

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN
METODE *COST PLUS PRICING*
PADA PO. PANEUPAAN KUJANG PAJAJARAN**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat Penyelesaian
Program D-IV Program Studi Manajemen Bisnis Industri
Pada Politeknik STMI Jakarta



DISUSUN OLEH :

PUSPA JELITA

1712011

**POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
JAKARTA**

2016

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTRIAN PERINDUSTRIAN RI

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

**“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS*
PRICING PADA PO. PANEUPAAN KUJANG PAJAJARAN”**

DISUSUN OLEH :

Nama : Puspa Jelita

NIM : 1712011

Program Studi : Manajemen Bisnis Industri

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Bisnis Industri Politeknik STMI Jakarta pada hari senin tanggal 24 Oktober 2016

Jakarta, 24 Oktober 2016

Penguji 1

Penguji 3

Dra. Sri Daryuni, M.M

Drs Marison Sitorus, M.M

Penguji 2

Penguji 4

Drs. Atang Sugiyono, M.Si

Drs. Ubaldus Upa, M.Sc

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR

**“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE
COST PLUS PRICING PADA PO. PANEUPAAN KUJANG PAJAJARAN”**

DISUSUN OLEH :

NAMA : PUSPA JELITA
NIM : 1712011
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan
Dan Dipertahankan dalam Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta

Jakarta, 16 Agustus 2016

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Drs. Ubaldus Upa, MSc

NIP. 195504121986031003

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I
JAKARTA

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta, Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : Puspa Jelita
NIM : 1712011
Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul:
ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA PO. PANEUPAAN KUJANG PAJAJARAN

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survey lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Bisnis Industri atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti diatas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, 16 Agustus 2016
Yang Membuat Pernyataan

Puspa Jelita

ABSTRAK

PO. Paneupaan Kujang Pajajaran berdiri pada tahun 1995 dan terletak di JL. Parungbanteng RT.004 RW.001 Kelurahan Katulampa Kecamatan Bogor Timur-Kota Bogor Jawa Barat. Pendiri perusahaan ini adalah Bapak Wahyu Affandi Suadinata BSc. Usaha ini memproduksi kujang paro yang merupakan replika senjata tradisional asli suku Sunda. Permasalahan yang dihadapi PO.Paneupaan Kujang Pajajaran adalah perhitungan harga pokok produksi perusahaan yang masih menggunakan metode tradisional yaitu hanya memperhitungkan biaya produksinya saja yang meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sedangkan biaya non produksinya tidak diperhitungkan yang meliputi biaya administrasi dan biaya pemasaran dan juga tidak memperhitungkan biaya penyusutan aktiva tetapnya. Akibatnya, perhitungan biaya produksi terlalu kecil dan dampaknya terhadap harga jual yang juga terlalu kecil dan mempengaruhi ketidakjelasan terhadap laba perusahaan. Oleh karena itu, perlu dihitung biaya produksi sesuai perhitungan akuntansi yaitu dengan menggunakan metode *full costing* dan perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, sehingga perusahaan dapat dengan jelas mengalokasikan biaya-biaya yang ada di perusahaan dan laba perusahaan pun dapat lebih jelas. Dan harga jual untuk kujang paro yang dihitung perusahaan pada tahun 2011, 2012, 2013, 2014 dan 2015 adalah Rp285.000/unit, Rp300.000/unit, Rp300.000/unit, Rp300.000/unit dan Rp300.000/unit. Dilakukan perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan keuntungan yang dikehendaki perusahaan sebesar 50% , maka kujang paro dapat dijual dengan harga Rp310.000/unit pada tahun 2011,pada tahun 2012 sampai 2014 sebesar Rp.325.000, dan tahun 2015 sebesar Rp. 350.000.

Kata kunci : Harga Pokok Produksi, Harga Jual, *Full Costing*, *Cost Plus Pricing*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur tak henti penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan pertolongan, karunia, rahmat dan hidayah – Nya pada setiap langkah dalam kehidupan penulis. Setelah penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan, akhirnya penulis juga selesai menyusun tugas akhir ini dengan judul “ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING PADA PO. PANEUPAAN KUJANG PAJAJARAN”. Penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu persyaratan akademis untuk menyelesaikan Program Studi D-IV di Politeknik STMI Jakarta, Kementerian Perindustrian RI.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan, baik menyangkut etika penulisan, maupun bahasa. Sehubungan dengan kekurangan tersebut, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak sehingga dapat diperbaiki agar lebih baik lagi di masa yang akan datang. Selanjutnya, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang mendalam dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Ucapan terimakasih saya sampaikan terutama kepada :

1. Bapak Dr. Mustofa, ST, MT selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta yang memberikan dukungan bagi terselenggaranya Praktik Kerja Lapangan tahun 2016
2. Bapak Drs. Mulyono, MM selaku ketua jurusan Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) d.h Manajemen Bisnis Industri (MBI) yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi demi selesainya tugas akhir ini
3. Bapak Drs. Ubaldus Upa, Msc selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan motivasi, saran dan koreksi di tengah kesibukan beliau demi penyempurnaan tugas akhir ini.
4. Bapak Wahyu Affandi Suradinata dan Ibu Yanti selaku pemilik PO. Paneupaan Kujang Pajajaran yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di perusahaan tersebut.

5. Para karyawan yang memberikan banyak informasi tentang proses produksi di PO. Paneupaan Kujang pajajaran yang bermanfaat selama melakukan Praktik Kerja Lapangan.

Jakarta, 16 Agustus 2016

Penulis

Puspa Jelita

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN	ii
LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Akuntansi Biaya	8
2.2 Biaya	9
2.2.1 Pengertian Biaya	9
2.2.2 Penggolongan Biaya	10
2.3 Harga Pokok Penjualan	12
2.4 Harga Pokok Produksi	13
2.5 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi	15
2.5.1 Metode Harga Pokok Pesanan	15
2.5.2 Harga Pokok Proses	16
2.5.3 Perbedaan Harga Pokok Pesanan dan Harga Pokok Proses..	16

2.6 Perbedaan Full Costing dengan Variabel Costing	18
2.7 Harga Jual	20
2.7.1 Pengertian Harga	20
2.7.2 Penentuan Harga Jual	21
2.7.3 Tujuan Penetapan Harga Jual	22
2.7.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual	22
2.7.5 Metode Penentuan Harga Jual	25
2.7.6 Manfaat Informasi Biaya Penuh	27
2.8 Penyusutan	28
2.9 Laporan Keuangan	31
2.9.1 Neraca	31
2.9.2 Laba Rugi	33
2.9.3 Perubahan Modal	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Metode Pengumpulan Data	35
3.2 Metode Analisis	37
3.3 Kerangka Berfikir	39
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGELOLAAN DATA	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1 Sejarah Kujang	40
4.1.2 Sejarah Perusahaan	41
4.1.3 Profil Perusahaan	44
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	44
4.1.5 Struktur Organisasi	45
4.1.6 Lokasi Perusahaan	48
4.1.7 Layout Perusahaan	48
4.2 Aspek Pemasaran	49
4.2.1 Produk yang Dipasarkan	51
4.2.2 Wilayah Pemasaran	51
4.2.3 Segmentasi Pasar	52
4.2.4 Fungsi Pemasaran	53

4.2.5 Biaya Pemasaran	58
4.3 Aspek Produksi	58
4.3.1 Proses Produksi	61
4.3.2 Mesin dan Peralatan	70
4.3.3 Biaya Produksi	71
4.4 Aspek Sumber Daya Manusia	73
4.4.1 Perekrutan Karyawan	74
4.4.2 Kesejahteraan Karyawan	74
4.4.3 Penilaian Kinerja	75
4.4.4 Pemberhentian Kerja	75
4.4.5 Badan Hukum	76
4.5 Aspek Keuangan	76
4.5.1 Harga Pokok Produksi	76
4.5.2 Neraca	80
4.5.3 Laba Rugi	81
4.6 Pengolahan Data	82
4.6.1 Pemisahan Data	82
4.6.2 Pengumpulan Biaya	87
4.6.3 Laporan Laba Rugi	91
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN	92
5.1 Perbandingan Harga Pokok per Unit Menurut Perusahaan dan Menurut Perhitungan <i>Cost Plus Pricing</i>	92
5.2 Perbandingan Harga Jual Produk Menurut Perusahaan dan Menurut Perhitungan <i>Cost Plus Pricing</i>	93
5.3 Perbandingan Laba Menurut Perusahaan dan Menurut Perhitungan Akuntansi	93
BAB VI PENUTUP	97
6.1 Kesimpulan	97
6.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN -LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

2.1 Rumus <i>Cost Plus Pricing</i>	25
2.2 Rumus Harga Jual per Unit	26
2.3 Metode Garis Lurus	29
2.4 Metode Jumlah Unit	29
2.5 Metode Jam Jasa	30
3.1 Metode Garis Lurus	38
3.2 Rumus <i>Cost Plus Pricing</i>	38
4.1 Struktur Organisasi	46
4.2 <i>Layout</i> Perusahaan	49
4.3 Teori Maslow	50
4.4 Tempat Penyimpanan	56
4.5 Mobil	57
4.6 Pengemasan	57
4.7 Proses Produksi	61
4.8 Proses Peleburan	62
4.9 Proses Pencetakan	62
4.10 Pemberian Pamor	63
4.11 Perendaman Kujang	64
4.12 <i>Finishing</i> Kujang	65
4.13 Proses Pembuatan Gagang	66
4.14 Pemilihan Kayu	67
4.15 Pembentukan Gagang	67
4.16 Pengeboran Gagang	68

4.17 <i>Finshing</i> Gagang	69
4.18 Gagang Ditancapkan	70

DAFTAR TABEL

4.1 Produk yang Dipasarkan	51
4.2 Pembelian Bahan Baku tahun 2011-2015	53
4.3 Penjualan Kujang Paro	54
4.4 Biaya Pemasaran tahun 2011-2015	58
4.5 Model Kujang	59
4.6 Biaya Bahan Baku tahun 2011-2015	72
4.7 Biaya Bahan Baku Penolong tahun 2011-2015	72
4.8 Biaya Tenaga Kerja Langsung tahun 2011-2015	72
4.9 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik tahun 2011-2015	73
4.10 Jumlah Karyawan	74
4.11 Harga Pokok Produksi Perusahaan tahun 2011-2015	77
4.12 Biaya Penuh Perusahaan tahun 2011-2015	77
4.13 Neraca tahun 2011-2015	80
4.14 Perubahan Modal tahun 2011-2015	81
4.15 Laporan Laba Rugi tahun 2011-2015	81
4.16 Penyusutan tahun 2011	83
4.17 Penyusutan tahun 2012	83
4.18 Penyusutan tahun 2013	83
4.19 Penyusutan tahun 2014	83
4.20 Penyusutan tahun 2015	84
4.21 Penjualan Kujang Paro tahun 2011-2015	84
4.22 Biaya Bahan Baku tahun 2011-2015	84
4.23 Biaya Bahan Baku Penolong tahun 2011-2015	85
4.24 Biaya Tenaga Kerja Langsung tahun 2011-2015	85
4.25 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik tahun 2011-2015	85
4.26 Biaya Pemasaran tahun 2011-2015	86
4.27 Biaya Administrasi Umum tahun 2011-2015	87
4.28 Harga Pokok Produksi Prinsip Akuntansi tahun 2011-2015	88
4.29 Biaya Non Produksi tahun 2011-2015	89

4.30 Biaya Penuh tahun 2011-2015	89
4.31 Laporan LabaRugi 2011-2015	91
5.1 Laporan LabaRugi 2011-2015	92
5.2 Selisih Harga Jual 2011-2015	93
5.3 Perbandingan Laba 2011	94
5.4 Perbandingan Laba 2012	94
5.5 Perbandingan Laba 2013	95
5.6 Perbandingan Laba 2014	95
5.7 Perbandingan Laba 2015	96
6.1 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi PO. Paneupaan Kujang Pajajaran	97
6.2 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi <i>Cost Plus Pricing</i>	98
6.3 Perbandingan Laba Rugi	98
5.2 Perbandingan Harga Jual per Unit Perusahaan dengan <i>Cost Plus Pricing</i>	78
5.3 Laba Rugi Perusahan tahun 2011-2015	78
5.4 Laba Rugi Prinsip Akuntansi tahun 2011-2015	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Semakin majunya zaman, negara-negara didunia berlomba-lomba untuk mengembangkan potensi usaha yang ada di negara mereka. Banyak persaingan di dunia usaha untuk merebut dan menguasai pangsa pasar. Untuk dapat bertahan serta dapat berkompetensi dalam persaingan tersebut, suatu perusahaan harus memperhatikan efektivitas serta efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Terlebih lagi sekarang ini semakin selektifnya konsumen untuk memilih barang yang memiliki mutu yang tinggi dengan harga yang relatif murah.

Bagi suatu perusahaan, memperoleh laba merupakan tujuan utama untuk kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Selain itu harga dari suatu produk juga akan menentukan tingkat penjualan sekaligus dapat dijadikan tolak ukur laku tidaknya suatu barang dipasaran. Perusahaan perlu mempertimbangkan harga jual yang akan ditetapkan akan berpengaruh terhadap besar kecilnya volume penjualan. Untuk itu, suatu perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar mencapai tujuan perusahaan. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan oleh perusahaan.

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah bauran pemasaran, ini berkaitan dalam menentukan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk atau jasa pada segmen pasar sasaran. Bauran pemasaran mencakup produk, harga, distribusi, dan promosi. Penentuan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor biaya merupakan faktor yang utama dalam menentukan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan agar

tidak mengalami kerugian. Penentuan harga jual ini harus didasarkan pada apa yang menjadi tujuan perusahaan, setelah diketahui tujuannya kemudian digunakanlah metode dan strategi yang tepat.

Dalam menentukan harga jual, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut berasal dari dalam ataupun dari luar perusahaan yang diantaranya adalah persaingan, permintaan dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi dan lain- lain. Dalam penentuan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor-faktor biaya merupakan faktor utama dalam penentuan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Dengan tidak memperhitungkan biaya non produksi dan hanya memperhatikan biaya produksinya saja maka perusahaan kurang tepat dalam menentukan harga jualnya. Meskipun dalam menghasilkan laba yang di peroleh perusahaan di dapat dari selisih kurs antara saat menjual dan saat pelunasan, perhitungan biaya total harus diperhitungkan dalam proses produksi.

Begitupun dengan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran sebagai perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang tentunya berproduksi, maka perusahaan ingin memaksimalkan laba perusahaan dengan memperhatikan semua biaya- biaya yang dikeluarkan dan mempertahankan kelangsungan dalam proses produksinya, serta untuk membiayai kelangsungan produksi perusahaan dalam menghasilkan laba yang diperoleh dari hasil penjualan. Analisis yang paling tepat untuk digunakan pada perusahaan adalah dengan menggunakan analisis *Cost Plus Pricing*.

Cost Plus Pricing adalah metode penentuan harga suatu produk atau jasa yang menggunakan biaya langsung, biaya tidak langsung dan biaya tetap, baik yang terkait dengan produksi dan penjualan produk atau jasa maupun yang tidak terkait. Biaya ini dikonversikan ke biaya per unit untuk produk, kemudian suatu persentase yang telah ditentukan terlebih dahulu

ditambah untuk memberikan suatu margin laba. Harga yang dihasilkan adalah biaya per unit plus persentase kenaikan harga jual (*mark up*).

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.

Berdasarkan latar belakang diatas perlu kiranya perusahaan mengkaji kembali penetapan harga dari setiap produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, untuk mengetahui penentuan harga jual yang tepat dan cocok untuk produk PO. Paneupaan Kujang pajajaran dengan telah memperhitungkan semua faktor-faktor biaya yang mempengaruhi proses produksi, maka penulis tertarik untuk mengambil judul tugas akhir dengan pembahasan **“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING PADA PO. PANEUPAAN KUJANG PAJAJARAN”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan pokok yang akan dibahas penulis dalam tugas akhir adalah bagaimana penetapan harga jual produk kujang paro dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran. Serta permasalahan yang akan dibahas antara lain :

1. Bagaimana perusahaan menetapkan harga pokok produksi dan harga jual nya pada tahun 2011-2015 ?
2. Bagaimana perhitungan harga pokok produksi dan harga jual pada tahun 2011-2015 dengan menggunakan metode *full costing* dan *cost plus pricing*?
3. Apakah terjadi perbedaan labarugi berdasarkan perhitungan yang dilakukan perusahaan, *full costing* dan *cost plus pricing* ?

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran yang berlokasi di Jl. Parung Banteng RT 004 RW 001 Kel. Katulampa Kec. Bogor Timur, Kota Bogor.
2. Produk yang diteliti adalah produk Kujang Paro di PO. Paneupaan Kujang Pajajaran.
3. Data yang digunakan adalah data perusahaan selama periode tahun 2011-2015.
4. Metode yang digunakan dalam penentuan harga jual adalah metode *cost plus pricing* dan pengalokasian biaya berdasarkan *full costing*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai berdasarkan pokok permasalahan diatas adalah sebagai berikut : Untuk mengetahui perusahaan menetapkan harga pokok produksi dan harga jual nya pada tahun 2011-2015 ?

1. Untuk mengetahui seberapa besar harga pokok produksi dan harga jual perusahaan pada tahun 2011-2015.
2. Untuk mengetahui seberapa besar perhitungan harga pokok produksi dan harga jual pada tahun 2011-2015 dengan menggunakan metode *full costing* dan *cost plus pricing*
3. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan labarugi berdasarkan perhitungan yang dilakukan perusahaan, *full costing* dan *cost plus pricing* ?

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penulis bisa mengetahui unsur biaya apa saja dalam proses produksi dan bagaimana cara menentukan harga jual dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* pada perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi perusahaan dalam menentukan harga pokok produksi dan penetapan harga jual sehingga dapat mencapai keuntungan yang diinginkan perusahaan.

c. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan sebagai bahan referensi jika pembaca dalam penelitian yang sejenis.

d. Bagi Politeknik STMI Jakarta

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi Politeknik STMI Jakarta adalah dapat menambah referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai penentuan harga suatu produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing*.

