

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK
DENGAN METODE *COST PLUS PRICING*
PADA WISNU SHOES**

TUGAS AKHIR/SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

Nama : Nanda Meidiawati Bahar

NIM : 1712098

POLITEKNIK STMI JAKARTA

d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI JAKARTA

Jl. Letjen Suprpto No.26 Cempaka Putih, Jakarta 10510

2016

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR

“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE *COST-PLUS PRICING* PADA PERUSAHAAN WISNU SHOES”

DISUSUN OLEH :

NAMA : NANDA MEIDIAWATI BAHAR

NIM : 171098

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Dan Dipertahankan dalam Tugas Akhir

Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Menyetujui

Jakarta, 22 Agustus 2016

Dosen Pembimbing

(Drs. Mulyono, MM)

NIP. 195309011983031001

POLITEKNIK STMI JAKARTA

d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI JAKARTA

Jl. Letjen Suprpto No.26 Cempaka Putih, Jakarta 10510

2016

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI

JUDUL TUGAS AKHIR :

“ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE COST PLUS PRICING PADA WISNU SHOES”

DISUSUN OLEH

NAMA : NANDA MEIDIAWATI BAHAR

NIM : 1712098

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah diuji Oleh Tim Penguji dalam Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen Bisnis Industri di Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri pada hari Selasa, 20 Oktober 2016

Menyetujui,

Jakarta, 20 Oktober 2016

Penguji 1

Penguji 3

(Drs. Mulyono, MM)

(Dra. Sri Daryuni, MM)

Penguji 2

Penguji 4

(Drs. Marison Sitorus, MM)

(Dr. S. Sukma Adnan, SE, M. Pd)

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Politeknik STMI Jakarta d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri,
Kementerian Perindustrian R.I.

Nama : NANDA MEIDIAWATI BAHAR

NIM : 1712098

Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :

ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE COST-PLUS PRICING PADA WISNU SHOES

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literature 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 Politeknik STMI Jakarta d.h 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, 22 Agustus 2016

Pembuat Pernyataan

(NANDA MEIDIAWATI BAHAR)

ABSTRAK

WISNU SHOES merupakan perusahaan yang bergerak pada industri sepatu, berdiri pada tahun 2007 yang didirikan oleh pasangan suami istri bernama Bapak Rahmat dan Ibu Mus. Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Wisnu Shoes adalah perhitungan biaya produksi dan non produksi serta penentuan harga jual yang belum mencapai target laba sebesar 30% yang diinginkan oleh perusahaan. Metode *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 kebiaya per unit untuk produk, kemudian suatu persentase yang telah ditentukan terlebih dahulu ditambahkan untuk memberikan suatu margin laba, Dengan menganalisis total biaya yang terdapat dalam produksi konfeksi tersebut, maka perusahaan dapat mengetahui berapa harga jual yang harus diterapkan. Dengan perhitungan *Cost-plus Pricing* dapat diketahui bahwa harga jual untuk Wedges dan High Heels pada tahun 2011 adalah Rp.61.223 dan Rp.60.921, tahun 2012 Rp.61.074 dan Rp.60.351, tahun 2013 Rp.62.184 dan Rp.61.491, tahun 2014 Rp.63.666 dan Rp.61.677, dan tahun 2015 Rp.61.909 dan Rp.61.478. Laba perusahaan tahun 2011 Rp100.082.203, tahun 2012 Rp.105.603.224, tahun 2013 Rp.112.000.615, tahun 2014 Rp.120.094.049, dan tahun 2015 Rp.128.580.267. Adapun selisih harga jual perusahaan dan harga jual *cost-plus pricing* untuk wedges dan high heels tahun 2011 Rp.8.662 dan Rp.8.484, tahun 2012 Rp.8.667 dan Rp.8.255, tahun 2013 Rp.8.439 dan Rp.8.068, tahun 2014 Rp.8.252 dan Rp.7.660, tahun 2015 Rp.7.537 dan Rp.7.254. Oleh karena itu apabila perusahaan menggunakan harga jual sesuai dengan perhitungan metode *Cost-plus Pricing* maka tujuan perusahaan yaitu menginginkan laba sebesar 30% dapat tercapai.

Kata kunci : Total Biaya Penuh, dan Harga Jual *Cost-plus Pricing*.

Laba Perusahaan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaannya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir (TA) yang berjudul **“ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE COST-PLUS PRICING PADA WISNU SHOES”** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Pendidikan Diploma IV pada Program Studi Manajemen Bisnis Industri (MBI) di Politeknik STMI Jakarta d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI).

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir (TA) ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Mustofa, ST, MT. Selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta.
2. Drs. Mulyono, MM. Selaku ketua jurusan MBI dan Dosen Pembimbing PKL serta Tugas Akhir penulis yang telah memberikan nasehat dan bimbingan selama tugas akhir dengan sabar mengajarkan penulis yang telah memotivasi penulis untuk menyelesaikan laporan ini.
3. Kedua orang tua dan keluarga, yang telah memberi doa kasih sayang dan dorongan material sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan ini.
4. Bapak Rahmat ,Ibu Mus ,dan Pak Mame, selaku pemilik dan ketua produksi Wisnu Shoes yang telah mengizinkan dan membimbing penulis dalam penelitian untuk penyelesaian laporan ini.
5. Muhammad Ricky yang telah memberikan doa, dukungan,dan motivasi yang tiada henti kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Verena,Santi ,dan Desi yang telah memberikan dukungan dan doa kepada saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Rekan-rekan seperjuangan Manajemen Bisnis Industri (MBI) 2012 yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan.
8. Seluruh Staff Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI) beserta dosen pengajar.
9. Semua pihak yang telah berjasa kepada Penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir (TA) ini masih terdapat banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa

datang. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 22 Agustus 2016

Nanda Meidiawati Bahar

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI.....	ii
LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	v
i	
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	
..1	
PENDAHULUAN.....	
.....1	
1.1Latar Belakang Masalah.....	3
1.2Rumusan Masalah.....	3
1.3Tujuan Penelitian.....	3
1.4Batasan Masalah.....	4
1.5Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	
...6	
PENDAHULUAN.....	
.....6	
2.1 Akuntansi Biaya.....	6
2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya.....	6
2.1.2 Pengertian Biaya.....	6
2.1.3 Penggolongan Biaya.....	8

2.2 Harga Pokok	
Produksi.....	13
2.2.1 Pengertian Harga Pokok	
Produksi.....	14
2.2.2 Unsur Harga Pokok	
Produksi.....	14
2.2.3 Skedul Harga Pokok	
Produksi.....	15
2.2.4 Metode Penentuan Harga Pokok	
Produksi.....	16
2.2.5 Harga Pokok	
Penjualan.....	18
2.3	
Harga.....	18
2.3.1 Pengertian	
Harga.....	19
2.3.2 Tujuan Penetapan	
Harga.....	19
2.4 Harga	
Jual.....	19
2.4.1 Pengertian Harga	
Jual.....	19
2.4.2 Faktor Penentuan Harga Jual	
Produk.....	21
2.4.3 Metode Penentuan Harga Jual	
Produk.....	22
BAB	
III.....	29
METODOLOGI	
PENELITIAN.....	30
3.1 Metode Pengumpulan	
Data.....	30
3.2 Jenis Data yang	
Digunakan.....	31
3.3 Sumber	
Data.....	31
3.4 Metode Analisis	
Data.....	32
3.5 Teknik Analisis	
Data.....	33
BAB	
IV.....	34
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN	
DATA.....	34
4.1 Gambaran Umum	
Perusahaan.....	34

4.1.1 Profil perusahaan.....	34
4.1.2 Visi dan Misi.....	35
4.1.3 Sejarah perusahaan.....	35
4.1.4 Lokasi Perusahaan.....	36
4.1.5 Struktur Organisasi.....	37
4.1.6 Deskripsi Pekerjaan.....	38
4.1.7 Layout Perusahaan.....	39
4.2 Asepek Pemasaran.....	40
4.2.1 Produk Yang Dipasarkan.....	40
4.2.2 Fungsi Pemasaran.....	43
4.3 Aspek Produksi.....	50
4.3.1 Definisi Produk.....	50
4.3.2 Alur Proses Produksi.....	50
4.3.3 Bahan Baku dan Penolong.....	54
4.3.4 Mesin dan Peralatan.....	55
4.4 Aspek personalia.....	57
4.4.1 Sistem Rekuitmen.....	58
4.4.2 Pengenalan dan Orientasi.....	58
4.4.3 Penilaian Kinerja (Evaluasi).....	59
4.4.4 Kesejahteraan Karyawan.....	59
4.4.5 Pemberhentian Kerja.....	60
4.4.6 Produktivitas Tenaga Kerja.....	61
4.5 Aspek Keuangan.....	61
4.5.1 Biaya Investasi.....	62
4.5.2 Penetapan Biaya.....	64

4.5.3 Laporan Laba Rugi	
CPP.....	92
BAB	
V.....	
93	
PEMBAHASAN.....	
.....	93
5.1 Harga Jual	
Perusahaan.....	93
5.2 Harga Jual Cost Plus	
Pricng.....	94
5.3 Selisish Harga Jual Perusahaan dan	
CPP.....	95
5.4 Selisih Penjualan Sebelum dan Sesudah	
CPP.....	96
BAB	
VI.....	
98	
KESIMPULAN DAN	
SARAN.....	98
6.1	
Kesimpulan.....	
...98	
6.2	
Saran.....	
...99	
DAFTAR	
PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	
.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Jual Produk.....	39
Tabel 4.2 Biaya Packaging.....	46
Tabel 4.3 Data Mesin dalam Proses.....	56
Tabel 4.4 Daftar Tenaga Kerja.....	57
Tabel 4.5 Data Upah Karyawan.....	58
Tabel 4.6 Biaya Investasi.....	62
Tabel 4.7 Jumlah Produk.....	64
Tabel 4.8 Biaya Bahan Baku Wedges.....	69
Tabel 4.9 Biaya Bahan Baku High Heels.....	69
Tabel 4.10 Total Biaya Bahan Baku.....	70
Tabel 4.11 Biaya Bahan Penolong.....	70
Tabel 4.12 Biaya Tenaga Kerja.....	76
Tabel 4.13 Biaya Overhead Pabrik Variabel.....	76
Tabel 4.14 Biaya Penyusutan.....	81
Tabel 4.15 Biaya Overhead Pabrik Tetap.....	82
Tabel 4.16 Biaya Pemasaran.....	83
Tabel 4.17 Biaya Administrasi & Umum.....	84
Tabel 4.18 Harga Pokok Penjualan Wedges.....	84
Tabel 4.19 Harga Pokok Penjualan High Heels.....	85
Tabel 4.20 Biaya Penuh Wedges.....	85
Tabel 4.21 Biaya Penuh High Heels.....	86
Tabel 4.24 Data Penjualan Cost Plus Pricing.....	86
Tabel 4.25 Laba Rugi Wedges Setelah CPP.....	87
Tabel 4.26 Laba Rugi Heels Setelah CPP.....	87
Tabel 5.1 Harga Jual Wedges.....	88
Tabel 5.2 Harga Jual Heels.....	89
Tabel 5.3 Harga Jual Wedges Setelah CPP.....	90
Tabel 5.4 Harga Jual Heels Setelah CPP.....	91
Tabel 5.5 Selisih Harga Sepatu.....	92
Tabel 5.6 Selisih Harga High Heels.....	93
Tabel 5.7 Data Penjualan Wedges Sebelum CPP.....	94
Tabel 5.8 Data Penjualan Heels Sebelum CPP.....	95
Tabel 5.9 Data Penjualan Wedges Setelah CPP.....	96
Tabel 5.10 Data Penjualan Heels Setelah CPP.....	96
Tabel 6.1 Harga Jual Setelah CPP.....	96
Tabel 6.2 Selisih Harga setelah CPP.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	36
Gambar 4.2 Layout Wisnu Shoes.....	38
Gambar 4.3 Mobil Kantor.....	45
Gambar 4.4 Produk Wedges.....	48
Gambar 4.5 Produk High Heels.....	49
Gambar 4.6 Proses Produksi.....	49
Gambar 4.7 Menggambar Pola.....	50
Gambar 4.8 Penjiplakan dan Pemotongan Bahan.....	50
Gambar 4.9 Penyatuan Upper Material.....	51
Gambar 4.10 Proses Assembling.....	51
Gambar 4.11 Proses Finishing.....	52
Gambar 4.12 Proses Packaging.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat yang cukup pesat dalam dunia usaha, sehubungan dengan itu banyak industri baru berdiri dan kembalinya industri yang direhabilitasi, maka berakibat timbulnya persaingan yang ketat diantara industri-industri tersebut, terutama persaingan antar industri sejenis. Hal tersebut bagi usaha kecil merupakan ancaman yang harus segera ditindak lanjuti karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya, mengingat penjualan dari produk yang dihasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi badan usaha atau usaha kecil tersebut.

Pada industri kecil umumnya banyak kendala yang dimiliki terutama di bagian keuangan dimana perusahaan-perusahaan klasik yang kerap kali terjadi. Permasalahan tersebut antara lain pembukuan yang kurang jelas, harga pokok produksi dan penetapan harga jual produk. Beberapa hal tersebut harus segera diatasi dengan penetapan harga jual produk yang diperoleh dari penghitungan harga pokok produk yang ditambah dengan berapa % keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Pada hakikatnya setiap usaha yang didirikan mempunyai harapan dikemudian hari, misalnya mengharapkan perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan usaha pada dasarnya menginginkan tercapainya satu tujuan yaitu memperoleh laba dan menjaga kontinuitas usahanya.

Pencapaian laba dapat dilakukan oleh industri kecil dengan berbagai cara antara lain penentuan harga jual, efisiensi biaya produksi dan berbagai cara lainnya yang berkaitan dengan pencapaian laba. Harga jual suatu produk merupakan salah satu faktor penting di samping faktor-faktor lain yang harus diperhatikan dalam bisnis di industri kecil, Seorang pelanggan atau konsumen seringkali mempertimbangkan harga dalam membuat keputusan apakah ia akan membeli suatu produk atau tidak. Walaupun tidak jarang juga kualitas lebih diunggulkan daripada harga, namun tidak dapat dipungkiri bahwa harga sangat berperan dalam proses pembuatan keputusan pembelian barang konsumen. Untuk mengatasi hal itu, badan usaha dituntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan, yaitu dengan cara penentuan harga jual.

Perusahaan Wisnu Shoes selama ini hanya memperhitungkan laba dengan menggunakan presentase keuntungan dari biaya bahan baku yang dikeluarkan perusahaan, tanpa menyertakan biaya administrasi dan biaya pemasaran sebagai penentuan harga jual. Apabila perhitungan harga pokok produksi kurang tepat, maka akan berakibat terjadinya kesalahan dalam penentuan harga jual produk. Jika nantinya harga produk terlalu tinggi untuk dijual maka produk tidak diminati oleh konsumen. Sebaliknya, jika harga produk terlalu rendah memang akan menarik minat konsumen untuk membeli produknya, tetapi hasil penjualan tersebut tidak akan mampu untuk menutup biaya produksi jika keadaan ini terus berlanjut dan pada akhirnya dapat menyebabkan kebangkrutan pada perusahaan.

Umumnya dalam menentukan harga jual yang menjadi tolak ukur adalah harga pokok produk. Harga pokok produksi adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan di atas dalam sebuah penulisan ilmiah dengan judul **“ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE COST-PLUS PRICING PADA WISNU SHOES”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana perusahaan menentukan harga jual produk ?
2. Bagaimana penentuan harga jual produk Wisnu Shoes dengan metode Cost Plus Pricing ?
3. Apakah ada perbedaan penentuan harga jual perusahaan dengan penentuan harga jual menggunakan metode Cost Plus Pricing ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar perhitungan harga jual produk perusahaan.

2. Untuk mengetahui seberapa besar perhitungan harga jual produk dengan metode Cost Plus Pricing.
3. Untuk mengetahui perbedaan penentuan harga jual perusahaan dengan penentuan harga jual menggunakan metode Cost Plus Pricing.

1.4 Batasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis hanya membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Perhitungan harga jual perusahaan
2. Perhitungan harga jual perusahaan dengan metode Cost Plus Pricing.
3. Perbedaan perhitungan harga jual perusahaan dengan perhitungan harga jual perusahaan menggunakan metode Cost Plus Pricing.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan
Perusahaan dapat mengetahui apakah penghitungan biaya produksi sudah tepat dan dampaknya terhadap harga jual produk yang ditetapkan.
2. Bagi Penulis
Manfaat diadakannya penelitian ini bagi penulis adalah sebagai tambahan pengalaman, dan dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan.
3. Bagi Pembaca
Manfaat diadakannya penelitian ini bagi pembaca adalah sebagai sumber informasi tambahan dan bahan referensi bagi para akademisi dalam menyusun tugas akhir.
4. Bagi STMI
Dapat menambah referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai analisis perhitungan harga pokok produksi.

1.6 Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini akan dituangkan ke dalam buku laporan penelitian yang disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

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

BAB II: LANDASAN TEORI

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

BAB III:METODOLOGI PENELITIAN

Berisi langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada

BAB IV: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

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

BAB V: ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Akuntansi Biaya

2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Supriyono (2011 : 12) menyatakan bahwa akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistematis serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya.

2.1.2 Pengertian Biaya

Menurut Fuad dkk (2006 : 153), biaya yaitu satuan nilai yang dikorbankan dalam suatu proses produksi untuk mencapai suatu hasil produksi. Beban arus barang dan jasa, yang dibebankan kepada pendapatan (*revenue*) untuk menentukan laba (*income*), atau harga perolehan yang dikorbankan dalam rangka memperoleh penghasilan dan dipakai sebagai pengurang penghasilan disebut beban (*expense*), sedangkan nilai uang dari alat-alat produksi yang dikorbankan disebut harga pokok.

Pengertian biaya dalam artian luas dan sempit menurut Mulyadi (2012 : 8) yaitu: Dalam artian luas adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan dalam arti sempit adalah merupakan bagian dari harga pokok yang dikorbankan di dalam usaha untuk memperoleh penghasilan, sedangkan harga pokok dapat pula disebut sebagai bagian dari harga perolehan. atau harga beli aktiva yang ditunda pembebanannya dengan realisasi penghasilan.

