702.000	7.719.858.000
	Persediaan BB Akhir Tahun	-	-	-	-	-
	<b>Total Bahan Baku</b>	<b>6.138.512.000</b>	<b>6.742.101.000</b>	<b>7.048.471.200</b>	<b>7.451.702.000</b>	<b>7.719.858.000</b>
	<b>Biaya TKL</b>	<b>566.880.000</b>	<b>603.600.000</b>	<b>622.800.000</b>	<b>651.600.000</b>	<b>678.600.000</b>
	Biaya Overhead Pabrik Variabel	122.708.000	143.799.000	160.528.800	186.288.000	207.651.000
	Biaya Overhead Pabrik Tetap	83.696.973	83.996.973	84.396.973	84.896.973	85.196.973

No	Keterangan	Tahun (Rp)					
		2014	2015	2016	2017	2018	
	<b>Total BOP</b>	<b>206.404.973</b>	<b>227.795.973</b>	<b>244.925.773</b>	<b>271.184.973</b>	<b>292.847.973</b>	
	Persediaan barang dalam proses awal						
	Persediaan barang dalam proses akhir						
	<b>Harga Pokok Produksi</b>	<b>6.911.796.973</b>	<b>7.573.496.973</b>	<b>7.916.196.973</b>	<b>8.374.486.973</b>	<b>8.691.305.973</b>	
	Persediaan awal barang jadi	-	-	-	-	-	
	Barang jadi siap jual	6.911.476.973	7.573.496.973	7.916.196.973	8.374.486.973	8.691.305.973	
	persediaan akhir barang jadi	-	-	-	-	-	
	<b>Total Harga Pokok Penjualan</b>	<b>6.911.476.973</b>	<b>7.573.496.973</b>	<b>7.916.196.973</b>	<b>8.374.486.973</b>	<b>8.691.305.973</b>	
	<b>A. Laba Kotor (1-2)</b>	<b>1.962.523.027</b>	<b>2.095.003.027</b>	<b>2.189.803.027</b>	<b>2.281.033.027</b>	<b>2.371.094.027</b>	
	Biaya Usaha :						
3	Biaya Pemasaran	461.200.000	487.800.000	508.400.000	535.200.000	540.000.000	
4	Biaya Adm dan Umum:						
	Biaya Adm dan Umum Variabel	15.488.800	16.388.800	17.188.800	17.988.800	18.788.800	
	Biaya Adm dan Umum Tetap	678.323.700	703.523.700	734.723.700	747.523.700	767.323.700	
	<b>Total Biaya Adm dan Umum</b>	<b>693.812.500</b>	<b>719.912.500</b>	<b>751.912.500</b>	<b>775.512.500</b>	<b>796.112.500</b>	
	<b>B. Total Biaya Usaha (3+4)</b>	<b>1.155.012.500</b>	<b>1.207.712.500</b>	<b>1.260.312.500</b>	<b>1.310.712.500</b>	<b>1.336.112.500</b>	
	<b>C. Laba bersih sebelum Pajak (A - B)</b>	<b>807.510.527</b>	<b>887.290.527</b>	<b>929.490.527</b>	<b>970.320.527</b>	<b>1.034.981.527</b>	
	<b>Pajak Pendapatan (15%)</b>	<b>121.126.579</b>	<b>133.093.579</b>	<b>139.423.579</b>	<b>145.548.079</b>	<b>155.247.229</b>	
	<b>Laba Bersih Setelah Pajak</b>	<b>686.383.948</b>	<b>754.196.948</b>	<b>790.066.948</b>	<b>824.772.448</b>	<b>879.734.298</b>	

### 5.3 Perbandingan Harga Jual Menurut Perusahaan dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Setelah menghitung harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* maka penulis akan membandingkan hasil perhitungan kedua metode tersebut. Perbandingan harga jual antara metode menurut perusahaan dengan metode menurut *cost plus pricing* dapat dilihat pada tabel V.5 sebagai berikut:

Tabel V. 5 Perbandingan Harga Jual Menurut Perusahaan dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada Tahun 2014 – 2018

Tahun	DUMP TRUCK		
	Menurut Perusahaan (Rp)	Metode <i>Cost Plus Pricing</i> (Rp)	Selisih (Rp)
2014	30.500.000	30.610.000	110.000
2015	31.600.000	31.700.000	100.000
2016	32.500.000	32.600.000	100.000
2017	33.650.000	33.720.000	70.000
2018	34.500.000	34.570.000	70.000