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, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat tugas akhir, batasan masalah, dan 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 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen pengumpulan data, teknik analisis yang digunakan, serta kerangka pemecahan masalah.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi hasil pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk proses pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan analisis data yang merupakan tindak lanjut dari pengumpulan serta pengolahan data yang dilakukan pada BAB IV, dan untuk menjawab rumusan masalah yang diutarakan pada BAB I.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil analisis pembahasan dan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PO. Paneupaan Kujang Pajajaran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya. Objek kegiatan akuntansi biaya adalah biaya. (Mulyadi)

Akuntansi biaya adalah salah satu dari sekian banyak disiplin ilmu dalam akuntansi. Akuntansi biaya secara sederhana dapat diartikan dari istilahnya sebagai akuntansi yang khusus digunakan untuk pengukuran dan pelaporan biaya. (Armanto Witjaksono)

Akuntansi biaya melengkapi manajemen dengan perangkat akuntansi untuk kegiatan perencanaan dan pengendalian. Dalam hal ini, pencatatan, penyajian, dan analisis data biaya dapat membantu manajemen dalam menyelesaikan tugas-tugas berikut :

1. Menyusun dan melaksanakan rencana dan anggaran operasi perusahaan dalam kondisi yang ekonomis dan bersaing.
2. Menetapkan metode kalkulasi biaya dan prosedur yang menjamin adanya pengendalian dan jika memungkinkan pengurangan atau pembenahan biaya.
3. Menentukan nilai persediaan dalam rangka kalkulasi biaya dan penetapan harga, dan sewaktu-waktu memeriksa jumlah persediaan dalam bentuk fisis.
4. Menghitung biaya dan laba perusahaan untuk periode akuntansi tahunan atau periode yang lebih singkat.
5. Memilih alternatif terbaik yang bisa menaikkan pendapatan atau menurunkan biaya.

Manfaat terbesar dari mempelajari akuntansi biaya adalah timbulnya sikap “sadar akan biaya” (*Cost awareness*). Tidak banyak orang yang memahami bahwa harga pokok produk dan jasa merupakan refleksi kemampuan suatu

organisasi dalam memproduksi barang dan jasa. Semakin tinggi kemampuan mengelola biaya maka akan semakin baik produk dan jasa yang ditawarkan pada pelanggan baik dari sisi harga maupun kualitas.

Tolak ukur kemampuan pengelolaan biaya dapat direpresentasikan dengan keberadaan sistem akuntansi biaya yang mampu mengukur biaya dengan cukup akurat serta didukung kemampuan manajemen untuk memanfaatkan informasi yang dihasilkan oleh sistem tersebut. Dalam konteks ini perlu disadari bahwa sistem akuntansi biaya adalah 'alat' (*tool*) atau sarana (*infra structure*), namun kemampuan memanfaatkan informasi alias *brainware* adalah jauh lebih menentukan.

Manfaat lain dari akuntansi biaya adalah :

1. Sebagai pemasok informasi dasar untuk menentukan harga jual produk barang dan jasa.
2. Sebagai bagian dari alat pengendalian manajemen, terutama yang berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer pusat pertanggungjawaban.
3. Sebagai pemasok informasi pada pihak eksternal berkenaan dengan seluruh aspek biaya operasi, misalnya saja untuk kepentingan pajak.

2.2 Biaya

2.2.1 Pengertian 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 (Mulyadi). Ada 4 unsur pokok dalam definisi biaya tersebut diatas :

1. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi.
2. Diukur dalam satuan uang.
3. Yang telah terjadi atau yang secara potensial akan terjadi
4. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu.

2.2.2 Penggolongan Biaya

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. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran

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

2. Penggolongan Biaya Menurut 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 yaitu :

a. Biaya Produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Didalam biaya produksi terdapat bahan langsung, pekerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

b. Biaya Pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk.

c. Biaya Administrasi dan Umum

Merupakan biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran produk.

3. Penggolongan Biaya Menurut 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

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yaitu penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.

b. Biaya Tidak Langsung

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik. Dalam hubungannya dengan departemen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi di satu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen.

4. Penggolongan Biaya Menurut Perilakunya dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Aktivitas

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.

b. *Biaya Semivariabel*

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

c. *Biaya Semifixed*

Biaya *semifixed* adalah biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

d. *Biaya Tetap*

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu.

5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar jangka waktu dan manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua yaitu :

a. *Pengeluaran Modal*

Pengeluaran modal merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara di depresiasi, di amortisasi, atau di depleksi.

b. *Pengeluaran Pendapatan*

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.

2.3 Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan adalah semua biaya yang muncul dalam rangka menghasilkan suatu produk hingga produk tersebut siap dijual. Dengan bahasa sederhana, harga pokok penjualan sering disingkat HPP merupakan

biaya yang dikeluarkan dalam suatu proses produksi barang dan jasa yang dapat diubungkan secara langsung dengan aktivitas proses yang membuat produk barang dan jasa siap jual. Seperti skedul dibawah ini :

Bahan langsung	Rp.xx	
Pekerja langsung	Rp.xx	
<i>Overhead</i> pabrik	Rp.xx +	
Biaya produksi		Rp.xx
Persediaan awal barang dlm proses	Rp.xx +	
		Rp.xx
Persediaan akhir barang dlm proses	Rp.xx -	
Harga Pokok Produksi		Rp.xx
Persediaan awal barang jadi	Rp.xx +	
Harga pokok barang tersedia untuk dijual	Rp.xx	
Persediaan akhir barang jadi	Rp.xx -	
Harga Pokok Penjualan		Rp.xx

2.4 Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi adalah biaya barang yang dibeli untuk diproses sampai selesai, baik sebelum maupun selama periode akuntansi berjalan. Semua biaya ini adalah biaya persediaan. Biaya persediaan yaitu biaya produk yang dianggap sebagai aktiva dalam neraca ketika terjadi dan selanjutnya menjadi harga pokok penjualan ketika produk itu dijual. Harga pokok penjualan mencakup semua biaya produksi yang terjadi untuk membuat barang yang terjual. Biaya produksi dapat digolongkan menjadi tiga yaitu :

1. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya perolehan semua bahan yang pada akhirnya akan menjadi bagian dari objek biaya (barang dalam proses dan kemudian menjadi barang jadi) dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung atau upah langsung adalah biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung. Istilah tenaga kerja langsung digunakan untuk menunjuk tenaga kerja (karyawan) yang terlibat secara langsung dalam proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Biaya tenaga kerja langsung meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja manufaktur yang dapat ditelusuri ke objek biaya (barang dalam proses dan kemudian barang jadi) 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 yang terjadi di bagian penjualan dan pemasaran atau bagian umum dan administrasi tidak digolongkan sebagai biaya produksi, karena biaya-biaya tersebut tidak dikeluarkan atau digunakan dalam proses produksi sehingga tidak termasuk ke dalam biaya *overhead* pabrik. Biaya yang terjadi di bagian penjualan dan pemasaran atau bagian umum dan administrasi termasuk ke dalam biaya periode atau beban komersial atau total beban operasi yaitu biaya-biaya yang terkait secara tidak langsung dengan akuisisi atau produksi barang. Biaya yang berhubungan langsung dengan *transfer* barang ke lokasi pembeli dan pengubahan barang tersebut ke kondisi yang siap dijual disebut

biaya produk atau total biaya manufaktur. Beban komersial ditambah dengan total biaya manufaktur disebut total biaya operasi. Biaya utama adalah semua biaya produksi langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya konversi adalah semua biaya produksi yang terjadi untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi. Biaya ini terdiri dari biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Seperti skedul di bawah ini :

Bahan langsung	Rp.xx	
Pekerja langsung	Rp.xx	
<i>Overhead</i> pabrik	<u>Rp.xx</u> +	
Biaya produksi		Rp.xx
Persediaan awal barang dlm proses		<u>Rp.xx</u> +
		Rp.xx
Persediaan akhir barang dlm proses		<u>Rp.xx</u> -
Harga Pokok Produksi		Rp.xx

2.5 Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

2.5.1 Metode Harga Pokok Pesanan

Pengumpulan biaya produksi dalam suatu perusahaan dipengaruhi oleh karakteristik kegiatan produksi tersebut. Oleh karena itu sebelum dibahas metode harga pokok pesanan, perlu diuraikan terlebih dahulu karakteristik kegiatan usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan yang berpengaruh terhadap metode pengumpulan biaya produksi.

Karakteristik usaha perusahaan yang produksinya berdasarkan pesanan tersebut di atas berpengaruh terhadap pengumpulan biaya produksinya. Metode pengumpulan biaya produksi dengan metode harga pokok pesanan yang digunakan dalam perusahaan yang produksinya berdasarkan pada pesanan memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Perusahaan memproduksi berbagai macam produk sesuai dengan spesifikasi pemesanan dan setiap jenis produk yang perlu dihitung harga pokok produksinya secara individual.

2. Biaya produksi harus golongan berdasarkan hubungannya dengan produk menjadi dua kelompok berikut ini : biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung.
3. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, sedangkan biaya produksi tidak langsung disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik.
4. Biaya produksi langsung diperhiungkan sebagai harga pokok produksi pesanan tertentu berdasarkan biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya *overhead* pabrik diperhitungkan ke dalam harga pokok pesanan berdasarkan tarif yang ditentukan di muka.
5. Harga pokok produksi per unit dihitung pada saat pesanan selesai diproduksi dengan cara membagi jumlah biaya produksi yang dikeluarkan untuk pesanan tersebut dengan jumlah unit produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan.

2.5.2 Harga Pokok Proses

Metode pengumpulan biaya produksi ditentukan oleh karakteristik proses produk perusahaan. Dalam perusahaan yang memproduksi massa, karakteristik produksinya adalah sebagai berikut :

1. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar.
2. Produk yang dihasilkan dari bulan ke bulan adalah sama.
3. Kegiatan produksi dimulai dengan diterbitkannya perintah produksi yang berisi rencana produksi produk standar untuk jangka waktu tertentu.

2.5.3 Perbedaan Harga Pokok Pesanan dengan Harga Pokok Proses

Berikut ini disajikan perbedaan metode harga pokok proses dengan metode harga pokok pesanan. Perbedaan diantara dua metode pengumpulan biaya produksi tersebut terletak pada :

1. Pengumpulan biaya produksi

Metode harga pokok pesanan mengumpulkan biaya produksi menurut pesanan, sedangkan metode harga pokok proses per departemen produksi per periode akuntansi.

2. Perhitungan harga pokok produksi per satuan

Metode harga pokok pesanan menghitung harga pokok produksi per satuan dengan cara membagi total biaya yang dikeluarkan untuk pesanan tertentu dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam pesanan yang bersangkutan. Perhitungan ini dilakukan pada saat pesanan telah selesai diproduksi. Metode harga proses menghitung harga pokok produksi per satuan dengan cara membagi total biaya produksi yang dikeluarkan selama periode tertentu dengan jumlah satuan produk yang bersangkutan. Perhitungan ini dilaksanakan setiap akhir periode akuntansi.

3. Penggolongan biaya produksi

Di dalam metode harga pokok pesanan, biaya produksi harus dipisahkan menjadi biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Biaya produksi langsung dibebankan kepada produk berdasar biaya yang sesungguhnya terjadi, sedangkan biaya produksi tidak langsung dibebankan kepada produk berdasarkan tarif yang ditentukan di muka. Di dalam satu periode harga pokok proses, perbedaan biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung seringkali tidak diperlukan, terutama jika perusahaan menghasilkan satu macam produk. Karena harga pokok per satuan produk dihitung setiap akhir bulan, maka umumnya biaya *overhead* pabrik dibebankan kepada produk atas dasar biaya yang sesungguhnya terjadi.

4. Unsur biaya yang dikelompokkan dalam biaya *overhead* pabrik

Di dalam metode harga pokok pesanan, biaya *overhead* pabrik terdiri dari biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya produksi lain selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

2.6 Perbedaan *Full Costing* dengan *Variabel Costing*

Perbedaan *full costing* dan *variabel costing* bisa dilihat dari beberapa sudut, yaitu sebagai berikut :

1. Perbedaan Metode *Full Costing* Ditinjau dari Sudut Penentuan Harga Pokok Produksi

Full costing atau sering pula disebut *absorption* atau *conventional costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi, yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang berperilaku tetap maupun *variabel* kepada produk. Harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik tetap dan *variabel*. Seperti skedul di bawah ini :

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	<u>Rp xx</u> +
Harga pokok produk	Rp xx

Dalam metode *full costing*, biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku 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 jadi yang belum laku dijual, dan baru dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk jadi tersebut telah terjadi.

Karena biaya *overhead* pabrik dibebankan kepada produk atas dasar tarif yang ditentukan di muka pada kapasitas normal, maka jika dalam satu periode biaya *overhead* pabrik sesungguhnya berbeda dengan yang dibebankan tersebut, akan terjadi pembebanan *overhead* lebih atau pembebanan *overhead* pabrik kurang. 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. 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 dijual.

Variabel costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya-biaya *variabel* saja ke dalam harga pokok produk. Harga pokok produk menurut metode *variabel costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja *variabel*, dan biaya *overhead* pabrik *variabel*. Seperti skedul di bawah ini :

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja <i>variabel</i>	Rp xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	<u>Rp xx</u> +
Harga pokok produk	Rp xx

Metode *variabel costing* ini dikenal dengan nama *direct costing*. Istilah *direct costing* sebenarnya sama sekali tidak berhubungan dengan istilah *direct cost*. Pengertian langsung dan tidak langsungnya suatu biaya tergantung erat tidaknya hubungan biaya dengan obyek penentuan biaya. Dalam hubungannya dengan produk biaya langsung adalah biaya yang mudah diidentifikasi secara langsung kepada produk. Apabila pabrik hanya memproduksi satu jenis produk, maka semua biaya produksi adalah merupakan biaya langsung dalam hubungannya dengan produk. Oleh karena itu tidak selalu biaya langsung dalam hubungannya dengan produk merupakan biaya *variabel*.

Dalam metode *variabel costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai *period costs* 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 *variabel costing* tidak melekat pada persediaan produk

yang belum laku dijual, tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya.

2. Perbedaan Metode *Full Costing* Ditinjau dari Sudut Penyajian Laporan Rugi Laba

Ditinjau dari penyajian laporan rugi laba, perbedaan pokok antara metode *variabel costing* dengan *full costing* adalah terletak pada klasifikasi pos-pos yang disajikan dalam laporan rugi laba tersebut. Laporan rugi laba yang disusun dengan metode *full costing* menitikberatkan pada penyajian unsur-unsur biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi-fungsi pokok yang ada dalam perusahaan.

2.7 Harga Jual

2.7.1 Pengertian Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. (Basu Swasta dan Irawan)

Dalam arti yang paling sempit, harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Lebih luas, harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk menfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. (Philip Kotler)

Dalam sejarah, harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Hal ini berlaku di negara-negara terbelakang, diantara kelompok paling miskin, dan untuk produk komoditi. Akan tetapi, faktor-faktor non-harga menjadi semakin penting dalam tingkah laku pembeli memilih di beberapa dekade terakhir.

Harga adalah salah satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lain mewakili biaya. Harga juga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran. Tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen saluran distribusi, harga dapat diubah dengan cepat. Pada waktu yang bersamaan, penetapan harga dan persaingan

harga adalah masalah nomor satu yang dihadapi seorang eksekutif pemasaran. Sekalipun demikian, banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Kesalahan yang paling umum adalah penetapan harga yang terlalu memperhatikan biaya, harga yang tidak di revisi cukup sering untuk mencerminkan perubahan pasar, penetapan harga yang tidak memperhitungkan bauran pemasaran yang lain dan harga yang tidak cukup bervariasi untuk produk, segmen pasar, dan kesempatan pembelian yang berbeda.

2.7.2 Penentuan Harga Jual

Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang diterapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba. Tetapi jika harga ditentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan biasa menderita rugi. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga ini adalah menitikberatkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup ongkos-ongkos dan menghasilkan laba.

2.7.3 Tujuan Penetapan Harga Jual

Dalam strategi penetapan harga, manajer harus menetapkan dulu tujuan penetapannya. Tujuan ini berasal dari perusahaan itu sendiri selalu berusaha menetapkan harga barang dan jasa setepat mungkin. Oleh karena itu tinjauan kita disini berawal dari segi manajemen perusahaan yang mempunyai kepentingan dengan masalah penetapan harga.

Banyak perusahaan yang mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Keputusan untuk menetapkan harga sering pula melibatkan kepentingan pimpinan terutama untuk produk baru. Penentuan tingkat harga tersebut biasanya dilakukan dengan mengadakan beberapa perubahan untuk menguji pasarnya, apakah

menerima atau menolak. Jika pasarnya menerima penawaran tersebut, berarti harga tersebut sudah sesuai. Tetapi jika mereka menolak, maka harga tersebut perlu diubah secepatnya. Jadi ada kemungkinan keliru tentang keputusan harga yang diambil oleh manajer. Disini kita perlu meninjau apakah yang menjadi tujuan bagi penjual menetapkan harga produknya. Tujuan-tujuan tersebut adalah :

1. Meningkatkan penjualan
2. Mempertahankan dan memperbaiki *market share*
3. Stabilisasi harga
4. Mencapai target pengembalian investasi
5. Mencapai laba maksimum

2.7.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Keputusan penetapan harga sebuah perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungannya ada yang bersifat eksternal dan internal :

A. Faktor Internal

1. Sasaran Pemasaran

Sebelum menetapkan harga, perusahaan harus memutuskan mengenai strateginya untuk produk. Bila perusahaan telah memilih pasar sasaran dan pemosisian secara cermat, maka strategi bauran pemasaran, termasuk harga, biasanya sudah jelas. Semakin jelas sebuah perusahaan menetapkan sasarannya, semakin mudah penetapan harga. Contoh sasaran yang umum adalah bertahan hidup, memaksimalkan laba saat ini, kepemimpinan pangsa pasar, dan kepemimpinan mutu produk.

