

TUGAS AKHIR

**ANALISIS HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS
PRICING PADA PO TAS YANRI BOGOR, JAWA BARAT**

Diajukan untuk memenuhi Persyaratan Dalam Penyusunan Tugas Akhir

Program studi D-IV Manajemen Bisnis Industri

Di Politeknik STMI Jakarta d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri



OLEH :

INTAN ANGGRAINI

1712016

POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

2016

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.h SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

ANALISIS HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA PO TAS YANRI

DISUSUN OLEH

NAMA : INTAN ANGGRAINI

NIM : 1712016

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diajukan dan
Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta
d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Jakarta, Agustus 2016

Dosen pembimbing

Dr.S. Sukma Adnan,SE,MPD

NIP:195703211984031005

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
POLITEKNIK STMI JAKARTA
d.h SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

ANALISIS HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA PO TAS YANRI

DISUSUN OLEH

NAMA : INTAN ANGGRAINI

NIM : 1712016

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen Bisnis Industri Politeknik STMI Jakarta d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri pada hari Rabu tanggal 26 Oktober 2016.

Jakarta, 26 Oktober 2016

Penguji 1,

Penguji 2,

Dr Sadar Sukma Adnan ,SE,MPd

Dra Sri Daryuni,MM

Penguji 3,

Penguji 4,

Drs Marison Sitorus,MM

Drs Atang Sugiono,MSi

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

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

Nama : Intan Anggraini

NIM : 1712016

Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

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

ANALISIS HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING PADA PO TAS YANRI

- 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, Agustus 2016

Yang Membuat Pernyataan

(Intan Anggraini)

ABSTRAK

Perusahaan Tas Yanri di bogor merupakan salah satu industri kecil yang bergerak dalam bidang produksi tas dan dompet, dengan merek dagang Tas Yanri Collection. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1994 dimana tantangan dan peluang industri kecil mulai tumbuh dengan pesat hingga saat ini. Dalam menghadapi persaingan yang ada di perusahaan harus tetap memperhatikan kualitas produk dan meningkatkan volume produksi dengan menghitung biaya-biaya produksi berdasarkan analisa *Cost Plus Pricing*. Analisa dengan menggunakan penentuan harga jual cost plus pricing dengan pendekatan full costing dapat memudahkan pengambilan keputusan manajemen khususnya dalam penentuan harga jual tas dan dompet yaitu dengan menghitung biaya total ditambah mark up, disamping itu jika terjadi perubahan biaya-biaya variabel seperti biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, manajemen dapat segera menyesuaikan harga jual tanpa harus menghitung biaya keseluruhan. Sedangkan untuk jangka panjang sebaiknya manajemen menggunakan harga jual tidak terlalu jauh dari pesaing agar hasil dari keuntungan dapat digunakan sebagai pengembangan asset-asset perusahaan dan membuka outlet lain sehingga dapat semakin bersaing dengan kompetitor lain.

Kata Kunci : Biaya Total, Harga Jual, Cost Plus Pricing

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim, Alhamdulillah. Puji syukur kepada Allah SWT karena dengan segala rahmat-Nya, Penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Tugas Akhir (TA) serta dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Diploma IV jurusan Manajemen Bisnis Industri (MBI) di Politeknik STMI Jakarta d.h.Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI).

Dalam menulis laporan ini Penulis mendapat banyak masukan dan nasihat dari beberapa pihak sehingga penulis laporan dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar besarnya kepada:

- Kedua Orangtua yang sangat penulis cintai dan banggakan (Bapak Alm Marsono dan Ibu Endang Suryati) yang selalu mendoakan dan tiada hentihentinya memberikan dukungan dan dorongan moril dan materil kepada penulis
- Bapak Dr Mustofa,ST,MT Selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta
- Bapak Drs Mulyono,MM dan Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno,SE,MM Selaku ketua jurusan dan sekertaris jurusan Manajemen Bisnis Industri terima kasih untuk bantuan, dorongan dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penyusunan laporan ini, serta selaku pembimbing laporan penyusun dengan segala kesetiaan ditengah kesibukan yang telah memberikan saran dan koreksi bagi penyempurnaan penyusunan laporan ini
- Bapak Dr Sadar Sukma Adnan MPd selaku dosen pembimbing penulis dalam terbentuknya Tugas Akhir ini, terima kasih untuk bantuan, dorongan dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penyusunan laporan ini, dan dengan segala kesetiaan ditengah kesibukan yang telah memberikan saran dan koreksi bagi penyempurnaan penyusunan laporan ini.
- Ibu Dra Sri Daryuni, MM selaku dosen penguji, atas masukan, kritik dan saran yang diberikan, hingga tugas akhir ini menjadi lebih terstruktur dan sempurna.

- Bapak Drs Marison Sitorus selaku dosen penguji, atas masukan, kritik dan saran yang diberikan, hingga tugas akhir ini menjadi lebih terstruktur dan sempurna.
- Bapak Drs Atang Sugiyono selaku dosen penguji, atas masukan, kritik dan saran yang diberikan, hingga tugas akhir ini menjadi lebih terstruktur dan sempurna
- Bapak Iskandar Julkarnaen pemilik Tas Yanri yang telah memberikan kesempatan kepada penyusun untuk melakukan praktek kerja lapangan (magang) pada perusahaan tersebut serta terima kasih atas bimbingannya dan data – data yang telah diberikan untuk penulis serta karyawan Po Tas Yanri.
- Eko Nuryaman, Heri Siswanto dan Rani Mustika Dewi selaku kakak penulis atas doa, masukan dan dukungan yang diberikan kepada penulis.
- Kawan-kawan seperjuangan MBI 2012 khususnya Tim Princess Backpacker Yang tentunya tidak dapat disebutkan satu persatu.
- Seluruh Staff Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI) beserta dosen pengajar Dan semua pihak yang berjasa bagi penulis.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari dalam penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun dari pada itu penyusun berusaha untuk memberikan laporan dan penyusunan yang terbaik, Dan semoga laporan ini bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menambah pengetahuan khususnya untuk para pembaca mengenai Industri Kecil Menengah (IKM), agar dapat diterapkan didunia kerja sebenarnya.

Jakarta, Agustus 2016

Penulis

Intan Anggraini

DAFTAR ISI

Cover	i
Lembar Persetujuan Dosen Bimbingan	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Lembar Pernyataan Keaslian.....	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Kerangka Pemikiran	4
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Definisi Biaya.....	6
2.1.1 Klasifikasi Biaya.....	6
2.1.2 Pengertian Biaya Produksi	9
2.2 Harga Pokok Produksi	10
2.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi.....	10
2.2.2 Unsur-Unsur Harga Pokok Produksi	10
2.2.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi	14

2.2.4 Pengertian Harga Pokok Penjualan	18
2.2.5 Struktur Harga Pokok Penjualan.....	19
2.3 Pengertian Harga	22
2.3.1 Tujuan Penetapan Harga.....	23
2.3.2 Pengertian Harga Jual.....	25
2.3.3 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual	25
2.3.4 Metode Penetapan Harga.....	30
2.3.5 Metode Penetapan Harga Jual	32
BAB III METODELOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Data.....	37
3.2 Metode Pengumpulan Data	37
3.3 Metode Pengolahan Data.....	38
3.4 Teknik Analisis.....	38
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan.....	40
4.1.2 Profil Perusahaan.....	41
4.1.3 Struktur Organisasi	42
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	43
4.1.5 Layout Pabrik PO Tas Yanri	44
4.2 Aspek Manajemen dan Tenaga Kerja.....	45
4.2.1 Ketenagakerjaan	45
4.2.2 Waktu Kerja dan Jumlah Karyawan.....	45
4.2.3 Kesejahteraan Karyawan	46
4.2.4 Pengupahan.....	46
4.2.5 Sistem Upah.....	46
4.3 Aspek Pemasaran.....	47

4.3.1	Cara Pemasaran Produk Tas Yanri.....	48
4.3.2	Cara Mendistribusikan Produk	49
4.3.3	Cara Mempromosikan Produk.....	49
4.3.4	Biaya Pemasaran.....	52
4.3.5	Cara Menentukan Harga Produk	53
4.4	Aspek Produksi.....	57
4.4.1	Bahan Baku	57
4.4.2	Peralatan	58
4.4.3	Proses Produksi	59
4.4.4	Produk Tas Yanri.....	63
4.5	Aspek Keuangan.....	64
4.5.1	Biaya Investasi.....	64
4.5.2	Laporan Keuangan.....	66
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		73
5.1	Perhitungan Harga Jual Perusahaan dengan Cost Plus Pricing	73
5.1.1	Perhitungan Harga Jual Tas Serut Menurut Perusahaan	74
5.1.2	Perhitungan Harga Jual Tas Serut Menurut Cost plus Pricing	75
5.1.3	Perhitungan Harga Jual Tas Ransel Duo Menurut Perusahaan	79
5.1.4	Perhitungan Harga Jual Tas Ransel Duo Cost Plus Pricing	81
5.1.5	Perhitungan Harga Jual Tas YNR Menurut Perusahaan	84
5.1.6	Perhitungan Harga Jual Tas YNR Menurut Cost Plus	85
5.1.7	Perhitungan Harga Jual Dompot KJ Kecil Menurut Perusahaan	88
5.1.8	Perhitungan Harga Jual Dompot KJ Menurut Cost Plus Pricing.....	90
5.1.9	Perhitungan Harga Jual Dompot KL Menurut perusahaan.....	93
5.1.10	Perhitungan Harga Jual Dompot KL Menurut Cost Plus Pricing.....	94
5.2	Perbandingan Harga Jual berdasarkan Cost Plus dan Perusahaan	98
5.3	Perbandingan Laba menurut Perusahaan dengan Laba Rugi CPP	99

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	100
6.1 Kesimpulan.....	100
6.2 Saran	101

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Harga Produk Tas Yanri Pada Tahun 2012-2014.....	47
Tabel 4.2	Biaya Promosi Tahun 2012-2014.....	51
Tabel 4.3	Biaya Pemasaran Tahun 2012-2014.....	52
Tabel 4.4	Penjualan Tas Yanri Pada Tahun 2012-2014.....	54
Tabel 4.5	Penjualan Dompot Yanri Pada Tahun 2012-2014.....	56
Tabel 4.6	Biaya Investasi Pada Tahun 2012-2014	64
Tabel 4.7	Biaya Penyusutan Tahun 2012-2014.....	66
Tabel 4.8	Harga Pokok Penjualan 2012-2014.....	68
Tabel 4.9	Harga Pokok Penjualan Full Costing Tahun 2012-2014.....	69
Tabel 4.10	Laporan Laba Rugi Menurut Perusahaan 2012-2014.....	71
Tabel 5.1	Biaya Produksi Tas Serut 2012-2014.....	73
Tabel 5.2	Biaya Produksi Tas Ransel Duo Tahun 2012-2014	78
Tabel 5.3	Biaya Produksi Tas YNR 08 Tahun 2012-2014.....	83
Tabel 5.4	Biaya Produksi Dompot KJ Tahun 2012-2014.....	88
Tabel 5.5	Biaya Produksi Dompot KL Tahun 2012-2014.....	92
Tabel 5.6	Perbandingan Harga CPP Dengan Perusahaan Tahun 2012-2014.....	98
Tabel 5.7	Perbandingan Laba Perproduk Menurut Perusahaan dengan CPP	99
Tabel 6.1	Harga Cost Plus Pricing Tahun 2012-2014	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	42
Gambar 4.2	Layout PO Tas Yanri	44
Gambar 4.3	Kartu Nama	50
Gambar 4.4	Banner	50
Gambar 4.5	Gantungan Tas.....	51
Gambar 4.6	Piagam Pameran.....	51
Gambar 4.7	Mesin Jahit	58
Gambar 4.8	Mesin Seset	58
Gambar 4.9	Mesin Cangklong	58
Gambar 4.10	Mesin Tungku	59
Gambar 4.11	Menggambar Pola	59
Gambar 4.12	Memotong Pola	60
Gambar 4.13	Meseset Bahan.....	60
Gambar 4.14	Melatex Bahan.....	61
Gambar 4.15	Mengelem.....	61
Gambar 4.16	Menjahit	62
Gambar 4.17	Menjahit jadi satu	62
Gambar 4.18	Tas Model Serut	63
Gambar 4.19	Tas Model Ransel Duo	63
Gambar 4.20	Tas Model YNR 08	63
Gambar 4.21	Dompot KJ Kecil	63
Gambar 4.22	Dompot KL.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan berkembangnya dunia usaha, maka akan mendorong terjadinya banyaknya perusahaan dan industri yang bergerak dalam bidang yang sama membuat suhu persaingan meningkat tajam. Untuk menghadapi persaingan tersebut, perusahaan perlu membuat suatu strategi pengendalian, yakni mengenai rancangan biaya yang dikeluarkan agar biaya produksinya efektif dan efisien. Biaya produksi erat hubungannya dengan penentuan harga jual.

Bagi suatu perusahaan memberikan harga jual bisa menjadi salah satu kunci suksesnya perusahaan secara tidak langsung konsumen akan terpengaruh untuk membeli produk jika perusahaan berhasil menentukan harga jual yang tepat. Kebijakan penetapan harga oleh manajemen idealnya memastikan pemulihan (*recovery*) atas semua biaya dan mencapai laba, dalam kondisi yang sulit sekalipun.

SKI Tajur merupakan salah satu daerah yang terkenal di Bogor dengan produksi tasnya. Salah satu diantaranya adalah PO. Tas Yanri. PO. Tas Yanri merupakan salah satu industri kecil dan menengah yang berlokasi di Jalan Jambu I No. 15 Perumnas Bantar Kemang Kel. Katulampa Kec. Bogor Timur –Bogor. PO Tas Yanri memproduksi Tas dan Dompet yang berbahan dasar kain virotext yaitu kain sintetis yang tidak mudah terkelupas.

Adapun permasalahan yang terjadi di PO Tas Yanri adalah perhitungan harga jual yang kurang tepat, dikarenakan perhitungan harga pokok penjualannya yang kurang akurat. Hal tersebut menyebabkan manajemen tidak akurat dalam menetapkan harga jual. Kalau mereka memiliki informasi yang pasti mengenai biaya pekerjaan atau unit yang akan dijual, maka penetapan harga jual akan lebih mudah.