Istilah biaya dalam akuntansi, didefinisikan sebagai pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan barang atau jasa, pengorbanan mungkin diukur dalam kas, aktiva yang ditransfer, jasa yang diberikan dan lain-lain, hal ini diperkuat oleh pendapat Witjaksono (2013 : 6) mengemukakan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan sumber daya untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Berdasarkan dari definisi-definisi diatas tentang biaya maka digunakan akumulasi data biaya untuk keperluan penilaian persediaan dan untuk penyusunan laporan-laporan keuangan. Data biaya jenis ini bersumber pada buku-buku dan catatan perusahaan. Tetapi, untuk keperluan perencanaan analisis dan pengambilan keputusan, kita sering harus berhadapan dengan masa depan dan berusaha menghitung biaya terselubung (*imputed cost*), biaya deferensial, biaya kesempatan (*oppurtunity cost*) yang harus didasarkan pada sesuatu yang lain dari biaya masa lampau. Oleh sebab itu merupakan persyaratan dasar bahwa biaya harus kita artikan dalam hubungannya dengan tujuan dan keperluan penggunaannya. Suatu permintaan akan data biaya harus disertai dengan penjelasan mengenai tujuan dan keperluan

penggunaannya, karena data biaya yang sama belum tentu dapat memenuhi semua tujuan dan keperluan.

Pengumpulan, penyajian dan analisis data biaya harus dapat memenuhi tujuan-tujuan dan keperluan-keperluan dasar berikut ini:

1. Perencanaan rugi-laba dengan perantara budget

Perencanaan berhubungan dengan masa depan perusahaan. Akuntansi biaya bertugas menyediakan atau membuat budget biaya-biaya yang diperkirakan untuk bahan, upah, gaji dan biaya-biaya lainnya yang perlu untuk memproduksi dan memasarkan produk perusahaan.

2. Pengawasan biaya melalui *responsibility accounting*

Dasar-dasar yang berikut ini hendaknya diperhatikan dalam melakukan pengawasan biaya :

- a. Penentuan tanggung jawab untuk pengawasan
- b. Pembatasan tugas pengawasan seseorang pada biayanya sendiri
- c. Laporan hasil-hasil yang dicapai

3. Mengukur laba tahunan atau laba periodik, termasuk hitung pokok persediaan

Mengukur laba tahunan atau laba periodik berarti memasang-masangkan biaya yang telah jatuh tempo (*matching of expired costs*) dengan pendapatan. Proses memasang-masangkan tersebut mengharuskan diadakannya pemisahan antara biaya-biaya jangka pendek dan biaya-biaya jangka panjang.

4. Membantu penentuan harga jual dan kebijaksanaan harga

Penentuan harga jual yang akan memberikan laba pada perusahaan menuntut adanya pengetahuan tentang biaya-biaya produk dalam hubungannya dengan volume. Dalam tahapan perencanaan, pengetahuan mengenai tingkat biaya di masa yang akan datang, berikut tingkat potongan-potongan yang harus diberikan, pada tingkat produksi dan penjualan yang berfluktuasi akan sangat membantu pimpinan perusahaan.

5. Menyediakan data yang diperlukan untuk keperluan analisis dan pengambilan keputusan.

Perencanaan perusahaan sebagaimana digambarkan oleh budget jangka panjang mengharuskan dilakukannya strategi usaha yang meliputi jangka waktu lebih dari satu tahun. Untuk melaksanakan strategi jangka panjang, pimpinan perusahaan harus melakukan keputusan-keputusan dan perubahan-perubahan taktis yang menyangkut pilihan diantara berbagai alternatif tindakan yang dapat diambil. Akuntansi biaya mungkin diminta untuk menghitung biaya-biaya yang berbeda-beda dan harga-harga

yang berbeda-beda untuk keperluan dan tujuan yang berbeda pula. Perubahan dalam metode produksi, penggantian peralatan, menerima atau menolak suatu order, kesemuanya itu menuntut dilakukannya perhitungan biaya-biaya dan pendapatan yang harus disesuaikan dengan situasi dan kebutuhan.

2.1.3 Penggolongan Biaya

Penggolongan adalah proses mengelompokkan secara sistematis atas keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih punya arti atau lebih penting. Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang akurat dan tepat bagi manajemen dalam mengelola perusahaan atau divisi secara efektif. Oleh karena itu dalam penggolongan biaya tergantung untuk apa biaya tersebut digolongkan, untuk tujuan yang berbeda diperlukan cara penggolongan biaya yang berbeda pula, atau tidak ada satu cara penggolongan biaya yang dapat dipakai untuk semua tujuan menyajikan informasi biaya.

Berikut ini akan dibahas beberapa cara penggolongan biaya yang sering dilakukan.

1. Penggolongan Biaya sesuai dengan Fungsi Pokok dari Kegiatan/Aktivitas Perusahaan
Fungsi pokok dari kegiatan perusahaan-perusahaan dapat digolongkan ke dalam biaya produksi dan biaya non-produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Sedangkan biaya non-produksi terdiri dari biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, dan biaya keuangan. Adapun penjelasan lebih rinci adalah sebagai berikut.

- a. Biaya produksi

Biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam:

1. Biaya bahan baku

Bahan adalah barang yang akan diproses atau diolah menjadi produk selesai, atau barang yang akan merupakan bagian dari produk selesai. Bahan dapat digolongkan ke dalam bahan baku (*direct material*) dan bahan penolong (*indirect material*). Bahan baku adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk selesai dan pemakaiannya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya atau merupakan bagian integral pada produk tertentu. Biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai di dalam

pengolahan produk. Bahan penolong adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk selesai tetapi pemakaiannya tidak dapat diikuti jejak atau manfaatnya pada produk selesai tersebut, atau nilainya relatif kecil sehingga meskipun dapat diikuti jejak pemakaiannya menjadi tidak praktis atau bermanfaat. Biaya bahan penolong adalah harga perolehan bahan penolong yang dipakai di dalam pengolahan produk. Dalam menghitung harga pokok produk, biaya bahan penolong diperlakukan sebagai elemen biaya *overhead* pabrik.

2. Biaya tenaga kerja langsung

Tenaga kerja adalah semua karyawan perusahaan yang memberikan jasa kepada perusahaan. Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Biaya tenaga kerja di pabrik digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*) adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan. Biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*) adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasi atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.

3. Biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*)

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

b. Biaya non-produksi

Biaya non-produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non-produksi ini disebut dengan biaya komersial atau biaya operasi, yang terdiri dari biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, dan biaya keuangan.

1. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran atau biaya penjualan adalah biaya yang dikeluarkan apabila produk selesai dan siap dipasarkan ke tangan konsumen. Contohnya yaitu biaya iklan, promosi, pengiriman barang, gaji bagian penjualan, dll.

2. Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang dikeluarkan dalam hubungan dengan kegiatan penentu kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Contohnya yaitu gaji pimpinan, gaji administrasi kantor, sewa kantor, penyusutan kantor, biaya alat tulis, dll.

3. Biaya keuangan

Biaya keuangan adalah biaya yang muncul dalam melaksanakan fungsi-fungsi keuangan. Contohnya yaitu biaya bunga.

2. Penggolongan Biaya sesuai dengan TendensiPerubahannya terhadap Aktivitas atau Kegiatan atau Volume

Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahan biaya terhadap kegiatan dapat dikelompokkan menjadi:

a. Biaya tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.

b. Biaya variabel (*variable cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel.

c. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding.

3. Penggolongan Biaya sesuai dengan Obyek atau Pusat Biaya yang Dibiayai

Penggolongan biaya atas dasar objek biaya atau pusat biaya dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada obyek atau pusat biaya tertentu.

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada obyek atau pusat biaya tertentu, atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa obyek atau pusat biaya.

4. Penggolongan Biaya sesuai dengan Periode Waktu

Penggolongan biaya sesuai dengan periode waktu, biaya dapat digolongkan ke dalam elemen berikut ini:

a. Biaya pengeluaran modal

Biaya pengeluaran modal adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat di masa depan dan dalam jangka waktu yang panjang dan dilaporkan sebagai aktiva. Contohnya yaitu pembelian mesin dan peralatan.

b. Biaya pengeluaran pendapatan

Biaya pengeluaran pendapatan adalah biaya yang memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban. Contohnya yaitu mesin atau peralatan yang dibeli apabila dikonsumsi akan kehilangan kegunaan dan akan menimbulkan apa yang disebut dengan penyusutan. Penyusutan ini disebut sebagai pengeluaran pendapatan yang akan dilaporkan sebagai beban.

5. Penggolongan Biaya sesuai dengan Tujuan Pengambilan Keputusan

Untuk tujuan pengambilan keputusan oleh manajemen, biaya dapat dikelompokkan di dalam:

a. Biaya relevan

Biaya relevan adalah biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan.

b. Biaya tidak relevan

Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, biaya ini tidak perlu diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan.

6. Penggolongan Biaya untuk Tujuan Pengendalian Biaya

Untuk pengendalian biaya informasi biaya yang ditujukan kepada manajemen dikelompokkan ke dalam:

a. Biaya Terkendalikan (*Controllable Cost*)

Biaya terkendalikan adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu.

b. Biaya Tidak Terkendalikan (*Uncontrollable Cost*)

Biaya tidak terkendalikan adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan/pejabat tertentu berdasar wewenang yang dia miliki atau tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pejabat dalam jangka waktu tertentu.

2.2 Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi meliputi keseluruhan bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa. Harga pokok produksi terdiri atas tiga komponen utama, yaitu :

1. Bahan baku langsung yang meliputi : biaya pembelian bahan, potongan pembelian, biaya angkut pembelian, biaya penyimpanan, dan lain-lain.
2. Tenaga kerja langsung yang meliputi semua biaya upah karyawan yang terlibat secara langsung dalam proses pembuatan bahan baku menjadi barang jadi atau barang yang siap dijual.
3. Biaya *overhead* pabrik meliputi semua biaya-biaya diluar dari biaya perolehan biaya bahan baku langsung dan upah langsung.

2.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi menurut, Winwin dan Ilham (2008) harga pokok produksi yaitu biaya barang yang telah diselesaikan selama satu periode. Haryono (2005), menyatakan bahwa harga pokok produksi adalah biaya untuk menghasilkan produk pada perusahaan manufaktur, Hansen dan Mowen (2004:48) harga pokok produksi, adalah mewakili jumlah biaya barang yang diselesaikan pada periode tertentu.

2.2.2 Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

Unsur unsur biaya dalam laporan harga pokok produksi biasanya terbagi menjadi tiga kelompok besar biaya yaitu bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

1. Biaya Bahan Baku Langsung (*Direct Material Cost*)

Menurut Mulyadi (2010:275) Bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian menyeluruh produk jadi. Bahan baku yang diolah dalam perusahaan manufaktur dapat diperoleh dari pembelian lokal, impor atau dari pengolahan sendiri.

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*Direct Labor Cost*)

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2010:12) Biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengkonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

3. Biaya Overhead (*Overhead Cost*)

Menurut Carter (2009:40) Biaya overhead pabrik terdiri atas semua biaya manufaktur yang tidak secara langsung ditelusuri ke output tertentu. Misalnya biaya energi bagi pabrik seperti gas, listrik, minyak dan sebagainya.

2.2.3 Skedul Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi		
Persediaan awal bahan mentah	xxx	
(+) Pembelian bahan mentah	xxx	
Total bahan mentah tersedia	xxx	
Bahan mentah digunakan dalam produksi	xxx	
(-) Bahan baku tidak langsung termasuk dalam overhead pabrik	(xx)	(xx)
Tenaga Kerja Langsung	xxx	
Overhead pabrik yang dibebankan ke barang dalam proses	xxx	
Total biaya produksi	xxx	
(+) Persediaan awal akhir barang dalam proses .	xxx	
(-) Persediaan akhir barang dalam proses	(xxx)	
Harga Pokok Produksi	xxx	
Persediaan awal barang jadi	xxx	
Barang tersedia untuk dijual	xxx	
(-) Persediaan akhir barang jadi	(xxx)	

Harga pokok penjualan	xxx
-----------------------	-----

2.2.4 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Sebagaimana telah dijelaskan dalam sub-sub terdahulu, maka unsur-unsur harga pokok dapat digolongkan sebagai :

1. Biaya bahan baku langsung, yakni biaya yang dipergunakan untuk memperoleh bahan baku untuk diproses, sampai terbentuknya barang jadi atau barang setengah jadi.
2. Biaya tenaga kerja atau upah langsung, yakni biaya yang secara langsung dikeluarkan atau terjadi untuk mengerjakan bahan baku menjadi barang jadi.
3. Biaya produksi tidak langsung, yakni biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung dan semua biaya produksi yang tidak dapat secara langsung dibebankan kepada suatu unit, pekerja atau produk tertentu.

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan, yaitu *full costing* dan *variabel costing*.

1. *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Menurut LM Samryn, full costing adalah metode penentuan harga pokok yang memperhitungkan semua biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan overhead tanpa memperhatikan perilakunya. Pendekatan full costing yang biasa dikenal sebagai pendekatan tradisional menghasilkan laporan laba rugi dimana biaya-biaya di organisir dan disajikan berdasarkan fungsi-fungsi produksi, administrasi dan penjualan. Laporan laba rugi yang dihasilkan dari pendekatan ini banyak digunakan untuk memenuhi pihak luar perusahaan, oleh karena itu sistematikanya harus disesuaikan dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum untuk menjamin informasi yang tersaji dalam laporan tersebut.

Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Pendekatan Full Costing

Biaya bahan baku

xxx

Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik tetap	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Harga pokok produksi	xxx

2. Variable Costing

Variabel Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel ditambah dengan biaya nonproduksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya overhead pabrik tetap, biaya pemasaran tetap dan biaya administrasi dan umum tetap). Dengan demikian harga pokok produksi menurut metode variabel costing terdiri dari unsur biaya produksi seperti berikut ini:

Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Pendekatan Variabel Costing

Harga pokok produk menurut metode variable costing terdiri dari ;

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

2.2.5 Harga Pokok Penjualan

Harga pokok penjualan (HPP) adalah salah satu komponen dari laporan laba rugi, yang menjadi perhatian manajemen perusahaan dalam mengendalikan operasional perusahaan. Umumnya terdapat temuan 3 macam harga pokok, yaitu harga pokok persediaan, harga pokok produksi dan harga pokok penjualan. Ketiganya adalah penting, namun dalam pengambilan keputusan perlu jelas harga pokok mana yang dimaksud. Permasalahan itu timbul karena perbedaan kebutuhan masing-masing tingkat manajemen. Manajer bagian pembelian (Purchase Manager) lebih fokus pada harga pokok persediaan, manajer produksi (production manager) atau manajer operasional (Operation Manager) lebih fokus pada harga pokok produksi.

Manajemen tingkat puncak tentunya akan lebih cenderung fokus pada harga pokok penjualan. Komponen yang paling besar dalam operasional perusahaan pada perusahaan dagang maupun perusahaan industri adalah persediaan. Karena harga pokok persediaan adalah bagian dari persediaan yang telah di gunakan, jadi perhatian lebih besar di tujukan pada harga pokok persediaan cukup beralasan. Namun hal itu tidak cukup bagi manajer operasional karena komponen biaya produksi baik biaya tenaga kerja langsung maupun biaya overhead pabrik juga merupakan komponen penting yang berada dalam ruang lingkup tugasnya. Karena itu manajer produksi atau manajer operasional pada perusahaan industri akan fokus pada harga pokok produksi yaitu harga pokok persediaan di tambah biaya produksi. Perusahaan jasa tidak memiliki kedua komponen tersebut sehingga pada perusahaan jasa jelas hanya harga pokok yang terdiri dari biaya biaya operasional.

2.3 Harga

2.3.1 Pengertian Harga

Harga menurut Djaslim Saladin (2002:95) adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Sedangkan menurut Basu Swastha dan Irawan (2005:241) harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk pelayanannya.

Pendapat para ahli diatas menunjukkan bahwa uang digunakan sebagai alat untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu produk. Selain itu dengan harga kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual kepada pembeli.

2.3.2 Tujuan Peetapan Harga

Menurut Kotler (2012:132), tujuan penetapan harga antara lain:

1. Perusahaan menyusun tujuan pemasarannya, misalnya meningkatkan laba, memenangkan bagian pasar atau kualitas produk
2. Perusahaan menentukan kurva permintaan yang memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan terjual per periode.
3. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda-beda.
4. Perusahaan mengamati harga-harga para pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri.
5. Perusahaan memilih metode penetapan harga. Perusahaan memilih harga akhir.

2.4 Harga Jual

2.4.1 Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Hansen dan Mowen (2001:633) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Menurut Mulyadi (2012 :78) “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut Garrison dan Norren (2000 : 283), harga penjualan suatu produk sangat dipengaruhi oleh biaya produksi. Seperti yang kita ketahui bahwa biaya produksi merupakan faktor yang sangat menentukan tinggi atau rendahnya harga produk yang akan dihasilkan atau ditawarkan kepada konsumen. Jika salah satu biaya produksi seperti biaya bahan baku melambung tinggi maka perusahaan harus mengambil keputusan yaitu tetap memproduksi

produk dengan jumlah unit produk yang sama tetapi dengan menaikkan harga jual dari produk tersebut, kedua menurunkan jumlah unit produk yang diproduksi dengan tidak merubah harga jual produk.

Dengan adanya perubahan atau peningkatan biaya produksi maka akan lebih relevan bila hal tersebut dikaitkan dengan pencapaian tujuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan, serta pengaruhnya terhadap harga dan volume penjualan produk pada perusahaan tersebut.

Penetapan harga jual merupakan masalah yang paling rumit sehingga memerlukan kerja sama dan koordinasi dari ahli-ahli statistik, pemasaran, teknik industri, dan akuntansi. Penempatan harga jual memerlukan banyak fakta yang sebagian diantaranya tidak dapat dikendalikan. Penetapan harga jual yang salah sering berakibat fatal pada masalah keuangan.

Harga jual yang ditetapkan harus mampu menentukan semua biaya yang menghasilkan laba jangka panjang sehingga dapat menghasilkan return yang wajar bagi para pemilik perusahaan serta mempertahankan dan mengembangkan perusahaan.

Titik berat daripada proses penetapan harga adalah harga pada berbagai pasar. Untuk ini, harga suatu barang mungkin merupakan struktur yang kompleks dari pada syarat-syarat penjualan yang saling berhubungan. Setiap perubahan dari pada struktur tersebut merupakan keputusan harga dan akan mengubah pendapatan yang diperoleh. Peranan perusahaan dalam proses penetapan harga jual barangnya sangat berbeda-beda, tergantung dari pada bentuk pasar yang dihadapinya. Menurut Soemarso (2005 :182) ada tiga bentuk penetapan harga jual, yakni :

1. Penetapan harga jual oleh pasar (*Market Pricing*)

Dalam bentuk penetapan harga jual ini, penjual tidak dapat mengontrol samasekali harga yang dilempar di pasaran. Harga disini betul-betul ditetapkan oleh mekanisme penawaran dan permintaan. Dalam keadaan seperti ini, penjual tidak bisa menetapkan harga jual.

2. Penetapan harga jual oleh pemerintah (*Government Controlled Pricing*)

Dalam beberapa hal, pemerintah berwenang untuk menetapkan harga barang/jasa, terutama untuk barang/jasa yang menyangkut kepentingan umum. Perusahaan/penjualan yang bergerak dalam eksploitasi barang/jasa tersebut di atas tidak dapat menetapkan harga jual barang/jasa.