Perusahaan yang menetapkan bertahan hidup sebagai sasaran utama bila menghadapi masalah akibat kelebihan kapasitas, persaingan berat, atau keinginan konsumen yang berubah. Perusahaan yang menggunakan memaksimalkan laba sebagai sasarannya sebagai tujuan penetapan harga, perusahaan itu memperkirakan berapa besar permintaan dan biaya pada beberapa

harga yang berbeda dan memilih harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau pengembalian investasi saat ini. Perusahaan yang ingin memperoleh kepemimpinan pangsa pasar sebagai penetapan harga, mereka yakin bahwa perusahaan dengan pangsa pasar terbesar akan menikmati biaya terendah dan laba jangka panjang terbesar. Sedangkan perusahaan yang memutuskan ingin mencapai kepemimpinan mutu produk mengharuskan penetapan harga tinggi untuk menutup biaya mutu dengan biaya tinggi dari litbang.

2. Strategi Bauran Pemasaran

Harga adalah satu-satunya alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya. Keputusan harga harus dikoordinasikan dengan rancangan produk, distribusi, dan promosi yang membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif.

Perusahaan seringkali mengambil keputusan penetapan harga terlebih dahulu dan kemudian mendasarkan keputusan bauran pemasaran yang lain pada harga yang ingin mereka pasang. Disini harga merupakan faktor pemosisian amat penting yang menetapkan pasar, pesaing dan rancangan produk. Harga yang diinginkan menetapkan sifat produk apa yang dapat ditawarkan dan berapa biaya produksi yang dapat dimasukkan.

3. Biaya

Biaya menjadi dasar bagi harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan untuk produknya. Perusahaan ingin menetapkan harga yang menutup semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi, mendistribusikan dan menjual produk serta mengembalikan usaha dan resiko yang ditanggungnya pada tingkat yang sedang. Biaya sebuah perusahaan mungkin merupakan elemen penting dalam

strategi penetapan harga. Banyak perusahaan berusaha untuk menjadi “ produsen biaya rendah” dalam industrinya. Perusahaan dengan biaya yang lebih rendah dapat ditetapkan harga lebih rendah yang menghasilkan penjualan dan laba yang lebih besar.

4. Organisasi Perusahaan

Manajemen harus memutuskan siapa dalam organisasi yang sebaiknya menetapkan harga. Perusahaan menangani penetapan harga dengan berbagai cara. Dalam perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak ketimbang oleh bagian pemasaran atau penjualan.

B. Faktor Eksternal

1. Pasar dan Permintaan

Kalau biaya menjadi batas terendah dari harga, pasar dan permintaan menetapkan batas atas. Konsumen dan pembeli industri menyeimbangkan harga suatu produk atau jasa dengan manfaat untuk memilikinya. Dengan demikian, sebelum menetapkan harga, pemasar harus memahami hubungan antara harga dan permintaan untuk produksinya.

2. Faktor-faktor Eksternal Lain

Ketika menetapkan harga, perusahaan juga harus memikirkan faktor-faktor lain dalam lingkungan eksternalnya. Kondisi ekonomi dapat mempunyai dampak yang besar pada strategi harga perusahaan. Faktor-faktor ekonomi seperti ledakan atau resesi, inflasi dan suku bunga mempengaruhi keputusan penetapan harga karena semuanya itu mempengaruhi biaya menghasilkan suatu produk dan persepsi konsumen mengenai harga dan nilai produk.

2.7.5 Metode Penentuan Harga Jual

1. Metode *Cost Plus Pricing*

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara 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 *persentase markup* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

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

Gambar 2.1 Rumus *Cost Plus Pricing*

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Sumber: Mulyadi

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk.

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

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut :

Gambar 2.2 Rumus Harga Jual per Unit

$$\text{Harga Jual per Unit} = \text{Total Biaya yang Berhubungan} + \text{Persentase } \textit{mark-up} \text{ langsung}$$

Sumber: Mulyadi

2. Metode *Break Even Point*

Sebuah metode penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya adalah penetapan harga *break-even*. Perusahaan dapat dikatakan dalam keadaan *break-even* bilamana penghasilan yang diterima sama dengan ongkosnya, dengan anggapan bahwa harga jualnya sudah tertentu. Menurut metode ini, perusahaan akan mendapatkan laba bilamana penjualan yang didapat berada diatas titik *break-even* (titik pas-pasan), jika penjualan berada dibawah titik *break-even*, maka perusahaan akan menderita rugi.

Metode penetapan harga *break-even* ini dapat diterapkan dengan menggunakan beberapa anggapan tertentu, yaitu :

- Seluruh biaya dapat digolongkan ke dalam biaya *variabel* dan biaya tetap.
- Seluruh barang yang diproduksi akan terjual.
- Biaya *variabel* per unitnya tetap.

3. Metode Harga yang Ditetapkan Atas Dasar Kekuatan Pasar

Dalam hal ini, penentuan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi justru harga yang menentukan biaya bagi perusahaan. Penjual atau perusahaan dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing, atau dapat juga ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.

a. Penetapan harga jual sama dengan pesaing

Penetapan harga jual memang lebih menguntungkan jika dipakai pada saat harga pesaing itu tinggi . Dan penetapan harga yang demikian pada umumnya digunakan oleh penjual untuk barang – barang standar.

b. Penetapan harga di bawah pesaing

Penetapan harga seperti ini biasanya dipakai oleh para pengecer dan seringkali produsen tidak mengetahui adanya praktek demikian. Para pengecer umumnya berpendapat bahwa *mark up* (keuntungan) yang lebih rendah akan menghasilkan volume penjualan yang tinggi. Metode ini merupakan metode terbaik bagi perusahaan untuk memasuki pasar baru sehingga dengan demikian banyak pengecer mengarahkan cara ini khusus untuk barang – barang yang permintaannya elastis.

c. Penetapan harga di atas pesaing

Seringkali produsen dan pengecer menetapkan harga produknya di atas tingkat harga pasar. Penetapan harga demikian memang digunakan oleh perusahaan yang sudah memiliki reputasi atau perusahaan yang memiliki barang – barang prestise. Hal ini dilator belakangnya suatu pertimbangan bahwa seringkali konsumen kurang memperhatikan harga dalam pembeliannya, tetapi konsumen lebih mengutamakan kualitas / *factor prestise* yang akan diperoleh dari barang tersebut.

2.7.6 Manfaat Informasi Biaya Penuh dalam Keputusan Harga Jual

Penentuan harga yang berdasarkan biaya banyak digunakan oleh perusahaan, karena perusahaan dapat mengetahui batas minimal yang harus ditetapkan terhadap harga jualnya. Menurut Mulyadi (2001 : 346), manfaat informasi biaya penuh bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual :

- a. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan.
- b. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.
- c. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya perusahaan pesaing.

- d. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

2.8 Penyusutan

Penyusutan aktiva tetap merupakan alokasi harga perolehan dari aktiva tetap yang bersangkutan, sebagai beban bagi periode-periode yang menikmati penggunaannya.

Perhitungan penyusutan aktiva tetap ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

1. Harga perolehan, yaitu jumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh aktiva tersebut sehingga siap untuk dipergunakan di dalam operasi perusahaan.
2. Taksiran nilai residu, yaitu nilai sisa aktiva tetap tersebut pada saat masa kegunaannya habis.
3. Taksiran umur kegunaan, yaitu taksiran umur aktiva tetap yang bersangkutan dapat dipergunakan dalam operasi perusahaan.

Harga perolehan aktiva tetap besarnya ditentukan oleh berapa jumlah uang yang dikeluarkan untuk memperoleh aktiva tetap tersebut sampai dalam keadaan siap pakai. Taksiran nilai residu ditentukan oleh nilai jual aktiva tetap yang bersangkutan pada saat tidak dipergunakan lagi dalam operasi perusahaan.

Sedangkan taksiran umur kegunaan ditentukan oleh kondisi fisik (misalnya: kerusakan atau kehausan) dan faktor kegunaan dari aktiva tetap yang bersangkutan, terutama dikaitkan dengan untuk keperluan operasi perusahaan. Umur kegunaan sering pula disebut Umur Ekonomis. Untuk menghitung penyusutan dapat dipergunakan beberapa metode yaitu :

- a. Metode Garis Lurus

Metode ini merupakan metode yang paling sederhana dan sering dipergunakan untuk menghitung penyusutan aktiva tetap.

Cara menghitung penyusutan dengan menggunakan metode ini digunakan rumus perhitungan sebagai berikut :

Gambar 2.3 Metode Garis Lurus

$$\text{Penyusutan per tahun} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Taksiran Nilai Residu}}{\text{Umur Kegunaan}}$$

b. Metode Jumlah Unit

Dalam metode ini penyusutan setiap tahun besarnya ditentukan berdasarkan tarof dikalikan dngan unit produksi yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

Perhitungan tarif penyusutan untuk setiap unit hasil produksi dipergunakan rumus perhitungan sebgai berikut :

Gambar 2.4 Metode Jumlah Unit

$$\text{Penyusutan per tahun} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Taksiran Nilai Residu}}{\text{Unit Produksi}}$$

Sumber : Mardiasmo

c. Metode Jam Jasa

Metode ini pada dasarnya tidak banyak berbeda dengan metode jumlah unit produksi. Jika pada metode jumlah unit peroduksi dasar perhitungan penyusutan menggunakan unit produksi yang dihasilkan, maka pada metode ini menggunakan dasar satuan jam yang digunakan dalam operasi perusahaan.

Perhitungan penyusutan untuk setiap jam jasa dipergunakan rumus sebagai berikut :

Gambar 2.5 Metode Jam Jasa

$$\text{Penyusutan per tahun} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Taksiran Nilai Residu}}{\text{Jam Jasa}}$$

Sumber : Mardiasmo

Pada metode jam jasa ini penyusutan setiap tahun tidak sama besarnya, melainkan pada jam jam mesin yang dipergunakan setiap tahunnya. Demikian pula pada metode jumlah unit produksi yang dibahas sebelumnya, besarnya penyusutan setiap tahun ditentukan oleh jumlah produk yang dihasilkan oleh aktiva tetap bersangkutan.

Penggunaan metode jumlah unit produksi dan metode jam jasa tersebut berdasarkan anggapan bahwa besarnya beban penyusutan aktiva tetap setiap periode disesuaikan dengan pemakaian atau manfaat yang diperoleh dari aktiva tetap yang bersangkutan.

Sedangkan penggunaan metode garis lurus menggunakan dasar anggapan penyusutan aktiva tetap dibebankan secara merata setiap periode selama masa kegunaan aktiva tetap yang bersangkutan.

d. Metode Saldo Menurun

Metode saldo menurun ini sering juga disebut metode Persentase dari Nilai buku , karena penyusutan aktiva tetap disetiap periode dihitung berdasarkan tarif tertentu (biasanya dinyatakan dalam persentase) dikalikan dengan nilai buku aktiva tetap pada masing-masing periode. Berhubungan nilai buku dari aktiva tetap jumlahnya semakin menurun dan tarif penyusutan dalam jumlah tertentu yang tetap, maka penyusutan setiap tahunnya akan semakin menurun pula jumlahnya.

e. Metode Jumlah Angka Tahun

Metode ini mempunyai dasar anggapan yang sama dengan yang terdapat pada metode saldo menurun, yaitu aktiva tetap dianggap memberikan

manfaat yang lebih besar dalam periode-periode awal penggunaannya. Sehingga peyusutan aktiva tetap jumlahnya setiap periode tidak sama, melainkan semakin menurun pada periode-periode berikutnya sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh aktiva tetap yang bersangkutan. Perbedaannya dengan metode saldo menurun adalah dalam hal cara perhitungan penyusutan aktiva tetap. Metode ini menggunakan perbandingan (rasio) antara sisa umur kegunaan dengan jumlah angka tahun dari umur kegunaan aktiva tetap yang bersangkutan. Rasio tersebut setiap periodenya tidak sama besarnya tergantung dari sisa umur kegunaan aktiva yang bersangkutan. Untuk menghitung penyusutan setiap periode, rasio dalam periode yang bersangkutan dikalikan dengan harga perolehan aktiva tetap yang dibebani penyusutan (harga perolehan dikurangi taksiran nilai residu).

2.9 Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah informasi keuangan pada periode tertentu yang digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan tersebut laporan keuangan adalah bagian dari proses keuangan.

2.9.1 Neraca

Menurut Basu Swastha (2007:320) neraca (balance sheet atau statement of financial position) adalah sebuah laporan yang memperlihatkan keadaan keuangan sebuah perusahaan pada suatu saat.

Dalam neraca tersebut tercantum jumlah kekayaan, jumlah utang, dan modal sendiri dari sebuah perusahaan. Jumlah kekayaan terlihat pada bagian aktiva, sedangkan jumlah utang dan modal sendiri terlihat pada bagian pasiva.

a. Aktiva

Aktiva merupakan kekayaan fisik yang dimiliki oleh perusahaan dibagi kedalam :

- Aktiva lancar

Aktiva lancar adalah kekayaan perusahaan yang berupa uang tunai (kas) dan kekayaan lain yang mudah diuangkan (atau dalam jangka waktu pendek dapat ditukarkan menjadi uang tunai), seperti piutang, surat-surat berharga, persekot, persediaan barang.

- Aktiva tetap

Aktiva tetap adalah kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan dalam jangka waktu lama, seperti : gedung, tanah, mesin-mesin dan sebagainya.

b. Hutang

Hutang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi. Dilihat dari persamaan dasar akuntansi yaitu ($Harta = Hutang + Modal$) maka hutang merupakan sumber pendanaan perusahaan dari pihak selain pemilik. Hutang terbagi menjadi dua yaitu hutang jangka pendek dan jangka panjang.

- Hutang jangka pendek merupakan seluruh kewajiban keuangan perusahaan yang jangka waktu temponya dibawah satu tahun atau kurang satu tahun yang pembayarannya menggunakan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan. Hutang jangka pendek meliputi:
 - ✓ Hutang dagang, adalah hutang yang timbul karena adanya pembelian barang dagang secara kredit.
 - ✓ Hutang wesel, adalah hutang yang disertai dengan perjanjian tertulis (yang diatur oleh undang – undang) untuk melakukan pembayaran sejumlah tertentu pada waktu tertentu di masa yang akan datang.
 - ✓ Hutang pajak, baik pajak untuk perusahaan yang bersangkutan maupun pajak pendapatan karyawan yang belum disetor ke kas Negara.
- Hutang jangka panjang yaitu kewajiban keuangan perusahaan yang jangka waktu temponya lebih dari satu tahun, seperti hutang hipotik, hutang obligasi, dan pinjaman dari perusahaan lain.

2.9.2 Laba Rugi

Laporan mengenai pendapatan dan beban-beban suatu perusahaan selama periode tertentu. Laporan laba rugi juga merupakan tujuan utama untuk mengukur tingkat keuntungan dari perusahaan dalam suatu periode tertentu. Periode untuk mengetahui laba atau rugi perusahaan dapat dihitung untuk kurun waktu selama 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, atau 1 tahun. Terdapat dua unsur dalam laporan laba rugi yaitu pendapatan dan beban.

Menurut Munawir (2002:26) bahwa prinsip-prinsip yang umumnya ditetapkan dalam penyusunan laporan laba rugi adalah sebagai berikut:

1. Bagian yang pertama menunjukkan penghasilan yang diperoleh usaha pokok perusahaan (penjualan barang dagangan atau memberikan service) diikuti dengan harga pokok dari barang/service yang dijual sehingga diperoleh laba kotor.
2. Bagian kedua merupakan biaya-biaya operasional yang terdiri dari biaya penjualan dan biaya umum/administrasi (operating expense).
3. Bagian ketiga menunjukkan hasil-hasil yang diperoleh diluar operasi pokok perusahaan yang diikuti dengan biaya-biaya yang terjadi diluar usaha pokok perusahaan (non operating / financial income and expenses).
4. Bagian keempat menunjukkan rugi/laba yang insidental (extraordinary gain or loss) sehingga akhirnya diperoleh laba bersih sebelum pajak pendapatan.

Hasil akhir dari suatu laporan laba rugi adalah keuntungan bersih atau kerugian.

2.9.3 Perubahan Modal

“Laporan perubahan ekuitas merupakan laporan yang menggambarkan perubahan saldo akun ekuitas seperti modal disetor, tambahan modal disetor, laba yang ditahan dan akun ekuitas lainnya.”

Laporan perubahan ekuitas (modal) merupakan laporan perubahan modal pemilik selama jangka waktu tertentu. Laporan perubahan modal

sebenarnya merupakan penjelasan jumlah modal-modal yang terdapat pada neraca.

Dari informasi laporan perubahan modal, pembaca akan mengetahui apa yang menyebabkan modal mengalami perubahan, selanjutnya dapat diketahui juga berapa jumlah modal akhirnya setelah mempertimbangkan jumlah saldo awal, jumlah penambahan dan pengurangan.

Modal mengalami kenaikan dengan adanya laba yang dihasilkan atau tambahan setoran modal oleh pemilik. Laba terjadi bila selama menjalankan usaha, pendapatannya melebihi biaya yang dikeluarkan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang langkah-langkah yang ditempuh penulis dalam pemecahan masalah. Diawali dengan pengumpulan data pada perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran yang berlokasi di Jl. Parung Banteng , Bogor Timur – Kota Bogor, setelah itu dilakukan pengolahan data kemudian data tersebut di analisis dengan menggunakan perhitungan harga pokok produksi berdasarkan metode *full costing* dan dilanjutkan dengan menghitung harga jual untuk mendapatkan harga jual yang seharusnya ditawarkan ke konsumen dengan menggunakan metode *cost plus pricing*.

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. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan ini dilakukan oleh penulis dengan mengamati secara langsung perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran ini guna memperoleh data yang dapat menunjang penulisan.

2. Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan berdasarkan literatur atau buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian. Pada hakekatnya data yang diperoleh dengan penelitian kepustakaan ini dapat dijadikan landasan dasar dan alat utama bagi pelaksanaan penelitian lapangan.

Data merupakan suatu fakta yang mentah dan belum terorganisir dan mengalami pengolahan. Data juga dapat diartikan sebagai kumpulan suatu fakta, gambar, simbol, angka, huruf, grafik, tabel dan kata-kata yang terdiri dari ungkapan pemikiran, situasi atau kondisi dan sebagainya.

A. Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berupa kata-kata atau pendapat dan tidak berbentuk angka.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berupa angka atau bilangan.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh penulis dari perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran dengan cara wawancara dan observasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah dan diterbitkan oleh pihak lain. Dalam penelitian ini Penulis memperoleh data dari literatur, buku-buku, dan informasi yang ada di internet.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh metode penelitian sebagai alat pernyataan dan pertanyaan untuk pengumpulan data. Dalam mengumpulkan data yang diperlukan di lapangan, penulis melakukan observasi dan wawancara (*interview*).