Meskipun penawaran dan permintaan biasanya merupakan faktor penentu dalam penetapan harga, penetapan harga jual yang menguntungkan memerlukan pertimbangan atas biaya. Tender kompetitif atas suatu tertentu misalnya merupakan pengambilan keputusan penetapan harga yang sulit apabila hanya ada sedikit atau bahkan sama sekali tidak ada pengalaman dimasa lampau dengan jenis produk atau jasa yang terlibat.

Harga jual yang ditentukan harus dapat menutupi biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan(tidak terlalu tinggi ataupun rendah) dan dapat mencapai atau menghasilkan laba yang diharapkan. Dengan sistem produksi yang secara rutin (harian), salah satu cara atau metode tepat yang digunakan dalam penentuan harga jual adalah *Cost Plus Pricing*.

Permasalahan yang dihadapi PO Tas Yanri adalah belum menentukan harga jual yang tepat sehingga belum mengetahui berapa harga pokok penjualannya yang ada di perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memilih topik ini dan menjadikannya sebagai bahan penulisan tugas akhir dengan dengan judul “**ANALISIS HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA PO TAS YANRI**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana perhitungan harga jual pada Perusahaan Tas Yanri dan perhitungan harga jual *cost plus pricing* pada tahun 2012-2014?
2. Berapa perbandingan harga jual berdasarkan perusahaan dengan harga jual *cost plus pricing* pada tahun 2012 – 2014?
3. Berapa perbandingan laba dari harga jual perusahaan dengan harga jual *cost plus pricing* pada tahun 2012-2014?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya ruang lingkup pembahasan serta pencapaian suatu hasil pembahasan yang lebih rinci dan terarah, maka dibuatlah beberapa pembahasan masalah seperti:

1. Analisis harga jual berdasarkan data yang diperoleh dari Perusahaan Tas Yanri pada tahun 2012-2014

2. Analisis harga jual dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* pada tahun 2012-2014
3. Laba yang diperoleh dengan metode *cost plus pricing* pada tahun 2012-2014

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai berdasarkan pokok masalah yang diajukan tersebut adalah:

1. Mengetahui harga jual dari Perusahaan Tas Yanri pada tahun 2012-2014
2. Mengetahui harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing* pada tahun 2012-2014
3. Mengetahui keuntungan yang dicapai perusahaan pada tahun 2012-2014

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi perusahaan serta memperbaiki lingkungan kerja dalam menentukan harga pokok penjualan dan penetapan harga jual sehingga mencapai keuntungan yang diinginkan perusahaan.

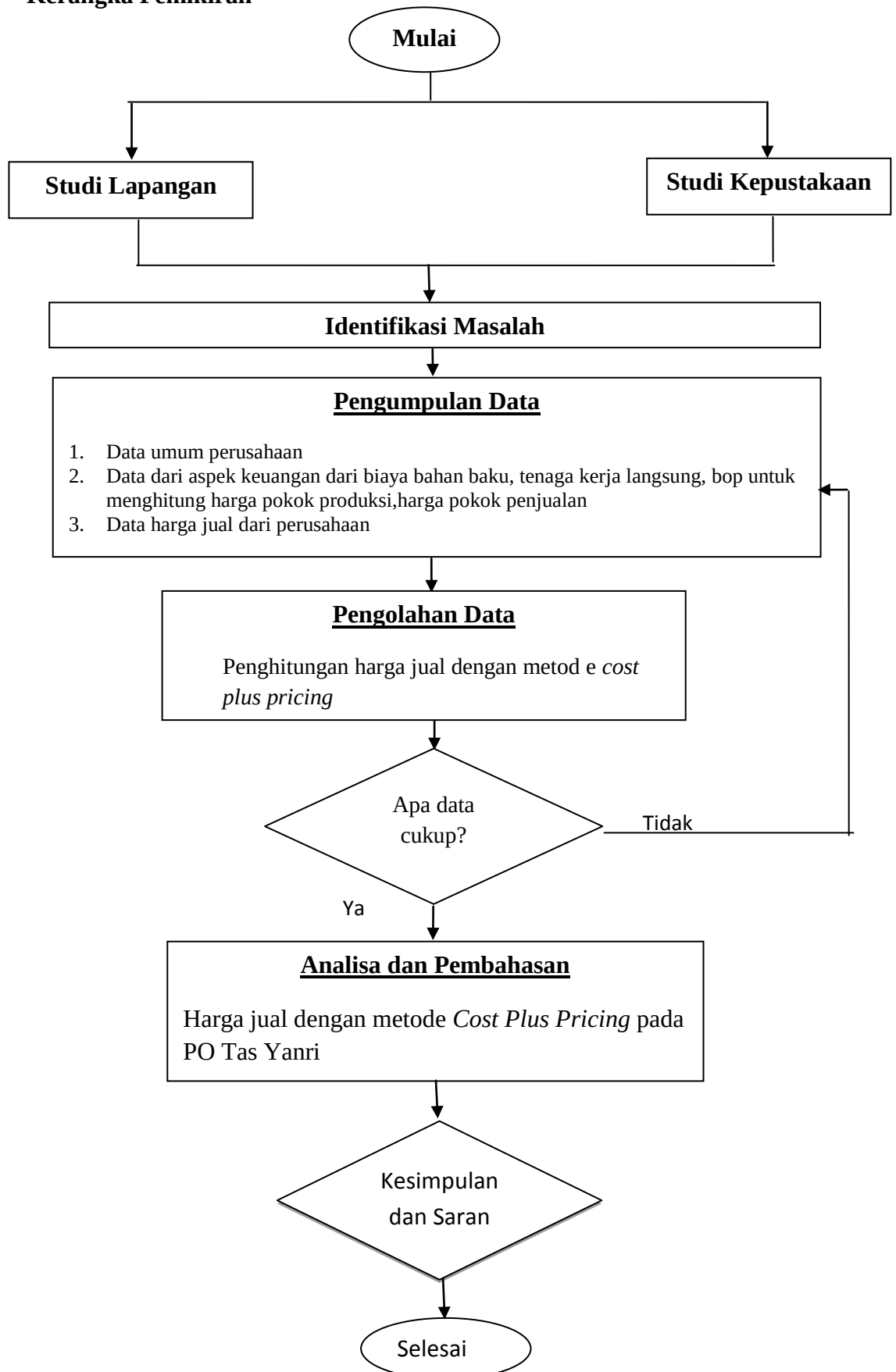
b. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan, wawasan mengenai studi pengembangan rencana usaha dalam hubungannya yang erat dan mengetahui bagaimana penentuan harga pokok penjualan tas yanri dan harga jual sehingga mengetahui laba yang dihasilkan di PO Tas Yanri.

c. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya secara lebih mendalam

1.6 Kerangka Pemikiran



1.7 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat tugas akhir, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

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

BAB III METODELOGI PENELITIAN

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

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGELOLAHAN DATA

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

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

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

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil analisis pembahasan dan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PO. Tas Yanri.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Biaya

Biaya dalam suatu perusahaan merupakan suatu komponen yang sangat penting dalam menunjang pelaksanaan kegiatan dalam usaha mencapai tujuan. Tujuan itu dapat tercapai apabila biaya yang dikeluarkan sebagai bentuk suatu pengorbanan oleh perusahaan telah diperhitungkan secara tepat. Menurut Horngren Charles (2007 : 28), biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau yang digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan (*revenue*) yang akan dipakai sebagai pengurangan penghasilan.

Bastian bastami dan Nurlela (2009:7) menyatakan biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Pada dasarnya pengertian biaya memiliki persamaan yaitu biaya adalah pengorbanan ekonomis, yang diukur dengan nilai uang untuk memperoleh barang atau jasa. Ada empat unsur pokok dalam definisi biaya yaitu sebagai berikut:

- a. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi
- b. Diukur dalam satuan uang
- c. Yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi
- d. Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu

2.1.1 Klasifikasi Biaya

Menurut Mulyadi (2009 : 13), Biaya dapat digolongkan sebagai berikut:

- 1) Penggolongan Biaya Menurut Obyek Pengeluaran

Penggolongan biaya ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berdasarkan penjelasan singkat mengenai suatu objek pengeluaran, misalnya semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut “biaya bahan bakar” Biasanya penggolongan biaya berdasarkan obyek pengeluaran bermanfaat untuk perencanaan perusahaan secara menyeluruh dan pada umumnya untuk kepentingan penyajian laporan kepada pihak luar.

2) Penggolongan Biaya Menurut Fungsi pokok dalam Perusahaan

Menurut Fungsi Pokok dalam perusahaan, biaya dapat digolongkan menjadi 3 kelompok, yaitu:

- a) Biaya Produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *Overhead* pabrik.
- b) Biaya Pemasaran, yaitu biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, contohnya biaya iklan, biaya promosi, biaya sampel dan lain-lain.
- c) Biaya Administrasi dan Umum, yaitu biaya-biaya untuk mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk, contohnya gaji bagian akuntansi, gaji personalia dan lain-lain.

3) Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang Dibiayai

Jika perusahaan mengolah bahan baku menjadi produk jadi maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa produk. Sedangkan jika perusahaan menghasilkan jasa, maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa penyerahan jasa tersebut. Ada dua golongan dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, yaitu:

- a) Biaya Langsung (*Direct cost*) merupakan biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena ada sesuatu yang harus dibiayai. Dalam kaitannya dengan produk, biaya langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai.
- b) Biaya Tidak Langsung (*redirect Cost*), biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai, dalam hubungannya dengan produk. Biaya tidak langsung dikenal dengan biaya *overhead* pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu.

4) Penggolongan Biaya Menurut Perilaku dalam Hubungannya dengan perubahan Volume Kegiatan.

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

- a) Biaya Tetap (*Fixed Cost*) yaitu biaya yang jumlahnya tetap konstan tidak dipengaruhi perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai tingkat kegiatan tertentu. Contohnya gaji direktur produksi.
- b) Biaya Variabel (*Variabel Cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah secara sebanding dengan perubahan volume kegiatan atau aktivitas. Contohnya biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.
- c) Biaya Semi Variabel, yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel. Contohnya biaya listrik yang digunakan.
- d) Biaya Semi *Fixed*, yaitu biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

5) Penggolongan Biaya Menurut Jangka Waktu

Berdasarkan jangka waktu manfaatnya, biaya dibagi menjadi dua yaitu:

- a) Pengeluaran Modal (Capital Expenditure), yaitu pengeluaran yang akan memberikan manfaat / benefit pada periode akuntansi atau pengeluaran yang akan dapat memberikan manfaat pada periode akuntansi yang akan datang.
- b) Pengeluaran Pendapatan (Revenue Expenditure), pengeluaran yang akan memberikan manfaat hanya pada periode akuntansi dimana pengeluaran itu terjadi.

2.1.2 Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produksi jadi yang siap untuk dijual. Misalnya biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan dan lain-lain. Pengertian biaya produksi secara lebih luas adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi untuk tujuan tertentu Mulyadi (2009 : 15). Dalam arti sempit biaya produksi dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Biaya produksi dapat juga didefinisikan sebagai harga pokok dalam rangka memperoleh penghasilan dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan Machfoedz, Mas'ud (2000 : 28). Berdasarkan pengertian biaya produksi tersebut dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam rangka melakukan usaha-usaha pokok perusahaan yakni untuk mendapatkan laba.

Menurut bastian Bustami dan Nurlela (2006 : 12) biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya Overhead pabrik

2.2 Harga Pokok Produksi

2.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok merupakan dasar penentuan harga karena harga pokok memberikan tingginya kontraprestasi yang diperoleh oleh produsen untuk pengorbanan yang telah dilakukannya, sedangkan prestasi yang telah dikorbankan produsen adalah nilai barang yang telah dihasilkan dari alat-alat produksi yang menghasilkan suatu barang. Matz Usry dan Hammer(2000 : 38)

Bastian berpendapat bahwa harga Pokok Produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurangi persediaan produk dalam proses akhir. Bastian Bustami dan Nurlela, (2006 : 60)

Menurut Mulyadi (2009 : 15), harga pokok produksi adalah merupakan harga pertukaran dari sumber ekonomi yang dikorbankan atau diserahkan untuk mendapatkan suatu barang dan jasa aktiva. Sedangkan menurut Al Haryono Jusup harga pokok produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dengan tujuan untuk menghasilkan produk jadi. Tujuan dilakukannya perhitungan harga pokok produksi menurut Manullang (2004 : 28) adalah:

1. Menentukan Harga Jual
2. Menentapkan efisiensi tidaknya suatu perubahan
3. Menentukan kebijakan dalam penjualan
4. Sebagai pedoman dalam pembelian alat-alat perlengkapan baru
5. Untuk perhitungan Neraca

2.2.2 Unsur-unsur Harga Pokok Produksi

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

a) Biaya Bahan Baku Langsung

Menurut Mulyadi (2009 : 14) bahan baku merupakan bahan yang membentuk bagian yang menyeluruh produk jadi. Di dalam memperoleh bahan baku, perusahaan tidak hanya mengeluarkan biaya sejumlah harga beli saja, tetapi juga mengeluarkan biaya-biaya pembelian, pergudangan dan biaya perolehan lainnya.

Harga bahan baku terdiri dari harga beli (harga yang tercantum dalam faktur pembelian) ditambah dengan biaya biaya pembelian dan biaya biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan bahan baku tersebut dalam keadaan siap diolah. Biaya bahan baku langsung adalah semua biaya bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk. Contoh bahan baku langsung adalah bahan baku kapas untuk industri benang karena biaya bahan baku biasanya mudah ditelusuri pada produk. Bastian Bustami dan Nurlela (2009: 32)

Pertimbangan utama dalam mengelompokkan bahan ke dalam bahan baku langsung adalah kemudahan penelusuran proses pengubahan bahan tersebut sampai menjadi bahan jadi. Jadi bahan baku langsung adalah biaya dari komponen komponen fisik produk. Biaya bahan baku dapat dibebankan secara langsung kepada produk karena observasi fisik dapat dilakukan untuk mengukur kuantitas yang dikonsumsi oleh setiap produk. Manullang (2002 :32)

b) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Mulyadi (2009 : 14) menyatakan bahwa tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk. Biaya tenaga kerja adalah harga yang dibebankan untuk penggunaan tenaga kerja manusia tersebut. Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang berhubungan langsung dengan proses produksi. Misalnya gaji karyawan pabrik ,biaya kesejahteraan karyawan pabrik, upah lembur karyawan pabrik, upah mandor pabrik dn gaji manajer pabrik. Biaya tenaga kerja langsung adalah karyawan yang dikerahkan untuk mengubah bahan langsung menjadi barang

jadi. Biaya untuk ini meliputi gaji atau upah yang diberikan kepada tenaga kerja yang terlibat langsung dalam pengolahan barang.