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa perhitungan harga jual dengan menurut perusahaan yang selama ini digunakan oleh PT Catur Karya Bersama untuk produk *Dump Truck* menghasilkan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Hal ini terjadi karena PT Catur Karya Bersama dalam menghitung harga jual tidak menghitung seluruh biaya variabel dan biaya tetap sehingga adanya selisih perhitungan antara biaya overhead pabrik dan biaya administrasi & umum menurut perusahaan dengan metode *full costing*. Terlebih perusahaan dalam menghitung harga jual hanya menjumlahkan biaya produksi dan non produksi lalu ditambah dengan laba yang diharapkan dan bukan berdasarkan mark up. Hal tersebut mengakibatkan munculnya selisih harga antara perhitungan perusahaan dengan metode *cost plus pricing*.

### 5.3 Perbandingan Laporan Laba / Rugi Menurut Perusahaan dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Setelah mengetahui harga jual maka penulis akan laporan laba / rugi menurut metode *full costing*. Dalam perhitungan *full costing* seluruh biaya yang berhubungan dengan proses produksi akan diklasifikasikan dan dihitung antara seluruh biaya variabel dan seluruh biaya tetapnya. Dalam hal ini perusahaan dalam menghitung laporan laba/ ruginya tidak memasukan biaya depresiasi. Perbandingan laporan laba / rugi antara menurut perusahaan dengan metode *full costing* dapat dilihat pada table V. 6 sebagai berikut

Tabel V. 6 Laporan Laba/ Rugi Menurut Perusahaan dengan Metode *Full Costing* Pada tahun 2014 – 2018

Tahun	Laporan Laba/ Rugi		
	Menurut Perusahaan (Rp)	Metode Full Costing (Rp)	Selisih (Rp)
2014	683.485.000	686.383.948	3.091.948
2015	750.550.000	754.196.948	3.646.948
2016	786.335.000	790.066.948	3.731.948
2017	829.013.500	824.772.448	4.258.948
2018	874.592.350	879.734.298	4.241.098

Dapat diketahui dari perhitungan laba diatas, bahwa perhitungan laporan laba/ rugi antara menurut perusahaan dengan metode *full costing* memiliki perbedaan pendapatan laba yang menyebabkan adanya selisih pada laba perusahaan. Dalam perhitungan laba/ rugi, pendapatan laba menurut lebih besar dibanding dengan perhitungan menurut perusahaan. hal ini dikarenakan pada perhitungan perusahaan tidak menghitung biaya depresiasi pada aset jangka panjangnya dan dalam penetapan harga hanya menambahkan dengan laba yang diharapkan, bukan berdasarkan persentase *mark up*. Dari perhitugan tersebut terdapat selisih sebesar Rp 3.091.948 (2014), Rp 3.646.948 (2015), Rp 3.731.948 (2016), Rp 4.258.948 (2017), Rp 4.241.098 (2018).

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT Catur Karya Bersama, serta melakukan perhitungan harga jual menurut metode *cost-plus pricing* dengan menggunakan pendekatan *full costing* maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam penentuan harga jual menurut perusahaan, perusahaan hanya melakukan perhitungan harga jual berdasarkan perhitungan biaya produksi dengan menambahkan laba yang diharapkan perusahaan. Maka pada tahun 2014-2018 diperoleh harga jual sebesar:

Harga jual *dump truck* tahun 2014 Rp 30.500.000, tahun 2015 Rp 31.600.000, tahun 2016 Rp 32.500.000, tahun 2017 Rp 33.600.000 dan tahun 2018 Rp 34.500.000.

2. Penentuan harga jual menurut metode *cost-plus pricing* dengan menggunakan pendekatan *full costing*. Dengan menjumlahkan biaya penuh yang dikeluarkan (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, biaya administrasi & umum, dan biaya pemasaran) serta menambahkan persentase laba yang diharapkan dari total biaya penuh yang dikeluarkan, sehingga harga jual menurut informasi akuntansi penuh dengan metode *cost plus pricing* pada tahun 2014-2018 yang diperoleh adalah sebesar:

Harga jual *dump truck* tahun 2014 Rp 30.610.000, tahun 2015 Rp 31.700.000, tahun 2016 Rp 32.600.000, tahun 2017 Rp 33.720.000 dan tahun 2018 Rp 34.570.000.