1. Observasi

Observasi yaitu mengadakan penelitian langsung pada tempat kejadian atau penelitian langsung pada obyek yang akan diteliti. Pada penelitian ini Penulis melakukan observasi langsung melalui kegiatan Praktek Kerja Lapangan di perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran yang berlokasi di Jl. Parung Banteng, Bogor Timur – Kota Bogor.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan keterangan pada si peneliti. Wawancara ini dapat dipakai untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi. Dalam penelitian ini Penulis melakukan wawancara dengan Bapak Wahyu Affandi selaku pemilik PO. Paneupaan Kujang Pajajaran dan para karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut.

3.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan penulis untuk mengolah data yang telah didapatkan dari perusahaan adalah dengan menggunakan metode :

1. Metode *Full Costing*

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

Biaya bahan baku	Rp xx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik <i>variabel</i>	<u>Rp xx</u> +
Harga pokok produk	Rp xx

2. Metode Garis Lurus

Metode Garis Lurus adalah metode perhitungan penyusutan aktiva tetap, sebagai beban bagi periode-periode yang menikmati penggunaannya.

Dalam metode ini perhitungan beban penyusutan tiap tahunnya sama. Oleh karena itu, metode ini paling sering digunakan karena

perhitungannya yg sederhana. Cara menghitung penyusutan dengan menggunakan metode ini digunakan dengan rumus sebagai berikut :

Gambar 3.1 Metode Garis Lurus

$$\text{Penyusutan per tahun} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Taksiran Nilai Residu}}{\text{Umur Kegunaan}}$$

3. Metode Cost Plus Pricing

Metode Cost Plus Pricing adalah metode penentuan harga jual dengan cara 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 persentase markup (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

Cara menghitung harga jual dengan menggunakan metode ini digunakan rumus sebagai berikut :

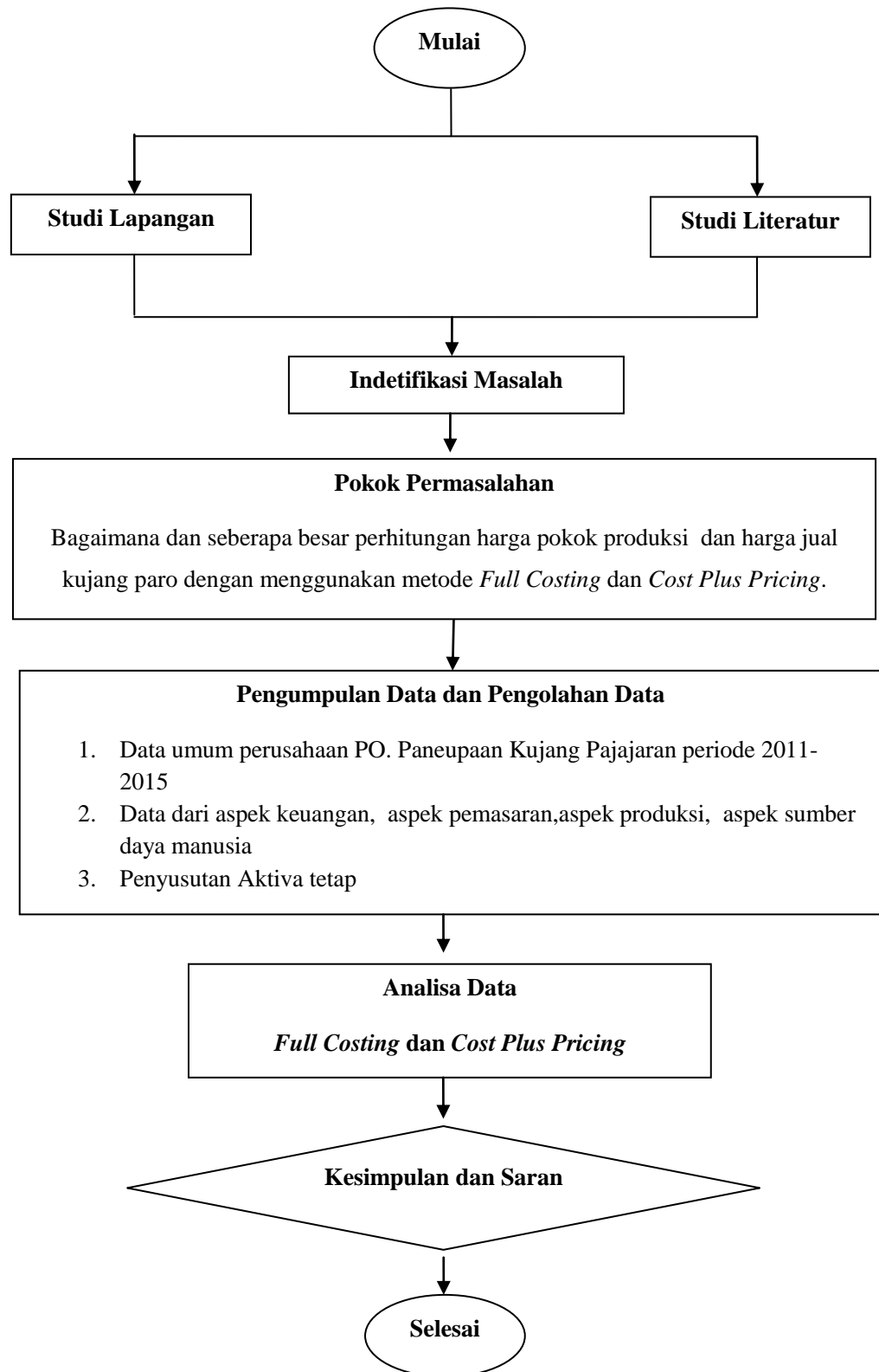
Gambar 3.2 Rumus *Cost Plus Pricing*

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Sumber: Mulyadi

3.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Kujang

Sebagaimana Keris, Rencong, Badik dan berbagai jenis senjata tradisional lainnya, kujang pun mengandung nilai seni dan sarat akan mistik. Selain memiliki bentuk yang unik, kujang pun memiliki penggemar yang tak kalah banyak seperti halnya keris. Banyak kolektor benda kuno dan benda bertuah dari berbagai penjuru nusantara yang memburu kujang. Terutama kujang tertentu yang memiliki tuah.

Sejarah mulanya penciptaan kujang sebagai identitas ksatria Pasundan, sangat erat dengan Prabu Siliwangi sebagai penggagas kujang tersebut. Penyebutan istilah “kujang”, berasal dari dua kata Sunda kuno yaitu *Kudi* dan *Hyang*. *Kudi* berarti senjata yang mempunyai kesaktian, sedangkan *Hyang* diartikan sebagai Sang Maha Pencipta. Jadi, menilik pada dua istilah tersebut, kujang bermakna senjata sakti mandraguna yang berasal dari Sang Maha Pencipta.

Pada awalnya, sebelum senjata kujang berbentuk seperti sekarang ini. Kujang merupakan alat pertanian yang sering digunakan para penduduk tanah Pasundan. Oleh Raja Kuda Lalean, penguasa sebelum Prabu Siliwangi, merasa membutuhkan sebuah senjata yang mencirikan tanah Pasundan, kemudian beliau melakukan tapa brata agar mendapatkan petunjuk dari Sang Maha Kuasa.

Dalam tirakat tapa bratanya, sang Raja melihat sebuah gambaran berupa Jawa Dwipa atau Pulau Jawa. Mulai dari situlah sang Raja meminta seorang Mpu untuk membuatkan senjata sebagaimana yang diinginkannya, terutama yang bercirikan kerajaannya dan seperti ilham yang didapatkannya saat melakukan tirakat.

Bentuk kujang pun disempurnakan lagi oleh Prabu Siliwangi, pada gagang/pegangan senjata milik Prabu Siliwangi dibentuk sebagaimana kepala macan. Perwujudan bentuk macan di gagang senjata milik Prabu

Siliwangi semata-mata bentuk penghormatan kepada Panglima Macan Putih yang telah membantunya menghadapi serangan bangsa Mongol, juga ancaman bangsa lain yang hendak menaklukkan kerajaan Pajajaran.

Meski semua kujang tampak memiliki bentuk yang sama dan serupa. Namun, perlu dipahami bahwa tidak semua kujang memiliki energi metafisik. Kujang yang bentuknya bagus tapi sama sekali tidak memiliki daya metafisik, maka tidak ada bedanya kujang tersebut hanya sebagai pajangan semata.

4.1.2 Sejarah Perusahaan

Wahyu Affandi Suradinata sering kali mendatangi tempat-tempat yang alami, seperti gunung, hutan, pantai dan tempat-tempat bersejarah. Pada awal 1993 Wahyu Affandi Suradinata atau yang biasa disapa Abah berjalan kaki menelusuri pantai mulai dari dermaga Palabuhan Ratu. Sore hari pantai Pelabuhan Ratu diguyur hujan, dan Abah berniat untuk meneduh di saung yang terdapat di pinggir pantai. Abah pun tertidur lalu dia bernimpi. Dalam tidur Abah mimpi didatangi seorang gadis kecil cantik seusia 6-7 tahun memakai gaun putih seperti layaknya pakaian ulang tahun. Dia menyuruh abah mengambilkan bunga nya yang tertinggal diatas batu disisi muara, dalam Bahasa Sunda ; “ *pangnyandak keun kembang diluhur batu...!* “, mendapat perintah itu perasaan saya kurang senang, saya berfikir tidak pantas anak kecil menyuruh orang tua, apalagi saat itu saya masih berprofesi sebagai Guru SMK/SMA. Anak itu seperti tahu kalau saya menolak perintahnya, tiba-tiba wajahnya berubah menjadi nenek-nenek tua yang berumur sekitar 80-90 tahunan, saya kaget dan segera melakukan perintahnya, tapi aneh seketika wajahnya berubah lagi, kembali seperti semula, bersamaan dengan itu perasaan saya pun kembali seperti semula yang enggan menuruti perintahnya, bahkan sempat melontarkan kata-kata yang sedikit merendahnya. Karena kaget dan rasa takut saya terbangun. dan baru sadar lagi kalau saya sedang berada

disebuah saung sendirian, hujan sudah reda tapi debur ombak masih terasa kuat, dingin dan sepi.

Pada malam hari nya Abah turun ke muara sungai untuk buang air kecil dan cuci muka, ketika akan kembali ke saung abah melihat ada benda menancap berdiri di atas batu yang paling besar diantara batu-batu yang lain. Abah mencoba mendekati, ternyata sebuah pisau yang bentuknya serupa dengan yang ada pada logo Kota Sukabumi, Pupuk Kujang, logo Jawa Barat dan banyak lagi, yaitu namanya KUJANG. Abah pun mencabut kujang tersebut, anehnya terasa agak hangat, padahal semalaman hujan, akhirnya abah memutuskan untuk membungkus benda tersebut dengan handuk kecil yang biasa dibawa nya. Akhirnya abah menanyakan mimpi nya kepada teman-teman nya yang mengerti tentang sejarah sunda, seringkali mereka mengaitkan penemuan ini kedalam hal-hal berbau mistis. Salah satu teman Abah ada yang mengatakan bahwa di masa yang akan datang Abah akan ramai didatangi orang-orang untuk dibuatkan senjata kujang, tetapi Abah tidak langsung percaya dan hanya menganggap hal itu adalah kebetulan karena menurut Abah kujang adalah seni tradisional nusantara yang harus tetap dilestarikan keberadaannya.

Pada tahun 1995 Abah membuat kujang hanya karena hobi saja, ketika ada waktu luang atau liburan, menggunakan bengkel dan alat-alat sekolah tempat dimana Abah mengajar sebagai Guru Honorer di beberapa STM(SMK) swasta, hasilnya diberikan kepada teman-teman yang memintanya.

Tahun 2000 barulah hasil karya abah ditukar dengan uang oleh teman, kerabat, dan tokoh masyarakat yang menyukainya, itu pun sebatas kemampuan dan keikhlasannya, artinya abah tidak menentukan harga. Mulai tahun 2005, atas saran guru Abah (Bapak Anis Jatisunda), setiap jenis kujang nilai jual (mahar) nya ditentukan berdasarkan jenis dan jumlah mata pada kujang, semakin banyak matanya maka semakin tinggi harganya, terutama pada Kujang Ciung. Hal ini hanya untuk menghormati

leluhur Sunda para pemegang kujang, yang memang berdasar pangkat, keturunan dan status sosialnya.

Untuk pembuatan kujang khusus ageman (pusaka), Abah masih memakai aturan kuno yang tidak tertulis (tetekon) “ Unggah Kidang turun Kujang, nyuhun Kerti turun Beusi “ , waktunya yaitu 7-10 hari setelah purnama.

Menempa Kujang untuk pusaka hanya tiap Senin dan Kamis, juga disertai dengan “mutih”. Tetapi untuk kujang biasa seperti untuk pajangan, hiasan dsb, pembuatannya seperti bisa tidak menggunakan syarat-syata tertentu, kapan saja dan hampir setiap hari dibuat. Julukan Guruteupa diberikan oleh sang guru (Anis Jatisunda) kepada abah pada tahun 2005 lalu. Sampai sekarang Abah masih setia membuat kujang untuk memenuhi kebutuhan baik dalam negeri maupun mancanegara. Abah keluar dari profesinya sebagai guru dan sekarang menekuni usaha senjata tradisional nusantara yang sudah jarang ditemukan. Abah menjalankan usaha nya yang sekaligus turut serta melestarikan kebudayaan sunda bertempat di galeri Abah yang berlokasi di Jalan Parung Banteng RT .004 RW. 001 Kel Katulampa, Kec Bogor Timur - Kota Bogor kita juga dapat menyaksikan proes pembuatan kujang yang dilakukan oleh para karyawan Abah secara langsung, kecuali jika pembuatan kujang pusaka akan dibuat khusus langsung oleh Abah melalui berbagai macam ritual tersendiri dan membutuhkan waktu berminggu-minggu dalam penyelesaiannya.

4.1.3 Profil Perusahaan

Nama perusahaan	: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran
Nama Produk	: Kujang Pajajaran
Nama pemilik	: Wahyu Affandi Suradinata, Bsc.
Tahun berdiri	: 1995
Klasifikasi kelas	: Menengah

Jenis Usaha	: Industri barang logam (kerajinan kujang)
Daerah kerja	: Kota Bogor
Alamat / tempat usaha	: Jln. Parung Banteng RT. 004 RW. 001 Kel. Katulampa Kec. Bogor Timur - Kota Bogor
Telepon	: 087782121953 - 087874231974
Nomor SIUP	: 517/PK/B/BPPTPM/IX/2014
Nomor TDP	: 10.04.5.25
Nomor NPWP	: 77.814.244.8-404.000
Jumlah pekerja	: 5 orang

4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

Visi merupakan suatu harapan perusahaan akan keadaan yang ingin di wujudkan oleh pemilik dan perusahaan pada masa yang akan datang, dimana dengan visi ini dapat dijadikan sebagai landasan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Berikut adalah visi dari PO. Paneupaan Kujang Pajajaran :

VISI

Menjadi perusahaan kerajinan tradisional kujang sebagai peninggalan Bangsa Sunda yang mampu melestarikan budaya leluhur dan dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan mampu bersaing dalam lingkup nasional dan internasional.

Misi merupakan pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan visi.

Berikut ini adalah misi dari PO. Paneupaan Kujang Pajajaran :

MISI

- Menyediakan berbagai macam produk untuk memenuhi keinginan konsumen
- Mengenalkan kerajinan kujang kepada seluruh generasi bangsa sebagai warisan leluhur budaya indonesia yaitu warisan Budaya Sunda
- Menciptakan karya seni yang bernilai tinggi dan menghasilkan keuntungan atau pendapatan

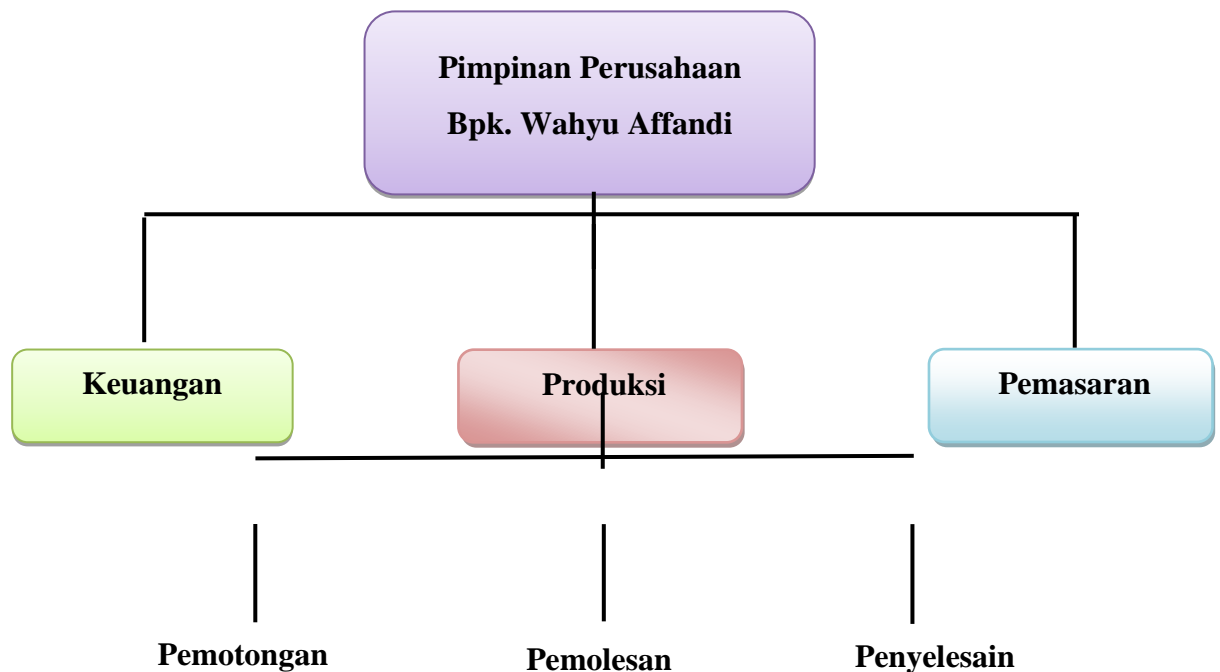
4.1.5 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian baik secara posisi maupun tugas yang ada pada perusahaan dalam menjalin kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Meskipun perusahaan kecil mempunyai masalah-masalah organisasional lebih sedikit dibanding perusahaan besar, tetapi keduanya mempunyai struktur formal untuk menjamin agar karyawan melaksanakan tugas-tugas nya untuk mengarah ke pencapaian tujuan perusahaan (Basu Swastha 2007 : 134).