Biaya bahan tenaga kerja langsung adalah balas jasa atau pembayaran oleh perusahaan kepada para tenaga kerja yang terlibat langsung dalam kegiatan proses produksi yang didasarkan pada jam kerja atau pada produk yang dihasilkan. Biaya tenaga kerja langsung merupakan harga yang dibebankan kepada tenaga kerja. Bastian Bustami dan Nurlela(2009:33)

c) Biaya Overhead Pabrik

Biaya Overhead pabrik disebut juga biaya produk tidak langsung. Biaya ini timbul karena pemakaian fasilitas untuk mengolah barang berupa mesin, alat-alat, tempat kerja, dan kemudahan lainnya. Menurut Mulyadi (2009 : 14) secara sederhana dapat dinyatakan bahwa biaya overhead pabrik mencakup semua biaya pabrikasi kecuali yang dicatat sebagai biaya langsung yaitu bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung. overhead pabrik pada umumnya didefinisikan atau dibebankan langsung ke pekerjaan produk.

Biaya overhead pabrik adalah salah satu komponen biaya yang akan selalu muncul dalam kegiatan produksi suatu perusahaan. Hal ini disebabkan memiliki variasi yang banyak dan memiliki jumlah yang cukup besar. Sehingga biaya overhead pabrik akan berpengaruh terhadap penetapan harga pokok produksi yang berdampak pada keuntungan yang akan diperoleh perusahaan Mulyadi (2009: 16)

Penggolongan biaya overhead pabrik menurut sifatnya:

a) Biaya Bahan Penolong

Bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan meskipun menjadi bagian produk jadi tetapi nilainya relative kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut

b) Biaya Reparasi dan Pemeliharaan

Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa biaya suku cadang, biaya bahan habis pakai, dan harga perolehan jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan

c) Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu. Biaya tenaga kerja tidak langsung terdiri dari upah, tunjangan dan biaya kesejahteraan yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tidak langsung tersebut. Tenaga kerja tidak langsung terdiri dari:

- 1) Karyawan yang bekerja dalam departemen pembantu, seperti departemen-departemen pembangkit tenaga listrik, uap,, bengkel dan departemen gudang.
- 2) Karyawan yang bekerja dalam departemen produksi, seperti kepala departemen produksi, karyawan administrasi pabrik, pengawasan produksi

d) Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap Aktiva Tetap Biaya-biaya yang termasuk ke dalam kelompok ini antara lain adalah biaya-biaya depresiasi bangunan pabrik, mesin dan peralatan, alat kerja, dan aktiva tetap lain yang digunakan pabrik.

e) Biaya yang Timbul sebagai Akibat Berlunya Waktu

Biaya- biaya yang termasuk dalam kelompok ini antara lain biaya-biaya asuransi, gedung, asuransi mesin, dan peralatan, asuransi kendaraan, asuransi kecelakaan karyawan, dan biaya Amortisasi

f) Biaya Overhead Pabrik Lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai

2.2.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara untuk memperhitungkan 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*. Mulyadi (2009 : 17)

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 :

“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.

Contoh menggunakan *Full Costing*

Persediaan awal	xxx
Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	xxx

Biaya overhead pabrik tetap	<u>xxx +</u>
Total biaya produksi	xxx
Persediaan akhir	(xxx)
Harga pokok produksi	xxx

2. Variabel Costing

Variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel. Mulyadi (2009 : 18)

Dalam pendekatan ini biaya-biaya yang diperhitungkan sebagai harga pokok adalah biaya produksi variabel yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel. Biaya-biaya produksi tetap dikelompokkan sebagai biaya periodik bersama-sama dengan biaya tetap non produksi. Variabel costing adalah “ Suatu metode penentuan harga pokok dimana biaya produksi variabel saja yang dibebankan sebagai bagian dari harga pokok.” Mulyadi (2009 : 18)

Pendekatan variabel costing di kenal sebagai contribution approach merupakan suatu format laporan laba rugi yang mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku biaya dimana biaya-biaya dipisahkan menurut kategori biaya variabel dan biaya tetap dan tidak dipisahkan menurut fungsi-fungsi produksi, administrasi dan penjualan. Mulyadi (2009 : 18)

Dalam pendekatan ini biaya-biaya berubah sejalan dengan perubahan out put yang diperlakukan sebagai elemen harga pokok produk. Laporan laba rugi yang dihasilkan dari pendekatan ini banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan pihak internal oleh karena itu tidak harus disesuaikan dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum. Mulyadi (2009 : 19)

Contoh menggunakan *Variable Costing*:

Persediaan awal		xxx
Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xxx +</u>	
Total biaya produksi		xxx
Persediaan akhir		(xxx)
Harga pokok produksi		xxx

Perbedaan Full Costing dan Variabel Costing Mulyadi (2009 : 19)

Perbedaan pokok antara metode full costing dan variabel costing sebetulnya terletak pada perlakuan biaya tetap produksi tidak langsung. Dalam metode full costing dimasukkan unsur biaya produksi karena masih berhubungan dengan pembuatan produk berdasar tarif (budget), sehingga apabila produksi sesungguhnya berbeda dengan budgetnya maka akan timbul kekurangan atau kelebihan pembebanan. Tetapi pada variabel costing memperlakukan biaya produksi tidak langsung tetap bukan sebagai unsur harga pokok produksi, tetapi lebih tepat dimasukkan sebagai biaya periodik, yaitu dengan membebankan seluruhnya ke periode dimana biaya tersebut dikeluarkan sehingga dalam variabel costing tidak terdapat pembebanan lebih atau kurang. Menurut Mulyadi (2009: 20)

Adapun unsur biaya dalam metode *full costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang sifatnya tetap maupun variabel. Sedangkan unsur biaya dalam metode variabel costing terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang sifatnya variabel saja dan tidak termasuk biaya overhead pabrik tetap. Menurut Mulyadi (2009: 20)

Akibat perbedaan tersebut mengakibatkan timbulnya perbedaan lain yaitu Menurut Mulyadi (2009: 21):

1. Dalam metode *full costing*, perhitungan harga pokok produksi dan penyajian laporan laba rugi didasarkan pendekatan “fungsi”. Sehingga apa yang disebut sebagai biaya produksi adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi, baik langsung maupun tidak langsung, tetap maupun variabel. Dalam metode variabel costing, menggunakan pendekatan “tingkah laku”, artinya perhitungan harga pokok dan penyajian dalam laba rugi didasarkan atas tingkah laku biaya. Biaya produksi dibebani biaya variabel saja, dan biaya tetap dianggap bukan biaya produksi.
2. Dalam metode *full costing*, biaya periode diartikan sebagai biaya yang tidak berhubungan dengan biaya produksi, dan biaya ini dikeluarkan dalam rangka mempertahankan kapasitas yang diharapkan akan dicapai perusahaan, dengan kata lain biaya periode adalah biaya operasi. Dalam metode variabel costing, yang dimaksud dengan biaya periode adalah biaya yang setiap periode harus tetap dikeluarkan atau dibebankan tanpa dipengaruhi perubahan kapasitas kegiatan. Dengan kata lain biaya periode adalah biaya tetap, baik produksi maupun operasi.
3. Menurut metode *full costing*, biaya overhead tetap diperhitungkan dalam harga pokok, sedangkan dalam variabel costing biaya tersebut diperlakukan sebagai biaya periodik. Oleh karena itu saat produk atau jasa yang bersangkutan terjual, biaya tersebut masih melekat pada persediaan produk atau jasa. Sedangkan dalam variabel costing, biaya tersebut langsung diakui sebagai biaya pada saat terjadinya.
4. Jika biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atau jasa berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka dan jumlahnya berbeda dengan biaya overhead pabrik yang sesungguhnya maka selisihnya dapat berupa pembebanan overhead pabrik berlebihan (*over-applied factory overhead*). Menurut metode *full costing*, selisih tersebut dapat diperlakukan sebagai penambah

atau pengurang harga pokok yang belum laku dijual (harga pokok persediaan).

5. Dalam metode full costing, perhitungan laba rugi menggunakan istilah laba kotor (gross profit), yaitu kelebihan penjualan atas harga pokok penjualan.
6. Dalam *variabel costing*, menggunakan istilah margin kontribusi (*contribution margin*), yaitu kelebihan penjualan dari biaya-biaya variabel.

2.2.4 Pengertian Harga Pokok Penjualan

Dalam membuat laporan keuangan yaitu laporan laba rugi untuk perusahaan dagang terdapat akun harga pokok penjualan. Pengertian Harga Pokok Penjualan adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan barang yang dijual atau harga perolehan dari barang yang dijual. Fungsi harga pokok penjualan yaitu :

1. Sebagai tolak ukur untuk menentukan harga jual
2. Untuk mengetahui laba yang diinginkan perusahaan

Apabila harga jual barang > harga pokok penjualan maka akan diperoleh laba

Apabila harga jual < dari harga pokok penjualan akan rugi

Harga Pokok Penjualan adalah harga pokok produk yang sudah terjual dalam periode waktu berjalan yang diperoleh dengan menambahkan harga pokok produksi dengan persediaan produk selesai awal dan mengurangi dengan persediaan produk selesai akhir. Harga Pokok Penjualan juga terikat pada periode waktu tertentu.

Harga pokok penjualan adalah harga barang yang dijual. Penentuan harga pokok penjualan pada perusahaan industri, pada umumnya pada persediaan awal produk jadi ditambah dengan jumlah harga produksi (harga pokok produk) dan dikurangi dengan persediaan akhir produk, jadi pengertian mengenai harga pokok penjualan ini, berdasarkan prinsip akuntansi Indonesia menjelaskan bahwa Saldo awal dari persediaan ditambah harga pokok barang-barang yang

dibeli untuk dijual dikurangi jumlah persediaan akhir adalah harga pokok barang yang harus dibandingkan pendapatan untuk masa yang bersangkutan, untuk perusahaan industri dalam harga pokok penjualan termasuk semua upah baru langsung dan biaya bahan-bahan ditambah seluruh biaya pabrik (produksi) tak langsung dikoreksi dengan jumlah-jumlah saldo awal dan akhir persediaan.

Dari pengertian tersebut di atas, jelas menunjukkan harga pokok penjualan mencakup semua biaya bersifat langsung atau tidak langsung sampai barang tersebut siap untuk dijual.

2.2.5.Struktur Harga Pokok Penjualan

Dari definisi Harga Pokok Penjualan diatas, bisa kita dapatkan strukture dasar dalam harga pokok penjaualan umumnya terdiri dari tiga elemen besar:

1. Persediaan atau Inventori

Dalam perusahaan dagang, element persediaan (inventory) hanya terdiri atas Persedian Barang Jadi saja, dikenal dengan istilah Inventori Sedangkan pada perusahaan manufakture, elemen persediaan meliputi:

- Raw Materials (Persedian Bahan Baku)
- Work In Process atau WIP (Persidiaan Barang Dalam Proses)
- Inventory (Persediaan Barang Jadii)

Elemen Persediaan yang dimaksud adalah besarnya Persediaan Terjual. Untuk mengetahui besaran nilai jumlah persediaan yang telah terjual, maka beberapa unsur dibawah ini perlu diketahui lebih dulu:

- Persediaan Awal

Persediaan Awal merupakan nilai jumlah persediaan yang telah dimiliki sebelum proses pada periode berjalan dimulai. Artinya, persediaan telah ada dahulu sebelum operasi pada periode sekarag dimulai

- Pembelian (dalam usaha dagang)

Perlu diingat, bahwa yang diakui adalah merupakan pengeluaran atau 'cost yang terjadi', sehingga jumlah pembelian yang diakui sebesar cost yang muncul saja, ini diwujudkan dalam bentuk Pengeluaran Kas ataupun pengakuan Utang Dagang. jadi besarnya nilai pembelian yang diakui sebesar nilai net purchase atau nilai bersihnya saja. Hal seperti ini perlu dipertegas karena dalam prakteknya sangat sering perusahaan sbagai pembeli, ntah itu pembelian untuk barang jadi (dalam perusahaan dagnag) ataupun dalam pembelian raw material (bahan baku) dalam perusahaan manufakture mendapatkan diskon (potongan harga), atau bisa terjadi juga return barang (pengembalian) kepada penjual. untuk mendapatkan nilai bersihnya (net purchase) maka diperlukan strukture menjadi,:

- a) Gross Purchases (atau biasanya tertulis Purchase saja)
- b) Discount (potongan harga)
- c) Return (pengembalian barang)
- d) Net Purchase (pembelian bersih)

- Harga Pokok Produksii

Adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung , tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurung persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir

- Persediaan Akhir.

Adalah persediaan yang masih tersisa pada bulan,tahun atau pada periode yang bersangkutan

- Persediaan yang digunakan atau disebut juga Barang Tersedia untuk Dijual

Persediaan tersedia untuk dijual (BTOD) merupakan besarnya nilai persediaan:

1. Barang dagang yang terjual, ini berlaku untuk usaha dagang
2. Besarnya Raw Maeterial atau bahan baku yang digunakan & barang dagang yang terjual, ini berlaku untuk perusahaan manufaktur.

2. Tenaga Kerja Langsung atau Direct Labour Cost

Tenaga Kerja Langsung merupakan upah yang diberikan atau dibayarkan kepada karyawan/tenaga kerja yang terlibat secara langsung dalam aktivitas pengolahan barang dagang. Disebut Biaya Tenaga Kerja Langsung apabila besar kecilnya upah yang dibayar terrgantung pada jumlah unit produk yang dihasilkan.