3. Penetapan harga jual yang dapat dikontrol oleh perusahaan (*Administered or Business controlled pricing*)

Pada situasi ini, harga ditetapkan sendiri oleh perusahaan. Penjual menetapkan harga dan pembeli boleh memilih “membeli atau tidak”. Harga ditetapkan oleh keputusan dan kebijaksanaan yang terdapat dalam perusahaan, walaupun faktor-faktor mekanisme penawaran dan permintaan, serta peraturan-peraturan pemerintah tetap diperhatikan. Sampai seberapa jauh perusahaan dapat menetapkan harga, tergantung pada tingkat diferensiasi produk, besar perusahaan dan persaingan.

2.4.2 Faktor-Faktor Penentuan Harga Jual

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Strategi secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan lingkungan eksternal.

1. Faktor Internal Perusahaan

- a. Tujuan Pemasaran Perusahaan Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga jual adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab social dan lain-lain.
- b. Strategi Bauran Pemasaran Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.
- c. Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.
- d. Organisasi Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

a. Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar memperhatikan sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.

b. Persaingan

Kekuatan pokok yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri ada lima, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:

- Jumlah perusahaan dalam industri
- Ukuran relatif setiap anggota dalam industry
- Diferensiasi produk
- Kemudahan untuk memasuki industri tersebut.

c. Unsur-Unsur Lingkungan Eksternal lainnya

Selain faktor-faktor tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), kebijakan dan peraturan Pemerintah dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).

2.4.3 Metode Penetapan Harga Jual Produk

Umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Karena dengan penentuan harga jual yang bersaing maka akan dapat meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu perlunya perusahaan dapat mempertahankan harga jual yang telah ditetapkan. Sebab dengan harga jual yang tinggi maka akan dapat mempengaruhi permintaan produk dan penjualan.

Pada dasarnya, dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Di samping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai, sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa.

Informasi biaya penuh memberikan manfaat berikut ini bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual :

1. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan.
2. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

3. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melihat struktur biaya perusahaan pesaing.
4. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

Harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi. Dalam keadaan khusus, harga jual produk tidak dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya penuh, setiap harga jual di atas biaya variabel telah memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Ada empat metode penentuan harga jual menurut Sunarto (2002 : 134) yaitu :

1. Penentuan harga jual normal (*normal pricing*),
2. *Cost Plus Pricing*,
3. Penentuan harga jual per unit,
4. Penentuan harga jual waktu dan bahan (*time and material pricing*)

Untuk lebih jelasnya keempat penentuan harga jual akan diuraikan satu persatu berikut ini :

1. Penentuan harga jual normal (*Normal Pricing*)

Manajer penentu harga jual memerlukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentuan harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark-up* (tambahan di atas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut :

Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan

Dua contoh penentuan harga jual dalam keadaan normal :

- a. Penentuan harga jual dalam perusahaan manufaktur
 - b. Penentuan harga jual dalam perusahaan yang menjual waktu, bahan dan suku cadang dalam pelayanan pelanggannya.
2. *Cost Plus Pricing*

Cost plus pricing adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diterapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan

memasarkan produk. Harga jual berdasarkan *cost-plus pricing* dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal tersebut di atas, yaitu :

<p>Harga jual = Taksiran biaya penuh + Laba yang diharapkan</p>
--

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini : taksiran biaya dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya dihitung dengan dua pendekatan : *full costing* dan *variable costing*. Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari :

Biaya bahan baku	Xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	Xxx	
Biaya overhead pabrik (variabel + tetap)	Xxx	
Taksiran total biaya produksi		Xxx
Biaya administrasi dan umum	Xxx	
Biaya pemasaran	Xxx	
Taksiran total biaya komersial		Xxx
Taksiran biaya penuh		Xxx

Gambar 1. Unsur Biaya Penuh dengan Pendekatan *Full Costing*(Sunarto, 2002 : 135).

Dalam pendekatan *variabel costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur seperti berikut :

Biaya variabel		
Biaya bahan baku	Xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	Xxx	
Biaya overhead pabrik variabel	Xxx	
Taksiran total biaya produksi variabel		Xxx
Biaya administrasi dan umum	Xxx	
Biaya pemasaran	Xxx	
Taksiran total biaya komersial		xxx

Biaya tetap		
Biaya overhead pabrik tetap	Xxx	
Biaya administrasi dan umum tetap	Xxx	
Biaya pemasaran tetap	Xxx	
Taksiran total biaya tetap		Xxx
Taksiran biaya penuh		xxx

Unsur yang diperhitungkan dalam harga jual adalah laba yang diharapkan. Harga jual harus dapat menutup biaya penuh dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Untuk memperkirakan berapa laba wajar yang diharapkan, manajer penentu harga jual perlu mempertimbangkan :

a. *Cost of capital*

Cost of capital merupakan biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan dalam perusahaan. Besarnya *cost of capital* sangat dipengaruhi oleh sumber aktiva yang ditanamkan dalam perusahaan.

b. Risiko bisnis

Semakin besar risiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan, semakin besar persentase yang ditambahkan pada *costofcapital* di dalam memperhitungkan laba yang diharapkan. Jika risiko bisnis besar, maka persentase laba yang ditambahkan di atas *costofcapital* menjadi lebih besar bila dibandingkan dengan bisnis yang berisiko rendah.

c. Besarnya *capital employed*

Jumlah investasi yang ditanamkan untuk memproduksi dan memasarkan produk atau jasa merupakan faktor yang menentukan besarnya laba yang diharapkan, yang diperhitungkan dalam harga jual. Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa, semakin besar pula laba yang diharapkan dalam perhitungan harga jual. Data besarnya *capitalemployed* secara kasar dapat dilihat dari jumlah aktiva yang tercantum dalam neraca awal tahun anggaran atau taksiran rata-rata total aktiva selama tahun anggaran, untuk perhitungan harga jual yang akan berlaku dalam tahun anggaran yang bersangkutan.

3. Perhitungan harga jual per unit

Biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua yaitu biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk 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 ditambah laba yang diharapkan digunakan untuk kepentingan perhitungan persentase *mark-up*. Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini (Sunarto, 2002 : 137):

Harga jual per unit = biaya yang berhubungan langsung dengan volume per unit + (persentase *mark-up* x biaya yang berhubungan langsung dengan volume per unit).

Terdapat perbedaan konsep langsung dan tidak langsung biaya dengan volume antara metode *full costing* dengan metode *variable costing*. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah berupa biaya non produksi. Rumus perhitungan harga jual per unit menurut pendekatan *full costing* sebagai berikut :

Biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk	xx
Markup % dan biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk	xx (+)
Total harga jual produk atau jasa	xx
Volume produk atau jasa	xx (x)
Harga jual produk atau jasa pertahun	xx
Markup dihitung dengan menggunakan formula berikut ini :	
Biaya penuh yang tidak langsung berhubungan dengan volume produk	xx
Laba yang diharapkan	xx (+)
Jumlah	xx

4. Penentuan Harga jual waktu dan bahan (*time and material pricing*)

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

Banyak faktor yang saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap harga jual sehingga perlu dipertimbangkan di dalam penentuan harga jual. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah :

- a. Tujuan perusahaan, khususnya laba dan *return on investment* (ROI) yang diharapkan
- b. Biaya, khususnya biaya masa depan
- c. Pendapatan yang diharapkan
- d. Jenis produk atau jasa yang dijual
- e. Jenis industry
- f. Citra atau kesan masyarakat
- g. Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang, keputusan, peraturan dan kebijakan pemerintah
- h. Tindakan atau reaksi pesaing
- i. Tipe pasar yang dihadapi
- j. Trend ekonomi
- k. Gaya manajemen
- l. Tujuan nonlaba (nirlaba)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperlukan dilakukan dengan melakukan penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun metode yang dipakai adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti penulis adalah usaha kecil menengah yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan.

2. Data Variabel

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan keuangan WISNU SHOES.

3. Teknik Pengumpulan Data/Variabel

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif analitis yang merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan yang lain. Langkah- langkah yang dilakukan yaitu :

a. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Pengumpulan data diambil dari hasil buku-buku bahan kuliah yang memuat teori-teori yang berhubungan dengan teknik dan metode pengendalian kualitas, serta penerapannya dalam perusahaan. Hal ini dilakukan sebagai bekal untuk memperkuat landasan teori dari Tugas Akhir ini.

b. Penelitian lapangan (*field research*)

Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan penelitian langsung dengan pihak perusahaan, yaitu dengan cara sebagai berikut:

c. Wawancara (*Interview*)

Interview atau wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan maupun karyawan di Wisnu Shoes.

d. Observasi (*observation*)

Merupakan kegiatan memperhatikan, mencatat kejadian - kejadian yang terjadi, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam kejadian tersebut.

3.2 Jenis Data yang Digunakan

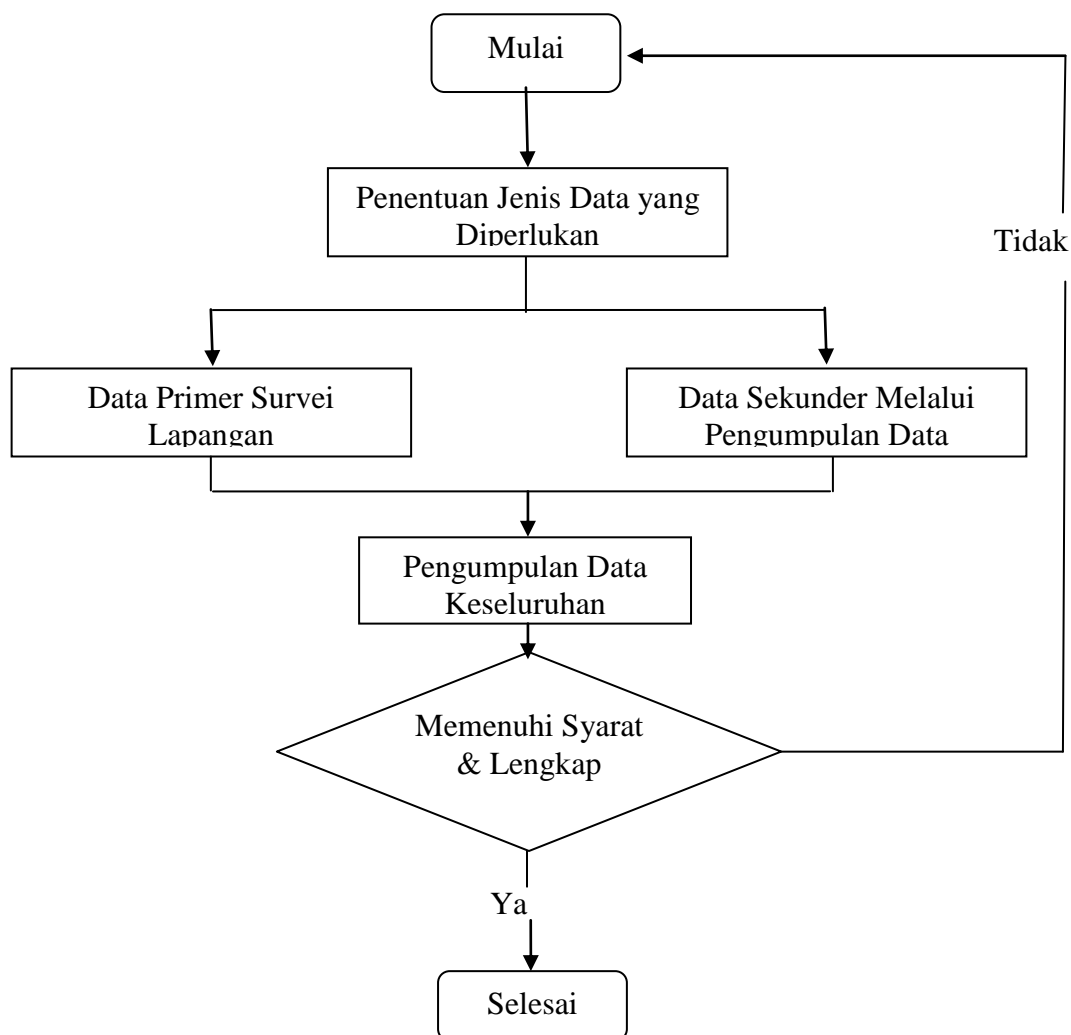
Untuk menghitung Harga Pokok Produksi pada perusahaan WISNU SHOES penulis memerlukan data laporan keuangan yang terdiri dari pembelian bahan baku, pembelian bahan penolong, biaya untuk tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

3.3 Sumber Data

Data yang penulis gunakan di dalam penelitian ini diambil dari perusahaan berupa:

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh penulis selama waktu penelitian.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari perusahaan.

Gambar Proses Penelitian



3.4 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah data keuangan yang diperoleh ke dalam rincian biaya bahan baku , biaya tenaga kerja langsung , biaya bahan penolong , biaya *overhead* pabrik dan laporan keuangan (laporan laba/rugi) melalui Microsoft Excel dan untuk perhitungan alokasi biaya *overhead* pabrik produk , penetapan harga jual melalui perhitungan manual.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan oleh penulis yaitu :

1. Mengumpulkan dan menghitung biaya tentang biaya produksi dalam periode penelitian, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.
2. Menghitung biaya produksi selama periode penelitian, dengan metode *full costing*, Adapun rumus yaitu:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Harga pokok produksi	xxx

3. Menentukan harga jual per unit, dengan rumus :

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

4. Menghitung biaya non produksi meliputi biaya pemasaran, biaya umum dan administrasi.
5. Membuat Laporan Laba Rugi dengan harga jual yang telah dihitung oleh penulis.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Profil Perusahaan

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang memproduksi Sepatu pada tahun 2007 dan didirikan oleh Bapak Rahmat. Adapun profile usaha lebih rinci adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: WISNU SHOES
Nama Pemilik IKM	: Bapak Rahmat
Jabatan	: Pimpinan (Pemilik)
Jenis Produk	: Produk Alas Kaki Wanita
Alamat Usaha	: Jalan Cempaka Baru VI No.14 RT 001 RW 007 Kel.Cempaka Baru Kec.Kemayoran Jakarta Pusat
Luas Perusahaan	: 110 m ²
Telepon	: 021-7776065 / 021-7757921
Mulai Berdiri	: Tahun 2007
Jumlah Tenaga Kerja	: 18 karyawan
No.SIUP	: 06084-01/1.824.271
No.TDP	: 09.05.5.47.22689
No.NPWP	: 59.376.859.1.027.000
Email	: wisnu_shoes@yahoo.com
Blog	: <u>www.wisnushoes.com</u>

4.1.2 Visi dan Misi

- **Visi Perusahaan**

“Senantiasa berkomitmen Menjadi Perusahaan sepatu yang Unggul dengan kualitas produknya”

- **Misi Perusahaan**

- Menggunakan bahan baku dan mesin yang berkualitas tinggi
- Menambah sumber daya manusia yang berkualitas demi meningkatkan kualitas produk
- Mengembangkan kreatifitas dalam menciptakan design produk dan keindahan produk

4.1.3 Sejarah Perusahaan

Pada tahun 1992, Bapak Rahmat selaku pemilik Wisnu Shoes adalah pendatang dari Sumatra Barat yang hijrah ke Jakarta. Beliau adalah anak ke 9 dari 9 bersaudara. Usaha sepatu merupakan usaha yang telah ditekuni oleh keluarga bapak Rahmat secara turun menurun. Hampir semua kakak dari Bapak Rahmat menekuni usaha dibidang sepatu. Pada saat itu, beliau baru mengantungi ijazah Sekolah Menengah Pertama (SMP). Di Jakarta, Bapak Rahmat mulai belajar mengenai sepatu dengan kakaknya yang berada di Jakarta, yang sudah mempunyai usaha sepatu. Sambil belajar mengenai sepatu tadi, beliau juga melanjutkan pendidikannya ke jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) di wilayah Kemayoran, Jakarta Pusat. Selama SMA tadi, bapak Rahmat terus belajar sepatu, dan dia juga mulai menjadi seorang sales untuk memasarkan sepatu. Dari hasil menjadi sales tadi, Bapak Rahmat bisa membiayai sekolahnya sendiri hingga dia tamat SMA.

Setamatnya dari SMA, bapak Rahmat semakin menekuni untuk belajar sepatu. Dia merasa memiliki *passion* akan sepatu, karena dia menyukai apa yang dia kerjakan selama SMA tadi. Akhirnya, muncul pikiran di benak beliau, mengapa dia tidak mencoba untuk membuka usaha sepatu sendiri. Tentu saja untuk membuka usaha sendiri diperlukan modal, maka bapak Rahmat mengumpulkan modal untuk membuka usaha kecil-kecilannya dengan terus tekun menjadi sales sepatu.

Ketekunan bapak Rahmat membuahkan hasil. Pada tahun 2007, beliau membuka usaha sepatu sendiri yang diberi nama Wisnu Shoes. Ia mulai menyewa rumah kecil untuk

tempat memproduksi sepatu, dan mulai mencari tenaga kerja beberapa orang saja untuk membantunya dalam membuat sepatu .

Hingga saat ini, produk dari Wisnu Shoes berupa alas kaki wanita semakin dikenal masyarakat luas dan sudah dipasarkan di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

4.1.4 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan tempat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya. Wisnu Shoes berlokasi di Jl. Cempaka Baru VI No.14 RT. 0001/007 Kel. Cempaka Baru , Kec. Kemayoran, Jakarta Pusat. Untuk menentukan lokasi perusahaan yang efektif memerlukan pikiran dan pertimbangan yang luas dari pemimpin perusahaan. Adapun pertimbangan mengenai lokasi perusahaan tersebut diantaranya :

- a. Penyediaan bahan baku yang dibutuhkan bisa diperoleh dengan mudah di sekitar wilayah kota Jakarta.
- b. Tenaga kerja yang dibutuhkan tidak memerlukan kualifikasi yang tinggi sehingga upah tenaga kerja juga terjangkau.
- c. Fasilitas lingkungan yang memenuhi syarat kecukupan listrik air dan telepon, dan kelancaran lalu lintas.
- d. Kedekatan dengan konsumen karena berada di daerah perkotaan yang banyak penduduk.