Struktur Organisasi pada perusahaan yang tergolong dalam Industri Kecil dan Menengah (IKM) biasanya tergolong sederhana. Hal ini disebabkan karena sebagian besar fungsi manajerial dikelola sendiri oleh pemilik perusahaan, selain itu hal tersebut dilakukan sebagai langkah penghematan dalam pembiayaan manajemen dan operasional perusahaan yang memiliki lingkup yang kecil dan terbatas.

Pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran Perusahaan adalah perusahaan perseorangan dimana pemilik sebagai pimpinan perusahaan. Abah Wahyu Affandi bertindak langsung dalam merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengkoordinasi sedangkan untuk mengawasi pekerja serta keuangan dipegang oleh istri dari Abah Wahyu Affandi. Pembagian tugas pada perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran dapat dilihat pada gambar struktur dibawah ini :

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PO. Paneupaan Kujang Pajajaran



Sumber : PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

- Deskripsi Pekerjaan

Deskripsi pekerjaan adalah sebuah kumpulan informasi jabatan dan disusun secara sistematis yang dapat mengidentifikasi dan menguraikan suatu jabatan atau posisi tertentu. Deskripsi jabatan membuat status setiap jabatan menjadi jelas akan fungsi dan perannya, hasilnya, serta tanggungjawabnya. Dari struktur organisasi diatas, maka deskripsi jabatan dari masing-masing pekerjaan adalah:

1. Pimpinan atau Pemilik Perusahaan

Pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran Pimpinan atau pemilik perusahaan memiliki sebutan GuruTeupa. Tugas dan wewenang pimpinan adalah :

- a. Membuat rencana perusahaan dan mengkoordinasikan aktivitas perusahaan.
- b. Mendorong (memotivasi) bawahan untuk dapat bekerja dengan giat dan tekun.
- c. Membina bawahan agar dapat bertanggungjawab dengan tugasnya masing-masing.
- d. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.
- e. Menciptakan iklim kerja yang baik dan harmonis.
- f. Menyusun fungsi manajemen secara baik.
- g. Melaksanakan tugas lain yang berkaitan dengan fungsinya

2. Bagian Keuangan

Melakukan pencatatan uang masuk dan keluar, serta membuat pembukuan mengenai pendapatan atas penjualan produk, dan pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam pengelolaan usaha.

3. Bagian produksi
 - Pemotongan
 - Pemolesan Kujang
 - *Finish*

4. Bagian pemasaran

Melakukan berbagai kegiatan pemasaran dalam rangka memasarkan produk perusahaan kepada para pelanggan dan mengikuti pameran atau event-event untuk sekaligus memperkenalkan produk kepada masyarakat luas

4.1.6 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktifitasnya. Lokasi perusahaan juga dapat menentukan maju atau tidaknya sebuah perusahaan. Dengan lokasi yang mudah dijangkau dan strategis, maka akan memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuan dan target pasar yang akan dituju oleh perusahaan. PO. PANEUPAAN KUJANG PAJAJARAN berlokasi di Jl. Parung Banteng RT. 004 RW. 001 Kel. Katulampa Kec. Bogor Timur Kota Bogor Jawa Barat.

Adapun pertimbangan mengenai lokasi perusahaan tersebut diantaranya:

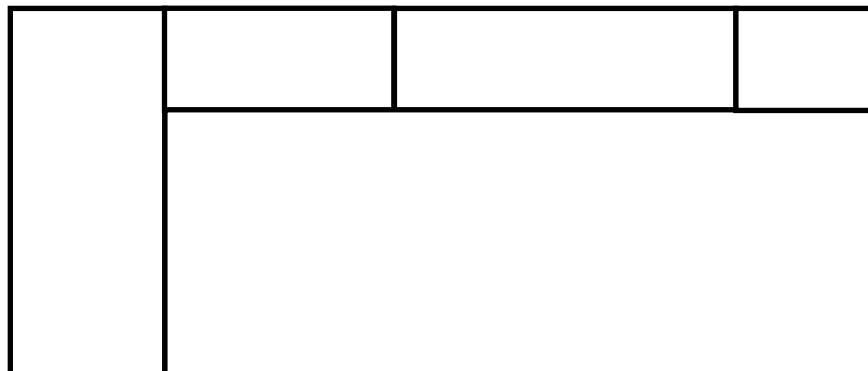
- Pabrik untuk produksi cukup luas dan pekerja bisa leluasa didalam melakukan pekerjaan
- Lingkungan sekitar lokasi cukup aman dan nyaman
- Lokasi sangat strategis yaitu dekat dengan jalan besar dan dekat dengan dua aliran sungai
- Lokasi yang dekat dengan jalan besar memberikan akses mudah untuk konsumen untuk mengunjungi toko dan membeli produk kujang

4.1.7 Layout Perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

Tata letak merupakan salah satu hal penting dalam kelangsungan proses produksi perusahaan. Tata letak pabrik atau perusahaan yang terencana dengan baik akan ikut menentukan efisiensi dan efektivitas kegiatan produksi dan dalam beberapa hal akan menjaga kelangsungan hidup atau keberhasilan suatu perusahaan. Peralatan produksi yang canggih dan mahal harganya akan tidak berarti apa-apa akibat perencanaan tata letak yang sembarangan saja. Karena aktivitas produksi suatu industri secara normal harus berlangsung dalam jangka waktu yang panjang dengan tata letak yang tidak berubah-ubah, maka kekeliruan yang dibuat dalam perencanaan tata letak ini akan menyebabkan kerugian yang tidak kecil.

Bila ditinjau secara umum, tujuan utama dari tata letak pabrik ialah mengatur area kerja dan segala fasilitas produksi yang paling ekonomis untuk operasi produksi, aman dan nyaman sehingga akan dapat meningkatkan moral kerja yang baik dari operator. Adapun bentuk tata letak PO. PANEUPAAN KUJANG PAJAJARAN sebagai berikut :

Gambar 4.2 Layout PO. Paneupaan Kujang Pajajaran



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

4.2 Aspek Pemasaran

Kotler (2001) mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.

Menurut teori hirarki kebutuhan Abraham Maslow terdapat lima tingkatan kebutuhan dalam diri setiap manusia yaitu :

1. Kebutuhan fisik meliputi: lapar, haus, dan kebutuhan tubuh lainnya
2. Kebutuhan rasa aman : meliputi keamanan dan perlindungan dari bahaya fisik dan emosi
3. Kebutuhan sosial meliputi: kasih sayang, rasa memiliki, persahabatan
4. Kebutuhan penghargaan : meliputi harga diri, prestasi, pengakuan dan perhatian
5. Kebutuhan aktualisasi diri : meliputi pencapaian potensi diri, pemenuhan kebutuhan diri sendiri

Gambar 4.3 Teori Maslow



PO. Paneupaan Kujang Pajajaran merupakan perusahaan yang memproduksi produk kriya yaitu Kujang paro, dimana produk tersebut merupakan replika senjata tradisional bangsa sunda yang dapat dijadikan sebagai cinderamata ataupun hiasan. Produk ini diciptakan sebagai bentuk apresiasi terhadap karya seni yang bernilai tinggi, sehingga produk ini diperuntukkan kepada setiap orang yang menyukai keindahan dan jiwa seni. Terkait dengan teori maslow, produk ini berada pada tingkatan 4 (empat) yaitu penghargaan, dimana setiap orang yang membeli satu produk kujang paro merupakan suatu bentuk apresiasi terhadap karya seni yang memiliki

unsur keindahan dan pemilik atau pecinta barang seni seperti ini biasanya memiliki rasa bangga atas koleksi-koleksinya terlebih lagi jika barang yang dimiliki langka atau sulit untuk didapat.

4.2.1 Produk yang Dipasarkan

Produk utama yang dibuat oleh PO. Paneupaan Kujang Pajajaran adalah Kujang Paro. Kujang Paro pada dasarnya merupakan senjata kujang yang diproduksi oleh perusahaan, tetapi pada sekarang ini pemilik telah memodifikasi kujang paro menjadi souvenir. Pemilik memodifikasi kujang paro sedemikian rupa tanpa mengurangi nilai estetika atau unsur seni asli dari kujang paro tersebut

Tabel 4.1 Produk yang Dipasarkan

No	Jenis Produk	Keterangan
1.		Kujang paro diproduksi dengan berbagai bentuk dan ukuran. Kujang paro memiliki ukuran yaitu 23- 24 cm.

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

4.2.2 Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran Kujang Paro meliputi seluruh wilayah Jawa Barat. PO. Paneupaan Kujang Pajajaran mempunyai galeri dan pabrik yang terletak di daerah Katulampa Bogor Timur sebagai gerai penjualan dan sebagai kegiatan perusahaan dalam memasarkan produknya. Tetapi pembeli yang datang tidak hanya dari daerah Jawa Barat saja melainkan dari seluruh daerah di Indonesia hingga mancanegara.

4.2.3 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah suatu proses membagi pasar ke dalam segmen pelanggan potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukkan adanya kesamaan perilaku pembeli dan sebagai suatu proses pembagian pasar keseluruhan menjadi kelompok-kelompok pasar yang terdiri dari orang-orang yang secara relatif memiliki kebutuhan produk yang serupa.

Segmentasi pasar yang dituju PO. Paneupaan Kujang Pajajaran masyarakat (pelanggan / konsumen) berjenis kelamin laki-laki dan wanita, dengan usia 20 tahun keatas Suatu barang tidak bergerak secara otomatis dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, setelah barang selesai dibuat dan siap dipasarkan, tahap berikutnya adalah menentukan metode dan cara yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar, namun kita selaku produsen tidak dapat mengontrol alur distribusi ini karena pembeli yang datang bukan hanya konsumen, selain itu ada juga beberapa pedagang besar dan pengecer yang datang untuk membeli barang hasil produksi.

Berikut adalah dua jenis saluran distribusi yang digunakan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran dalam memasarkan produknya:

1)



Saluran distribusi dari produsen ke konsumen merupakan saluran distribusi paling sederhana, dimana produsen menyalurkan barangnya langsung ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

2)



Pada jenis saluran distribusi ini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar pada perdagangan besar saja dan tidak

menjual barang pada pengecer. Pembelian oleh konsumen dapat langsung dilakukan ke pedagang besar.

4.2.4 Fungsi Pemasaran

A. Pembelian

Pembelian adalah pengelolaan masukan ke dalam proses produksi organisasi (Brown dkk. 2001:132). PO. Paneupaan Kujang Pajajaran melakukan fungsi pembelian dalam hal bahan baku, yaitu dengan memilih bahan baku yang berkualitas baik dan sesuai dengan standar mutu agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh masyarakat sehingga fungsi pemasaran yang dilaksanakan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran dapat dijalankan.

Berikut ini adalah data pembelian bahan baku PO, Paneupaan Kujang Pajajaran pada periode 2011-2015 :

No	BAHAN BAKU	TAHUN				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Kuningan	Rp7.885.000	Rp7.885.000	Rp8.300.000	Rp8.300.000	Rp9.500.000
2	Kayu Sonokeling	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp6.000.000
3	Kaca	Rp17.000.000	Rp17.000.000	Rp17.000.000	Rp17.000.000	Rp20.400.000
4	Selut	Rp4.500.000	Rp4.500.000	Rp5.000.000	Rp5.000.000	Rp6.000.000
5	Tatakan	Rp13.000.000	Rp13.000.000	Rp13.000.000	Rp15.000.000	Rp18.000.000
TOTAL		Rp47.385.000	Rp47.385.000	Rp48.300.000	Rp50.300.000	Rp59.900.000

Tabel 4.2 Pembelian Bahan Baku tahun 2011-2015

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

B. Penjualan

PO Paneupaan Kujang Pajajaran dalam melakukan penjualan produknya, melayani apabila konsumen dapat langsung datang ke

galeri dan sekaligus dapat melihat langsung proses produksi pembuatan kujang. Selain itu PO. Paneupaan Kujang Pajajaran juga menitipkan produknya ke pusat oleh-oleh dan toko-toko yang khusus yang menjual hasil IKM daerah yang telah disediakan oleh pemerintah kota yang tersebar di setiap mall.

Dibawah ini adalah data penjualan Kujang Paro PO.Paneupaan Kujang Pajajaran, yaitu :

Tabel 4.3 Penjualan Kujang Paro

TAHUN	HARGA	UNIT	TOTAL PENJUALAN
2011	Rp285.000	800	Rp228.000.000
2012	Rp300.000	795	Rp238.500.000
2013	Rp300.000	800	Rp240.000.000
2014	Rp300.000	875	Rp262.500.000
2015	Rp300.000	900	Rp270.000.000

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

C. Promosi

Promosi/periklanan merupakan proses komunikasi antara penjual dan pembeli yang merupakan usaha untuk mempengaruhi agar pembeli mau membeli barang dan jasa yang ditawarkan serta unsur dan menyampaikan informasi tentang barang dan jasa dengan jalan mengadakan komunikasi yang bersifat membujuk. Kegiatan periklanan juga merupakan salah satu unsur yang penting bagi perusahaan.

Berikut adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh PO. Paneupaan Kujang Pajajaran:

1. Promosi dari mulut ke mulut

Promosi dengan cara ini merupakan cara promosi yang paling sederhana dan efisien.

2. Promosi melalui pameran

PO. Paneupaan Kujang Pajajaran juga rutin dalam mengikuti kegiatan pameran-pameran. Dengan demikian PO. Paneupaan Kujang Pajajaran dapat lebih mengenalkan produknya ke masyarakat luas.

3. Promosi melalui brosur dan kartu nama

PO. Paneupaan Kujang Pajajaran mengikuti pameran-pameran UKM untuk memperkenalkan produknya, maka brosur diperlukan untuk memudahkan masyarakat menghubungi pihak perusahaan. Brosur dibagikan pada saat pameran berlangsung.

D. Penyimpanan

Penyimpanan mempunyai peranan penting dalam suatu produksi. Karena dengan adanya penyimpanan, perusahaan akan mempunyai suatu *stock* produk sehingga jika permintaan akan suatu produk meningkat dan produksi yang dihasilkan kurang mencukupi, maka kekurangan tersebut mampu ditutupi oleh *stock* yang tersedia.

Pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran gudang sebagai penyimpanan tersebut terdapat pada galeri dari tempat produksi sehingga memudahkan dalam peletakan produk yang sudah siap jual sehingga lebih cepat dan efisien. Selain itu aspek keamanan dan kerapihan juga diperhatikan, banyaknya susunan atau tumpukan barang pada gudang penyimpanan tidak boleh terlalu tinggi karena dapat merusak bentuk terutama pada *box* yang terletak di bagian bawah tumpukan.

Gambar 4.4 Tempat Penyimpanan



Sumber : PO Paneupaan Kujang Pajajaran

E. Pengiriman

PO. Paneupaan Kujang Pajajaran melakukan pengiriman secara langsung yang dilakukan oleh bagian pemasaran dengan menggunakan mobil pribadi yang digunakan khusus sebagai kendaraan dalam proses pengiriman barang, kepada rekanan yang dimilikinya. Pengiriman ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat (konsumen) sehingga menciptakan loyalitas pelanggan (konsumen) terhadap produk ini.

Pengiriman ini dilakukan secara langsung dan cepat sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku di perusahaan serta kesepakatan antara perusahaan dengan pembeli (konsumen) mengenai pembayaran maupun pengiriman itu sendiri.

Gambar 4.5 Mobil



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

F. Pengemasan

Pengemasan mempunyai peranan penting dalam pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan selain untuk mewadahi produk selama distribusi hingga ke konsumen, dan meningkatkan efisiensi produk, pengemasan ini juga berguna sebagai identitas produk. Oleh karena itu dengan pengemasan yang menarik dan berkualitas, maka dapat menambah daya tarik konsumen .

Perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran hal pengemasan menggunakan kardus kemasan (Box). Pembungkusan menggunakan kardus kemasan (Box) bertujuan untuk menjaga kujang paro agar tetap terlipat rapih serta memudahkan dalam penghitungan dan memberikan perlindungan terhadap produk agar tidak mudah pecah.

Gambar 4.6 Pengemasan



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

4.2.5 Biaya Pemasaran

Berikut ini merupakan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh PO. Paneupaan Kujang Pajajaran dalam lima (5) tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 Biaya Pemasaran tahun 2011-2015

BIAYA PEMASARAN	TAHUN				
	2011	2012	2013	2014	2015
A. Biaya Kemasan Produk :					
1. <i>Box</i>	Rp5.600.000	Rp5.565.000	Rp5.600.000	Rp7.000.000	Rp7.200.000
2. Plastik Kemasan	Rp23.500	Rp23.500	Rp25.000	Rp25.000	Rp25.000
Total Biaya Kemasan Produk	Rp5.623.500	Rp5.588.500	Rp5.625.000	Rp7.025.000	Rp7.225.000

B. Biaya Promosi :					
1. Pameran	Rp300.000	Rp300.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000
2. Brosur	Rp150.000	Rp150.000	Rp100.000	Rp100.000	Rp100.000
3. Kartu Nama	Rp50.000	Rp50.000	Rp50.000	Rp50.000	Rp50.000
Total Biaya Promosi	Rp500.000	Rp500.000	Rp650.000	Rp650.000	Rp650.000
C. Gaji dan Upah Bagian Pemasaran :					
1. <i>Driver</i>	Rp2.400.000	Rp3.600.000	Rp5.400.000	Rp3.600.000	Rp4.800.000
Total Bagian Pemasaran	Rp2.400.000	Rp3.600.000	Rp5.400.000	Rp3.600.000	Rp4.800.000
A. Biaya Transportasi					
1. Bahan Bakar Minyak	Rp2.400.000	Rp2.400.000	Rp5.400.000	Rp5.400.000	Rp4.800.000
2. Servis Kendaraan	Rp300.000	Rp300.000	Rp350.000	R p400.000	Rp500.000
Total Biaya Transportasi	Rp2.700.000	Rp2.700.000	Rp5.750.000	Rp5.800.000	Rp5.300.000
Total Biaya Pemasaran	Rp11.223.500	Rp12.388.500	Rp17.425.000	Rp17.075.000	Rp17.975.000

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran











4.3 Aspek Produksi

Produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (utility) sesuatu barang atau jasa, untuk kegiatan mana dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi berupa tanah, tenaga kerja dan kemampuan. (Assauri, Sofyan, Manajemen Produksi, Penerbit FE-UI, Jakarta, 1980, Hal 7).