Biaya yang dikelompokkan kedalam direct labor cost merupakan tenaga kerja yang bayarannya berdasarkan pada: Upah Satauan atau Upah Harian per jam. Dalam direct labor yang dibayar dengan upah satuan bisa kita lihat dengan jelas sekali kalau tenaga kerja model ini bisa dibebankan secara langsung pada produk yang dihasilkan

Apabila upah yang dibayar berdasar pada jumlah jam kerja,maka umumnya perusahaan sudah menentukan satuan jumlah yang harus diproduksi untuk rentang waktu tertentu baik itu perjam atau perhari. sehingga di akhir perhitungan bisa diketahui berapa besar biaya tenaga kerja langsung yang dibebankan untuk satu unit produk dan total biaya tenaga kerja langsung untuk akumulasi produk yang diproduksi/dihasilkan.

Dalam perusahaan dagang yang kecil, biaya tenaga kerja langsung cenderung sulit agar dapat dialokasikan dengan semestinya, sehingga biaya tenaga kerja langsung hanya dapat ditemukan pada perusahaan manufaktur atau perusahaan tambang.

3. Biaya Overhead (Overhead Cost)

Biaya Overhead adalah biaya yang muncul selain dari elemen elemen yang telah disebut diatas, biasanya diistilahkan dengan indirect cost. jenisnya sangat bervariasi tergantung dari skala usaha, jenis usaha serta jenis sumber daya yang

digunakan oleh perusahaan. yang paling sering ditemui dalam usaha manufakture ataupun usaha dagang ialah:

- Biaya Sewa/rental cost
- Depresiasi Mesin dan Peralatan.
- Penyusutan Gedung Pabrik.
- Biaya Listrik dan Air pabrik atau Factory's Utilities
- Biaya Pemeliharaan Pabrik dan mesin (Maintenance)
- Biaya Pengemasan (Packaging)
- Gudang
- Sampel produksi (Preproduction sampling)
- Biaya/Ongkos kirim
- Kontainer (Container)

2.3. Pengertian Harga

Semua organisasi yang berorientasi pada laba dan banyak organisasi nirlaba menetapkan harga barang dan jasa mereka. Pengertian harga dalam arti sempit, Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa. Dalam arti luas, harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Secara historis, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli. Hal tersebut masih terbukti benar diberbagai negara miskin, diantara kelompok-kelompok miskin dan untuk produk-produk komoditi. Namun, demikian faktor-faktor non-harga telah menjadi lebih penting bagi perilaku pemilihan oleh pembeli selama dasawarsa-dasawarsa terakhir Menurut Danang Sunyoto (2012: 77).

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008: 77) Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan biaya. Harga barangkali adalah unsur program pemasaran yang paling mudah disesuaikan ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Sebuah produk yang dirancang dan

dipasarkan dengan baik dapat menentukan premium harga dan mendapatkan laba besar.

2.3.1 Tujuan Penetapan Harga

Dalam penetapan harga jual, perusahaan harus mempunyai tujuan yang jelas yang ingin dicapai. Dengan adanya tujuan tersebut maka perusahaan akan lebih terarah.

Menurut Adrian Payne (dalam bukunya Rambat dan Hamdani,2008) tujuan penetapan harga antara lain Menurut Kotler Philip dan Gary Armstrong (2004:45) :

a. Bertahan

Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan. Usaha ini dilakukan demi kelangsungan hidup perusahaan.

b. Memaksimalkan Laba

Penetapan harga yang bertujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu

c. Memaksimalkan Penjualan

Penentuan harga bertujuan untuk membangun pangsa pasar dengan melakukan penjualan pada harga awal yang merugikan.

d. Prestise

Tujuan penentuan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif

e. Pengembangan atas Investasi (ROI)

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian investasi (*return on investment*) yang diinginkan.

Menurut Reword, tujuan-tujuan penetapan harga yang terpenting dalam perusahaan-perusahaan besar, yaitu Kotler Philip dan Gary Armstrong(2004:52) :

- a. Penetapan harga untuk mencapai suatu target pengembalian atas investasi (*return on investment*)
- b. Stabilisasi harga dan margin
- c. Penetapan harga untuk mencapai suatu target pangsa pasar (*market share*)
- d. Penetapan harga untuk mengatasi atau mencegah persaingan
- e. Penetapan harga untuk memaksimalkan laba

Dalam menetapkan harga pada sebuah produk perusahaan mengikuti produser enam langkah : Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008 : 42)

1. Perusahaan dengan hati-hati menyusun tujuan-tujuan pemasaraannya, misalnya mempertahankan hidup, meningkatkan laba saat itu, ingin memenangkan bagian pasar atau kualitas produk
2. Perusahaan menentukan kurva permintaan yang memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan terjual per periode, pada tingkat-tingkat harga alternatif. Permintaan yang semakin elastis, semakin tinggi pula harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan
3. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda-beda
4. Perusahaan mengamati harga para pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri
5. Perusahaan memilih salah satu dari metode penetapan harga terdiri dari penetapan harga biaya plus, analisis pulang pokok dan penetapan laba sasaran, penetapan harga yang sesuai dengan laju perkembangan harga dalam sampul tertutup
6. Perusahaan memilih harga final, menyatakan dalam cara psikologis yang paling efektif dan mengeceknya untuk menyakinkan bahwa harga sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta sesuai pula dengan para penyalur, grosir, wiraniaga perusahaan, pesaing, pemasok dan pemerintah

2.3.2 Pengertian Harga Jual

Harga Jual adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, yaitu jumlah uang yang pembeli sanggup membayar kepada penjual untuk suatu barang tertentu. Selain itu harga jual adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya Philip Kotler dan Gary Armstrong,(2008 : 79) Sedangkan harga jual dalam pengertian lain adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa yang akan berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan Menurut Kotler Philip dan Gary Armstrong,(2004 : 93).

Adapun definisi harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan Matz Usry,(2002:38). Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dari biaya biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan.

2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Menurut Kotler Philip dan Gary Armstrong (2007 : 36) keputusan penetapan harga jual sebuah perusahaan dipengaruhi berbagai faktor yaitu faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi:

1. Tujuan Perusahaan

Pada waktu yang sama,perusahaan bisa mengejar tujuan-tujuan tambahan. Semakin mudah perusahaan tersebut menetapkan harga. Contoh tujuan umum perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Kelangsungan hidup (Survival)

Sejumlah perusahaan menetapkan kelangsungan hidup sebagai tujuan utama jika perusahaan menghadapi kesulitan-kesulitan seperti kelebihan kapasitas, persaingan ketat, atau perubahan keinginan-keinginan konsumen. Untuk menjaga kelangsungan perusahaan, perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah dengan harapan dapat meningkatkan permintaan. Akan tetapi biaya yang rendah akan berdampak dengan laba yang diterima oleh perusahaan. Sepanjang harga dapat menutupi biaya variabel dan setengah biaya tetap perusahaan tersebut dapat bertahan. Namun demikian kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek. Dalam jangka panjang perusahaan harus belajar bagaimana cara meningkatkan nilai atau jika tidak demikian perusahaan tersebut akan menghadapi kepunahan

b. Memaksimalkan Laba Sekarang

Banyak perusahaan menggunakan maksimalisasi laba sekarang sebagai sasaran penetapan harga. Perusahaan dituntut untuk dapat memperkirakan berapa permintaan dan biaya dalam kenyataan hal ini sulit diperkirakan

c. Kepemimpinan Pangsa Pasar

Perusahaan-perusahaan lain ini mendapatkan kepemimpinan pangsa pasar. Perusahaan percaya jika perusahaan yang memiliki pangsa pasar terbesar akan menikmati biaya terendah dan laba jangka panjang terbesar. Untuk menjadi pemimpin pangsa pasar, perusahaan perusahaan tersebut menetapkan harga serendah mungkin

d. Kepemimpinan Kualitas Produk

Perusahaan akan memutuskan untuk meraih kepemimpinan kualitas produk. Keputusan tersebut umumnya menghendaki penetapan harga yang tertinggi dengan mengutamakan produk yang berkualitas. Hal ini menjadikan harga produk menjadi tidak terjangkau konsumen karena harganya yang tinggi.

2. Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanyalah salah satu dari peralatan bauran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran. Keputusan harga harus dikoordinasikan dengan keputusan desain produk, distribusi, dan promosi untuk membentuk program pemasaran yang konsisten dan efisien. Berbagai keputusan yang dibuat untuk variabel-variabel bauran pemasaran lain bisa mempengaruhi berbagai keputusan penetapan harga. Sebagai contoh keputusan untuk memposisikan harga yang lebih tinggi untuk menutup biaya yang lebih tinggi pula. Perusahaan sering memposisikan produknya berdasarkan harga dan kemudian mendasarkan keputusan bauran pemasaran yang lain pada harga yang ingin mereka kenakan disini harga merupakan faktor penentu keberhasilan *positioning* produk yang dapat mendefinisikan pasar, pesaing, dan desain produk tersebut. Teknik *positioning* harga ini dikenal dengan istilah penetapan biaya sasaran (*target costing*) yang merupakan penetapan harga yang bermula pada harga jual ideal, kemudian menetapkan biaya sasaran yang akan menjamin bahwa biaya tersebut memenuhi harga tersebut

3. Biaya

Biaya menjadi landasan bagi harga yang dapat perusahaan tetapkan atas produk-produknya. Perusahaan ini menetapkan harga yang dapat menutup semua biaya untuk memproduksi, mendistribusi dan menjual produk tersebut dan menghasilkan tingkat hasil investasi yang memadai atas semua upaya dan resiko yang ditanggungnya. Biaya-biaya yang ditanggung perusahaan bisa menjadi unsur penting dalam strategi penetapan harganya

4. Pertimbangan-pertimbangan Organisasional

Manajemen harus memutuskan siapa di dalam organisasi tertentu yang harus menentukan harga. Perusahaan-perusahaan menangani penentuan harga dalam berbagai cara. Di perusahaan-perusahaan kecil, harga sering

ditetapkan oleh manajemen puncak bukan oleh manajemen pemasaran atau penjualan

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi:

1. Pasar dan Permintaan

Biaya menjadi batas terendah harga, sedangkan pasar dan permintaan menjadi batas tertinggi harga. Baik konsumen maupun pembeli industri akan menyeimbangkan harga produk atau jasa dengan manfaat dari memiliki barang atau jasa tersebut. Dengan demikian sebelum menetapkan harga para pemasar harus memahami hubungan antara harga produk dan permintaan akan produk tersebut. Berikut adalah penetapan harga pada jenis pasar yang berbeda beda:

a. Persaingan Murni

Dalam persaingan murni (*pure competition*) pasar terdiri dari banyak pembeli dan banyak penjual yang diperdagangkan komoditas yang seragam. Tidak ada pembeli atau penjual tunggal yang mempunyai pengaruh besar pada harga pasar yang berlaku. Dengan kata lain, seorang penjual tidak dapat menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga yang berlaku dipasar

b. Persaingan Monopolistik

Dalam persaingan monopolistik pasar terdiri dari banyak pembeli dan banyak penjual yang berdagang pada kisaran harga tertentu, bukan pada satu harga pasar. Kisaran harga terjadi karena para penjual dapat melakukan diferensiasi atas tawarannya kepada para pembeli. Para pembeli dapat melihat perbedaan-perbedaan diantara produk produk yang ditawarkan penjual akan membayar harga yang berbeda beda atas produk produk yang berbeda tersebut.

c. Persaingan Oligopoli

Dalam persaingan oligopoli pasar terdiri dari sedikit penjual yang sangat sensitif pada penetapan harga dan strategi pemasaran yang

dilakukan oleh pesaing. Di pasar ini hanya ada sedikit penjual karena sulit bagi penjual untuk masuk ke pasar

d. Persaingan monopoli murni

Dalam persaingan monopoli murni pasar terdiri dari satu penjual. Penjualnya itu mungkin saja milik pemerintah. Perusahaan pemegang monopoli itu bisa menetapkan harga dibawah biaya karena produk tersebut penting bagi pembeli yang tidak mampu membeli pada biaya penuh. Atau harga ditetapkan untuk menutup biaya atau untuk menghasilkan penerimaan yang bagus. Bahkan menetapkan harga yang sangat tinggi untuk menurunkan konsumsi

2. Biaya, Harga dan Tawaran Pesaing

Faktor eksternal lain yang mempengaruhi keputusan-keputusan penetapan harga adalah biaya, harga dan tawaran pesaing serta reaksi yang mungkin dilakukan oleh pesaing atas langkah-langkah penetapan harga yang dilakukan perusahaan tertentu. Seorang konsumen yang sedang mempertimbangkan untuk membeli sesuatu dengan mengavaluasi harga dan nilai barang dengan membandingkan terhadap produk produk pesaing sejenis. Selain itu, strategi penetapan harga oleh perusahaan mungkin mempengaruhi sifat persaingan. Jika perusahaan menerapkan strategi harga tinggi dan margin tinggi, mungkin perusahaan tersebut mengundang persaingan. Jika strategi harga rendah dan margin rendah, bagaimanapun juga bisa menghentikan pesaing atau mendorong mereka keluar dari pasar.

3. Faktor-faktor Eksternal Lainnya

Kondisi perekonomian dapat berdampak kuat pada strategi-strategi penetapan harga oleh perusahaan. Perusahaan harus mempertimbangkan akan seperti apa dampak yang diakibatkan oleh harga yang ditetapkan pada pihak pihak lain dalam lingkungannya. Perusahaan hendaknya menetapkan harga yang memberi pedagang perantara labayang wajar, mendorong dukungan mereka dan membantu mereka menjual produk

secara efektif. Pemerintah adalah pemberi pengaruh eksternal penting lain pada keputusan-keputusan penetapan harga.