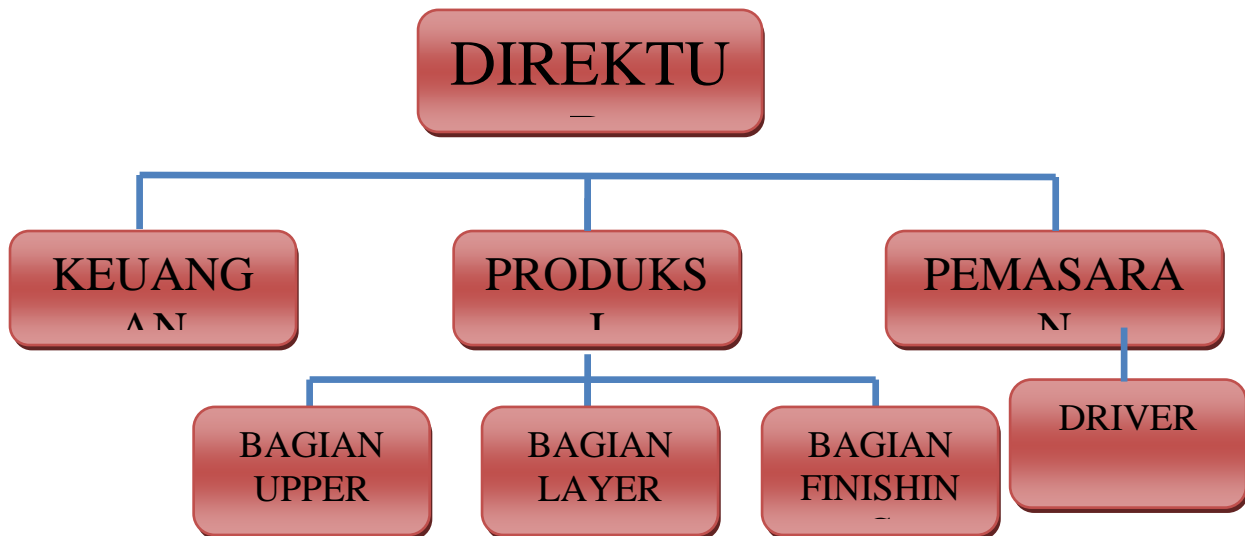
4.1.5 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa.

Struktur organisasi yang digunakan dalam perusahaan Wisnu Shoes adalah jenis *organisasi garis*, dimana kepemimpinan hanya terdapat pada satu orang dan pimpinan tersebut berhubungan langsung dengan para bawahannya, begitu juga sebaliknya karyawan akan bertanggung jawab secara langsung terhadap pimpinan. Organisasi garis memiliki

ciriyaitu organisasinya masih dalam lingkup kecil, jumlah karyawan sedikit dan saling mengenal serta spesialisasi kerja belum tinggi.

GAMBAR 4.1 Struktur Organisasi Wisnu Shoes



4.1.6 Deskripsi Pekerjaan

Berikut adalah penjelasan atau gambaran mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian di Wisnu Shoes :

1). Pemilik

- Memimpin, mengelola dan mengkoordinasikan kegiatan organisasi
- Menyusun rencana kerja perusahaan
- Memastikan ketersediaan sumber daya untuk melaksanakan kegiatan operasional
- Memonitor pelaksanaan kerja karyawan
- Menetapkan kebijakan dan arahan organisasi
- Mengesahkan, merevisi, menunda, dan membatalkan program kerja
- Mengangkat dan memutuskan hubungan kerja dengan pegawai
- Menandatangani kontrak dengan klien.

2). Bidang Produksi

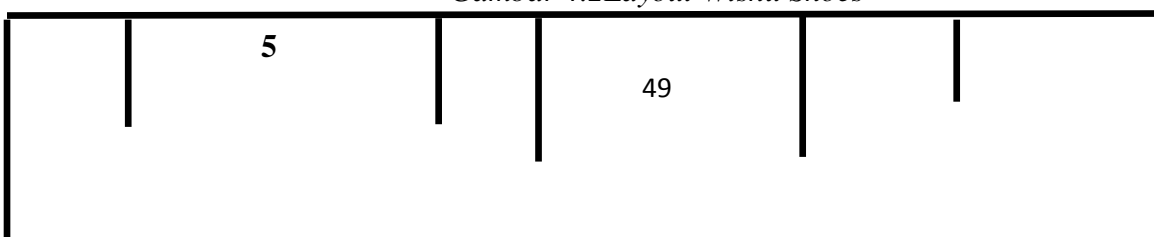
- Merencanakan alokasi fasilitas dan proses produksi atas order yang masuk
- Mengkoordinasikan proses produksi yang berjalan dengan pesanan/order baru
- Menyiapkan kebutuhan sumber daya untuk pelaksanaan produksi
- Menyiapkan jadwal pelaksanaan produksi.
- Memonitor kelancaran pelaksanaan produksi di lapangan
- Melanjutkan atau menghentikan kegiatan proses produksi yang diakibatkan oleh situasi yang tidak terkendali di lokasi atas persetujuan Direktur
- Menetapkan group yang akan melaksanakan proses produksi
- Menetapkan kebutuhan material dan pendukung untuk keperluan proses produksi
- Menambah atau mengurangi alokasi beban kerja operator sesuai dengan perkembangan situasi di lapangan.

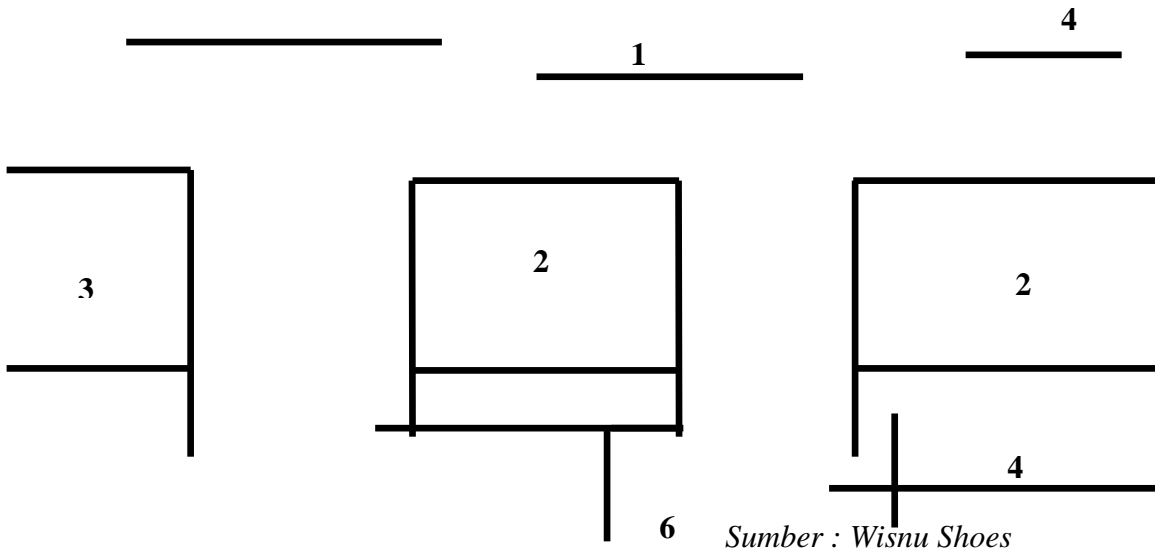
4). Bidang Keuangan

- Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.
- Mencatat data penjualan dan pembelian.
- Mencatat dan melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan.

4.1.7 Layout Perusahaan

Gambar 4.2 Layout Wisnu Shoes





Sumber : Wisnu Shoes

Keterangan Layout :

Nomer Layout	Keterangan Layout
1.	Ruang Direktur
2.	Ruang Produksi
3.	Gudang
4.	Kamar Karyawan
5.	Toilet
6.	Garasi Motor
7.	Garasi Mobil

4.2 Aspek Pemasaran

4.2.1 Produk yang Dipasarkan

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi alas kaki wanita, dalam kegiatan sehari-harinya Wisnu Shoes memproduksi empat (2) jenis alas kaki, yaitu wedges dan high heels. Kedua produk yang dihasilkan Wisnu Shoes sudah terhitung modern karena menggunakan mesin-mesin yang cukup canggih sehingga dapat membantu dalam proses produksi. Selain itu produk yang dihasilkan perusahaan ini juga terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas, yang menjadikannya lebih awet/tidak mudah rusak dan nyaman digunakan sehingga tidak kalah saing dengan produk-produk sejenis yang beredar di pasaran.

Tabel 4.1 Data Produk Jual

No.	Jenis Produk	Keterangan
1	High heels	Merupakan alas kaki wanita dengan hak yang dibuat agak tinggi, sehingga diperlukan insole khusus dalam pembuatannya
2	Wedges	Merupakan alas kaki wanita dengan sol terbuat dari kayu, biasa disebut kлом, yang dibungkus dengan sejenis bahan yang bernama sponge

a. Wilayah Pemasaran Wisnu Shoes

Wilayah pemasaran dari alas kaki wanita produksi WisnuShoes sudah tersebar di Jakarta, Bogor, Tangerang, Depok, dan Bekasi. Dalam memasarkan produknya di Jabodetabek, Wisnu Shoes menggunakan mobil box untuk mengantarkan alas kaki buatannya tersebut ke berbagai toko sepatu yang berada di pusat perbelanjaan di wilayah Jabodetabek, seperti ITC Cempaka Mas, Tanah Abang, ITC Kuningan, Pusat Grosir Jatinegara, ITC Mangga Dua, ITC Permata Hijau, ITC Depok, ITC BSD, Botani Square, dan lain sebagainya.

Walaupun alas kaki wanita produksi Wisnu Shoes ini baru di pasarkan di wilayah Jabodetabek dan belum sampai keluar kota bahkan ke luar pulau, namun perusahaan ini tetap menjaga kualitas serta kenyamanan dari alas kaki yang dibuatnya agar produk produksi Wisnu Shoes ini mempunyai bagian di hati konsumen/pelanggan, mengingat banyaknya industri sejenis yang berada di pasaran.

b. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah pengelompokan pasar menjadi kelompok – kelompok konsumen yang homogen, dimana setiap kelompok dapat dipilih sebagai pasar yang dituju atau ditargetkan untuk pemasaran suatu produk.

Untuk segmentasi pasar dari Wisnu Shoes adalah para wanita dari mulai remaja hingga yang dewasa kisaran berumur 15 – 60 tahun dari kelas menengah. Selain itu segmentasi pasar Wisnu Shoes juga kepada pedagang besar atau reseller sepatu di kelas menengah. Hal ini dikarenakan harga jual yang diberikan Wisnu Shoes kepada pedagang besar bisa dibilang relatif, yaitu Rp Rp 1.300.000 per-kodi untuk wedges, dan Rp 1.400.000 per-kodi untuk high heels. Kemudian pedagang besar akan menjual produk yang dibelinya dari Wisnu Shoes kepada pengecer/konsumen. Tentu saja pedagang besar/distributor tadi mengambil keuntungan lagi.

c. Saluran Distribusi

Suatu barang tidak bergerak otomatis dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, setelah barang selesai diproduksi dan siap dipasarkan, tahap berikutnya adalah menentukan metode dan cara yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar. Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka

perusahaan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik.

Saluran distribusi yang digunakan oleh WISNU SHOES adalah sebagai berikut :

1. Produsen → Konsumen

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

2. Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar pada perdagangan besar saja dan tidak menjual barang pada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan konsumen dilayani oleh pengecer. Saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan saluran distribusi tradisional.

d. Penentuan Harga Jual Produk Wisnu Shoes

Dalam menentukan harga jual produknya, perusahaan mempertimbangkan beberapa hal, antara lain tingkat kesulitan dalam memproduksi yang berpengaruh pada lama proses produksi, dan besarnya biaya produksi, seperti penggunaan bahan dan/atau aksesoris tertentu yang menyebabkan biaya produksi meningkat.

4.2.2 Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk proses pemasaran. Fungsi – fungsi pemasaran yang diterapkan dalam perusahaan ini adalah :

a. Pembelian

Wisnu Shoes menjalankan 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 dilakukan Wisnu Shoes berhasil dijalankan.

Pembelian konsumen ke produsen (Wisnu Shoes) dilakukan dengan menggunakan saluran distribusi langsung yang akan dijual langsung kepada konsumen dan saluran distribusi tradisional yang disalurkan ke pedagang besar, yang kemudian pedagang besar menyalurkan kepada pengecer, dan pengecer menyalurkan kepada konsumen.

Sedangkan untuk administrasi yang dilakukan oleh perusahaan ini dengan pedagang besar dilakukan dengan cara:

- Pembelian bahan baku

Wisnu Shoes dalam pembelian bahan baku, administrasi yang digunakan adalah dengan menggunakan pencatatan daftar pembelian disertai dengan bon maupun kwitansi pembelian

- Administrasi pembelian pedagang besar

Administrasi dalam pembelian produk, khususnya pedagang besar yang membeli langsung ke Wisnu Shoes menggunakan bon/kwitansi dengan bayar di tempat (langsung atau cash) atau bayar uang muka dahulu (DP) yang pelunasannya setelah produk diterima.

Dalam administrasi yang dilakukan Wisnu Shoes bagi pedagang besar yang ingin langsung membeli produk alas kaki wanita ke produsen, dapat menggunakan telepon/*contact person* yang ada pada website resmi perusahaan ini atau datang langsung ke Wisnu Shoes yang selanjutnya akan disepakati dengan sistem administrasi berikutnya.

b. Penjualan

Proses penjualan yang dilakukan oleh Wisnu Shoes adalah dengan menjual produknya di rumahnya sendiri yang juga sebagai tempat proses produksi sepatu tersebut. Selain itu Wisnu Shoes juga memproduksi sepatu apabila ada distributor sepatu yang memesan dalam jumlah yang besar maupun pedagang besar yang mempunyai toko sepatu di pusat perbelanjaan yang tersebar di Jabodetabek. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk dan memperluas pemasaran Wisnu Shoes.

Promosi atau periklanan merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan dilakukannya periklanan atau promosi distributor mengharapkan kenaikan angka penjualan. Selain itu dapat memberi dan menyampaikan informasi tentang barang dan jasa dengan jalan mengadakan komunikasi yang bersifat persuasif. Kegiatan ini merupakan salah satu unsur yang penting bagi perusahaan.

Promosi / periklanan yang dilakukan oleh Wisnu Shoes ini adalah dengan menggunakan mulut ke mulut, brosur dan kartu nama pemilik perusahaan, akses internet, serta pameran – pameran yang dilakukan oleh Wisnu Shoes.

- Promosi dari mulut ke mulut

Promosi dengan cara ini merupakan cara promosi yang paling sederhana dan efisien tanpa biaya. Biasa dilakukan pemilik perusahaan atau karyawan bagian pemasaran kepada rekan atau kerabat yang mempunyai bisnis penjualan sepatu.

- Brosur dan Kartu Nama

Dalam kegiatan periklanan / promosi yang dilakukan oleh Wisnu Shoes untuk memperkenalkan produknya kepada para konsumen salah satunya adalah dengan menggunakan brosur atau kartu nama. Kegiatan ini biasanya dilakukan pada saat Wisnu Shoes mengikuti kegiatan pameran – pameran.

- Akses Internet

Dengan adanya akses internet ini Wisnu Shoes memanfaatkannya untuk melakukan kegiatan promosi / periklanan untuk memperkenalkan produknya pada konsumen secara lebih mudah. Hal ini dilakukan karena pada saat ini banyak konsumen yang lebih sering menggunakan atau memanfaatkan internet untuk kegiatan mereka.

Wisnu Shoes mempunyai satu blog yaitu www.wisnushoes.com di blog tersebut Wisnu Shoes terdapat penjelasan mengenai sejarah umum perusahaan dan hal hal yang di produksi oleh Wisnu Shoes yaitu tentang sepatu wanita.

- Pameran

Wisnu Shoes sering melakukan pameran – pameran UKM yang diadakan oleh beberapa instansi. Dengan melakukan kegiatan promosi / periklanan Wisnu Shoes dapat memperkenalkan produknya secara lebih umum pada masyarakat.

d. Pengiriman Produk

Wisnu Shoes melakukan pengiriman secara langsung yang dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran (driver) dengan menggunakan mobil box, kepada rekanan yang dimilikinya. Pengiriman ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal sehingga menciptakan loyalitas pelanggan (konsumen) terhadap produk dari WisnuShoes.

Pengiriman ini dilakukan secara langsung dan cepat (dimana setiap ada pesanan untuk dikirim atau pembelian, Wisnu Shoes langsung melakukan pengiriman) sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku di perusahaan serta kesepakatan antara perusahaan dengan pembeli (konsumen) mengenai pembayaran maupun pengiriman itu sendiri.



Gambar 4.3 Mobil yang Digunakan Dalam Pengiriman Produk

Sumber : Wisnu Shoes

Pengiriman biasanya dilakukan pada pagi dan siang hari, dimana tergantung pada jauh dekatnya alamat konsumen toko rekanan. Dalam setiap kali melakukan pengiriman, Wisnu Shoes mampu membawa sekitar 10 kodi sepatu sampai 15 kodi sepatu. Dalam pengiriman, Wisnu Shoes selalu menjaga produk yang akan dikirim dengan tingkat pengamanan yang berlaku di perusahaan (seperti: tingkat batas kecepatan, tingkat penumpukan dus dan prosedur penempatan dus).

e. Penyimpanan Produk

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

Begitupun hal yang dilakukan oleh Wisnu Shoes, perusahaan ini melakukan penyimpanan produk untuk mencukupi kekurangan produk jika produksi perusahaan meningkat. Dengan melakukan penyimpanan tersebut perusahaan akan melakukan proses/tahap penyimpanan (penyusunan maupun penempatan) produk dilakukan sesuai dengan standar operasional perusahaan dan dengan tingkat pengawasan yang ketat.

f. Standarisasi

Standarisasi pemasaran yang dilakukan Wisnu Shoes yaitu dengan mengacu kepada standarisasi pemasaran yang berlaku di usaha tersebut. Secara rutin sejak tahun 2009 perusahaan ini rajin mengikuti pameran-pameran ukm guna mempromosikan produknya sehingga penjualan meningkat. Untuk mendukung pameran yang diikutinya, Wisnu Shoes juga mencetak kartu nama dan brosur yang dapat dibagikan saat pameran. Selain itu, perusahaan ini juga aktif mengupdate model-model terbaru dari alas kaki yang diproduksi pada website resmi yang dimiliki.

g. Pembungkusan Produk

Wisnu Shoes dalam melakukan pembungkusan atau packaging dilakukan dengan disusun didalam dus yang berbentuk persegi panjang berukuran lebar 16 cm, dimana dalam satu ikat berisi 5 dus sepatu dengan jenis sepatu dan ukuran yang sama. Saat penyusunan dus, Wisnu Shoes melakukannya dengan sangat hati-hati, dikarenakan jika dus tergecet akan merusak permukaan luar dus sehingga dilihat kurang menarik.