Kujang paro sendiri memiliki berbagai macam model yang dapat diminta sesuai keinginan konsumen untuk sebagai dasar pembuatan senjata kujang. Model kujang paro telah disediakan oleh perusahaan dari beberapa macam jenis model kujang yang bisa dipesan bentuknya sesuai dengan keinginan konsumen dan setiap model memiliki artinya sendiri, diantaranya :

Tabel 4.5 Model Kujang



KUNTUL, Ujung nya menyerupai Kepala Burung KUNTUL	
	
JAGO , Ujung nya menyerupai Kepala AYAM JAGO	
	
NAGA , Ujung nya menyerupai Kepala NAGA (Binatang Abstrak)	
	
BANGKONG , Ujung nya menyerupai Kepala BANGKONG(Kodok)	
	
BADAK , seperti kepala BADAK	
	

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

CIUNG, adalah unggas yang cerdas, pandai meniru. Cocok bagi pegawai/karyawan yang harus cerdas, pandai, terampil dan mampu menyerap ilmu pengetahuan dari orang lain.

KUNTUL, adalah unggas yang jelajahnya jauh, pandai mencari mangsa. Cocok bagi Pengusaha/Wirausahawan yang harus berkerja keras dan meningkatkan kemampuan untuk bersaing dalam dunia usaha.

JAGO, adalah unggas (ayam jantan) yang senantiasa selalu ingin bertarung melawan pesaingnya. Cocok bagi Anggota TNI/Polisi/Satpam yang harus kuat, berani, dan selalu waspada terhadap pihak lain yang akan mengancamnya.

NAGA, adalah binatang mitos, yang gagah berani dan besar. Cocok bagi Pegawai/Karyawan atau Pengusaha/Wirausahawan yang diberi kepercayaan untuk sesuatu tugas, yang harus berani, amanah, dan tegas.

BADAK, adalah binatang besar, keras dan berani menyeruduk apa saja yang menghalanginya karena kemampuan menengoknya yang amat terbatas. Sifat ini cocok bagi Anggota/Prajurit yang harus kuat, berani, patuh dan tetap lurus teguh terhadap perintah atasan.

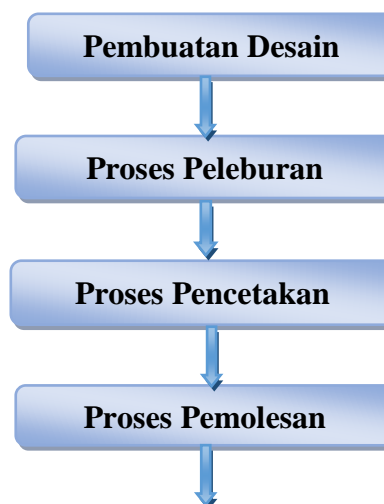
BANGKONG (kodok), adalah binatang yang kerap menetap hidup di lubang yang datar dan dangkal, senantiasa menanti mangsa yang lewat berupa serangga seperti lalat, nyamuk, dsb. Cocok bagi seorang guru atau para pakar yang senantiasa menetap mencari ilmu alamiah beramal ilmiah. Jaman dahulu guru ilmu nya didapat dari alam sekitar, dan sedikit bertanya kepada orang lain karena membatasi pengaruh.

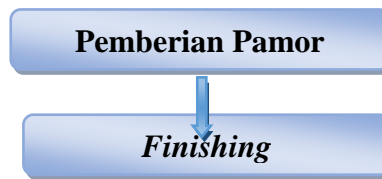
4.3.1 Proses Produksi

Dalam memproduksi kujang paro, memiliki tahap-tahap sebagai berikut :

1. Proses Produksi Kujang Paro

Gambar 4.7 Proses Produksi





Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

Berdasarkan gambar alur produksi diatas, dapat dijelaskan alur produksi tersebut antara lain adalah sebagai berikut :

a) Pembuatan Desain

Desain produk bukan sekedar seni rupa, melainkan suatu tujuan yang menghasilkan fungsi dan keteraturan untuk menghasilkan produk yang fungsional. Pembuatan desain merupakan tahapan awal pada proses produksi pembuatan Kujang. Pembuatan desain kujang sudah diklasifikasikan berdasarkan kebutuhan para konsumennya.

b) Proses Peleburan

Kuningan yang telah dikumpulkan akan dilebur hingga melumer atau meleleh, proses ini adalah proses dimana bahan utama kujang dipersiapkan untuk dibentuk atau dicetak menjadi kujang.

Gambar 4.8 Proses Peleburan



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

c) Proses Pencetakan

Untuk membuat kujang paro diperlukan proses pencetakan. Setelah kuningan dilebur maka kuningan telah siap dimasukan ke berbagai macam model atau bentuk cetakan sesuai dengan kebutuhan. Memerlukan waktu sekitar 60 menit untuk kuningan mengeras dan siap dibentuk (diperhalus) kembali menjadi kujang.

Tabel 4.9 Proses Pencetakan



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

d) Proses Pemolesan

Setelah kujang telah mengeras maka kujang siap ditipiskan dan dihaluskan (dipoles) agar bentuk kujang lebih nyata dan hidup, kemudia kujang di bor diberi mata kujang sesuai dengan kebutuhan.

e) Pemberian Pamor

Pamor selain untuk menambah keindahan sebilah senjata pusaka, oleh sebagian orang juga dianggap juga memiliki arti atau melambangkan tuah senjata itu. Walaupun pada awalnya terbentuknya gambaran pamor itu terjadi secara kebetulan, namun pada saat ini pamor dapat dibentuk sendiri oleh para pengrajin nya. Kujang yang telah siap lalu dilukis pamor nya pada badan kujang agar kujang semakin terlihat indah. Setelah kujang selesai diberi pamor, maka kujang akan direndam ke dalam air keras selama 2 jam agar guratan pamor terlihat semakin jelas dan nyata.

Gambar 4.10 Pemberian Pamor





Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

Setelah kujang selesai diberi pamor, maka kujang akan direndam ke dalam air keras selama 2 jam agar guratan pamor terlihat semakin jelas dan nyata.

Gambar 4.11 Perendaman Kujang dengan Air Keras



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

f) Finishing

Tahap akhir atau penyelesaian (*finishing*) dalam suatu proses produksi akan menentukan hasil indahnya suatu produk tersebut sebelum berada di tangan konsumen. Setelah pamor telah terbentuk di badan kujang maka selanjutnya ada proses pemolesan kembali agar setiap lekukan kujang semakin tajam sempurna. Kujang yang sudah jadi dipoles kembali agar lebih mengkilap dan disemprot dengan vernis lalu dijemur selama 30 menit agar kujang menjadi sempurna.

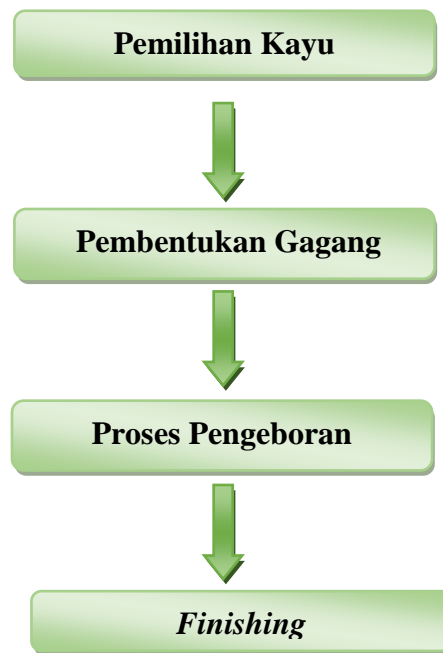
Tabel 4.12 *Finishing* Kujang



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

2. Alur Proses Gagang Kujang

Gambar 4.13 Proses Pembuatan Gagang



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

a) Pemilihan Kayu

Kayu dibutuhkan sebagai gagang atau pegangan kujang. Terdapat begitu banyak macam jenis kayu di Indonesia, tetapi pemilik memilih menggunakan kayu Sonokeling. Kayu sonokeling dipilih karena memiliki keunikan dari segi warna

yaitu warnanya yang cenderung coklat tua bahkan mendekati warna hitam sangat mirip dengan yang dipakai pada jaman dahulu. Kayu Sonokeling pun lebih mudah dibentuk serta memiliki guratan-guratan atau corak yang indah pada tiap sisi kayunya sehingga memiliki khasnya tersendiri.

Gambar 4.14 Pemilihan Kayu



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

b) Proses Pembentukan Gagang

Kayu yang sudah siap dibentuk dibuat pola terlebih dahulu, sesuai dengan ukuran kujang yang akan dipasangkan dengan gagang. Setelah pola tergambar, kayu akan di gergaji mengikut pola, lalu dipoles hingga halus dan bersih sesuai dengan yang diharapkan.

Gambar 4.15 Pembentukan Gagang



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

c) Proses Pengeboran Gagang

Dalam pembuatan gagang untuk pegangan kujang, bagian atas gagang yang sudah jadi akan di bor atau dilubangi agar bisa dimasukkan selut sebagai pemisah atau jarak antara kayu dengan kujang dan agar kujang dapat berdiri dengan tegak di gagang tersebut.

Gambar 4.16 Pengeboran Gagang



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

d) *Finishing*

Tahap finishing dalam proses produksi akan menentukan hasil akhir dari produk yang sedang dibuat sebelum sampai di tangan konsumen. Gagang yang sudah siap akan dimasukkan selut dan kujang. Gagang kayu yang sudah siap diampelas dan di semprot vernis lalu dijemur 15. menit agar kering dan lebih mengkilap. Ujung bawah gagang yang melengkung akan diratakan dan di bor lagi sebagai tempat untuk menancapkan kujang di dalam kaca agar

kujang yang sudah selesai dapat dipasang berdiri tegak di dalam kaca.

Gambar 4.17 *Finishing Gagang*



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

Kujang yang sudah selesai di bor kemudian di tancapkan ke dalam tatakan kemudian di lem agar kujang lebih kuat dan tidak gampang terlepas dari paku

Gambar 4.18 Gagang Ditancapkan



Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

4.3.2 Mesin dan Peralatan

Berikut adalah bahan baku, mesin dan peralatan yang digunakan dalam pembuatan kujang paro pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran, sebagai berikut :

a. Bahan Baku

- Kuningan
- Kayu Sonokeling
- Kaca
- Kelut
- Tatakan

b. Bahan Baku Penolong

- Plat Nama
- Bludru

c. Mesin

- Gurinda duduk
- Bor duduk

d. Peralatan

- Gunting

- Jangka Sorong
- Cutter
- Kanebo
- Streples
- Palu
- Pahat

4.3.2 Biaya Produksi

Biaya Produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Biaya produksi terdiri dari :

a. Bahan Baku

Bahan baku sangat penting dalam menunjang kegiatan dalam proses produksi. Hal ini disebabkan karena bahan baku sangat mempengaruhi bentuk atau komposisi produk jadi baik secara kuantitas maupun kualitas serta harga jual produk.

Untuk menghasilkan kujang terbaik perusahaan memerlukan bahan baku dan bahan penolong yang berkualitas yang sesuai standar perusahaan, karena produk kujang merupakan produk seni, maka pemilik perusahaan menggunakan standar kualitas produknya berdasarkan keindahan dan estetika seni tersebut agar kujang yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

Adapun daftar pembelian bahan baku dan bahan baku penolong kujang paro dari tahun 2011-2015, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6 Biaya Bahan Baku tahun 2011-2015

No	BAHAN BAKU	TAHUN				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Kuningan	Rp6.270.000	Rp6.270.000	Rp6.270.000	Rp6.840.000	Rp7.125.000
2	Kayu Sonokeling	Rp4.000.000	Rp3.975.000	Rp4.000.000	Rp4.375.000	Rp4.500.000

3	Kaca	Rp13.600.000	Rp13.515.000	Rp13.600.000	Rp14.875.000	Rp15.300.000
4	Selut	Rp3.600.000	Rp3.577.500	Rp4.000.000	Rp4.375.000	Rp4.500.000
5	Tatakan	Rp10.400.000	Rp10.335.000	Rp10.400.000	Rp13.125.000	Rp13.500.000
TOTAL		Rp37.870.000	Rp37.672.500	Rp38.270.000	Rp43.590.000	Rp44.925.000

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

Tabel 4.7 Biaya Bahan Baku Penolong tahun 2011-2015

No	Keterangan	TAHUN				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Plat nama	Rp8.000.000	Rp8.000.000	Rp8.000.000	Rp8.000.000	Rp9.600.000
2	Paku, Triplek, Bludru	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp7.200.000
Total biaya		Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp16.800.000

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran tahun 2011-2015, sebagai berikut :

Tabel 4.8 Biaya Tenaga Kerja Langsung tahun 2011-2015

No	Tenaga Kerja Langsung	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Bagian Pemotongan	Rp24.000.000	Rp24.000.000	Rp24.000.000	Rp28.800.000	Rp28.800.000
2	Bagian Pemolesan	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp14.400.000	Rp14.400.000
3	Bagian Penyelesaian	Rp24.000.000	Rp24.000.000	Rp24.000.000	Rp28.800.000	Rp28.800.000
Total Biaya TKL		Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp72.000.000	Rp72.000.000

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik atau BOP pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran tahun 2011-2015, sebagai berikut :

Tabel 4.9 Biaya Overhead Pabrik tahun 2011-2015

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Sewa Bangunan	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000
2	BB Penolong	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp16.800.000
3	Listrik	Rp2.400.000	Rp3.000.000	Rp3.300.000	Rp3.600.000	Rp3.840.000

4	Pulsa	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000
5	Biaya Pemeliharaan mesin	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000
Total Biaya Overhead Parik		Rp32.000.000	Rp32.600.000	Rp32.900.000	Rp33.800.000	Rp36.840.000

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

4.4 Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah orang-orang yang ada dalam organisasi yang memberikan sumbangan pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan organisasi. Sumbangan yang dimaksud adalah pemikiran dan pekerjaan yang mereka lakukan diberbagai kegiatan dalam perusahaan.

Pengertian Manajemen Sumber daya manusia dari Harvard Business School adalah proses pengelolaan yang lebih memperhatikan manusia sebagai asset potensial daripada hanya sebagai variabel biaya. Manajemen sumber daya melibatkan semua keputusan dan tindakan manajemen yang mempengaruhi sifat hubungan antara organisasi dan karyawan sebagai sumber daya organisasi.

Pada perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran yang mengelola sumber daya manusia ataupun manajemen sumber daya manusia adalah pemilik dari perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran itu sendiri.

4.4.1 Perekrutan Karyawan

Rekrut merupakan upaya perusahaan untuk mendapatkan tenaga kerja yang diperlukan sesuai dengan kualifikasi yang telah ditetapkan dalam perencanaan tenaga kerja. Sasaran dari perekrutan adalah menyediakan tenaga kerja yang cukup untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.

Perekrutan Karyawan pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran dilakukan sendiri oleh pimpinan perusahaan. Karyawan baru yang direkrut umumnya adalah masyarakat sekitar lokasi perusahaan yang berada di desa Katulampa Bogor. Dalam perekrutan karyawan tidak ada kriteria tertentu untuk menjadi karyawan di PO. Paneupaan Kujang Pajajaran, yang

terpenting calon karyawan mempunyai motivasi dan tanggung jawab dalam bekerja. Jenjang pendidikan dalam merekrut karyawan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran tidak melihat berdasarkan latar belakang pendidikan, yang terpenting adalah karyawan tersebut sudah berusia lebih dari 17 tahun. Berikut adalah data karyawan pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran.

Tabel 4.10 Jumlah Karyawan

Jabatan	Jumlah TK	Jenis Kelamin
Pemotongan	2	Laki-laki
Pemolesan	1	Laki-laki
Penyelesaian	2	Laki-laki

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

4.4.2 Kesejahteraan Karyawan

Perusahaan dan karyawan pada hakekatnya saling membutuhkan, karyawan adalah asset perusahaan karena tanpa adanya sumber daya manusia maka perusahaan tidak akan bisa berjalan, begitu juga karyawan tidak dapat menunjang kesejahteraan hidupnya tanpa adanya perusahaan sebagai tempat mencari nafkah.

Pentingnya kesejahteraan karyawan adalah untuk mempertahankan karyawan agar tidak pindah ke perusahaan lain, meningkatkan motivasi dan semangat kerja dan meningkatkan sikap loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

1. Gaji Karyawan

Gaji adalah balas jasa yang dibayar secara periodik kepada karyawan tetap serta mempunyai jaminan yang pasti. Pada perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran gaji karyawan mulai dari 1.000.000 – 1.200.000 perbulannya.

2. Jam Kerja

Jam Kerja pada PO. PANEUPAAN KUJANG PAJAJARAN adalah sebagai berikut :

Hari Kerja	: Senin, Selasa, Rabu, Kamis dan Sabtu
Jam kerja	: 08.00-16.00 WIB
Istirahat	: 12.00-13.00 WIB

4.4.3 Penilaian Kinerja

Penilaian prestasi kerja adalah proses melalui dimana organisasi-organisasi mengevaluasi atau menilai prestasi kerja karyawan. Penilaian kinerja perlu dilakukan agar perusahaan dapat melihat perkembangan karyawannya, karena hal ini akan berpengaruh terhadap kemajuan perusahaannya.

Pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran penilaian kinerja dilakukan setiap satu bulan sekali untuk melihat perkembangan karyawan dan masalah atau keluhan yang dihadapi karyawan yang menyangkut dalam pekerjaan di PO. Paneupaan Kujang Pajajaran.