2.3.4 Metode Penetapan Harga

Penetapan harga yang dilakukan selama ini oleh banyak perusahaan menggunakan berbagai metode yang berbeda dalam bentuk menetapkan harga dasar bagi barang dan jasa yang dihasilkan. Ada beberapa metode yang dapat digunakan sebagai rancangan dan variasi dalam penetapan harga yang terdiri Manullang (2002: 80) :

A. Harga didasarkan pada biaya total ditambah laba yang diinginkan (*Cost Plus Pricing Method*)

Metode penetapan harga ini adalah metode yang paling sederhana dimana penjualan atau produsen menetapkan harga jual untuk satu barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit ditambah dengan suatu jumlah untuk laba yang diinginkan (margin) pada tiap unit tersebut. Metode penetapan harga yang sederhana ini tentunya mempunyai keterbatasan.

Metode ini mempertimbangkan bahwa ada bermacam macam jenis biaya dan biaya ini dipengaruhi secara berbeda oleh kenaikan atau penurunan keluaran (output)= hasil nyata.

B. *Mark Up pricing Method*

Variasi lain dari metode *cost plus* adalah *mark up pricing method* yang banyak dipakai oleh pedagang. Para pedagang yang membeli barang dagangan akan menentukan harga jualnya setelah menambah harga belinya sejumlah mark up (kelebihan harga jual di atas harga belinya)

Jadi, mark-up ini merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya. Keuntungan bisa diperoleh dari sebagian mark-up tersebut. Selain itu, pedagang tersebut juga harus mengeluarkan sejumlah biaya eksploitasi yang juga diambilkan dari sebagian mark-up. Setelah kita mengetahui kedua metode tersebut, perlu pula kita mengetahui beberapa istilah biaya yang ada kaitannya. Beberapa istilah biaya itu antara lain : (a) biaya tetap total, (b) biaya variabel, (c) biaya total, (d) biaya marginal.

a. Biaya tetap total

Biaya tetap total (*total fixed cost*) adalah elemen-elemen seperti sewa, gaji pimpinan, dan pajak kekayaan yang tetap konstan untuk setiap tingkat hasil (output). Untuk tingkat kapasitas tertentu atau untuk periode waktu yang pendek, biaya ini tetap sama besarnya. Tetapi untuk jangka panjang, biaya ini akan berubah menjadi biaya variabel. Biaya tetap yang dibebankan pada masing-masing unit disebut biaya tetap rata-rata (*average fixed cost*)

b. Biaya variabel

Biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya yang berubah-ubah disebabkan oleh adanya perubahan jumlah hasil. Apabila jumlah barang yang dihasilkan bertambah, maka biaya variabelnya juga akan meningkat. Biaya variabel yang dibebankan pada masing-masing unit disebut biaya variabel rata-rata (*average variabel cost*).

c. Biaya total

Biaya total (*total cost*) adalah biaya keseluruhan, meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Untuk masing-masing barang, biaya ini disebut biaya total rata-rata (*average total cost*)

d. Biaya marjinal

Biaya marjinal (*marginal cost*) adalah biaya untuk memproduksi dan menjual tambahan satu unit produk yang terakhir. Apabila biaya untuk memproduksi 10 unit produk adalah sebesar Rp.500,- dan untuk memproduksi 11 unit produk sebesar Rp.590,- dikurangi Rp.500,-).

C. Harga didasarkan pada keseimbangan antara permintaan pasar dengan suplai (biaya produksi dan pemasaran)

Kalau menggunakan cara yang satu ini, penentuan harga tidak anda dasarkan pada biaya, tetapi justru sebaliknya. Harga yang menentukan biaya bagi usaha perusahaan. Perusahaan dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing atau dapat juga ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.

D. Harga didasarkan kepada kondisi kondisi pasar yang bersaing

Di sini, pendapatan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi justru harga yang menentukan biaya dari perusahaan. Penjual dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut dalam persaingan; atau dapat pula ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.

1. Penetapan Harga Sama Dengan Harga Saingan

Sering dijumpai adanya penjual yang menetapkan harga sama dengan harga saingan. Cara seperti ini akan lebih menguntungkan jika dipakai pada saat harga dalam persaingan itu tinggi. Biasanya penjual menggunakan cara tersebut untuk barang-barang standard.

2. Penetapan Harga Di Bawah Harga Saingan

Metode ini biasanya digunakan oleh para pengecer, dan perusahaan sering tidak mengetahui adanya praktek-praktek tersebut. Mereka mempunyai suatu prinsip bahwa mark-up yang lebih rendah akan menghasilkan volume penjualan yang lebih tinggi. Mereka juga berpendapat bahwa nama baik produsen ikut membawa nama baik pengecer. Penetapan harga di bawah harga saingan ini juga merupakan suatu cara yang baik bagi perusahaan untuk memasuki pasar yang baru. Oleh karena itu banyak pengecer menggunakan metode tersebut untuk barang-barang yang permintaannya elastis.

3. Penetapan Harga Di Atas Harga Saingan

Kadang-kadang produsen dan pengecer menetapkan harga produknya di atas tingkat harga pasar. Metode ini hanya sesuai digunakan oleh perusahaan yang sudah mempunyai reputasi atau perusahaan yang menghasilkan barang-barang prestise. Ini disebabkan karena konsumen kurang memperhatikan harga dalam pembeliannya. Tetapi mereka lebih mengutamakan kualitas atau faktor prestise yang akan diperolehnya dari barang tersebut.

2.3.5 Metode Penetapan Harga Jual

Ada dua pendekatan pokok dalam penentuan harga jual yaitu (Danang Suyoto (2012:78):

- 1 Pendekatan biaya (penetapan harga biaya plus, penetapan harga markup dan penetapan harga breakevent)

a. Penetapan Harga Biaya Plus (*Cost Plus Pricing*)

Metode ini menyatakan bahwa penetapan harga satu unit produk sama dengan biaya total unit ditambah dengan margin laba yang diinginkan per unit produknya. Berikut adalah rumus *cost plus pricing*

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total Unit} + \text{Profit Margin}$$

b. Penetapan Harga *Mark Up* (*Mark Up Pricing*)

Mark Up ini hampir sama dengan penetapan harga biaya plus, mark up merupakan kelebihan harga jual di atas harga belinya. Keuntungan yang diperoleh dari sebagian *mark up*. Berikut formula *mark up*:

$$\text{Harga Beli} + \text{Mark Up} = \text{Harga Jual}$$

c. Penetapan Harga *Break Event* (*Break Event Pricing*)

Sebuah metode penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya adalah penetapan break-even. Menurut metode ini, perusahaan akan mendapatkan laba bilamana penjualan yang dicapai berada diatas titik break-even (titik pas pasan). Jika penjualan berada dibawah titik break-even, maka perusahaan akan menderita rugi. Metode penetapan harga break-even ini dapat diterapkan dengan menggunakan beberapa anggaran tertentu, yaitu:

1. Seluruh biaya dapat digolongkan ke dalam biaya variabel dan biaya tetap
2. Seluruh barang yang diproduksi akan terjual
3. Biaya variabel perunitnya tetap

Berikut rumus penetapan harga break even point

$$\text{Biaya Total} = \text{Biaya Tetap} + \text{Biaya Variabel}$$

2 Pendekatan pasar atau persaingan

Penetapan harga dalam hubungannya dengan pasar. Dalam hal ini penentuan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi justru harga yang

menentukan biaya bagi perusahaan. Penjual atau perusahaan dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing atau dapat juga ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan

◆ Pendekatan Cost Plus Pricing

Biaya (cost) merupakan komponen penting yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual produk atau jasa. Harga jual produk atau jasa umumnya ditentukan dari jumlah semua biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut mark up. Cara penentuan harga tersebut terkenal dengan pendekatan cost plus pricing. Abdul Halim dan Bambang Supomo (2001:124)

Ada tiga konsep yang digunakan untuk penentuan harga jual dengan pendekatan cost plus tersebut yaitu Abdul Halim dan Bambang Supomo (2001:125) :

1. Konsep Biaya Total

Berdasarkan konsep biaya total ini, harga jual ditentukan dari biaya total yang mencakup biaya produksi + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum ditambah dengan laba yang diinginkan oleh perusahaan. Pengertian mark up menurut konsep total biaya ini adalah laba yang diinginkan

Penerapan penentuan harga jual produk atau jasa dengan menggunakan konsep biaya total ini adalah sebagai berikut:

- Pertama, menentukan besarnya biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.
- Kedua, biaya produksi tersebut selanjutnya ditambah dengan biaya pemasaran dan biaya administrasi umum , hasilnya sama dengan biaya total
- Ketiga, biaya total tersebut dibagi dengan jumlah unit yang diproduksi atau dijual untuk memperoleh biaya angka perunit
- Keempat, menentukan jumlah markup atau dalam hal ini adalah laba yang dikehendaki. Laba yang dikehendaki pada umumnya dinyatakan

dalam persentase tertentu dari aktiva yang digunakan (*rate of return on asset*)

- Kelima, menentukan persentase mark up dari biaya total yang dihitung dari jumlah laba yang diinginkan dibagi dengan biaya total
- Keenam, persentase markup tersebut dikalikan dengan biaya perunit untuk memperoleh angka markup per unit
- Ketujuh, harga jual per unit ditentukan dari biaya perunit ditambah dengan mark up per unit

2. Konsep Biaya Produk

Berdasarkan konsep ini yang juga disebut dengan *absorption approach* harga jual ditentukan dari biaya produksi ditambah dengan *mark up* . pengertian *mark up* menurut konsep biaya produk ini adalah laba yang dikehendaki + biaya pemasaran+ Biaya administrasi dan umum dibagi dengan biaya produksi

3. Konsep Biaya Variabel

Menurut konsep ini yang disebut dengan *contibution approach* biaya variabel (biaya produksi variabel+ biaya pemasaran variabel+biaya administrasi dan umum variabel) ditambah dengan markup . pengertian mark up dalam hal ini adalah laba yang dikehendaki ditambah dengan semua biaya yang bersifat tetap.

Hasil perhitungan harga jual menurut konsep biaya variabel juga sama besarnya dengan hasil perhitungan menurut kedua konsep yang disebutkan terdahulu

- Promotional mix adalah kombinasi strategiyang paling baik dari variabel variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan penjualan.

Pada Pokoknya, variabel variabel yang ada di dalam promotional mix itu ada empat yaitu:

1. Periklanan

Bentuk persentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Contoh Brosur

2. Personal Selling

Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan salah satu calon pembeli atau lebih yang ditunjukan untuk menciptakan penjualan.

Contoh : Kartu Nama

3. Publisitas

Pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa, atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung. Contoh Benner dan Gantungan Tas

4. Promosi Penjualan

Kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan, dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer. Kegiatan kegiatan tersebut seperti pameran.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

2.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka angka dan data kualitatif yaitu data yang berbentuk keterangan yang pada umumnya bersifat logika dan diperoleh dari pandangan seseorang mengenai fenomena(keadaan, proses, kejadian) tertentu. Data yang ingin diteliti adalah data Laporan Harga Pokok Penjualan dan Laporan Laba rugi pada Tahun 2011-2014.

a. Data Fisik

Merupakan jenis data penelitian yang berupa obyek atau benda benda fisik, antara lain dalam bentuk bangunan atau bagian bangunan, pakaian, buku, dan peralatan lainnya. Data fisik merupakan data berwujud yang dapat dijadikan sebagai bukti keberadaan atau keterjadian masa lalu. Data ini dapat dikumpulkan melalui observasi.

b. Data Dokumenter

Data dokumenter ini dapat berupa faktur, jurnal, surat-surat, notulen hasil rapat, memo, atau dalam bentuk laporan program seperti laporan keuangan. Data ini memuat apa dan kapan suatu kejadian atau transaksi serta siapa saja yang terlibat dalam suatu kejadian itu. Data penelitian ini, data dokumenter yang digunakan adalah berupa faktur penjualan.

2.5 Metode Pengumpulan Data

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

1. Penelitian Kepustakaan

Penulis mempelajari hasil penelitian sejenis yang dibuat oleh orang lain sebagai bahan pembanding.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung mengamati obyek yang diteliti, dengan cara :

a. Wawancara (*interview*)

Interview atau wawancara yaitu melakukan tanya jawab dengan pimpinan maupun karyawan di PO Tas Yanri terkait dalam penyajian dan keuangan perusahaan yang diperlukan sebagai baha penelitian.

b. Meminta Catatan- catatan yang ada dari pihak perusahaan, yaitu catatan-catatan yang berkaitan dengan data penjualan. Dan jika tersedia akan diminta juga laporan keuangan yang dibuat perusahaan selama ini (Tahun 2012-2014).

2.6 Metode Pengolahan 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* , menghitung Laporan Harga Pokok Penjualan dan penetapan harga jual melalui perhitungan manual dengan menggunakan metode cost plus pricing.

2.7 Teknik Analisis

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 penelitian, dengan metode full costing. Adapun rumus yaitu:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja langsung	xxx
Biaya Overhead pabrik tetap	xxx
Biaya Overhead pabrik variabel	xxx
Biaya Produksi	xxx

3. Menghitung Biaya Operasional dengan rumus :

$$\text{Biaya Administrasi} + \text{Biaya Pemasaran}$$
4. Menghitung Biaya Total dengan rumus :

$$\text{Biaya Produksi} + \text{Biaya Operasional}$$
5. Menghitung Biaya Per Unit dengan rumus :

$$\frac{\text{Biaya Total}}{\text{Jumlah Unit}}$$
6. Menghitung harga jual dengan metode cost plus pricing dengan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Per Unit} + \% \text{ Mark up}$$
7. Menghitung Mark Up atau laba yang diinginkan dengan rumus:

$$\text{Mark Up} = \text{Persentase yg diinginkan} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$
8. Menghitung Persentase Mark Up dengan rumus :

$$\text{Persentase Mark Up} = \frac{\text{Biaya Per Unit}}{\text{Biaya Total}} \times 100\%$$
9. Menghitung biaya Mark Up Per Unit dengan rumus :

$$\text{Mark Up Per Unit} = \text{Persentase Mark up} \times \text{Biaya Per Unit}$$

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Sesuai dengan metodologi penelitian dan pengolahan data yang telah dijelaskan penulis pada bab III maka pengumpulan data yang diperlukan penulis agar tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Observasi
2. Metode Wawancara
3. Metode Dokumentasi

Sebelum Penulis melanjutkan tulisannya lebih jauh, penulis terlebih dahulu menjelaskan data umum perusahaan PO Tas Yanri.