Tabel 4.2 Biaya Packaging 2011 - 2015

No.	Tahun	Harga per Kardus (Rp)	Jumlah Kardus
1.	2011	3,000	21000 pcs
2.	2012	3,000	21900 pcs
3.	2013	3,500	22500 pcs
4.	2014	3,500	23400 pcs
5.	2015	3,500	25200 pcs

S
umber :
Wisnu
Shoes
h.
Klasifik
asi
Pemas

ran

Wisnu Shoes mengklasifikasikan pemasarannya yaitu untuk wanita dari usia remaja hingga dewasa. Karena perusahaan ini memang khusus memproduksi alas kaki wanita dan berukuran besar, tidak memproduksi untuk anak-anak. Alasan perusahaan ini melakukan klasifikasi adalah wanita dinilai lebih mengikuti *fashion*, mereka selalu mengikuti model terbaru sehingga cenderung membeli produk yang dinilai sedang *in*. Maka dari itu, Wisnu Shoes selaku perusahaan yang memproduksi alas kaki wanita ini haruslah mengikuti perkembangan pada dunia *fashion* agar produk yang dihasilkan selalu *up to date*.

i. Periklanan Produk

Wisnu Shoes dalam melakukan periklanan menggunakan kartu nama pemilik dan brosur yang dibagikan saat mengikuti pameran, membuat website khusus yang berisi informasi produk, serta masih menggunakan metode manual (promosi dari mulut ke mulut).

j. Pendanaan

Dalam hal pendanaan, Wisnu Shoes melakukan pendanaan menggunakan kas (uang hasil pendapatan) dengan kata lain perusahaan ini memiliki alokasi untuk pos pendanaan pemasaran yang besarnya disesuaikan. Perusahaan ini tidak melakukan peminjaman baik dari pihak bank maupun dari rekanan.

Perusahaan ini beranggapan bahwa kegiatan pemasaran yang baik akan berdampak pada peningkatan penjualan, sehingga perusahaan benar-benar memperhatikan tiap kegiatan pemasaran yang dilakukan, mulai dari produk yang dipasarkan, harga jual yang ditawarkan, pendistribusian barang yang baik, dan kegiatan promosi yang dilakukan guna memperkenalkan produk kepada masyarakat.

4.3 Bidang Produksi

Produksi adalah kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupayakan pelayanan, menghasilkan barang dan jasa atau usaha untuk meningkatkan suatu benda agar menjadi lebih berguna bagi kebutuhan manusia. Orang atau badan yang mengolah menciptakan dan menghasilkan barang atau jasa disebut sebagai produsen.

Wisnu Shoes memproduksi selama 24 jam, dimana para karyawannya mengerjakan produk sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing dalam arti tidak ada pembatasan jam kerja yang di berlakukan dalam perusahaan ini, itu dikarenakan gaji yang mereka terima ditentukan dari hasil kinerja yang mereka hasilkan.

4.3.1 Uraian Produk Wisnu Shoes

a. Wedges

Wedges adalah alas kaki wanita dengan sol yang terbuat dari kayu (yang disebut kлом), yang kemudian kлом tersebut dibungkus dengan menggunakan bahan yang disebut sponge. Ada bermacam sponge yang bisa digunakan, seperti kлом kayu, kлом warna-warni, dan lain sebagainya.

Pemilihan bahan baku yang tepat akan mempengaruhi produk yang dihasilkan. Maka dari itu Wisnu Shoes selalu memperhatikan bahan baku yang digunakannya dalam memproduksi wedges agar wedges yang dihasilkan memberikan kenyamanan bagi pemakainya.



Gambar 4.4 Wedges Produksi Wisnu Shoes

Sumber : Wisnu Shoes

b. High Heels

High heels atau sepatu berhak tinggi adalah alas kaki wanita yang mempunyai hak di bagian bawahnya untuk memberikan kesan cantik dan elegan bagi penggunanya. Dalam proses pembuatannya, high heels mempunyai insole khusus yang berbeda dengan insole untuk memproduksi alas kaki yang lainnya. Cara pemasangan hak sepatu tadi biasanya dengan menggunakan paku yang ditancapkan pada bagian bawah sepatu.

High heels merupakan sepatu berhak yang akan memberikan efek sakit/pegal jika digunakan terlalu lama. Maka dari itu, Wisnu Shoes sangat memperhatikan pemilihan bahan baku agar menciptakan high heels yang nyaman digunakan oleh konsumen.

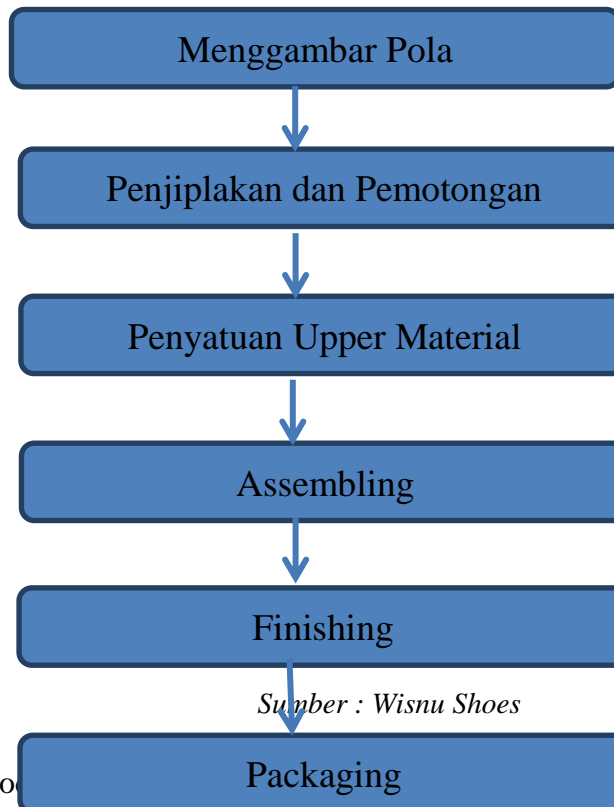


Gambar 4.5 High Heels Produksi Wisnu Shoes

Sumber : Wisnu Shoes

4.3.2 Alur Proses Produksi

Proses Produksi Rahmat Shoes



Sumber : Wisnu Shoes

Berdasarkan proses pro

1. Menggambar Pola

Pembuatan pola merupakan bagian terpenting dari proses produksi sepatu di Rahmat Shoes. Pada proses ini pembuatan pola harus mengetahui permintaan pasar, seperti apa produk yang diinginkan oleh konsumen.



Gambar 4.7 Menggambar Pola

Sumber : Wisnu Shoes

2. Penjiplakan dan Pemotongan

Pada proses ini, pemotongan pola sesuai dengan ukuran masing-masing yang sudah ada. Bagian pola juga yang akan menentukan jenis bahan, warna, serta motif apa yang akan digunakan pada satu jenis sepatu. Pada proses ini, akan dilakukan pencatatan pada setiap satu jenis sepatunya. Dimulai dari pola apa saja yang digunakan, aksesoris yang digunakan, berapa banyak lem yang digunakan, serta biayanya. Ini berfungsi untuk membantu dalam penetapan harga pada satu jenis sepatu.



Gambar 4.8 Penjiplakan dan Pemotongan

Sumber : Wisnu Shoes

3. Penyatuan Upper Material

Setelah pola pada bahan selesai digunting, kemudian disatukan dengan lapisan bawah upper dengan cara dijahit. Upper material selesai dibuat, kemudian dibawa ke tukang bawah untuk proses assembling.



Gambar 4.9 Penyatuan Upper Material

Sumber : Wisnu Shoes

4. Assembling

Pada tahap ini, upper yang sudah terbentuk dibawa ke tukang bawah untuk disatukan dengan bagian layer. Proses penyatuan ini dilakukan dengan menggunakan lem kuning, dan untuk mengencangkan bagian upper dengan layer digunakan juga palu untuk mengencangkan rekatan lem. Pada proses penarikan ini juga dibantu dengan list kayu agar pola sepatu terbentuk dengan baik. Setelah proses tarik selesai, kemudian dipasangkan sol bawah (fiber) sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 4.10 Proses Assembling

Sumber : Wisnu Shoes

5. Finishing

Setelah alas kaki tersebut selesai terbentuk, kemudian dirapikan dengan melakukan pengecekan ulang, merapikan bekas-bekas lem yang tersisa dengan menggunakan herin.



Gambar 4.11 Proses Finishing

Sumber : Wisnu Shoes

6. Packaging

Setelah proses finishing selesai, kemudian alas kaki dimasukkan ke dalam dus. Kemudian disusun sesuai tipe dan ukuran.



Gambar 4.12 Proses Packaging

Sumber : Wisnu Shoes

4.3.3 Bahan Baku dan Penolong

Bahan baku sangatlah penting dalam menunjang keberhasilan kegiatan proses produksi. Hal ini disebabkan karena bahan baku sangat mempengaruhi bentuk atau komposisi produk jadi, baik secara kuantitas maupun kualitas, serta harga jual produk. Berikut adalah bahan baku dan bahan penolong yang digunakan Wisnu Shoes:

- Kulit upper (mukaan):
 - Bahan kulit sintetis
 - Bahan katun/furing
 - Lapisan dalam upper:
 - Lapisan belacu (untuk bahan kulit sintetis)
 - Lapisan starplek (untuk bahan katun/furing)
 - Uniflek
 - Spon
- } di lem menjadi insole

- Macam-macam sol/fiber:
 - Fiber non slip (untuk high heels)
 - Rinoflex (untuk wedges)
- Klom (kayu wedges)
- Sponge gabus (pembungkus kayu wedges)
- Insole heels
- Spon tebal (untuk bagian depan high heels)
- Macam-macam lem:
 - Lem kuning (untuk bungkus klom; untuk narik)
 - Lem bening (untuk menempelkan benang)
 - Latex (untuk melakukan stik-an)
 - Lem K (untuk stik-an bahan tipis)
- Aksesoris (pita, studded, rantai)
- Ring kait

4.3.4 Mesin dan Peralatan

Berikut adalah mesin dan peralatan yang digunakan Wisnu Shoes dalam memproduksi alas kaki wanita:

- Acuan atau cetakan sepatu
Acuan atau cetakan sepatu berfungsi untuk mencetak sepatu agar ukuran dan bentuknya sesuai dengan yang diinginkan. Acuan sepatu terbuat dari kayu yang dicetak sehingga memiliki ukuran yang berbeda-beda. Sehingga dapat dicetak sesuai dengan kebutuhan.
- Pen putih
Pen putih ini digunakan untuk menggambar pola sepatu sebelum diproses. Tinta perak ini di gunakan agar terlihat pada bahan kulit yang akan digunakan. Sehingga memudahkan dalam menggunting dan menghapus jika ada kesalahan dalm menggambar pola.
- Pensil dan pulpen hitam

Pensil dan pulpen digunakan untuk membuat pola spons dan alas dalam sepatu sebelum pelabelan. Sehingga lebih mudah untuk digunting.

- Karton

Karton digunakan untuk menggambar pola awal sesuai dengan model sepatu yang diinginkan, yang kemudian pola pada karton ini digunting dan dipakai untuk menggambar pola pada bahan sepatu.

- Gunting

Gunting standar digunakan untuk menggunting benang, pola sepatu, pola spons, pola alas dalam sepatu, menggunting label dan menggunting bagian-bagian yang tidak rapi. Gunting sangat diperlukan khususnya dibagian pembuatan pola, penjahitan dan penyelesaian.

- Benang jahit

Benang jahit digunakan untuk menjahit bagian-bagian yang membutuhkan penyambungan seperti perca pola, selain itu digunakan untuk menjahit label pada alas dalam sepatu.

- Mistar

Mistar digunakan untuk mengukur pola sepatu yang akan dibuat. Mistar hanya digunakan pada saat-saat tertentu saja. Sehingga peralatan ini tidak dibutuhkan dalam jumlah yang banyak.

- Meteran

Meteran berfungsi untuk mengukur pola sepatu yang akan dibuat dan mengukur kaki konsumen yang ingin merubah bentuk sepatu di bagian upper. Meteran hanya digunakan pada bagian pembuatan pola sepatu saja sehingga tidak memerlukan banyak meteran.

- Kuas

Digunakan untuk mengoleskan lem pada kulit yang ingin ditempelkan. Busa tersebut dipotong sesuai dengan kebutuhan.

- Paku

Paku digunakan untuk merekatkan kulit dengan kertas karton. Agar kencang dan tahan lama.

- Palu

Palu digunakan untuk merekatkan lel-lem yang dioleskan pada bagian-bagian tertentu pada sepatu, sehingga tidak mudah lepas. Selain itu digunakan juga untuk memasukan paku ke dalam sepatu.

- Pisau seset
Pisau ini digunakan untuk menseset kertas karton agar membentuk alas yang teratur.
- Pisau cutter
Pisau cutter digunakan untuk memotong kulit-kulit yang tersisa. Sehingga tidak keras atau menumpuk.
- Asah
Alat asah digunakan untuk mengasah atau menajamkan pisau seset.
- Kain bersih
Digunakan untuk membersihkan noda-noda yang menempel pada sepatu.
- Mesin jahit
Digunakan untuk menjahit bagian-bagian yang membutuhkan penyambungan seperti perca pola, selain itu digunakan untuk menjahit label pada alas dalam sepatu.
- Mesin embos
Digunakan untuk mengembos sol polos pada bagian bawah agar membentuk pola garis/merk sepatu.
- Mesin pon
Digunakan untuk memotong bena (insole) dan juga sol yang berbentuk lembaran.

Tabel 4.3 Data Mesin Dalam Proses Produksi

No.	Nama Mesin	Jumlah
1.	Mesin jahit	5
2	Mesin embos	2
3.	Mesin pon	1

Sumber: Wisnu Shoes

4.4 Aspek Personalia

Manajemen personalia adalah manajemen yang mengkhususkan diri dalam bidang pengelolaan sumber daya manusia. Dalam pelaksanaannya Wisnu Shoes dilakukan langsung oleh pemilik perusahaan. Dalam hal ini pemilik mampu melakukan proses analisis jabatan, perekrutan karyawan, penempatan posisi, pemberian kompensasi untuk memotivasi karyawan, hingga pemutusan hubungan kerja.

4.4.1 Sistem Rekrutmen

Dalam merekrut pekerja khususnya pada bagian produksi, Wisnu Shoes tidak mempunyai persyaratan khusus, seperti misalnya batasan usia atau jenjang pendidikan tertentu, yang terpenting adalah orang tersebut mau bekerja dan mempunyai pengalaman di bidang sepatu sebelumnya. Karena bagi perusahaan ini, akan lebih efektif jika menerima pekerja, yang sudah mempunyai keahlian di bidang produksi sepatu dibandingkan jika harus menerima pekerja yang belum mempunyai pengalaman di bidang sepatu dan harus dilatih terlebih dahulu. Selain efektif, cara ini juga lebih efisien, karena jika diadakan pelatihan dan lain sebagainya tentu saja akan ada lagi biaya tambahan untuk hal tersebut.

Tabel 4.4 Daftar Tenaga Kerja

No.	Bagian	Jenis Kelamin		Jumlah Karyawan
		Laki – Laki	Perempuan	
1.	Bidang Administrasi	-	1	1 Karyawan
2.	Bidang Produksi	15	-	15 Karyawan
3.	Bidang Pemasaran	1	-	1 Karyawan
4.	Sopir	1	-	1 Karyawan
Total Karyawan				18 Karyawan

Sumber : Wisnu Shoes

4.4.2 Pengenalan dan Orientasi

Wisnu Shoes dalam pengenalan dan orientasi dilakukan pada hari pertama pekerja baru masuk. Pengenalan dan orientasi dilakukan dengan melakukan pengenalan kepada para karyawan yang telah lebih dahulu bekerja kemudian dilanjutkan dengan pengenalan mesin – mesin yang digunakan dalam proses produksi yang dilakukan oleh Wisnu Shoes.

4.4.3 Penilaian Kinerja (Evaluasi)

Tujuan evaluasi kinerja perusahaan yaitu untuk menjamin pencapaian sasaran dan tujuan perusahaan dan juga untuk mengetahui posisi perusahaan dan tingkat pencapaian sasaran perusahaan, terutama untuk mengetahui bila terjadi keterlambatan atau penyimpangan, sehingga dapat diperbaiki.

Hal ini dilakukan untuk memperkecil kesalahan yang dilakukan oleh karyawan Wisnu Shoes, khususnya di bagian produksi.

Ada tiga hal yang di perhatikan oleh Wisnu Shoes, yaitu:

1. Tingkat kedisiplinan karyawan, penilaian dilihat dari keterlambatan dan lama waktu kerja.
2. Tingkat kemampuan karyawan dalam menyelesaikan tugasnya
3. Perilaku-perilaku inovatif dan spontan diluar persyaratan-persyaratan tugas formal untuk meningkatkan efektivitas perusahaan, antara lain dalam bentuk kerjasama, kreatif serta sikap-sikap lain yang menguntungkan perusahaan.

4.4.4 Kesejahteraan Karyawan

Berikut adalah cara perusahaan Wisnu Shoes dalam menyejahterakan karyawannya:

1. Sistem upah

Tabel 4.5 Data Upah Karyawan (per-hari)

Keterangan	Kisaran Upah (Rp)
Produksi	55.000 – 65.000
Driver	45.000 – 55.000
Administrasi	80.000 – 90.000

Sumber: data diolah

Sistem pengupahan pada Wisnu Shoes khususnya untuk bagian produksi dihitung berdasarkan produktifitas karyawan, yaitu sebesar Rp 6.500 per-pasang, yang jika dihitung rata-rata upah harian produksi berkisar antara Rp 55.000 – Rp 65.000. Sedangkan upah untuk bagian driver dan administrasi diberikan per-bulan, yang jika dihitung rata-rata hariannya untuk driver adalah Rp 45.000 – Rp 55.000, sedangkan upah harian karyawan administrasi lebih tinggi karena tingkat pendidikan untuk bagian ini juga lebih tinggi, yaitu dari Rp 80.000 – Rp 90.000.

2. Insentif

Di dalam perusahaan Wisnu Shoes, terdapat jenis-jenis insentif yang diberikan perusahaan kepada para karyawannya guna meningkatkan motivasi dalam bekerja. Untuk bagian produksi, insentif diberikan jika diberlakukan jam lembur. Penambahan jam lembur diberikan jika jumlah permintaan akan sepatu meningkat. Dan rutannya, setiap menjelang hari raya Idul Fitri perusahaan memberikan THR berupa uang dan paket sembako kepada tiap-tiap karyawan.

3. Pemberian pinjaman

Selain memberikan upah dan insentif kepada karyawannya, untuk meningkatkan kesejahteraan karyawannya Wisnu Shoes juga memberikan pinjaman bagi karyawannya tanpa dikenai bunga pinjaman, yang waktu pengembaliannya berdasarkan kesepakatan antara karyawan yang meminjam dengan pemilik yang memberikan pinjaman.