4.4.4 Pemberhentian Kerja

Pemberhentian kerja adalah pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antara pekerja dan perusahaan. Pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran alasan perusahaan melakukan pemberhentian kerja adalah :

- a. Karena keinginannya sendiri, karyawan memutuskan untuk menikah dan tidak bekerja ditempat itu lagi atau sebagainya.
- b. Karena keinginan pemilik, karena karyawan merugikan perusahaan dan tidak memiliki prestasi dalam bekerja.

4.4.5 Badan Hukum

PO. Paneupaan Kujang Pajajaran merupakan perusahaan perseorangan yang berarti kekuasaan si pemilik tidak terbatas. Walaupun demikian perusahaan ini memiliki aspek hukum yang cukup kuat karena walaupun belum berbadan hukum namun perusahaan ini memiliki surat-surat izin

resmi pendirian usaha seperti Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan si pemilik mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

4.5 Aspek Keuangan

Keuangan merupakan ilmu dan seni dalam mengelola uang yang mempengaruhi kehidupan setiap orang dan setiap organisasi. Keuangan berhubungan dengan proses, lembaga, pasar, dan instrumen yang terlibat dalam transfer uang diantara individu maupun antara bisnis dan pemerintah.

Dibawah ini penulis menampilkan data keuangan yang dimiliki oleh PO. Paneupaan Kujang Pajajaran, yaitu :

4.5.1 Harga Pokok Produksi

Berikut adalah Harga Pokok Produksi PO. Kujang Pajajaran tahun 2011-2015 :

4.11 Harga Pokok Produksi Perusahaan Tahun 2011-2015

No	Rincian	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
A. Pemakaian bahan baku						
1	Persediaan awal bahan baku	Rp2.500.000	Rp2.000.000	Rp1.750.000	Rp1.500.000	Rp1.375.000
2	Pembelian bahan baku	Rp47.385.000	Rp47.385.000	Rp48.300.000	Rp50.300.000	Rp59.900.000
3	Persediaan bahan baku siap pakai (1+2)	Rp49.885.000	Rp49.385.000	Rp50.050.000	Rp51.800.000	Rp61.275.000
4	Persediaan akhir bahan baku	Rp2.000.000	Rp1.750.000	Rp1.500.000	Rp1.375.000	Rp1.250.000
5	Total pemakaian bahan baku (3-4)	Rp47.885.000	Rp47.635.000	Rp48.550.000	Rp50.425.000	Rp60.025.000
B. Biaya Produksi						
6	Biaya TenagaKerja Langsung	Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp72.000.000	Rp72.000.000
7	Biaya Overhead Pabrik	Rp32.000.000	Rp32.600.000	Rp32.900.000	Rp33.800.000	Rp36.840.000
8	Total Biaya Produksi (5+6+7)	Rp139.885.000	Rp140.235.000	Rp141.450.000	Rp156.225.000	Rp168.865.000
C. Harga pokok Produksi						
9	Persediaan awal barang dalam proses	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0

10	Jumlah Produk dalam Proses (8+9)	Rp139.885.000	Rp140.235.000	Rp141.450.000	Rp156.225.000	Rp168.865.000
11	Persediaan barang dalam proses	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
12	Harga Pokok Produksi (10-11)	Rp139.885.000	Rp140.235.000	Rp141.450.000	Rp156.225.000	Rp168.865.000

Sumber: PO. Paneupaan Kujang Pajajaran

4.12 Biaya Penuh Perusahaan tahun 2011-2015

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	HPProduksi	Rp139.885.000	Rp140.235.000	Rp141.450.000	Rp156.225.000	Rp168.865.000
2	Biaya Pemasaran	Rp11.223.500	Rp12.388.500	Rp17.425.000	Rp17.075.000	Rp17.975.000
Total Biaya Penuh		Rp151.108.500	Rp152.623.500	Rp158.875.000	Rp173.300.000	Rp186.840.000

Sumber: Data Diolah

Dari data diatas dapat dihitung harga jual per unit kujang paro dengan keuntungan 50 % yang diinginkan oleh perusahaan, berikut perhitungannya :

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}}$$

a) Tahun 2011

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 151.108.500 + (50\% \times \text{Rp } 151.108.500)}{800} \\ &= \frac{\text{Rp } 226.662.750}{800} \\ &= \text{Rp } 285.000 \end{aligned}$$

b) Tahun 2012

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 152.623.500 + (50\% \times \text{Rp } 152.623.500)}{795} \\ &= \frac{\text{Rp } 228.935.250}{795} \end{aligned}$$

$$= \mathbf{Rp\ 300.000}$$

c) Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 158.875.000 + (50\% \times \text{Rp } 158.875.000)}{800} \\ &= \frac{\text{Rp } 238.312.500}{800} \\ &= \mathbf{Rp\ 300.000} \end{aligned}$$

d) Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 173.700.000 + (50\% \times \text{Rp } 173.300.000)}{875} \\ &= \frac{\text{Rp } 260.550.000}{875} \\ &= \mathbf{Rp\ 300.000} \end{aligned}$$

e) Tahun 2015

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 186.840.000 + (50\% \times \text{Rp } 186.840.000)}{900} \\ &= \frac{\text{Rp } 280.260.000}{900} \\ &= \mathbf{Rp\ 300.000} \end{aligned}$$

4.5.2 Neraca

Berikut adalah neraca penjualan kumpang paro pada PO. Kumpang Pajajaran tahun 2011-2015 :

4.13 Neraca Perusahaan 2011-2015

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Aktiva					
	<i>Aktiva Lancar</i>					
	a. Kas	Rp92.449.585	Rp173.962.320	Rp237.782.070	Rp325.595.070	Rp408.418.470
	b. Piutang	Rp5.000.000	Rp3.000.000	Rp2.500.000	Rp1.000.000	Rp2.000.000
	c. Persediaan Bahan Baku	Rp2.000.000	Rp1.750.000	Rp1.500.000	Rp1.375.000	Rp1.250.000
	Jumlah Aktiva Lancar	Rp99.449.585	Rp178.712.320	Rp241.782.070	Rp327.970.070	Rp411.668.470
	<i>Aktiva Tetap</i>					
	a. Kendaraan	Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp60.000.000
	b. Mesin , Peralatan dan lain lain	Rp3.438.000	Rp3.438.000	Rp3.438.000	Rp3.438.000	Rp3.438.000
	d. Inventaris Kantor	Rp4.000.000	Rp4.000.000	Rp4.000.000	Rp4.000.000	Rp4.000.000
	Jumlah Aktiva Tetap	Rp67.438.000	Rp67.438.000	Rp67.438.000	Rp67.438.000	Rp67.438.000
	Jumlah Aktiva	Rp166.887.585	Rp246.150.320	Rp309.220.070	Rp395.408.070	Rp479.106.470
2	Passiva					
	Modal	Rp166.887.585	Rp246.150.320	Rp309.220.070	Rp395.408.070	Rp479.106.470
	Jumlah Passiva	Rp166.887.585	Rp246.150.320	Rp309.220.070	Rp395.408.070	Rp479.106.470

Sumber: Data Diolah

4.5.3 Laporan Laba Rugi

Berikut adalah Laporan Laba Rugi kumpang pada PO. Kumpang Pajajaran tahun 2011-2015 :

4.15 Laporan LabaRugi menurut perusahaan tahun 2011-2015

KETERANGAN	2011	2012	2013	2014	2015
A. Penjualan	Rp228.000.000	Rp238.500.000	Rp240.000.000	Rp262.500.000	Rp270.000.000
B. HPP	Rp138.585.000	Rp139.735.000	Rp142.050.000	Rp156.725.000	Rp168.365.000
C. LABA KOTOR (A-B)	Rp89.415.000	Rp98.765.000	Rp97.950.000	Rp105.775.000	Rp101.635.000
D. Biaya Usaha :					
- Biaya Pemasaran	Rp11.223.500	Rp12.388.500	Rp17.425.000	Rp17.075.000	Rp17.975.000
Total Biaya Usaha	Rp11.223.500	Rp12.388.500	Rp17.425.000	Rp17.075.000	Rp17.975.000
E. Laba Sebelum Pajak/EBT (C-D)	Rp78.191.500	Rp86.376.500	Rp80.525.000	Rp88.700.000	Rp83.660.000
F. Pajak 1%	Rp781.915	Rp863.765	Rp805.250	Rp887.000	Rp836.600
G. Laba Setelah Pajak/EAT (E-F)	Rp77.409.585	Rp85.512.735	Rp79.719.750	Rp87.813.000	Rp82.823.400

Sumber: Data Diolah

4.6 Pengolahan Data

4.6.1 Pemisahan Data

Untuk menetapkan harga pokok produk secara akurat, diperlukan pengalokasian biaya yang baik terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Berikut adalah data-data yang diperlukan :

a) Penyusutan

Dalam perhitungan perusahaan, perusahaan tidak menyusutkan beberapa biaya yang seharusnya mengalami penyusutan. Pada perhitungan berdasarkan akuntansi, penyusutan diperlukan karena pemakaian aktiva tetap dalam perusahaan, misalnya: mesin dan peralatan, kendaraan, bangunan dan lain-lain memiliki nilai susut barang dari harga perolehannya masing-masing.

Metode penyusutan yang digunakan penulis adalah metode garis lurus, metode ini merupakan metode perhitungan penyusutan yang paling sederhana yang sering digunakan untuk menghitung penyusutan aktiva.

Rumusnya adalah

$$\text{Penyusutan per tahun} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Taksiran Nilai Residu}}{\text{Umur Kegunaan}}$$

Berikut adalah data penyusunan aktiva tetap pada PO. Paneupaan Kujang pajajaran :

Tabel 4.16 Penyusutan tahun 2011

Aktiva	Harga	Umur	Penyusutan	Akumulasi	Nilai Buku
--------	-------	------	------------	-----------	------------

	Perolehan	Ekonomis		Penyusutan	
Mesin & Peralatan	Rp15.182.000	8	Rp1.897.750	Rp1.897.750	Rp13.284.250
Kendaraan	Rp60.000.000	5	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp48.000.000
Inventaris	Rp4.000.000	5	Rp800.000	Rp800.000	Rp3.200.000
					Rp64.484.250

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.17 Penyusutan tahun 2012

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
Mesin & Peralatan	Rp15.182.000	8	Rp1.897.750	Rp3.795.500	Rp11.386.500
Kendaraan	Rp60.000.000	5	Rp12.000.000	Rp24.000.000	Rp36.000.000
Inventaris	Rp4.000.000	5	Rp800.000	Rp1.600.000	Rp2.400.000
					Rp49.786.500

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.18 Penyusutan tahun 2013

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
Mesin & Peralatan	Rp15.182.000	8	Rp1.897.750	Rp5.693.250	Rp9.488.750
Kendaraan	Rp60.000.000	5	Rp12.000.000	Rp36.000.000	Rp24.000.000
Inventaris	Rp4.000.000	5	Rp800.000	Rp2.400.000	Rp1.600.000
					Rp35.088.750

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.19 Penyusutan tahun 2014

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
Mesin & Peralatan	Rp15.182.000	8	Rp1.897.750	Rp7.591.000	Rp7.591.000
Kendaraan	Rp60.000.000	5	Rp12.000.000	Rp48.000.000	Rp12.000.000
Inventaris	Rp4.000.000	5	Rp800.000	Rp3.200.000	Rp800.000
					Rp20.391.000

Sumber: Data Diolah

Tabel 4.20 Penyusutan tahun 2015

Aktiva	Harga Perolehan	Umur Ekonomis	Penyusutan	Akumulasi Penyusutan	Nilai Buku
Mesin & Peralatan	Rp15.182.000	8	Rp1.897.750	Rp9.488.750	Rp5.693.250
Kendaraan	Rp60.000.000	5	Rp12.000.000	Rp60.000.000	Rp0
Inventaris	Rp4.000.000	5	Rp800.000	Rp4.000.000	Rp0
					Rp5.693.250

Sumber: Data Diolah

b) Penjualan Kujang Paro

Berikut ini adalah data kujang paro yang terjual pada tahun 2011-2015

Tabel 4.21 Penjualan Kujang Paro tahun 2011-2015

Tahun	Unit
2011	800
2012	795
2013	800
2014	875
2015	900

Sumber: Data PO Paneupaan Kujang Pajajaran

c) Biaya bahan baku

Berikut ini adalah data kebutuhan biaya bahan baku utama dan bahan baku penolong dalam pembuatan kujang paro, yaitu :

Tabel 4.22 Biaya Bahan Baku tahun 2011-2015

No	Bahan Baku	TAHUN				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Kuningan	Rp6.270.000	Rp6.270.000	Rp6.270.000	Rp6.840.000	Rp7.125.000
2	Kayu Sonokeling	Rp4.000.000	Rp3.975.000	Rp4.000.000	Rp4.375.000	Rp4.500.000
3	Kaca	Rp13.600.000	Rp13.515.000	Rp13.600.000	Rp14.875.000	Rp15.300.000
4	Selut	Rp3.600.000	Rp3.577.500	Rp4.000.000	Rp4.375.000	Rp4.500.000
5	Tatakan	Rp10.400.000	Rp10.335.000	Rp10.400.000	Rp13.125.000	Rp13.500.000
TOTAL		Rp37.870.000	Rp37.672.500	Rp38.270.000	Rp43.590.000	Rp44.925.000

Sumber: Data PO Paneupaan Kujang Pajajaran

Tabel 4.23 Biaya Bahan Baku Penolong tahun 2011-2015

No	Bahan Baku	TAHUN				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Plat nama	Rp8.000.000	Rp8.000.000	Rp8.000.000	Rp8.000.000	Rp9.600.000
2	Paku, Triplek, Bludru	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp6.000.000	Rp7.200.000
Total biaya		Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp16.800.000

Sumber: Data PO Paneupaan Kujang Pajajaran

d) Biaya tenaga kerja langsung

Berikut ini adalah data biaya tenagakerja langsung pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran, yaitu :

Tabel 4.24 Biaya tenaga kerja langsung tahun 2011-2015

No	Tenaga Kerja Langsung	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Bagian Pemotongan	Rp24.000.000	Rp24.000.000	Rp24.000.000	Rp28.800.000	Rp28.800.000
2	Bagian Pemolesan	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp14.400.000	Rp14.400.000
3	Bagian Penyelesaian	Rp24.000.000	Rp24.000.000	Rp24.000.000	Rp28.800.000	Rp28.800.000
Total Biaya TKL		Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp72.000.000	Rp72.000.000

Sumber: Data PO Paneupaan Kujang Pajajaran

e) Biaya overhead pabrik

Berikut ini adalah biaya *overhead* pabrik menurut prinsip akuntansi pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran :

Tabel 4.25 Biaya Overhead Pabrik tahun 2011-2015

No.	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	Rp1.897.750	Rp1.897.750	Rp1.897.750	Rp1.897.750	Rp1.897.750
2	Sewa Bangunan	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000
3	BB Penolong	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp16.800.000
4	Listrik	Rp2.400.000	Rp3.000.000	Rp3.300.000	Rp3.600.000	Rp3.840.000
5	Pulsa	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000
6	Biaya Pemeliharaan	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000
Total BOP		Rp33.897.750	Rp34.497.750	Rp34.797.750	Rp35.697.750	Rp38.737.750

Sumber: Data PO Paneupaan Kujang Pajajaran

f) Biaya Pemasaran

Berikut ini adalah biaya pemasaran kujang paro menurut prinsip akuntansi pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran :

Tabel 4.26 Biaya Pemasaran tahun 2011-2015

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
A. Biaya Kemasan Produk :					
1. <i>Box</i>	Rp5.600.000	Rp5.565.000	Rp5.600.000	Rp7.000.000	Rp7.200.000
2. Plastik Kemasan	Rp23.500	Rp23.500	Rp25.000	Rp25.000	Rp25.000
Total Biaya Kemasan Produk	Rp5.623.500	Rp5.588.500	Rp5.625.000	Rp7.025.000	Rp7.225.000
B. Biaya Promosi :					

1. Pameran	Rp300.000	Rp300.000	Rp500.000	Rp500.000	Rp500.000
2. Brosur	Rp150.000	Rp150.000	Rp100.000	Rp100.000	Rp100.000
3. Kartu Nama	Rp50.000	Rp50.000	Rp50.000	Rp50.000	Rp50.000
Total Biaya Promosi	Rp500.000	Rp500.000	Rp650.000	Rp650.000	Rp650.000
C. Gaji dan Upah Bagian Pemasaran :					
1. <i>Driver</i>	Rp2.400.000	Rp3.600.000	Rp5.400.000	Rp3.600.000	Rp4.800.000
Total Bagian Pemasaran	Rp2.400.000	Rp3.600.000	Rp5.400.000	Rp3.600.000	Rp4.800.000
A. Biaya Transportasi					
1. Bahan Bakar Minyak	Rp2.400.000	Rp2.400.000	Rp5.400.000	Rp5.400.000	Rp4.800.000
2. Servis Kendaraan	Rp300.000	Rp300.000	Rp350.000	Rp400.000	Rp500.000
3. Biaya Penyusutan Kendaraan	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000
Total Biaya Transportasi	Rp14.700.000	Rp14.700.000	Rp17.750.000	Rp17.800.000	Rp17.300.000
Total Biaya Pemasaran	Rp23.223.500	Rp24.388.500	Rp29.425.000	Rp29.075.000	Rp29.975.000

Sumber: Data PO Paneupaan Kujang Pajajaran

g) Biaya Administrasi Umum

Berikut ini adalah biaya administrasi dan umum pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran :

Tabel 4.27 Biaya Administrasi Umum tahun 2011-2015

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Peny.Inventaris Kantor	Rp800.000	Rp800.000	Rp800.000	Rp800.000	Rp800.000
ATK	Rp150.000	Rp150.000	Rp200.000	Rp200.000	Rp200.000
Total Biaya	Rp950.000	Rp950.000	Rp1.000.000	Rp1.000.000	Rp1.000.000

Sumber: Data PO Paneupaan Kujang Pajajaran

4.6.2 Pengumpulan Biaya

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

perhitungan adalah biaya produksi dan biaya non produksi (biaya pemasaran dan administrasi), penggabungan kedua biaya tersebut disebut dengan biaya penuh. Berikut pengumpulan biaya untuk perhitungan harga jual menggunakan *metode cost plus pricing*

a) Harga Pokok Produksi

Berikut ini adalah harga pokok produksi menurut prinsip akuntansi pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran :