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan

PO. Tas Yanri yang didirikan oleh bapak Iskandar Julkarnaen, pada tahun 1994. Usaha PO. Tas Yanri ini terinspirasi dari pekerjaan yang sebelum digeluti oleh bapak Iskandar. Beliau sebelumnya bekerja sebagai buruh pabrik garmen tas. PO. Tas Yanri memproduksi berbagai tas yang lucu lucu dan unik.

Nama Yanri sendiri adalah nama gabungan dari anak bapak Iskandar yaitu Iyan, Eri dan Putri. Pada awal membuat usaha ini Pak Iskandar hanya melakukan semua pekerjaannya seorang diri. Dari mulai mendesain tas, memola, menjahit hingga menawarkan barangnya dari satu tempat ke tempat yang lain.

Modal awal yang digunakan oleh bapak Iskandar sebesar Rp.500.000. Dengan bahan baku dari sintesis, kulit, kancing dan resleting produk tas Yanri mulai diminati oleh masyarakat. Pelan tapi pasti bapak Iskandar memperkuat usahanya hingga mampu merekrut 22 karyawan dengan kapasitas produksi 2000 pcs/ bulan.

PO. Tas Yanri adalah salah satu Industri Kecil dan Menengah di bidang industri tekstil yang memproduksi produk Tas dan Dompet. Dengan memproduksi

tas buatan dalam negeri dan mempunyahi kualitas bahan yang baik, perusahaan yang dimiliki oleh bapak Iskandar Julkarnaen berhasil membuat tas dalam negeri yang berkualitas. Produk tas ini telah dipasarkan diwilayah Jabodetabek

4.1.2 Profil Perusahaan

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang memproduksi tas di bogor Adapun profile usaha lebih rinci adalah sebagai berikut;

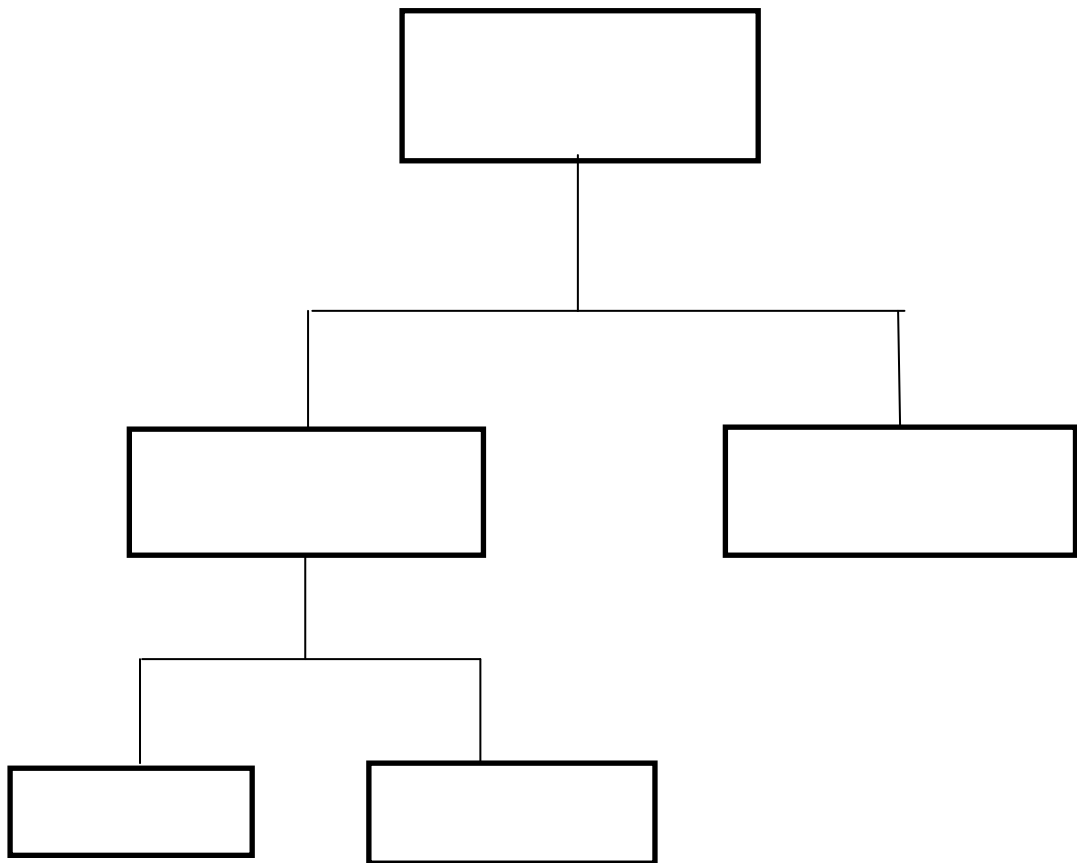
Nama Perusahaan	: PO. Tas Yanri
Nama Pemilik	: Iskandar Julkarnaen
Jabatan	: Pimpinan (Pemilik)
Jenis Produk	: Tas Dompot
Alamat Usaha	: Jalan Jambu 1 No. 1 Blok VII Perumnas, Bantar Kemang, Bogor 16143
Telepon	: 0817 9166 433
Mulai Berdiri	: Tahun 1994
Jumlah Tenaga Kerja	: 22 Karyawan
No SIUP	: 517/196/12/PK/DU/BPPTPM/III/2016
No TDP	: 10.04.5.47.06027
No NPWP	: 09.232.086.0-404.000
Blog	: www.tasyanribogor.blogspot.com
Website	: www.tasyanribogor.com

4.1.3 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi suatu perusahaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan maka diperlukan suatu organisasi yang baik agar pendelegasian tugas dan wewenang dari atasan sampai bawahan terstruktur dengan jelas. Dengan demikian dibuatlah struktur organisasi perusahaan yang bertujuan agar setiap bagian dapat menjalankan fungsinya masing-masing.

Di PO. Tas Yanri struktur organisasi yang digunakan berbentuk struktur organisasi garis, dengan susunan seperti dalam gambar dibawah ini:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



Organisasi pada Tas Yanri memakai struktur organisasi lini/garis. Organisasi garis merupakan bentuk organisasi tertua, dan paling sederhana. Organisasi dengan jumlah karyawan sedikit dan pemiliknya merupakan pimpinan tertinggi di dalam organisasi yang mempunyai hubungan langsung dengan

bawahannya. Disini setiap bagian bagian utama langsung berada dibawah seorang pemimpin serta pemberian wewenang dan tanggung jawab bergerak vertikal ke bawah dengan pendelegasian yang tegas melalui jenjang hirarki yang ada.

Ciri-ciri:

- Digunakan bagi organisasi yang masih sederhana dan kecil
- Jumlah antar pekerja atau karyawan sudah dapat saling kenal
- Spesialisasi kerja masih belum tinggi
- Digunakan bagi lembaga yang masih membutuhkan keputusan yang cepat

Kelebihan :

- Kesatuan komando dapat dengan mudah dilakukan karena dibawah satu komando
- Pengambilan keputusan bisa lebih cepat
- Rasa solidaritas antar karyawan tinggi

Kekurangan :

- Seluruh tenaga kerja biasanya selalu tergantung pada seorang pimpinan sehingga jika pemimpin berhalangan maka organisasi dapat mengalami kemacetan
- Dapat menimbulkan sifat otokrasi pada pimpinan

4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

VISI

Memperlihatkan kepada seluruh masyarakat bahwa kualitas tas dalam negeri bisa menandingi kualitas tas importir.

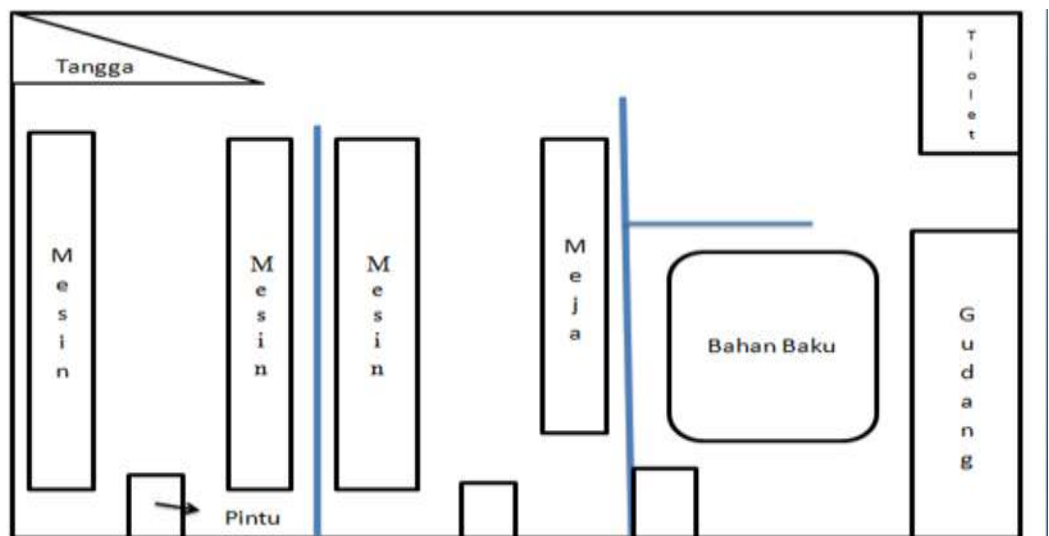
MISI

Memenuhi kebutuhan konsumen, Menyediakan produk yang inovatif dengan harga terjangkau, Menyediakan produk yang berkualitas dan Memberikan pelayanan terbaik untuk menjaga kepercayaan konsumen

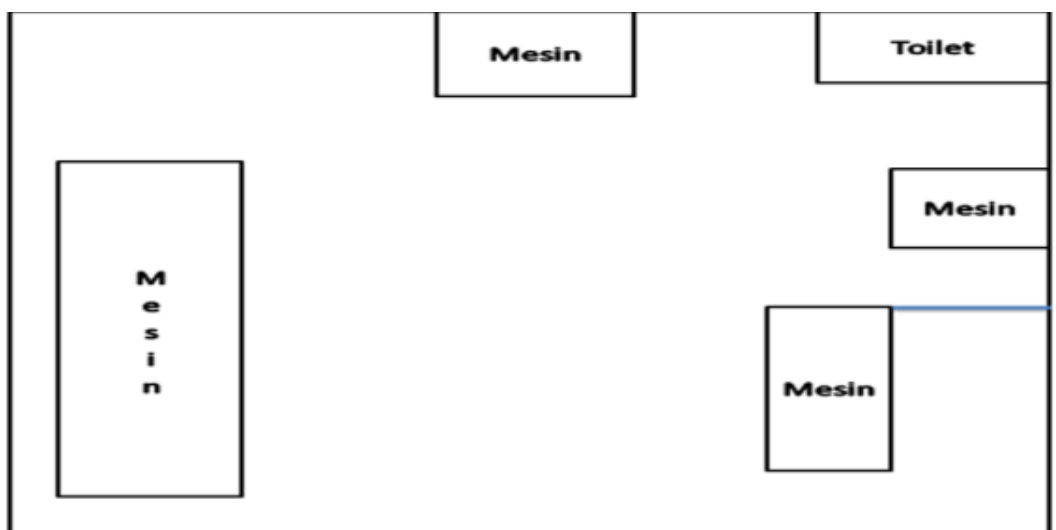
4.1.5 Layout Pabrik PO Tas Yanri

Lantai 1

Gambar 4.2 Layout PO Tas Yanri



Lantai 2



4.2 Aspek Manajemen dan Tenaga Kerja

4.2.1 Ketenagakerjaan

Undang undang RI Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan menyebutkan bahwa ketenagakerjaan adalah segala hal yang berhubungan dengan masalah tenaga kerja pada waktu sebelum, selama dan sesudah masa kerja.

Tenaga Kerja Tas Yanri yaitu tenaga kerja tetap yang setiap hari bekerja diperusahaan. Jumlah tenaga kerja tetap yang dimiliki perusahaan Yanri sebanyak 22 orang yang terdiri dari tenaga kerja produksi sebanyak 20 orang dan tenaga kerja pemasaran yang hanya 2 orang. Pada awalnya karyawan yang dimiliki Yanri hanya 2 orang dan seiring berjalannya waktu maka karyawan pun bertambah.

Ketenagakerjaan pada Yanri mencakup :

a. Pengrekrutan

Pengrekrutan merupakan kegiatan untuk mencari sebanyak banyaknya calon tenaga kerja yang sesuai dengan lowongan yang tersedia. Dalam proses rekrutmen terdapat proses seleksi yang pada dasarnya merupakan usaha sistematis yang dilakukan guna menjamin bahwa mereka yang diterima itu paling tepat dengan kriteria dan jumlah yang ditetapkan. Perusahaan “Tas Yanri” dalam merekrut karyawan mengisyaratkan karyawan memiliki keterampilan dan keahlian dalam memproduksi Tas Wanita, serta kemauan dan kedisiplinan kerja yang baik.

4.2.2 Waktu Kerja dan Jumlah Karyawan

Waktu kerja di Tas Yanri dari hari Senin- Sabtu dengan jam kerja sebagai berikut:

Senin-Sabtu : 09.00-23.00

Minggu : Libur

Jumlah karyawan di Tas Yanri yang ada hingga saat ini sebanyak 22 karyawan

4.2.3 Kesejahteraan Karyawan

Kesejahteraan karyawan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh para pimpinan perusahaan, agar para karyawan mendapatkan hak – haknya secara penuh. Apabila hak-hak karyawan terpenuhi secara baik.