4.4.5 Pemberhentian Kerja

Wisnu Shoes dalam pemberhentian kerja tidak mengatur atau menggunakan sistem pemberhentian kerja yang berlaku pada perusahaan pada umumnya. Pemberhentian kerja biasanya terjadi karena permintaan dari karyawannya sendiri (dengan alasan yang lebih sering yaitu ingin kembali ke kampung halaman) ataupun karyawan yang pulang ke kampung halamannya dan tidak kembali lagi ke Wisnu Shoes (maka secara otomatis setelah kurang lebih 1 minggu tidak ada kabar, karyawan tersebut dianggap telah keluar).

4.4.6 Produktivitas Tenaga Kerja

Produktivitas Kerja = Input : Output

- a. Tahun 2011
Produktivitas Kerja = 21.000 pcs : 15 orang = 1.400 pcs/orang.
- b. Tahun 2012
Produktivitas Kerja = 21.900 pcs : 15 orang = 1.460 pcs/orang
- c. Tahun 2013
Produktivitas Kerja = 22.500 pcs : 15 orang = 1.500 pcs/orang
- d. Tahun 2014
Produktivitas Kerja = 23.400 pcs : 15 orang = 1.560 pcs/orang
- e. Tahun 2015

$$\text{Produktivitas Kerja} = 25.200 \text{ pcs} : 29 \text{ orang} = 1.680 \text{ pcs/orang}$$

4.5 Aspek Keuangan

Keuangan adalah kegiatan yang berhubungan dengan penentuan investasi jangka panjang sebuah perusahaan, mendapatkan dana untuk membayar, dan memimpin kegiatan keuangan harian sebuah perusahaan.

Aspek keuangan ini meliputi penjelasan tentang biaya investasi dan laporan keuangan oleh perusahaan. Pada dasarnya ,perusahaan belum membuat pembukuan yang sesuai dengan standar akuntansi. Data tertulis yang tersedia hanya sebatas data penjualan.Namun, dari hasil wawancara penulis mencoba membuat laporan keuangan seperti berikut ini:

4.5.1 Biaya Investasi

Pada saat mendirikan Wisnu Shoes, modal yang digunakan serta dikeluarkan berasal dari modal pribadi (modal sendiri) yang besarnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6 Biaya Investasi

No	Jenis Investasi	Keterangan	Nilai
1	Aktiva Berwujud		
	- Tanah	210 m2	Rp 250.000.000
	- Bangunan	210 m2	Rp 160.000.000
	Total Tanah & Bangunan		Rp 410.000.000
	Mesin		
	- Mesin Jahit Butterfly	6 unit	Rp 3.850.000
	- Mesin Pon	1 unit	Rp 15.000.000
	- Mesin Emboss	3unit	Rp 12.000.000
	- Mesin Press	1 unit	Rp 10.000.000
	Total Mesin	11 unit	Rp 40.850.000
	Peralatan		
	-Acuan/cetakan sepatu		Rp 1.100.000
	- Pen putih		Rp 20.000
	- Pensil dan pen hitam		Rp 15.000
	- Karton		Rp 150.000
	- Gunting		Rp 60.000

- Benang jahit		Rp	60.000
- Jarum		Rp	20.000
- Mistar		Rp	20.000
- Meteran		Rp	60.000
- Herin		Rp	180.000
- Kuas		Rp	100.000
- Paku		Rp	100.000
- Palu		Rp	95.000
- Pisau seset		Rp	220.000
- Pisau cutter		Rp	110.000
- Asah		Rp	60.000
- Kain bersih		Rp	70.000
Total Peralatan		Rp	2.440.000
- Meja kerja	3 set	Rp	3.300.000
-AC	1 unit	Rp	2.800.000
-Kipas Angin	3 unit	Rp	500.000
-Dispenser	2 unit	Rp	500.000
- Filling cabinet	2 unit	Rp	1.600.000
-Komputer	2 unit	Rp	6.000.000
-Printer	1 unit	Rp	850.000
-Telepon	1 unit	Rp	150.000
Total Inventaris Kantor		Rp	15.700.000
Kendaraan			
- Motor	1 unit	Rp	15.000.000
- Mobil	1 unit	Rp	94.000.000
Total Kendaraan		Rp	109.000.000
Total Aktiva		Rp	577.990.000

Sumber : Wisnu Shoes

Pada dasarnya, perusahaan belum membuat pembukuan yang sesuai dengan standar akuntansi. Data tertulis yang tersedia hanya sebatas data penjualan. Namun, dari hasil wawancara penulis mencoba membuat laporan keuangan seperti berikut ini:

Tabel 4.7 Penjualan Wisnu Shoes 2011-2015

Tahun	Jumlah Produk	
	Wedges	High Heels
2011	10325 pcs	10675 pcs
2012	10686 pcs	11214 pcs
2013	10993 pcs	11507 pcs
2014	11260 pcs	12140 pcs
2015	12354 pcs	12846 pcs

Sumber : Wisnu Shoes

4.5.2 Penetapan Biaya

Untuk menetapkan harga pokok secara akurat, diperlukan klarifikasi biaya yang tepat termasuk dalam unsur-unsur harga pokok produksi, sehingga pengalokasian biaya perunit dapat dialokasikan dengan baik terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Kapasitas produksi Wisnu Shoes pada tahun 2011 sampai 2015 adalah sebagai berikut :

1. Biaya Bahan Baku dan Penolong

Bahan baku yang digunakan untuk membuat sepatu adalah bahan kulit sintesis, bahan katun/furing, klem, dan hak sepatu. Dan untuk bahan penolong adalah lapisan belacu, lapisan starplek, sponge gabus, spon tebal, ring kait, pita, studek, rantai, kem kuning, lem latek, lem k, dan lem bening.

Tabel 4.8 Biaya Pemakaian Bahan Baku Wedges 2011-2015*Sumber : Wisnu Shoes*

Biaya Bahan Baku Wedges Tahun 2011-2015							
Tahun	Bahan Suede	Harga /Meter	Jumlah	Klom	Harga / pcs	Jumlah	Total Biaya
	1	Rp19.000	19000	1	Rp2.500	Rp2.500	
2011	4.130	Rp19.000	Rp78.470.000	20650	Rp2.500	Rp51.625.000	Rp130.095.000
2012	4274,4	Rp19.000	Rp81.213.600	21372	Rp2.500	Rp53.430.000	Rp134.643.600
2013	4397,2	Rp19.000	Rp83.546.800	21986	Rp2.500	Rp54.965.000	Rp138.511.800
2014	4504	Rp19.000	Rp85.576.000	22520	Rp2.500	Rp56.300.000	Rp141.876.000
2015	4941,6	Rp19.000	Rp93.890.400	24708	Rp2.500	Rp61.770.000	Rp155.660.400

Tabel 4.9 Biaya Pemakaian Bahan Baku High Heels 2011-2015

Biaya Bahan Baku High Heels Tahun 2011-2015							
Tahun	Bahan Katun	Harga /meter	Jumlah	Hak	Harga/ pcs	Jumlah	Total Biaya
	1	Rp19.000	Rp19.000	1	Rp2.650	Rp2.650	
2011	4270	Rp19.000	Rp81.130.000	21350	Rp2.650	Rp56.577.500	Rp137.707.500
2012	4485,6	Rp19.000	Rp85.226.400	22428	Rp2.650	Rp59.434.200	Rp144.660.600
2013	4602,8	Rp19.000	Rp87.453.200	23014	Rp2.650	Rp60.987.100	Rp148.440.300
2014	4856	Rp19.000	Rp92.264.000	24280	Rp2.650	Rp64.342.000	Rp156.606.000
2015	5138,4	Rp19.000	Rp97.629.600	25692	Rp2.650	Rp68.083.800	Rp165.713.400

Sumber : Wisnu Shoes

Tabel 4.10 Total Biaya Pemakaian Bahan Baku

Tahun	Total Biaya Bahan Baku		Total (Rp)
	Wedges(Rp)	High Heels (Rp)	
2011	130.095.000	137.707.500	267.802.500
2012	134.643.600	144.660.600	279.304.200
2013	138.511.800	148.440.300	286.952.100
2014	141.876.000	156.606.000	298.482.000
2015	155.660.400	165.713.400	321.373.800

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.11 Biaya Pemakaian Bahan Penolong 2011-2015

Biaya Bahan Penolong Tahun 2011							
NO	Keterangan	Wedges			High Heels		
		Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Lapisan Belacu	10.325	Rp 1.200	Rp 12.390.000	-	-	-
2	Lapisan Starplek	-	-	-	10.675	Rp 1.400	Rp 14.945.000
3	Rinoflex	10325	Rp 1.100	Rp 11.357.500	-	-	-
4	Fiber non slip	-	-	-	10.675	Rp 1.200	Rp 12.810.000
5	Spon Tebal	-	-	-	10.675	Rp 800	Rp 8.540.000
6	Sponge gabus	10.325	Rp 500	Rp 5.162.500	-	-	-
7	Lem K	2	Rp 150.000	Rp 300.000	-	-	-
8	Lem Kuning	5	Rp 120.000	Rp 600.000	-	-	-
9	Lem Bening	-	-	-	4	Rp 120.000	Rp 480.000
10	Lem Latek	-	-	-	2	Rp 140.000	Rp 280.000
11	Ring Kait	15	Rp 51.000	Rp 765.000	-	-	-

12	Pita	-	-	-	25	Rp 37.000	Rp 925.000
13	Studed	4	Rp 110.000	Rp 440.000	-	-	-
14	Rantai	-	-	-	12	Rp 44.000	Rp 528.000
	Total Biaya Bahan Penolong			Rp 31.015.000			Rp 38.508.000

Sumber : Data Diolah

Biaya Bahan Penolong Tahun 2012							
NO	Keterangan	Wedges			High Heels		
		Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Lapisan Belacu	10.686	Rp 1.200	Rp 12.823.200	-	-	-
2	Lapisan Starplek	-	-	-	11.214	Rp 1.400	Rp 15.699.600
3	Rinoflex	10686	Rp 1.100	Rp 11.754.600	-	-	-
4	Fiber non slip	-	-	-	11.214	Rp 1.200	Rp 13.456.800
5	Spon Tebal	-	-	-	11214	Rp 800	Rp 8.971.200
6	Sponge gabus	10686	Rp 500	Rp 5.343.000	-	-	-
7	Lem K	3	Rp 150.000	Rp 450.000	-	-	-
8	Lem Kuning	6	Rp 120.000	Rp 720.000	-	-	-
9	Lem Bening	-	-	-	5	Rp 120.000	Rp 600.000
10	Lem Latek	-	-	-	2	Rp 140.000	Rp 280.000
11	Ring Kait	17	Rp 51.000	Rp 867.000	-	-	-
12	Pita	-	-	-	28	Rp 37.000	Rp 1.036.000
13	Studed	5	Rp 110.000	Rp 550.000	-	-	-
14	Rantai	-	-	-	13	Rp 44.000	Rp 572.000
Total Biaya Bahan Penolong				Rp 32.507.800			Rp 40.615.600

Sumber : Data Diolah

Biaya Bahan Penolong Tahun 2013							
NO	Keterangan	Wedges			High Heels		
		Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Lapisan	10.993	Rp	Rp	-	-	-

	Belacu		1.200	13.191.600			
2	Lapisan Starplek	-	-	-	11507	Rp 1.400	Rp 16.109.800
3	Rinoflex	10.993	Rp 1.100	Rp 12.092.300	-	-	-
4	Fiber non slip	-	-	-	11507	Rp 1.200	Rp 13.808.400
5	Spon Tebal	-	-	-	11507	Rp 800	Rp 9.205.600
6	Sponge gabus	10.993	Rp 500	Rp 5.496.500	-	-	-
7	Lem K	4	Rp 150.000	Rp 600.000	-	-	-
8	Lem Kuning	8	Rp 120.000	Rp 960.000	-	-	-
9	Lem Bening	-	-	-	6	Rp 120.000	Rp 720.000
10	Lem Latek	-	-	-	4	Rp 140.000	Rp 560.000
11	Ring Kait	19	Rp 51.000	Rp 969.000	-	-	-
12	Pita	-	-	-	30	Rp 37.000	Rp 1.110.000
13	Studed	5	Rp 110.000	Rp 550.000	-	-	-
14	Rantai	-	-	-	15	Rp 44.000	Rp 660.000
	Total Biaya Bahan Penolong			Rp 33.859.400			Rp 42.173.800

Sumber : Data Diolah

Biaya Bahan Penolong Tahun 2014							
NO	Keterangan	Wedges			High Heels		
		Jumlah	Harga Satuan	Total	Jumlah	Harga Satuan	Total
			(Rp)	(Rp)		(Rp)	(Rp)
1	Lapisan Belacu	11260	Rp 1.200	Rp 13.512.000	-	-	-
2	Lapisan Starplek	-	-	-	12140	Rp 1.400	Rp 16.996.000
3	Rinoflex	11260	Rp 1.100	Rp 12.386.000	-	-	-
4	Fiber non slip	-	-	-	12140	Rp 1.200	Rp 14.568.000
5	Spon Tebal	-	-	-	12140	Rp 800	Rp 9.712.000

6	Sponge gabus	11260	Rp 500	Rp 5.630.000	-	-	-
7	Lem K	5	Rp 150.000	Rp 750.000	-	-	-
8	Lem Kuning	8	Rp 120.000	Rp 960.000	-	-	-
9	Lem Bening	-	-	-	7	Rp 120.000	Rp 840.000
10	Lem Latek	-	-	-	4	Rp 140.000	Rp 560.000
11	Ring Kait	20	Rp 51.000	Rp 1.020.000	-	-	-
12	Pita	-	-	-	31	Rp 37.000	Rp 1.147.000
13	Studed	6	Rp 110.000	Rp 660.000	-	-	-
14	Rantai	-	-	-	16	Rp 44.000	Rp 704.000
Total Biaya Bahan Penolong				Rp 34.918.000			Rp 44.527.000

Sumber : Data Diolah

Biaya Bahan Penolong Tahun 2015							
NO	Keterangan	Wedges			High Heels		
		Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	Lapisan Belacu	12354	Rp 1.200	Rp 14.824.800	-	-	-
2	Lapisan Starplek	-	-	-	12846	Rp 1.400	Rp 17.984.400
3	Rinoflex	12354	Rp 1.100	Rp 13.589.400	-	-	-
4	Fiber non slip	-	-	-	12846	Rp 1.200	Rp 15.415.200
5	Spon Tebal	-	-	-	12846	Rp 800	Rp 10.276.800
6	Sponge gabus	12354	Rp 500	Rp 6.177.000	-	-	-
7	Lem K	6	Rp150.000	Rp 900.000	-	-	-
8	Lem Kuning	9	Rp120.000	Rp 1.080.000	-	-	-
9	Lem Bening	-	-	-	8	Rp 120.000	Rp 960.000
10	Lem Latek	-	-	-	5	Rp 140.000	Rp 700.000

11	Ring Kait	21	Rp 51.000	Rp 1.071.000	-	-	-
12	Pita	-	-	-	33	Rp 37.000	Rp 1.221.000
13	Studed	7	Rp110.000	Rp 770.000	-	-	-
14	Rantai	-	-	-	17	Rp 44.000	Rp 748.000
Total Biaya Bahan Penolong				Rp 38.412.200			Rp 47.305.400

Sumber : Data Diolah

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pada kegiatan produksi, perusahaan mengeluarkan biaya untuk memberi upah atas jasa kerja karyawannya. Berikut total biaya tenaga kerja yaitu:

➤ Biaya Tenaga Kerja Tahun 2011

a. Ka.Produksi

Jumlah Karyawan = 1 orang

Gaji per bulan = 2.000.000

Biaya gaji per tahun = 24.000.000

b. Bagian Produksi

Jumlah Karyawan =15 orang

Upah (sistem borongan)=6500 / pasang

Biaya gaji per tahun = jumlah produksi 1 tahun x Upah

= 21.000 x 6500

= 136.500.000

➤ Biaya Tenaga Kerja Tahun 2012

a. Ka.Produksi

Jumlah Karyawan = 1 orang

Gaji per bulan = 2.100.000

Biaya gaji per tahun = 25.200.000

b. Bagian Produksi

Jumlah Karyawan = 15 orang

Upah (sistem borongan)=6500 / pasang

Biaya gaji per tahun = jumlah produksi 1 tahun x Upah
= 21.900 x 6500
= 142.350.000

➤ Biaya Tenaga Kerja Tahun 2013

a. Ka.Produksi

Jumlah Karyawan = 1 orang

Gaji per bulan = 2.200.000

Biaya gaji per tahun = 26.400.000

b. Bagian Produksi

Jumlah Karyawan = 15 orang

Upah (sistem borongan)=6500 / pasang

Biaya gaji per tahun = jumlah produksi 1 tahun x Upah
= 22.500 x 6500
= 146.250.000

➤ Biaya Tenaga Kerja Tahun 2014

a. Ka.Produksi

Jumlah Karyawan = 1 orang

Gaji per bulan = 2.200.000

Biaya gaji per tahun = 26.400.000

b. Bagian Produksi

Jumlah Karyawan = 15 orang

Upah (sistem borongan)=7000 / pasang

Biaya gaji per tahun = jumlah produksi 1 tahun x Upah
= 23.400 x 7000

= 163.800.000

➤ Biaya Tenaga Kerja Tahun 2015

a. Ka.Produksi

Jumlah Karyawan = 1 orang

Gaji per bulan = 2.250.000

Biaya gaji per tahun = 27.000.000

b. Bagian Produksi

Jumlah Karyawan =15 orang

Upah (sistem borongan)=7000 / pasang

Biaya gaji per tahun = jumlah produksi 1 tahun x Upah

= 25.200 x 7000

= 176.400.000

Tabel 4.12 Biaya Tenaga Kerja (dalam rupiah)

Biaya Tenaga Kerja					
Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Ka.Produksi	24.000.000	25.200.000	26.400.000	26.400.000	27.000.000
Bagian Produksi	136.500.000	142.350.000	146.250.000	163.800.000	176.400.000
Total	160.500.000	167.550.000	172.650.000	190.200.000	203.400.000

Sumber : Data Diolah

1. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Variabel

Tabel 4. 13 Biaya Overhead Pabrik Variabel Tahun 2011 - 2015

Biaya Overhead Pabrik Variabel Tahun 2011-2015						
NO	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Biaya Bahan Penolong	Rp 69.523.000	Rp 73.123.400	Rp 76.033.200	Rp 79.445.000	Rp 85.717.600
2	Biaya Pemeliharaan	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
3	Biaya Listrik,Air,dan Telepon	Rp 27.360.000	Rp 27.400.000	Rp 27.400.000	Rp 27.800.000	Rp 27.800.000
4	Biaya Packaging	Rp 63.000.000	Rp 65.700.000	Rp 78.750.000	Rp 81.900.000	Rp 88.200.000
	Total BOP	Rp162.383.000	Rp168.723.400	Rp 184.683.200	Rp 191.645.000	Rp 204.217.600