Tabel 4.28 Harga Pokok Produksi tahun 2011-2015

No	Rincian	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
A. Pemakaian Bahan Baku						
1	Persediaan Awal Bahan Baku	Rp2.000.000	Rp2.500.000	Rp2.300.000	Rp2.450.000	Rp2.500.000
2	Pembelian Bahan Baku	Rp47.385.000	Rp47.385.000	Rp48.300.000	Rp50.300.000	Rp59.900.000
3	Persediaan Bahan Baku Siap Pakai (1+2)	Rp49.385.000	Rp49.885.000	Rp50.600.000	Rp52.750.000	Rp62.400.000
4	Persediaan Akhir Bahan Baku	Rp2.500.000	Rp2.300.000	Rp2.450.000	Rp2.500.000	Rp2.250.000
5	Total Pemakaian Bahan Baku (3-4)	Rp46.885.000	Rp47.585.000	Rp48.150.000	Rp50.250.000	Rp60.150.000
B. Biaya Tenaga Kerja Langsung		Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp60.000.000	Rp72.000.000	Rp72.000.000
C. Biaya Overhead Pabrik						
- BOP Tetap						
6	Biaya Penyusutan Mesin dan Peralatan	Rp1.897.750	Rp1.897.750	Rp1.897.750	Rp1.897.750	Rp1.897.750
7	Biaya Sewa Bangunan	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000	Rp12.000.000
8	Biaya Pemeliharaan Mesin	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000
9	Total BOP Tetap (6+7+8)	Rp15.697.750	Rp15.697.750	Rp15.697.750	Rp15.697.750	Rp15.697.750
- BOP Variabel						

10	Biaya Listrik Pabrik	Rp2.400.000	Rp3.000.000	Rp3.300.000	Rp3.600.000	Rp3.840.000
11	Biaya Pulsa	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp1.800.000	Rp2.400.000	Rp2.400.000
12	Bahan Baku Penolong	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp14.000.000	Rp16.800.000
13	Total BOP Variabel (10+11+12)	Rp18.200.000	Rp18.800.000	Rp19.100.000	Rp20.000.000	Rp23.040.000
14	Total Biaya Overhead Pabrik (9+13)	Rp33.897.750	Rp34.497.750	Rp34.797.750	Rp35.697.750	Rp38.737.750
15	Total Biaya Produksi	Rp140.782.750	Rp142.082.750	Rp142.947.750	Rp157.947.750	Rp170.887.750
D. Harga Pokok Produksi						
16	Persediaan Awal Barang Dalam Proses	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
17	Jumlah Produk Dalam Proses (15+16)	Rp140.782.750	Rp142.082.750	Rp142.947.750	Rp157.947.750	Rp170.887.750
18	Persediaan Barang Dalam Proses	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0	Rp0
19	Total Harga Pokok Produksi (19-20)	Rp140.782.750	Rp142.082.750	Rp142.947.750	Rp157.947.750	Rp170.887.750

Sumber: Data Diolah

b) Biaya Non Produksi

Biaya non produksi terdiri dari biaya administrasi umum dan biaya pemasaran. Berikut ini adalah biaya non produksi pada PO. Paneupaan kujang pajajaran :

Tabel 4.29 Biaya Non Produksi tahun 2011-2015

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Biaya Pemasaran	Rp23.223.500	Rp24.388.500	Rp29.425.000	Rp29.075.000	Rp29.975.000
2	Biaya Adm & Umum	Rp950.000	Rp950.000	Rp950.000	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Total Biaya Non Produksi		Rp24.173.500	Rp25.338.500	Rp30.375.000	Rp30.075.000	Rp30.975.000

Sumber: Data Diolah

c) Biaya Penuh

Biaya penuh adalah biaya yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi. Berikut adalah biaya penuh pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran :

Tabel 4.30 Biaya Penuh tahun 2011-2015

No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	HPProduksi	Rp140.782.750	Rp142.082.750	Rp142.947.750	Rp157.947.750	Rp170.887.750
2	Biaya Non Produksi	Rp24.173.500	Rp25.338.500	Rp30.375.000	Rp30.375.000	Rp30.375.000

Total Biaya Penuh	Rp164.956.250	Rp167.421.250	Rp173.322.750	Rp188.322.750	Rp201.262.750
--------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Sumber: Data Diolah

Dari data-data diatas dapat dihitung harga jual per unit kujang paro dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dengan keuntungan 50% yang diinginkan perusahaan, berikut perhitungannya :

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produk}}$$

a) Tahun 2011

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 164.956.250 + (50\% \times \text{Rp } 164.956.250)}{800} \\ &= \frac{\text{Rp } 247.434.375}{800} \\ &= \text{Rp } 310.000 \end{aligned}$$

b) Tahun 2012

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 167.421.250 + (50\% \times \text{Rp } 167.421.250)}{795} \\ &= \frac{\text{Rp } 251.131.875}{795} \\ &= \text{Rp } 325.000 \end{aligned}$$

c) Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 173.322.750 + (50\% \times \text{Rp } 173.322.750)}{800} \\ &= \text{Rp } 259.984.125 \end{aligned}$$

$$800$$

$$= \text{Rp } 325.000$$

d) Tahun 2014

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 188.322.750 + (50\% \times \text{Rp } 188.322.750)}{875}$$

$$= \frac{\text{Rp } 282.484.125}{875}$$

$$= \text{Rp } 325.000$$

e) Tahun 2015

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 210.262.750 + (50\% \times \text{Rp } 210.262.750)}{900}$$

$$= \frac{\text{Rp } 301.894.125}{900}$$

$$= \text{Rp } 350.000$$

4.6.3 Laporan Laba Rugi

Berikut adalah laporan laba rugi berdasarkan penjualan dengan harga yang telah ditetapkan berdasarkan *metode cost plus pricing* PO. Paneupaan Kujang Pajajaran tahun 2011-2015 :

Tabel 4.31 Laporan laba rugi tahun 2011-2015

KETERANGAN	2011	2012	2013	2014	2015
A. Penjualan	Rp248.000.000	Rp258.375.000	Rp260.000.000	Rp284.375.000	Rp315.000.000
B. HPP	Rp139.482.750	Rp141.582.750	Rp142.947.750	Rp158.447.750	Rp170.387.750
C. LABA KOTOR (A-B)	Rp108.517.250	Rp116.792.250	Rp117.052.250	Rp125.927.250	Rp144.612.250
D. Biaya Usaha :					
- Biaya Pemasaran	Rp23.223.500	Rp24.388.500	Rp29.425.000	Rp29.075.000	Rp29.975.000
- Biaya Administrasi & Umum	Rp950.000	Rp950.000	Rp1.000.000	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Total Biaya Usaha	Rp24.173.500	Rp25.338.500	Rp30.425.000	Rp30.075.000	Rp30.975.000

E. Laba Sebelum Pajak/EBT (C-D)	Rp84.343.750	Rp91.453.750	Rp86.627.250	Rp95.852.250	Rp113.637.250
F. Pajak 1%	Rp843.438	Rp914.538	Rp866.273	Rp958.523	Rp1.136.373
G. Laba Setelah Pajak/EAT (E-F)	Rp83.500.313	Rp90.539.213	Rp85.760.978	Rp94.893.728	Rp112.500.878

Sumber: Data Diolah

BAB V

ANALISA PEMBAHASAN

5.1 Perbandingan Harga Jual Produk Menurut Perusahaan dan Menurut Perhitungan *Cost Plus Pricing*

Tabel 5.1 Perbandingan Harga Jual tahun 2011-2015

Tahun	Menurut Perusahaan	Menurut CPP
2011	Rp285.000	Rp310.000
2012	Rp300.000	Rp325.000
2013	Rp300.000	Rp325.000
2014	Rp300.000	Rp325.000
2015	Rp300.000	Rp350.000

Sumber: Data Diolah

Terjadi perubahan harga jual kujang paro menurut perhitungan perusahaan menurut *cost plus pricing*. Perbedaan terjadi karena hasil perhitungan oleh perusahaan, perusahaan tidak menghitung penyusutan aktiva tetap dan tidak mengalokasikan biaya penyusutan tersebut ke dalam laporan keuangan. Sedangkan pada perhitungan harga jual menurut *cost plus pricing* terjadi perhitungan penyusutan dan pengalokasian biaya penyusutan ke dalam laporan keuangan.

5.2 Selisih Harga Jual Perusahaan dengan Harga Jual *Cost Plus Pricing*

Tabel 5.2 Selisih Harga Jual tahun 2011-2015

Tahun	Menurut Perusahaan	Menurut CPP	Selisih Harga
2011	Rp285.000	Rp310.000	Rp25.000
2012	Rp300.000	Rp325.000	Rp25.000
2013	Rp300.000	Rp325.000	Rp25.000
2014	Rp300.000	Rp325.000	Rp25.000
2015	Rp300.000	Rp350.000	Rp50.000

Sumber: Data Diolah

5.3 Perbandingan Laba

Dibawah ini adalah perbandingan laba menurut perhitungan perusahaan menggunakan data penjualan dengan harga perusahaan dimana perusahaan menggunakan metode tradisional dalam pengelolaan keuangannya tanpa memasukan unsur-unsur biaya dan penyusutan. Penulis juga menampilkan laba yang menggunakan harga jual dari perusahaan tetapi dalam perhitungan laba nya telah ditambah dengan biaya penyusutan dan biaya administrasi dan umum. Pada perbandingan terakhir penulis menghitung laba yang akan diterima perusahaan jika perusahaan PO. Paneupaan Kujang Pajajaran menggunakan harga jual yang telah menggunakan metode *Cost plus pricing*. Berikut adalah perbandingan laba pada PO. Paneupaan Kujang Pajajaran :

Tabel 5.3 Perbandingan Laba tahun 2011

Tahun 2011			
Keterangan	Menurut	Menurut Prinsip	menurut CPP

	Perusahaan	akuntansi	
A. Penjualan	Rp228.000.000	Rp228.000.000	Rp248.000.000
B. HPP	Rp138.585.000	Rp139.482.750	Rp139.482.750
C. LABA KOTOR (A-B)	Rp89.415.000	Rp88.517.250	Rp108.517.250
D. Biaya Usaha :			
- Biaya Pemasaran	Rp11.223.500	Rp23.223.500	Rp23.223.500
- Biaya Administrasi & Umum	Rp -	Rp950.000	Rp950.000
Total Biaya Usaha	Rp11.223.500	Rp24.173.500	Rp24.173.500
E. Laba Sebelum Pajak/EBT (C-D)	Rp78.191.500	Rp64.343.750	Rp84.343.750
F. Pajak 1%	Rp781.915	Rp643.438	Rp843.438
G. Laba Setelah Pajak/EAT (E-F)	Rp77.409.585	Rp63.700.313	Rp83.500.313

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.4 Perbandingan Laba tahun 2012

Tahun 2012			
Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Prinsip akuntansi	menurut CPP
A. Penjualan	Rp238.500.000	Rp238.500.000	Rp258.375.000
B. HPP	Rp139.735.000	Rp141.582.750	Rp141.582.750
C. LABA KOTOR (A-B)	Rp98.765.000	Rp96.917.250	Rp116.792.250
D. Biaya Usaha :			
- Biaya Pemasaran	Rp12.388.500	Rp24.388.500	Rp24.388.500
- Biaya Administrasi & Umum	Rp -	Rp950.000	Rp950.000
Total Biaya Usaha	Rp12.388.500	Rp25.338.500	Rp25.338.500
E. Laba Sebelum Pajak/EBT (C-D)	Rp86.376.500	Rp71.578.750	Rp91.453.750
F. Pajak 1%	Rp863.765	Rp715.788	Rp914.538
G. Laba Setelah Pajak/EAT (E-F)	Rp85.512.735	Rp70.862.963	Rp90.539.213

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.5 Perbandingan Laba tahun 2013

Tahun 2013			
Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Prinsip akuntansi	menurut CPP
A. Penjualan	Rp240.000.000	Rp240.000.000	Rp260.000.000
B. HPP	Rp142.050.000	Rp142.947.750	Rp142.947.750
C. LABA KOTOR (A-B)	Rp97.950.000	Rp97.052.250	Rp117.052.250

D. Biaya Usaha :			
- Biaya Pemasaran	Rp17.425.000	Rp29.425.000	Rp29.425.000
- Biaya Administrasi & Umum	Rp -	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Total Biaya Usaha	Rp17.425.000	Rp30.425.000	Rp30.425.000
E. Laba Sebelum Pajak/EBT (C-D)	Rp80.525.000	Rp66.627.250	Rp86.627.250
F. Pajak 1%	Rp805.250	Rp666.273	Rp866.273
G. Laba Setelah Pajak/EAT (E-F)	Rp79.719.750	Rp65.960.978	Rp85.760.978

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.6 Perbandingan Laba tahun 2014

Tahun 2014			
Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Prinsip akuntansi	menurut CPP
A. Penjualan	Rp262.500.000	Rp262.500.000	Rp284.375.000
B. HPP	Rp156.725.000	Rp158.447.750	Rp158.447.750
C. LABA KOTOR (A-B)	Rp105.775.000	Rp104.052.250	Rp125.927.250
D. Biaya Usaha :			
- Biaya Pemasaran	Rp17.075.000	Rp29.075.000	Rp29.075.000
- Biaya Administrasi & Umum	Rp -	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Total Biaya Usaha	Rp17.075.000	Rp30.075.000	Rp30.075.000
E. Laba Sebelum Pajak/EBT (C-D)	Rp88.700.000	Rp73.977.250	Rp95.852.250
F. Pajak 1%	Rp887.000	Rp739.773	Rp958.523
G. Laba Setelah Pajak/EAT (E-F)	Rp87.813.000	Rp73.237.478	Rp94.893.728

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.7 Perbandingan Laba tahun 2015

Tahun 2015			
Keterangan	Menurut Perusahaan	Menurut Prinsip akuntansi	menurut CPP
A. Penjualan	Rp270.000.000	Rp270.000.000	Rp315.000.000
B. HPP	Rp168.365.000	Rp170.387.750	Rp170.387.750
C. LABA KOTOR (A-B)	Rp101.635.000	Rp99.612.250	Rp144.612.250
D. Biaya Usaha :			
- Biaya Pemasaran	Rp17.975.000	Rp29.975.000	Rp29.975.000
- Biaya Administrasi & Umum	Rp -	Rp1.000.000	Rp1.000.000
Total Biaya Usaha	Rp17.975.000	Rp30.975.000	Rp30.975.000

E. Laba Sebelum Pajak/EBT (C-D)	Rp83.660.000	Rp68.637.250	Rp113.637.250
F. Pajak 1%	Rp836.600	Rp686.373	Rp1.136.373
G. Laba Setelah Pajak/EAT (E-F)	Rp82.823.400	Rp67.950.878	Rp112.500.878

Sumber: Data Diolah

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing* dan menghitung harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penetapan harga jual perusahaan masih sangat sederhana dalam perhitungannya, ditambah lagi perusahaan belum mengalokasikan biaya-biaya yang harusnya di perhitungkan yang menyebabkan beban pajak perusahaan akan lebih besar, karena tidak adanya pengalokasian biaya dengan tepat. Perusahaan juga belum menghitung penyusutan atas aktiva tetapnya. Sehingga harga jual perusahaan pun masih relatif lebih kecil.

**Tabel 6.1 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi PO. Paneupaan
Kujang Pajajaran**

Tahun	Harga Jual Perusahaan	Harga Pokok Produksi
2011	Rp285.000	Rp139.885.000
2012	Rp300.000	Rp140.235.000
2013	Rp300.000	Rp141.450.000
2014	Rp300.000	Rp156.225.000
2015	Rp300.000	Rp168.865.000

Sumber: Data Diolah

2. Penetapan harga jual dengan menggunakan *cost plus pricing* hasil keuntungan yang dicapai oleh perusahaan lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual perusahaan. Terlebih lagi dalam perhitungan akuntansi ini telah dimasukkan unsur-unsur biaya yang sebelumnya belum ada atau tidak dimasukkan perhitungan. Laba yang dihasilkan perusahaan juga maksimal karena telah melakukan pengalokasian biaya dengan tepat.

Tabel 6.2 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi *Cost Plus Pricing*

Tahun	Harga Jual CPP	Harga Pokok Produksi
2011	Rp310.000	Rp140.782.750
2012	Rp325.000	Rp142.082.750
2013	Rp325.000	Rp142.947.750
2014	Rp325.000	Rp157.947.750
2015	Rp350.000	Rp170.887.750

Sumber: Data Diolah

- Setelah dilakukan perhitungan perusahaan dan perhitungan akuntansi tentu terdapat perbedaaan salah satunya yang berpngaruh adalah laba rugi perusahaan. Laba rugi perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan. Seperti di bawah ini :

Tabel 6.3 Perbandingan Laba Rugi

Tahun	Menurut Perusahaan	Full Costing	Menurut <i>Cost Plus Pricing</i>
2011	Rp77.409.585	Rp63.700.313	Rp83.500.313
2012	Rp85.512.735	Rp70.862.963	Rp90.539.213
2013	Rp79.719.750	Rp65.960.978	Rp85.760.978
2014	Rp87.813.000	Rp73.273.478	Rp94.893.728
2015	Rp82.823.400	Rp67.950.878	Rp112.500.878

Sumber: Data Diolah

Dengan demikian, perhitungan harga pokok produksi dan harga jual yang dihitung oleh perusahaan belum tepat karena tidak menghitung penyusutan dan biaya administrasi dan umum. Sehingga dapat berpengaruh terhadap harga jual dan laba yang dihasilkan perusahaan.

6.2 Saran

Dengan melihat kesimpulan yang ada, penulis menyarankan sebaiknya perusahaan dapat melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan tepat sehingga harga jual yang ditetapkan pun tepat. Karena keuntungan/laba perusahaan akan tercapai dan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Dengan demikian, secara tidak langsung perusahaan harus mempunyai karyawan yang ahli dalam bidang keuangan, sehingga dapat dengan mudah membaca keadaan keuangan perusahaan, serta dapat membuat perhitungan harga pokok produksi yang sesuai dengan prinsip akuntansi.