4.2.4 Pengupahan

Upah adalah hak yang diterima dan dinyatakan dalam bentuk uang sebagai imbalan dari perusahaan atau pemberi kerja kepada buruh yang ditetapkan dan dibayarkan menurut suatu perjanjian kerja, kesepakatan atau peraturan perundang-undangan termasuk tunjangan bagi buruh dan keluarganya atas suatu pekerjaan dan atau jasa yang telah atau akan dilakukan (Pasal 1 UU 13/2003 tentang ketenagakerjaan). Dewan Penelitian Pengupahan Nasional dalam (Husnan 1990:138) mendefinisikan bahwa upah adalah suatu penerimaan sebagai suatu imbalan dari pemberi kerja kepada penerima kerja untuk suatu pekerjaan/jasa yang telah dan akan dilakukan berfungsi sebagai jaminan kelangsungan kehidupan yang layak bagi kemanusiaan dan produksi, upah dinyatakan / dinilai dalam bentuk uang yang ditetapkan menurut suatu persetujuan, undang-undang dan peraturan serta dibayarkan atas dasar suatu perjanjian kerja antara pemberi kerja dan penerima kerja.

4.2.5 Sistem Upah

Upah yang diberikan di perusahaan “ Tas Yanri” menggunakan sistem upah berdasarkan jumlah produk yang dihasilkan karyawan. Sistem ini berlaku untuk semua karyawan secara layak dan adil. Besar upahnya pun berbeda beda di sesuaikan dengan jenis produk yang mereka kerjakan atau hasilkan. Upah diberikan seminggu sekali yaitu diberikan pada hari sabtu. Selain bagian produksi, karyawan pemasaran juga diberikan seminggu sekali, yaitu pada hari sabtu juga.

Selain mendapatkan upah para karyawan Tas Yanri juga mendapatkan Tunjangan Hari Raya (THR). Tunjangan ini diberikan kepada karyawan pada saat bulan ramadhan menjelang Idul Fitri besarnya tunjangan yaitu satu kali gaji.

4.3 Aspek Pemasaran

Semua organisasi yang berorientasi pada laba dan banyak organisasi nirlaba menetapkan harga barang dan jasa mereka. Pengertian harga dalam arti sempit, Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa. Dalam arti luas, harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Secara historis, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli. Hal tersebut masih terbukti benar diberbagai negara miskin, diantara kelompok-kelompok miskin dan untuk produk-produk komoditi. Namun, demikian faktor-faktor non-harga telah menjadi lebih penting bagi perilaku pemilihan oleh pembeli selama dasawarsa-dasawarsa terakhir.

Menurut Basu Swastha DH pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide, kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.

a). Produk yang dipasarkan

Produk yang dipasarkan oleh PO. Tas Yanri adalah Tas dengan beberapa macam seperti Tas model serut, tas selempang, Tas Multi fungsi dengan warna seperti Hitam, Merah Marun, Coklat, Coklat Muda (Moka), Oranges, Pink, Biru dongker dan kombinasi warna lainnya. Untuk konsumen akhir harga yang sama semua macam warna tas dijual dengan harga yang sama. Namun apabila dijual kepada reseller maka terdapat perbedaan harga, rinciannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Harga Produk Tas Yanri Pada tahun 2012-2014

No	Model Tas	2012		2013		2014	
		Ecer	Grosir	Ecer	Grosir	Ecer	Grosir
1	Tas Serut	85.000	80.000	85.000	80.000	70.000	66.000
2	Tas Ynr 08		134.000	142.000	134.000	118.000	110.000

		142.000					
3	Tas Resleting Kanan	130.000	123.000	130.000	123.000	108.000	100.000
4	Tas Gawang	130.000	123.000	130.000	123.000	108.000	100.000
5	Tas Ransel Duo	117.000	110.000	117.000	110.000	97.000	90.000
6	Dompot KL Kecil	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
7	Dompot KJ	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
8	Dompot Keysa	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000	35.000

Sumber data Diolah

4.3.1. Cara pemasaran produk Tas Yanri

Pada awalnya Tas Yanri memperkenalkan produknya kepada konsumen dengan cara melakukan penawaran dari rumah ke rumah pada tahun 1994 setelah itu pada tahun 1995 Tas yanri memproduksi tas lalu menjualnya dengan menaruh barangnya di toko sekitar rumahnya dan pada tahun 1996 yanri membuat toko dan mengembangkan usahanya hingga saat ini. Toko yanri terletak di Jalan Jambu 1 No. 1 Blok VII Perumnas, Bantar Kemang, Bogor 16143. Po. Tas Yanri menjual produknya di wilayah Jabodetabek maupun diluar jabodetabek seperti Serang, Tangerang, Cianjur, Kerawang, Bekasi dn wilayah lainnya. Pengaruh kecanggihan teknologi yang memberikan kemudahan untuk dapat berinteraksi dan berkomunikasi dengan konsumen lintas daerah memberikan dampak positif kepada PO. Tas Yanri dalam memperluas wilayah pemasarannya.

Sebagian besar produsen menggunakan perantara pemasaran untuk memasarkan produk, khususnya barang, dengan cara membangun suatu saluran distribusi, yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka pada proses yang memungkinkan suatu produk tersedia bagi pengguna atau konsumsi oleh konsumen atau pengguna industrial. Saluran distribusi yang digunakan oleh PO. Tas Yanri 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 —————> Pengecer —————> Konsumen
Produsen menjual barang kepada *retailer* yang kemudian dijual lagi ke konsumen akhir.

4.3.2. Cara Mendistribusikan Produk

Pendistribusian produk pada perusahaan Tas Yanri dilakukan setiap hari karena jarak antara tempat produksi dengan toko sangat dekat jadi setiap ada barang yang sudah di produksi langsung diserahkan ke toko. Jika ada pembeli yang memesan via telepon maka barang akan di antarkan kerumah selagi masih ada di Kota Bogor tanpa biaya ongkos kirim.

4.3.3. Cara Mempromosikan Produk

Perusahaan Tas Yanri melakukan promosi dengan menggunakan media cetak dan media elektronik. Media cetak dengan pembagian brosur- brosur produk dan kartu nama . Media elektronik perusahaan menggunakan media jejaring sosial seperti blog dan BBM untuk memperkenalkan perusahaan Tas Yanri agar produk dikenal oleh masyarakat. Perusahaan Tas Yanri juga mengikuti pameran pameran industri yang ada di kota bogor. Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen melainkan juga sebagai alat mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Bentuk- bentuk promosi yang dilakukan PO. Tas Yanri adalah:

a. Akses Internet

Keberadaan internet yang memberikan kemudahan untuk dapat berkomunikasi lintas daerah dan bertukar informasi dimanfaatkan dengan cukup baik oleh PO. Tas Yanri. Beberapa media sosial, situs dan blog dijadikan salah satu sarana untuk mempromosikan dan menjual Tas dan Dompet.

b. Kartu Nama

Kartu nama menjadi salah satu sarana promosi yang digunakan oleh PO. Tas Yanri. Kartu nama PO. Tas Yanri memuat informasi mengenai lokasi

penjualan, nomer telpon yang dihubungi untuk melakukan pemesanan. Biasanya kartu nama dibagikan saat pameran atau saat Bapak Iskandar mengikuti seminar disuatu acara.

Gambar 4.3 Kartu Nama



c. *Banner*

Banner menjadi salah satu alat yang digunakan oleh PO. Tas Yanri dalam mempromosikan produknya. Banner ini memuat informasi yang tidak jauh berbeda dengan brosur namun dicetak kedalam ukuran yang lebih besar.

Gambar 4.4 Banner



d. Gantungan Tas

PO. Tas Yanri juga memperkenalkan tasnya melalui gantungan tas yang digantungkan pada setiap tas yang akan dijual.

Gambar 4.5 Gantungan Tas



e. Pameran

Pameran adalah ajang memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen oleh karena itu PO. Tas Yanri sering turut serta dalam beberapa kegiatan pameran seperti pameran yang dalam kota Bogor seperti Balai pengelolah anjungan jawa barat.

Gambar 4.6 Piagam Pameran



Tabel 4.2 Biaya Promosi tahun 2012-2014

No	Keterangan	Tahun
----	------------	-------

		2012	2013	2014
1	Akses Internet	Rp.2.000.000	Rp.2.400.000	Rp.2.640.000
2	Kartu Nama	Rp. 60.000	Rp. 60.000	Rp. 80.000
3	Banner	Rp. 200.000	Rp. 250.000	Rp. 300.000
4	Gantungan Tas	Rp. 160.000	Rp. 160.000	Rp. 180.000
5	Pameran	0	0	0
Total		Rp.2.420.000	Rp.2.870.000	Rp.3.200.000

Sumber Data Diolah

4.3.4 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Biaya pemasaran atau biaya penjualan adalah biaya yang dikeluarkan apabila produk selesai dan siap dipasarkan ketangan konsumen. Rincian biaya pemasaran PO. Tas Yanri mulai dari tahun 2011-2015 adalah sebagai berikut:

$$\text{Biaya Pemasaran} = \text{Biaya Operasi Kendaraan} + \text{Biaya Promosi}$$

Tabel 4.3 Biaya Pemasaran Tahun 2012-2014

Tahun 2012		
No	Keterangan	Jumlah
1	Biaya Operasi Kendaraan	
	a. Bahan Bakar	Rp. 21.600.000
	b. Service Kendaraan	Rp. 600.000
	Total	Rp. 22.200.000
2	Biaya Promosi	
	a. Akses Internet	Rp. 2.000.000
	b. Kartu Nama	Rp. 60.000
	c. Gantungan Tas	Rp. 160.000
	d. Banner	Rp. 200.000
	e. Pameran	0
	Total	Rp. 2.420.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp. 24.620.000

Sumber Data Diolah

Tahun 2013		
No	Keterangan	Jumlah
1	Biaya Operasi Kendaraan	
	a. Bahan Bakar	Rp. 24.000.000
	b. Service Kendaraan	Rp. 800.000
	Total	Rp. 24.800.000
2	Biaya Promosi	
	a. Akses Internet	Rp. 2.400.000
	b. Kartu Nama	Rp. 60.000

	c. Gantungan Tas	Rp. 250.000
	d. Banner	Rp. 300.000
	e. Pameran	Rp. 0
	Total	Rp. 2.870.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp. 27.670.000

Sumber Data Diolah

Tahun 2014		
No	Keterangan	Jumlah
1	Biaya Operasi Kendaraan	
	a. Biaya Bahan Bakar	Rp. 14.400.000
	b. Service Kendaraan	Rp. 1.000.000
	Total	Rp. 15.400.000
2	Biaya Promosi	
	a. Akses Internet	Rp. 2.640.000
	b. Kartu Nama	Rp. 80.000
	c. Gantungan Kunci	Rp. 180.000
	d. Banner	Rp. 300.000
	e. Pameran	Rp. 0
	Total	Rp. 3.200.000
	Total Biaya Pemasaran	Rp. 18.600.000

Sumber Data Diolah

4.3.5 Cara Menentukan harga produk

Harga yang diberikan perusahaan Tas Yanri kepada setiap konsumennya merupakan jumlah keseluruhan total biaya produksi setiap barang dibagi dengan keseluruhan jumlah item barang yang diproduksi. Harga yang ditawarkan beraneka ragam sesuai dengan jenis dan ukuran barang.

Pada tahun pertama kegiatan penjualan PO. Tas Yanri dilakukan di rumah pribadi Bapak Iskandar sebagai pemilik perusahaan. Kemudian pada tahun ketiga Bapak Iskandar memutuskan untuk menyewa toko dan sekarang bapak Iskandar telah mempunyai toko tersebut.

Sebagai salah satu sarana untuk mempromosikan produknya, Bapak Iskandar juga memilih lokasi yang strategis di daerah Bantar Kemang yang merupakan salah satu daerah pusat tas di daerah Bogor. Berikut ini adalah rincian hasil penjualan produk PO. Tas Yanri dari tahun ke tahun sebagai berikut:

Tabel 4.4 Penjualan Tas Yanri Pada Tahun 2012-2014

Penjualan Tahun 2012							
No	Model tas	Penjualan eceran			Penjualan grosiran		
		Harga Satuan	Unit	Jumlah	Harga Satuan	Unit	Jumlah
1	Tas H.04 (Serut)	Rp 85.000	4122	Rp 350.370.000	Rp 80.000	3432	Rp 274.560.000
2	Ransel Gawang	Rp 142.000	6278	Rp 891.476.000	Rp134.000	5512	Rp 738.608.000
3	Tas Ynr.08	Rp 130.000	6221	Rp 808.730.000	Rp 123.000	5123	Rp 630.129.000
4	Tas Tutup Resleting Kanan	Rp 130.000	6221	Rp 808.730.000	Rp 123.000	5123	Rp 630.129.000
5	Ransel Duo	Rp 117.000	5342	Rp 625.014.000	Rp 110.000	4567	Rp 502.370.000
		Rp 604.000	28184	Rp 3.484.320.000	Rp 570.000	23757	Rp 2.775.796.000

Sumber Data Diolah

Penjualan Tahun 2013							
No	Model tas	Penjualan eceran			Penjualan grosiran		
		Harga Satuan	Unit	Jumlah	Harga Satuan	Unit	Jumlah
1	Tas H.04 (Serut)	Rp 85.000	4013	Rp 341.105.000	Rp 80.000	3455	Rp 293.675.000
2	Ransel Gawang	Rp 142.000	6288	Rp 892.896.000	Rp 134.000	5671	Rp 805.282.000
3	Tas Ynr.08	Rp 130.000	6178	Rp 803.140.000	Rp 123.000	5233	Rp 680.290.000
4	Tas Tutup Resleting Kanan	Rp 130.000	6178	Rp 803.140.000	Rp 123.000	5233	Rp 680.290.000
5	Ransel Duo	Rp 117.000	5398	Rp 631.566.000	Rp 110.000	4677	Rp 547.209.000
		Rp 604.000	28055	Rp 3.471.847.000	Rp 570.000	24269	Rp 3.006.746.000

Sumber Data Diolah

Penjualan Tahun 2014							
No	Model tas	Penjualan eceran			Penjualan grosiran		
		Harga Satuan	Unit	Jumlah	Harga Satuan	Unit	Jumlah
1	Tas H.04 (Serut)	Rp 70.000	3523	Rp 246.610.000	Rp 66.000	3042	Rp 200.772.000
2	Ransel Gawang	Rp 118.000	4102	Rp 484.036.000	Rp 110.000	4907	Rp 539.770.000
3	Tas Ynr.08	Rp 108.000	5127	Rp 553.716.000	Rp 100.000	5021	Rp 502.100.000
4	Tas Tutup Resleting Kanan	Rp 108.000	5127	Rp 553.716.000	Rp 100.000	5021	Rp 502.100.000
5	Ransel Duo	Rp 97.000	4103	Rp 397.991.000	Rp 90.000	4101	Rp 369.090.000
		501000	21982	Rp 2.236.069.000	466000	22092	Rp 2.113.832.000