Sumber : Data Diolah

Tabel 4. 13 Biaya Overhead Pabrik Variabel Tahun 2011 - 2015

Tahun 2011					
No.	Aktiva	Harga Beli	Nilai Sisa	Nilai Ekonomis	Jumlah Penyusutan
1	Mesin	Rp 40.850.000	Rp 30.350.000	10 Tahun	Rp 1.050.000
2	Inventaris	Rp 15.700.000	Rp 10.000.000	5 Tahun	Rp 1.140.000
3	Kendaraan	Rp 109.000.000	Rp 97.686.500	10 Tahun	Rp 1.131.350
4	Bangunan	Rp 160.000.000	Rp 110.000.000	10 Tahun	Rp 5.000.000
5	Peralatan	Rp 2.440.000	Rp 1.550.000	5 Tahun	Rp 178.000
Total Penyusutan 2011					Rp 8.499.485

Sumber : Data Diolah

Tahun 2012					
No.	Aktiva	Harga Beli	Nilai Sisa	Nilai Ekonomis	Jumlah Penyusutan
1	Mesin	Rp 40.850.000	Rp 30.350.000	10 Tahun	Rp 1.050.000
2	Inventaris	Rp 15.700.000	Rp 10.000.000	5 Tahun	Rp 1.140.000
3	Kendaraan	Rp 109.000.000	Rp 97.686.500	10 Tahun	Rp 1.131.350
4	Bangunan	Rp 160.000.000	Rp 110.000000	10 Tahun	Rp 5.000.000
5	Peralatan	Rp 2.440.000	Rp 1.550.000	5 Tahun	Rp 178.000
Total Penyusutan 2012					Rp 8.499.485

Sumber : Data Diolah

Sumber : Data Diolah

Tahun 2013					
No.	Aktiva	Harga Beli	Nilai Sisa	Nilai Ekonomis	Jumlah Penyusutan
1	Mesin	Rp 40.850.000	Rp 30.350.000	10 Tahun	Rp 1.050.000
2	Inventaris	Rp 15.700.000	Rp 10.000.000	5 Tahun	Rp 1.140.000
3	Kendaraan	Rp 109.000.000	Rp 97.686.500	10 Tahun	Rp 1.131.350
4	Bangunan	Rp 160.000.000	Rp 110.000.000	10 Tahun	Rp 5.000.000
5	Peralatan	Rp 2.440.000	Rp 1.550.000	5 Tahun	Rp 178.000
Total Penyusutan 2013					Rp 8.499.485
Tahun 2014					
No.	Aktiva	Harga Beli	Nilai Sisa	Nilai Ekonomis	Jumlah Penyusutan

1	Mesin	Rp 40.850.000	Rp 30.350.000	10 Tahun	Rp 1.050.000
2	Inventaris	Rp 15.700.000	Rp 10.000.000	5 Tahun	Rp 1.140.000
3	Kendaraan	Rp109.000.000	Rp 97.686.500	10 Tahun	Rp 1.131.350
4	Bangunan	Rp160.000.000	Rp110.000.000	10 Tahun	Rp 5.000.000
5	Peralatan	Rp 2.440.000	Rp 1.550.000	5 Tahun	Rp 178.000
Total Penyusutan 2014					Rp 8.499.485

Sumber : Data Diolah

Tahun 2015					
No.	Aktiva	Harga Beli	Nilai Sisa	Nilai Ekonomis	Jumlah Penyusutan
1	Mesin	Rp 40.500.000	Rp 30.350.000	10 Tahun	Rp 1.050.000
2	Inventaris	Rp 15.700.000	Rp 10.000.000	5 Tahun	Rp 1.140.000
3	Kendaraan	Rp109.000.000	Rp 97.686.500	10 Tahun	Rp 1.131.350
4	Bangunan	Rp160,000.000	Rp 110.000.000	10 Tahun	Rp 5.000.000
5	Peralatan	Rp 2.440.000	Rp 1.550.000	5 Tahun	Rp 178,000
Total Penyusutan 2015					Rp 8.499.485

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.15 Biaya Overhead Pabrik Tetap tahun 2011-2015

No	Keterangan	Tahun 2011 (dalam Rupiah)
1	Penyusutan terhadap fasilitas pabrik	Rp 8.499.485
Total biaya overhead pabrik tetap		Rp 8.499.485
No	Keterangan	Tahun 2012 (dalam Rupiah)
1	Penyusutan terhadap fasilitas pabrik	Rp 8.499.485
Total biaya overhead pabrik tetap		Rp 8.499.485
No	Keterangan	Tahun 2013 (dalam Rupiah)
1	Penyusutan terhadap fasilitas pabrik	Rp 8.499.485
Total biaya overhead pabrik tetap		Rp 8.499.485
No	Keterangan	Tahun 2014 (dalam Rupiah)
1	Penyusutan terhadap fasilitas pabrik	Rp 8.499.485
Total biaya overhead pabrik tetap		Rp 8.499.485
No	Keterangan	Tahun 2015 (dalam Rupiah)
1	Penyusutan terhadap fasilitas pabrik	Rp 8.499.485

Total biaya overhead pabrik tetap	Rp	8.499.485
--	----	-----------

Sumber : Data Diolah

➤ Biaya non produksi

Tabel 4.16 Biaya Pemasaran Tahun 2011-2015 (dalam Rupiah)

NO	Keterangan	Realisasi Pemasaran				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Gaji bagian pemasaran:					
	Kepala Pemasaran	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
	Driver	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000	Rp 12.000.000
	Total	Rp 36.000.000	Rp 36.000.000	Rp 36.000.000	Rp 36.000.000	Rp 36.000.000
2	Biaya operasi kendaraan:					
	Bahan bakar minyak	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000
	Service kendaraan	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
	Total	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000
3	Biaya promosi:					
	Pulsa modem	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
	Brosur	Rp 525.000	Rp 645.000	Rp 735.000	Rp 825.000	Rp 980.000
	Kartu nama	Rp 125.000	Rp 250.000	Rp 300.000	Rp 350.000	Rp 350.000
	Pameran	-	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000
	Total	Rp 1.650.000	Rp 3.095.000	Rp 3.235.000	Rp 3.375.000	Rp 3.530.000
	Total biaya pemasaran	Rp 45.650.000	Rp 47.095.000	Rp 47.235.000	Rp 47.375.000	Rp 47.530.000

Sumber : Wisnu Shoes

Tabel 4. 17 Biaya Administrasi dan Keuangan tahun 2011-2015

Tahun	Keterangan	Jumlah
2011	Gaji Administrasi dan keuangan	Rp 24.000.000
2012	Gaji Administrasi dan keuangan	Rp 24.000.000

2013	Gaji Administrasi dan keuangan	Rp 24.000.000
2014	Gaji Administrasi dan keuangan	Rp 24.000.000
2015	Gaji Administrasi dan keuangan	Rp 24.000.000

Sumber : Wisnu Shoes

Tabel 4.18 Harga Pokok Penjualan Wisnu Shoes 2011-2015

Harga Pokok Penjualan Wedges 2011-2015					
Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Pemakaian Bahan Baku					
- Persd Bahan Baku Awal Tahun	Rp 7.300.000	Rp 6.400.000	Rp 7.000.000	Rp 7.300.000	Rp 7.650.000
- Pembelian Bahan Baku	Rp 130.095.000	Rp 134.643.600	Rp 138.511.800	Rp 141.876.000	Rp 155.660.400
- Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp 137.395.000	Rp 141.043.600	Rp 145.511.800	Rp 149.176.000	Rp 163.310.400
- Persd Bahan Baku Akhir Tahun	Rp (6.400.000)	Rp (7.000.000)	Rp (7.300.000)	Rp (7.650.000)	Rp (8.050.000)
Total Pemakaian Bahan Baku	Rp 130.995.000	Rp 134.043.600	Rp 138.211.800	Rp141.526.000	Rp 155.260.400
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 160.500.000	Rp 167.550.000	Rp 172.650.000	Rp190.200.000	Rp 203.400.000
Biaya Over Head Pabrik					
- B. Listrik, Air, & Telp	Rp 27.360.000	Rp 27.400.000	Rp 27.400.000	Rp 27.800.000	Rp 27.800.000
- B. Pemeliharaan	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
- B. Packaging	Rp 63.000.000	Rp 65.700.000	Rp 78.750.000	Rp 81.900.000	Rp 88.200.000
-B.Bahan Baku Penolong	Rp 31.015.000	Rp 32.507.800	Rp 33.859.400	Rp 34.918.000	Rp 38.412.200
Akumulasi Penyusutan mesin dan peralatan	Rp 1.228.000	Rp 1.228.000	Rp 1.228.000	Rp 1.228.000	Rp 1.228.000
Total BOP	Rp 125.103.000	Rp 129.335.800	Rp 143.737.400	Rp148.346.000	Rp 158.140.200
Total Biaya Produksi	Rp 416.598.000	Rp 430.929.400	Rp 454.599.200	Rp480.072.000	Rp 516.800.600
Persd Awal Barang dlm Proses	Rp 6.500.000	Rp 5.650.000	Rp 5.800.000	Rp 5.930.000	Rp 6.030.000
	Rp 423.098.000	Rp 436.579.400	Rp 460.399.200	Rp 486.002.000	Rp 522.830.600
Persd Akhir Baragng dlm Proses	Rp (5.650.000)	Rp (5.800.000)	Rp (5.930.000)	Rp (6.030.000)	Rp (6.125.000)

Harga Pokok Produksi	Rp 417.448.000	Rp 430.779.400	Rp 454.469.200	Rp479.972.000	Rp 516.705.600
- Persd Awal Barang jadi	Rp 6.450.000	Rp 7.325.000	Rp 7.510.000	Rp 7.565.000	Rp 7.820.000
- Barang tersedia untuk dijual	Rp 423.898.000	Rp 438.104.400	Rp 461.979.200	Rp 487.537.000	Rp 524.525.600
Persediaan akhir barang jadi	Rp (7.325.000)	Rp (7.510.000)	Rp (7.565.000)	Rp (7.820.000)	Rp (7.910.000)
Harga Pokok Penjualan	Rp 416.573.000	Rp 430.594.400	Rp 454.414.200	Rp479.717.000	Rp 516.615.600

Sumber : Data Diolah

Dari data diatas dapat dihitung :

1.Perhitungan biaya produksi per unit, dengan rumus :

$$\text{Biaya Produk per Unit} = \frac{\text{Total Harga Pokok Produksi}}{\text{Total Unit Produksi}}$$

a. Harga Produk Tahun 2011 = $\frac{\text{Rp } 417.448.000}{10.325 \text{ pcs}}$
= Rp 40.431

b.Harga Produk Tahun 2012 = $\frac{\text{Rp } 430.779.400}{10.686 \text{ pcs}}$
= Rp 40.313

c.Harga Produk Tahun 2013 = $\frac{\text{Rp } 454.469.200}{10.993 \text{ pcs}}$
= Rp 41.342

d.Harga Produk Tahun 2014 = $\frac{\text{Rp } 479.972.000}{11.260 \text{ pcs}}$
= Rp 42.626

e.Harga Produk Tahun 2015 = $\frac{\text{Rp } 516.705.600}{12.354 \text{ pcs}}$
=Rp41.825

Menentukan harga jual per unit :

1. Tahun 2011

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 40.431 \times 30\%) + \text{Rp } 40.431 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 52.560}\end{aligned}$$

2. Tahun 2012

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 40.313 \times 30\%) + \text{Rp } 40.313 \\ &= \mathbf{52.406}\end{aligned}$$

3. Tahun 2013

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 41.342 \times 30\%) + \text{Rp } 41.342 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 53.744}\end{aligned}$$

4. Tahun 2014

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 42.626 \times 30\%) + \text{Rp } 42.626 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 55.414}\end{aligned}$$

5. Tahun 2015

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 41.825 \times 30\%) + \text{Rp } 41.825 \\ &= \mathbf{\text{Rp}54.372}\end{aligned}$$

Tabel 4.19 Harga Pokok Penjualan High Heels Wisnu Shoes 2011-2015

Harga Pokok Penjualan High Heels 2011-2015					
Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Pemakaian Bahan Baku					
- Persd Bahan Baku Awal Tahun	Rp 7.430.000	Rp 7.625.000	Rp 7.780.000	Rp 7.865.000	Rp 8.030.000
- Pembelian Bahan Baku	Rp 137.707.500	Rp 144.660.600	Rp 148.440.300	Rp 156.606.000	Rp 165.713.400
- Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp 145.137.500	Rp 152.285.600	Rp 156.220.300	Rp 164.471.000	Rp 173.743.400
- Persd Bahan Baku Akhir Tahun	Rp (7.625.000)	Rp (7.780.000)	Rp (7.865.000)	Rp (8.030.000)	Rp (8.205.000)
Total Pemakaian Bahan Baku	Rp 137.512.500	Rp 144.505.600	Rp 148.355.300	Rp156.441.000	Rp 165.538.400
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 160.500.000	Rp 167.550.000	Rp 172.650.000	Rp190.200.000	Rp 203.400.000
Biaya Over Head Pabrik					
- B. Listrik, Air, & Telp	Rp 27.360.000	Rp 27.400.000	Rp 27.400.000	Rp 27.800.000	Rp 27.800.000
- B. Pemeliharaan	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
- B. Packaging	Rp 63.000.000	Rp 65.700.000	Rp 78.750.000	Rp 81.900.000	Rp 88.200.000
-B.Bahan Baku Penolong	Rp 38.508.000	Rp 40.615.600	Rp 42.173.800	Rp 44.527.000	Rp 47.305.400
Akumulasi Penyusutan mesin dan peralatan	Rp 1.228.000	Rp 1.228.000	Rp 1.228.000	Rp 1.228.000	Rp 1.228.000
Total BOP	Rp 132.596.000	Rp 137.443.600	Rp 152.051.800	Rp157.955.000	Rp 167.033.400
Total Biaya Produksi	Rp 430.608.500	Rp 449.499.200	Rp 473.057.100	Rp504.596.000	Rp 535.971.800
Persd Awal Barang dlm Proses	Rp 6.100.000	Rp 6.120.000	Rp 6.230.000	Rp 6.410.000	Rp 6.570.000
	Rp 436.708.500	Rp 455.619.200	Rp 479.287.100	Rp 511.006.000	Rp 542.541.800
Persd Akhir Baragng dlm Proses	Rp (6.120.000)	Rp (6.230.000)	Rp (6.410.000)	Rp (6.570.000)	Rp (6.720.000)

Harga Pokok Produksi	Rp 430.588.500	Rp 449.389.200	Rp 472.877.100	Rp504.436.000	Rp 535.821.800
Persd Barang					
- Persd Awal Barang jadi	Rp 7.430.000	Rp 7.520.000	Rp 7.620.000	Rp 7.695.000	Rp 7.730.000
- Barang tersedia untuk dijual	Rp 438.018.500	Rp 456.909.200	Rp 480.497.100	Rp 512.131.000	Rp 543.551.800
Persediaan akhir barang jadi	Rp (7.520.000)	Rp (7.620.000)	Rp (7.695.000)	Rp (7.730.000)	Rp (7.800.000)
Harga Pokok Penjualan	Rp 430.498.500	Rp 449.289.200	Rp 472.802.100	Rp504.401.000	Rp 535.751.800

Sumber : Data Diolah

Dari data diatas maka dapat diketahui

1.Perhitungan biaya produksi per unit, dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{Biaya Produk per Unit} &= \frac{\text{Total Harga Pokok Produksi}}{\text{Total Unit Produksi}} \\ \text{a.Harga Produk Tahun 2011} &= \frac{\text{Rp } 430.588.500}{10.675 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 40.336 \\ \text{b.Harga Produk Tahun 2012} &= \frac{\text{Rp } 449.389.200}{11.214 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 40.074 \\ \text{c.Harga Produk Tahun 2013} &= \frac{\text{Rp } 472.877.100}{11.507 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 41.095 \\ \text{d.Harga Produk Tahun 2014} &= \frac{\text{Rp } 504.436.000}{12.140 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 41.552 \\ \text{e.Harga Produk Tahun 2015} &= \frac{\text{Rp } 535.821.800}{12.846 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 41.711 \end{aligned}$$

Menentukan harga jual per unit :

a.Tahun 2011

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 40.336 \times 30\%) + \text{Rp } 40.336 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 52.437} \end{aligned}$$

b.Tahun 2012

$$\text{Harga Jual} = (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk}$$

$$= (\text{Rp } 40.074 \times 30\%) + \text{Rp } 40.074$$

Total Biaya Penuh Wedges Tahun 2011-2015

$$=\text{Rp } 52.096$$

c. Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 41.095 \times 30\%) + \text{Rp } 41.095 \\ &=\text{Rp } 53.423 \end{aligned}$$

d. Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 41.552 \times 30\%) + \text{Rp } 41.552 \\ &=\text{Rp } 54.017 \end{aligned}$$

e. Tahun 2015

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 41.711 \times 30\%) + \text{Rp } 41.711 \\ &=\text{Rp } 54.225 \end{aligned}$$

Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Biaya					
1. Bahan Baku Langsung	Rp130.995.000	Rp134.043.600	Rp 138.211.800	Rp 141.526.000	Rp 155.260.400
2. Tenaga Kerja Langsung	Rp160.500.000	Rp 167.550.000	Rp 172.650.000	Rp 190.200.000	Rp203.400.000
3. BOP	Rp125.103.000	Rp 129.335.800	Rp 143.737.400	Rp 148.346.000	Rp 158.140.200
Total Biaya Produksi	Rp416.598.000	Rp 430.929.400	Rp 454.599.200	Rp 480.072.000	Rp 516.800.600
Biaya Pemasaran	Rp 45.650.000	Rp 47.095.000	Rp 47.235.000	Rp 47.375.000	Rp 47.530.000
Biaya Administrasi dan Keuangan	Rp24.000.000	Rp24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp24.000.000
Total Biaya Penuh	Rp486.248.000	Rp502.024.400	Rp 525.834.200	Rp551.447.000	Rp 588.330.600

Tabel 4.20 Tabel Biaya Penuh Wedges Tahun 2011- 2015

Sumber : Data Diolah

Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari Total Biaya Penuh, sehingga :

$$\text{Laba yang diharapkan} = 30\% \times \text{Total biaya penuh}$$

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}}$$

- Tahun 2011 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp } 486.248.000 \\ &= \text{Rp } 145.874.400 \end{aligned}$$

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

$$\begin{aligned} & \text{Jumlah unit produksi} \\ & = \frac{\text{Rp } 486.248.000 + \text{Rp } 145.874.400}{10.325} \\ & = \text{Rp } 61.223 \end{aligned}$$

- Tahun 2012 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp } 502.024.400 \\ &= \text{Rp } 150.607.320 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 502.024.400 + \text{Rp } 150.607.320}{10.686} \\ &= \text{Rp } 61.074 \end{aligned}$$

- Tahun 2013 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp } 525.834.200 \\ &= \text{Rp } 157.750.260 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 525.834.200 + \text{Rp } 157.750.260}{10.993} \\ &= \text{Rp } 62.184 \end{aligned}$$