3. Setelah dilakukan analisis pada bab V, diketahui bahwa terdapat perbedaan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual metode *Cost Plus Pricing*. Menurut perusahaan harga jual *dump truck* sebesar Rp 30.500.000 (2014), Rp 31.600.000 (2015), Rp

32.500.000 (2016), Rp 33.650.000 (2017) dan Rp 34.500.000 (2018). Sedangkan menurut perhitungan *Cost Plus Pricing* harga jual *dump truck* sebesar Rp 30.610.000 (2014), Rp 31.700.000 (2015), Rp 32.600.000 (2016), Rp 33.720.000 (2017) dan Rp 34.570.000 (2018). Terdapat selisih harga jual antara menurut perusahaan dengan metode *Cost Plus Pricing* dikarenakan harga jual perusahaan tidak menghitung biaya penyusutan. Sedangkan dengan metode *Cost Plus Pricing* dalam menentukan harga jual dengan menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan.ditambahkan dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

4. Setelah dilakukan analisis pada bab V, diketahui bahwa terdapat perbedaan antara laba/ rugi menurut perusahaan dengan laba/ rugi metode *Cost Plus Pricing*. Menurut perusahaan laba/ rugi *dump truck* sebesar Rp 638.485.000 (2014), Rp 750.550.000 (2015), Rp 786.335.000 (2016), Rp 829.013.500 (2017) dan Rp 874.592.350 (2018). Sedangkan menurut perhitungan *Cost Plus Pricing* laba/ rugi *dump truck* sebesar Rp 686.383.948 (2014), Rp 754.196.948 (2015), Rp 790.066.948 (2016), Rp. 824.772.448 (2017) dan Rp 879.734.298 (2018). Terdapat selisih laba/ rugi antara menurut perusahaan dengan metode *Cost Plus Pricing* dikarenakan laba/ rugi perusahaan tidak menghitung biaya penyusutan. Sedangkan dengan metode *Cost Plus Pricing* dalam menentukan harga jual dengan menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan.ditambahkan dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran kepada PT Catur Karya Bersama yaitu:

1. Metode penetapan harga jual yang digunakan oleh perusahaan dirasa kurang tepat, karena tidak memasukan atau memperhitungkan seluruh unsur biaya kedalam harga jualnya. Hal ini membuat harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan menjadi lebih rendah sehingga tidak mendapatkan laba dengan maksimal.
2. Perusahaan sebaiknya menerapkan perhitungan biaya produksi dengan memasukkan seluruh biaya-biaya yang menunjang kegiatan produksi dan biaya penyusutan/depresiasi dan sebaiknya perusahaan menetapkan harga jual dengan menggunakan informasi akuntansi penuh dengan metode *Cost Plus Pricing*, karena biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat tertutup kedalam harga jual dengan menggunakan metode ini dan mendapatkan laba yang lebih besar dibandingkan dengan metode yang di terapkan oleh perusahaan.
3. Pada perbandingan harga jual untuk tahun 2018 sebaiknya perusahaan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* karena harga yang didapatkan lebih maksimal, dengan selisih Rp 70.000
4. Pada perbandingan laba untuk tahun 2018 sebaiknya perusahaan menggunakan metode *cost plus pricing* karena laba yang didapatkan akan lebih maksimal, seperti yang terdapat pada analisis bab V dengan selisih laba Rp 4.241.098.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hartati, Neneng. Racgmat. 2017. *Akuntansi Biaya*. Bandung: Pustaka Setia
- Hery. 2015. *Laporan Keuangan*. Jakarta: GRASINDO.
- Jusup, Al Haryono. 2013. *Dasar-dasar Akuntansi Jilid 1*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
- Kasmir. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Lestari, Wiwik. Dhyka Bagus Permana. 2018. *Akuntansi Biaya: "Dalam Perspektif Manajerial"*. Depok: RajaGrafindo Persada
- Machfoedz, Mahmud. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
- Poniman, Budhi dan Achmad Choerudi, (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen.: "Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis"*. Jakarta: Erlangga
- Sodikin, Slamet Sugiri. 2015. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Sujarweni, V Wiratna. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Swastha, Basu. 2001 *Manajemen Pemasaran Modern* : Yogyakarta BPFE.
- Widilestariningtyas, Ony . Sonny W. Sri Dewi A. 2012 *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Graha Ilmu