- Tahun 2014 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp } 551.447.000 \\ &= \text{Rp } 165.434.100 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 551.447.000 + \text{Rp } 165.434.100}{11.260} \\ &= \text{Rp } 63.666 \end{aligned}$$

- Tahun 2015 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned}\text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp}588.330.600 \\ &= \text{Rp } 183.369.180\end{aligned}$$

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

Jumlah unit produksi

$$= \frac{\text{Rp}588.330.600 + \text{Rp } 183.369.180}{12.354}$$

12.354

$$= \text{Rp } 61.909$$

Tabel 4.21 Tabel Biaya Penuh High Heels Tahun 2011- 2015

Total Biaya Penuh High Heels Tahun 2011-2015					
Keterangan	Tahun				
	2011	2012	2013	2014	2015
Biaya					
1. Bahan Baku					
Langsung	Rp137.512.500	Rp144.505.600	Rp148.355.300	Rp156.441.000	Rp165.538.400
2. Tenaga Kerja			Rp		Rp
Langsung	Rp160.500.000	Rp167.550.000	172.650.000	Rp190.200.000	203.400.000
3. BOP	Rp	Rp137.443.600	Rp	Rp157.955.000	Rp

Sumber : Data Diolah

	132.596.000		152.051.800		167.033.400
Total Biaya Produksi	Rp 430.608.500	Rp449.499.200	Rp 473.057.100	Rp504.596.000	Rp 535.971.800
Biaya Pemasaran	Rp 45.650.000	Rp47.095.000	Rp47.235.000	Rp 47.375.000	Rp 47.530.000
Biaya Administrasi dan Keuangan	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
Total Biaya Penuh	Rp 500.258.500	Rp520.594.200	Rp 544.292.100	Rp575.971.000	Rp 607.501.800

Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari Total Biaya Penuh, sehingga :

$$\text{Laba yang diharapkan} = 30\% \times \text{Total biaya penuh}$$

$$\text{Harga Jual Produk} = \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}}$$

- Tahun 2011 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp } 500.258.500 \\ &= \text{Rp } 150.077.550 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 500.258.500 + \text{Rp } 150.077.550}{10.675} \\ &= \text{Rp } 60.921 \end{aligned}$$

- Tahun 2012 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp } 520.594.200 \\ &= \text{Rp } 156.178.260 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 520.594.200 + \text{Rp } 156.178.260}{11.214} \\ &= \text{Rp } 60.351 \end{aligned}$$

- Tahun 2013 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp } 544.292.100 \\ &= \text{Rp } 163.287.630 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 544.292.100 + \text{Rp } 163.278.630}{11.507} \\ &= \text{Rp } 61.491 \end{aligned}$$

- Tahun 2014 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp } 575.971.000 \\ &= \text{Rp } 172.791.300 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 575.971.000 + \text{Rp } 172.791.300}{12.140} \\ &= \text{Rp } 61.677 \end{aligned}$$

- Tahun 2015 Perhitungan harga jual dengan laba yang diinginkan sebesar 30% dari biaya penuh, sehingga :

$$\begin{aligned} \text{Laba yang diharapkan} &= 30\% \times \text{Rp } 607.501.800 \\ &= \text{Rp } 182.250.540 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 607.501.800 + \text{Rp } 182.250.540}{12.140} \end{aligned}$$

$$\text{Rp } 61.478 = 12.846$$

Tabel 4.22 Laporan Laba Rugi Perusahaan Wisnu Shoes 2011-2015

Laporan Laba Rugi Perusahaan Wisnu Shoes Tahun 2011-2015						
No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Penjualan					
	- Wedges	Rp 542.682.400	Rp 560.013.220	Rp 590.809.960	Rp 623.963.600	Rp 671.717.280
	- High Heels	Rp 559.765.050	Rp 584.205.960	Rp 614.740.230	Rp 655.766.800	Rp 696.568.340
	Total Penjualan	Rp 1.102.447.450	Rp 1.144.219.180	Rp 1.205.550.190	Rp 1.279.730.400	Rp1.368.285.620
2	Harga Pokok Penjualan	Rp 847.071.500	Rp 879.883.600	Rp 927.216.300	Rp 984.118.000	Rp1.052.367.400
	Laba Kotor (1 -2)	Rp 255.375.950	Rp 264.335.580	Rp 278.333.890	Rp 295.612.400	Rp 315.918.220
3	Biaya Usaha					
	-Biaya Pemasaran	Rp 45.650.000	Rp 47.095.000	Rp 47.235.000	Rp 47.375.000	Rp 47.530.000
	-Biaya Gaji Admministrasi	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
	-Biaya Pemeliharaan	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
	-Biaya Listrik, Air, & Telp	Rp 27.360.000	Rp 27.400.000	Rp 27.400.000	Rp 27.800.000	Rp 27.800.000
	-Biaya Penyusutan	Rp 8.499.485	Rp 8.499.485	Rp 8.499.485	Rp 8.499.485	Rp 8.499.485
	Total Biaya Usaha	Rp 108.009.485	Rp 109.494.485	Rp 109.634.485	Rp 110.174.485	Rp 110.329.485
4	Laba Sebelum Pajak (2 -	Rp 147.366.465	Rp 154.841.095	Rp 168.699.405	Rp 185.437.915	Rp 205.588.735

	3)					
5	Pajak Pendapatan (1%)	Rp 1.473.665	Rp 1.548.411	Rp 1.686.994	Rp 1.854.379	Rp 2.055.887
6	Laba Setelah Pajak (4 - 5)	Rp 145.892.800	Rp 153.292.684	Rp 167.012.411	Rp 183.583.536	Rp 203.532.848

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.23 Laporan Laba Cost Plus Pricing Wisnu Shoes 2011-2015

Laporan Laba Rugi Wedges metode Cost Plus Pricing 2011-2015						
No	Keterangan	Tahun				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Penjualan					
	- Wedges	Rp 632.127.475	Rp 652.636.764	Rp 683.588.712	Rp 716.879.160	Rp 764.823.786
	- High Heels	Rp 650.331.675	Rp 676.776.114	Rp 707.576.937	Rp 748.758.780	Rp 789.746.388
	Total Penjualan	Rp 1.282.459.150	Rp 1.329.412.878	Rp 1.391.165.649	Rp1.465.637.940	Rp 1.554.570.174
2	Harga Pokok Penjualan	Rp 847.071.500	Rp 879.883.600	Rp 927.216.300	Rp 984.118.000	Rp 1.052.367.400
	Laba Kotor (1 -2)	Rp 435.387.650	Rp 449.529.278	Rp 463.949.349	Rp 481.519.940	Rp 502.202.774
3	Biaya Usaha					
	-Biaya Pemasaran	Rp 45.650.000	Rp 47.095.000	Rp 47.235.000	Rp 47.375.000	Rp 47.530.000
	-Biaya Gaji Admministrasi	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
	-Biaya Pemeliharaan	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
	-Biaya Listrik, Air, & Telp	Rp 27.360.000	Rp 27.400.000	Rp 27.400.000	Rp 27.800.000	Rp 27.800.000
	-Biaya Penyusutan	Rp 8.499.485	Rp 8.499.485	Rp 8.499.485	Rp 8.499.485	Rp 8.499.485

	Total Biaya Usaha	Rp 108.009.485	Rp 109.494.485	Rp 109.634.485	Rp 110.174.485	Rp 110.329.485
4	Laba Sebelum Pajak (2 - 3)	Rp 327.378.165	Rp 340.034.793	Rp 354.314.864	Rp 371.345.455	Rp 391.873.289
5	Pajak Pendapatan (1%)	Rp 3.273.782	Rp 3.400.348	Rp 3.543.149	Rp 3.713.455	Rp 3.918.733
6	Laba Setelah Pajak (4 - 5)	Rp 324.104.383	Rp 336.634.445	Rp 350.771.715	Rp 367.632.000	Rp 387.954.556

Sumber : Data Diolah

4.5.3 Laporan Laba-rugi setelah menggunakan perhitungan *cost-plus pricing*

Setelah diketahui perolehan biaya totalnya , maka dilanjutkan dengan perhitungan laba rugi Wisnu Shoes yang dilakukan setelah perhitungan *cost-plus pricing*.

Tabel 4.24 Data Penjualan setelah *Cost-plus pricing* tahun 2011-2015

Tahun	Produk	Jumlah Penjualan	Harga Jual	Total
2011	Wedges	10325	Rp 61.223	Rp 632.127.475
	High Heels	10675	Rp 60.921	Rp 650.331.675
	Total	21000		Rp 1.282.459.150
2012	Wedges	10686	Rp 61.074	Rp 652.636.764
	High Heels	11214	Rp 60.351	Rp 676.776.114
	Total	21900		Rp 1.329.412.878
2013	Wedges	10993	Rp 62.184	Rp 683.588.712
	High Heels	11507	Rp 61.491	Rp 707.576.937
	Total	22500		Rp 1.391.165.649
2014	Wedges	11260	Rp	Rp

			63.666	716.879.160
	High Heels	12140	Rp 61.677	Rp 748.758.780
	Total	23400		Rp 1.465.637.940
2015	Wedges	12354	Rp 61.909	Rp 764.823.786
	High Heels	12846	Rp 61.478	Rp 789.746.388
	Total	25200		Rp 1.554.570.174

Sumber : Data Diolah

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Harga Jual Perusahaan

Menurut perusahaan penetapan harga jual berdasarkan perhitungan harga pokok penjualan yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1 Harga Jual Perusahaan Wedges

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk
		(Rp)
2011	10325	Rp 52.560
2012	10686	Rp 52.406
2013	10993	Rp 53.744
2014	11260	Rp 55.414
2015	12354	Rp 54.372

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.2 Harga Jual Perusahaan High Heels

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk
		(Rp)
2011	10675	Rp52.437
2012	11214	Rp52.096
2013	11507	Rp53.423
2014	12140	Rp54.017
2015	12846	Rp54.225

Sumber: Data Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa harga jual perusahaan atau harga jual sebelum melakukan perhitungan dengan *cost plus pricing* mempunyai pengaruh yang besar terhadap laba yang diharapkan oleh perusahaan, ini dikarenakan jumlah produksi yang juga mengalami peningkatan yang stabil.

5.2 Harga Jual dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

Sesuai dengan perhitungan harga pokok penjualan dengan menggunakan metode *full costing* dan melakukan perhitungan dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, berikut adalah hasilnya:

Tabel 5.3 Harga Jual Wedges

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk	
		(Rp)	
2011	10325	Rp	61.223
2012	10686	Rp	61.074
2013	10993	Rp	62.184
2014	11260	Rp	63.666
2015	12354	Rp	61.909

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.4 Harga Jual High Heels

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk	
		(Rp)	
2011	10675	Rp	60.921
2012	11214	Rp	60.351
2013	11507	Rp	61.491
2014	12140	Rp	61.677
2015	12846	Rp	61.478

Sumber: Data Diolah

5.3 Selisih Harga Jual Perusahaan dengan Harga Jual *Cost-Plus Pricing*

Setelah menghitung harga jual dengan metode *cost-plus pricing* dan menetapkan keuntungan yang diharapkan (% mark-up) sebesar 30%, maka selanjutnya adalah menghitung selisih antara harga jual hasil perhitungan dengan harga jual perusahaan, berikut adalah hasilnya:

Tabel 5.5 Selisih Harga Sepatu Wedges

Tahun	Harga Jual	Harga Jual	Selisih	Selisih (%)
-------	------------	------------	---------	-------------

	Perusahaan	<i>Cost-Plus Pricing</i>	Harga	
2011	Rp 52.560	Rp 61.223	Rp8.662	14,14%
2012	Rp 52.406	Rp 61.074	Rp8.667	14,19%
2013	Rp 53.744	Rp 62.184	Rp8.439	13,57%
2014	Rp 55.414	Rp 63.666	Rp8.252	12,96%
2015	Rp 54.372	Rp 61.909	Rp7.537	12,17%

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.6 Selisih Harga Sepatu High Heels

Tahun	Harga Jual Perusahaan	Harga Jual <i>Cost-Plus Pricing</i>	Selisih Harga	Selisih (%)
2011	Rp52.437	Rp 60.921	Rp8.484	13,92%
2012	Rp52.096	Rp 60.351	Rp8.255	13,67%
2013	Rp53.423	Rp 61.491	Rp8.068	13,12%
2014	Rp54.017	Rp 61.677	Rp7.660	12,41%
2015	Rp54.225	Rp 61.478	Rp7.254	11,79%

Sumber: Data Diolah

5.4 Selisih Penjualan Sesudah dan Sebelum *Cost-Plus Pricing*

Tabel 5.7 Data Penjualan Sebelum *Cost-Plus Pricing Wedges*

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk	Total Penjualan
		(Rp)	(Rp)
2011	10325	Rp 52.560	Rp 542.682.400
2012	10686	Rp 52.406	Rp 560.013.220
2013	10993	Rp 53.744	Rp 590.809.960
2014	11260	Rp 55.414	Rp 623.963.600
2015	12354	Rp 54.372	Rp 671.717.280

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.8 Data Penjualan Sebelum *Cost-Plus Pricing High Heels*

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk	Total Penjualan
		(Rp)	(Rp)
2011	10675	Rp52.437	Rp 559.765.050

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk	Total Penjualan
		(Rp)	(Rp)
2011	10675	Rp 60.921	Rp 650.336.050
2012	11214	Rp 60.351	Rp 676.772.460

2012	11214	Rp52.096	Rp 584.205.960
2013	11507	Rp53.423	Rp 614.740.230
2014	12140	Rp54.017	Rp 655.766.800
2015	12846	Rp54.225	Rp 696.568.340

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.9 Data Penjualan Sesudah Cost Plus Pricing Wedges

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk	Total Penjualan
		(Rp)	(Rp)
2011	10325	Rp 61.223	Rp 632.122.400
2012	10686	Rp 61.074	Rp 652.631.720
2013	10993	Rp 62.184	Rp 683.584.460
2014	11260	Rp 63.666	Rp 716.881.100
2015	12354	Rp 61.909	Rp 764.829.780

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.10 Data Penjualan Sesudah Cost Plus Pricing High Heels

2013	11507	Rp	61.491	Rp 707.579.730
2014	12140	Rp	61.677	Rp 748.762.300
2015	12846	Rp	61.478	Rp 789.752.340

Sumber: Data Diolah

Tabel 5.11 Perbandingan Harga dengan Pesaing

Perbandingan Harga dengan Pesaing			
No	Harga Wedges		
	Wisnu Shoes	Yunira Shoes	Delta Shoes
1	Rp 61.223	Rp 75.000	Rp 60.000
2	Rp 61.074	Rp 75.000	Rp 60.000
3	Rp 62.184	Rp 77.000	Rp 60.000
4	Rp 63.666	Rp 77.000	Rp 60.000
5	Rp 61.909	Rp 77.000	Rp 60.000
No	Harga High Heels		
	Wisnu Shoes	Yunira Shoes	Delta Shoes
1	Rp 60.921	Rp 75.000	Rp 60.000
2	Rp 60.351	Rp 75.000	Rp 60.000
3	Rp 61.491	Rp 77.000	Rp 60.000
4	Rp 61.677	Rp 77.000	Rp 60.000
5	Rp 61.478	Rp 77.000	Rp 60.000

Sumber: Data Diolah

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di WISNU SHOES, maka dapat disimpulkan beberapa hal diantaranya sebagai berikut :

1. Harga Jual Produk menurut perhitungan perusahaan dari tahun 2011 – 2015 adalah :
Harga Wedges tahun 2011 Rp.52.560 ,tahun 2012 Rp.52.406 ,tahun 2013 Rp.53.744 ,tahun 2014 Rp.55.414 ,tahun 2015 Rp.54.372.
Harga High Heels tahun 2011 Rp.52.437 ,tahun 2012 Rp.52.096 ,tahun 2013 Rp.53.423 ,tahun 2014 Rp.54.017 ,tahun 2015 Rp.54.225.
2. Harga Jual Produk menurut perhitungan Cost Plus Pricing dari tahun 2011 – 2015 adalah :
Harga Wedges tahun 2011 Rp.61.223 ,tahun 2012 Rp.61.074,tahun 2013 Rp.62.184 ,tahun 2014 Rp.63.666,tahun 2015 Rp.61.909.
Harga High Heels tahun 2011 Rp 60.921 ,tahun 2012 Rp.60.351 ,tahun 2013 Rp.61.491,tahun 2014 Rp.61.677,tahun 2015 Rp.61.478.
3. Dapat dilihat bahwa harga jual dengan menggunakan metode cost-plus pricing mempunyai harga jual yang lebih besar, ini dikarenakan :
 - Perusahaan tidak melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan tepat.
 - Perusahaan tidak membebankan biaya overhead pabrik secara akurat, biaya overhead pabrik tetap dan variabel tidak dibedakan.
 - Perhitungan harga pokok produksi perusahaan tidak melibatkan semua biaya biaya

Perbandingan harga jual berdasarkan perhitungan perusahaan dengan metode *cost-plus pricing* , dari tahun 2011-2015 adalah sebagai berikut :

- a. Dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* maka target 30% laba yang ingin dicapai akan terpenuhi.
- b. Adanya kenaikan penjualan setelah menggunakan metode *cost-plus pricing* dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan.

6.2 Saran

Hasil penelitan memberikan saran–saran untuk perusahaan, diantaranya :

1. Perusahaan sebaiknya menerapkan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*, karena biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat tertutup dengan menggunakan metode ini. Serta laba yang di dapat perusahaan pun juga sesuai dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan.
2. Jika perusahaan ingin mendapatkan laba sesuai yang diharapkan, sebaiknya perusahaan menaikkan harga jual produk wedges dan high heels karena akan memberikan dampak positif pada tingkat penjualan perusahaan.
3. Dengan peningkatan harga jual tentunya perusahaan harus menyeimbangkannya dengan kualitas produk yang dimilikinya, sehingga dengan harga jual yang lebih tinggi konsumen tetap mau membelinya karena seimbang dengan kualitas produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasen & Mowen. 1990. *Akuntansi Manajemen*, Edisi bahasa Indonesia, Edisi 4, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 2, jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Matz-Ustry, 1990. *Akuntansi Biaya*, Edisi 8, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*, Buku 1, edisi 2. Yogyakarta.: Penerbit BPFE
- Nurlela Bastian Bustami, 2013. *Akuntansi Biaya*, Edisi 4, Jakarta: penerbit Mitra Wacana Media.
- Rachmayanti, Dewi Kasita. 2011. Analisis Perhitungan Harga Produksi Sepatu dengan Metode Full Costing. *Skripsi*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Soemarso, S.R. 1984. *Peranan Harga Pokok dalam Penentuan Harga Jual*. ESG Jakarta.
- Supriyono, R. A. 2011. *Akuntansi Biaya*. BPFE. Yogyakarta.

LAMPIRAN