Sumber Data Diolah

No	Penjualan	2012	2013	2014
1	Tas eceran	Rp 3.484.320.000	Rp 3.471.847.000	Rp 2.236.069.000
2	Tas grosiran	Rp 2.775.796.000	Rp 3.006.746.000	Rp 2.113.832.000
3	Dompet	Rp 330.552.000	Rp 341.441.000	Rp 235.249.000
Jumlah (1+2+3)		Rp 6.590.668.000	Rp 6.820.034.000	Rp 4.585.150.000

Tabel 4.5 Penjualan Dompot Yanri Pada Tahun 2012-2014

No	Model dompet	Harga dompet	2012		2013		2014	
			Unit	Jumlah	Unit	Jumlah	Unit	Jumlah
1	Dompot KL Kecil	Rp 18.000	1934	Rp 34.812.000	2112	Rp38.016.000	1913	Rp 34.434.000
2	Dompot KJ	Rp 40.000	4233	Rp 169.320.000	4321	Rp 172.840.000	2727	Rp 109.080.000
3	Dompot Kesya	Rp 35.000	3612	Rp 126.420.000	3731	Rp 130.585.000	2621	Rp 91.735.0000
			9779	Rp 330.552.000	10164	Rp 341.441.000	7261	Rp 235.249.000

4.4 Aspek Produksi

Proses produksi yang dilakukan perusahaan Tas Yanri setiap hari senin-sabtu. Proses produksi dilakukan dari mengolah bahan mentah sehingga menjadi barang jadi. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas maka proses produksinya pun harus dilakukan dngan baik agar produk yang dihasilkan sesuai dengan bentuk serta kualitasnya dan jangan lupa untuk hasil yang baik maka bahan baku yang digunakan haruslah berkualitas serta didukung oleh peralatan-peralatan untuk menunjang proses produksi tersebut. Inilah bahan-bahan serta peralatan yang digunakan oleh Tas Yanri untuk membuat Tas Wanita:

4.4.1 Bahan Baku

Bahan Baku yang diperlukan Tas Yanri untuk membuat Tas dan Dompet :

- Kain Virotex
- Kain Drill
- Benang Nylon
- Lem
- Lem Latex
- Karton
- Busa
- Magnet
- Resleting
- Cantolan
- Gesper
- Ring Kotak
- Ring D

4.4.2 Peralatan

Alat - alat yang digunakan dalam pembuatan Tas dan Dompet yaitu:

- Mesin Jahit

Gambar 4.7 Mesin Jahit



- Mesin Sestet

Gambar 4.8 Mesin Sestet



- Mesin Cangklong

Gambar 4.9 Mesin Cangklong



- Mesin Tungku

Gambar 4.10 Mesin Tungku



- Penggaris
- Stik Besi
- Matras
- Matril
- Gunting
- Cutter
- Pensil Putih

4.4.3 Proses Produksi

Berikut ini langkah-langkah proses produksi:

1. Menggambar Pola

Gambar 4.11 Menggambar Pola



Pengelolaan bahan baku yang pertama adalah menggambar pola pada bahan yang akan dibuat dengan menggunakan pensil putih dan penggaris yang sudah dibentuk pola.

2. Memotong Pola yang telah digambar

Gambar 4.12 Memotong Pola



setelah menggambar pola pada bahan selanjutnya adalah memotong pola yang sudah digambar.

3. Menseset bahan agar menjadi lentur

Gambar 4.13 Sestet Bahan



Pada tahap ini bahan yang sudah dipotong dilapisi dengan karton kemudian diset pada pinggir bahan tersebut agar lentur dan mudah dalam proses menjahit

4. Melatex bahan yang dilapisi karton

Gambar 4.14 Melatex Bahan



Pada tahap ini latex digunakan untuk mengelem bagian bahan yang nantinya akan dilapisi sebelum proses menjahit

5. Mengelem dan dipasang aksesoris

Gambar 4.15 Mengelem



Pada tahap ini mengelem bahan dan memasang aksesoris

6. Menjahit kain drill

Gambar 4.16 Menjahit



Kain drill digunakan pada bagian dalam tas

7. Menjahit bahan menjadi satu

Gambar 4.17 Menjahit Jad Satu



Pada tahap ini merupakan proses akhir dimana semua bahan tadi adak dijahit untuk menjadi tas

4.4.4 Produk Tas Yanri

PO. Tas Yanri memproduksi tas berbahan kain virotex dan kain drill dengan beberapa macam model yaitu:



Gambar 4.18 Tas model H.04 (Serut)



Gambar 4.19 Tas model Ransel DUO



Gambar 4.20 Tas Model YNR 08



Gambar 4.21 Dompot KJ Kecil



Gambar 4.22 Dompot KL

Sumber Tas Yanri

4.5 Aspek Keuangan

Menurut James C. Van Home aspek keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan dan pengelolaan aktiva dengan beberapa tujuan menyeluruh. Di PO. Tas yanri aspek keuangan meliputi penjelasan tentang biaya investasi dan laporan keuangan. Pada dasarnya perusahaan belum membuat pembukuan yang sesuai dengan standar akuntansi. Namun, berdasarkan data yang didapat dan hasil wawancara yang dilakukan, penulis mencoba laporan keuangan seperti berikut ini:

4.5.1 Biaya Investasi

Pada saat mendirikan PO. Tas Yanri maka perlu melakukan pengeluaran modal investasi untuk keperluan pengadaan mesin dan peralatan dan modal yang digunakan serta dikeluarkan berasal dari modal pribadi (Modal Sendiri) dan pinjaman yang besarnya sebagai berikut:

Tabel 4.6 Biaya Investasi Pada Tahun 2012-2014

No.	Jenis Investasi	Jumlah	Harga	Total
1	Aktiva Berwujud:			
	Mesin:			
	Mesin Jahit Singer	10	Rp 3.000.000	Rp 30.000.000
	Mesin Jahit Tipical	10	Rp 3.000.000	Rp 30.000.000
	Mesin Sestet	1	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
	Mesin Cangklong	1	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000
	Mesin Tungku	1	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000
	Total Biaya Mesin			Rp 81.000.000
	Peralatan :			
	Penggaris	11	Rp 80.000	Rp 880.000
	Upix	10	Rp 10.000	Rp 100.000
	Matras	10	Rp 20.000	Rp 200.000
	Matril	10	Rp 35.000	Rp 350.000
	Gunting	17	Rp 25.000	Rp 425.000
	Cutter	10	Rp 12.000	Rp 120.000
	Pensil Putih	12	Rp 12.000	Rp 12.000
	Total Biaya Peralatan			Rp 2.087.000
	Inventaris:			

	Mesin Jense	2	Rp. 5.000.000	Rp 10.000.000
	ATK (Set)	1	Rp. 80.000	Rp 80.000
	Etalase Toko	2	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000
	Meja dan Kursi Kasir	2	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000
	Lemari Tas	4	Rp 1.500.000	Rp 6.000.000
	Kipas Angin	4	Rp 600.000	Rp 2.400.000
	Tempat Isolasi	2	Rp 30.000	Rp 60.000
	Kipas Angin	1	Rp 200.000	Rp 200.000
	Tv	1	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
	Etalase Kaca	12	Rp 500.000	Rp 6.000.000
	Kursi Tunggu	2	Rp 680.000	Rp 1.360.000
	Gunting	1	Rp 15.000	Rp 15.000
	Kursi plastik (set)	2	Rp 35.000	Rp 70.000
	Showcase	1	Rp 3.600.000	Rp 3.600.000
	Mesin EDC	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
	Kalkulator	2	Rp 40.000	Rp 80.000
	Rak Tas	1	Rp 750.000	Rp 750.000
	Kaca Besar	2	Rp 300.000	Rp 600.000
	Kulkas	1	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
	Tempat Sampah	3	Rp 30.000	Rp 90.000
	Total Biaya Inventaris			Rp 42.305.000
	Kendaraan:			
	Mobil	1	Rp 200.000.000	Rp 200.000.000
	Total Biaya Kendaraan			Rp 200.000.000
	Aktiva Tak Berwujud			
2.	SIUP	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
	TDP	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
	Total Aktiva Tidak Berwujud			Rp4.000.000
	Total Aktiva Keseluruhan			Rp329.392.000

Sumber: Tas Yanri

Setiap aktiva baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud yang digunakan dalam proses produksi ini mengalami penyusutan. Metode penyusutan yang digunakan oleh penulis untuk membuat laporan keuangan adalah metode penyusutan garis lurus. Metode garis lurus adalah metode penyusutan dimana penyusutan selalu sama dari tiap periode. Rinciannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Biaya Penyusutan Tahun 2012-2014

No	Aktiva	Nilai	Penyusutan	Jumlah
1	Bangunan	Rp 1.150.000.000	10%	Rp 115.000.000
2	Mesin	Rp 81.000.000	10%	Rp 8.100.000
3	Kendaraan	Rp 200.000.000	10%	Rp 20.000.000
4	Peralatan	Rp 2.087.000	10%	Rp 208.700
5	Inventaris Kantor dan Pabrik	Rp 42.305.000	10%	Rp 4.230.500
	Total Penyusutan			Rp 147.539.200

Sumber Diolah

4.5.2 Laporan Keuangan

Laporan Keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan data atau informasi perusahaan. Laporan keuangan terdiri dari:

1. Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan adalah harga pokok produk yang sudah terjual dalam periode waktu berjalan yang diperoleh dengan menambahkan harga pokok produksi dengan persediaan produk selesai awal dan mengurangi dengan persediaan produk selesai akhir. Harga Pokok Penjualan juga terikat pada periode waktu tertentu. Harga pokok penjualan adalah harga barang yang dijual. Penentuan harga pokok penjualan pada perusahaan industri, pada umumnya pada persediaan awal produk jadi ditambah dengan jumlah harga produksi (harga pokok produk) dan dikurangi dengan persediaan akhir produk, jadi pengertian mengenai harga pokok penjualan ini, berdasarkan prinsip akuntansi Indonesia

menjelaskan bahwa Saldo awal dari persediaan ditambah harga pokok barang-barang yang dibeli untuk dijual dikurangi jumlah persediaan akhir adalah harga pokok barang yang harus dibandingkan pendapatan untuk masa yang bersangkutan, untuk perusahaan industri dalam harga pokok penjualan termasuk semua upah baru langsung dan biaya bahan-bahan ditambah seluruh biaya pabrik (produksi) tak langsung dikoreksi dengan jumlah-jumlah saldo awal dan akhir persediaan.

2. Laporan Laba/Rugi

Adalah suatu laporan yang sistematis tentang pendapatan dan pengeluaran atau beban yang diperoleh oleh suatu perusahaan pada periode tertentu. Laporan laba rugi juga disebut “Laporan Pendapatan”, menyajikan pendapatan, beban, laba bersih, dan laba persaham untuk suatu periode akutansi, biasanya setahun atau satu triwulan. Laporan laba rugi merupakan salah satu dari banyak suatu paket laporan keuangan. Laporan laba rugi biasanya menyajikan hasil usaha – pendapatan, beban, laba atau rugi bersih dan laba atau rugi untuk periode akutansi tertentu.

Berikut ini adalah tabel laporan keuangan PO. Tas Yanri :

Tabel 4.8 Harga Pokok Penjualan 2012-2014

No	Keterangan	Tahun		
		2012	2013	2014
1	Pemakaian Bahan Baku			
	- Persediaan Bahan Baku Awal Tahun	Rp 700.000.000	Rp 730.000.000	Rp 752.000.000
	- Pembelian Bahan Baku	Rp1.902.000.000	Rp1.942.000.000	Rp1.512.000.000
	- Persediaan Bahan Baku Siap Produksi	Rp2.602.000.000	Rp2.672.000.000	Rp2.264.000.000
	- Persediaan Bahan Baku Akhir Tahun	Rp 730.000.000	Rp 752.000.000	Rp 824.000.000
	Total Pemakaian Bahan Baku	Rp1.872.000.000	Rp1.920.000.000	Rp1.440.000.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp1.056.000.000	Rp1.152.000.000	Rp 864.000.000
3	Biaya Overhead Pabrik			
	a.Biaya Bahan Penolong	Rp 600.000.000	Rp 600.000.000	Rp 480.000.000
	b.Biaya Listrik dan Air	Rp 33.000.000	Rp 30.000.000	Rp 28.200.000
	c. Biaya Penyusutan mesin	Rp 8.100.000	Rp 8.100.000	Rp 8.100.000
	d. Biaya Kemasan	Rp 15.936.000	Rp 16.656.000	Rp 8.184.000
	e.Biaya penyusutan peralatan pabrik	Rp 208.700	Rp 208.700	Rp 208.700
	f. Biaya Pemeliharaan	Rp 6.800.000	Rp 6.800.000	Rp 7.200.000
	Total BOP	Rp 664.044.700	Rp 661.764.700	Rp 531.892.700
4	Biaya Produksi atau Pabrikasi			
	(1+2+3)	Rp3.592.044.700	Rp3.733.764.700	Rp2.835.892.700
5	Persediaan barang			
	Persediaan awal barang dalam proses	Rp 456.000.000	Rp 468.000.000	Rp 480.000.000

	Total Biaya Produk siap proses	Rp4.048.044.700	Rp4.201.764.700	Rp3.315.892.700
	(persediaan akhir barang dalam proses)	Rp 468.000.000	R 480.000.000	Rp 360.000.000
6	Harga Pokok Produksi	Rp3.580.044.700	Rp3.721.764.700	Rp2.955.892.700
	persediaan Barang awal Jadi	Rp 364.129.300	Rp 374.929.300	Rp 381.729.300
	Barang Jadi Siap Jual	Rp3.944.174.000	Rp4.096.694.000	Rp3.337.622.000
	(Persediaan akhir barang Jadi)	Rp 374.929.300	Rp 381.729.300	Rp 413.529.300
	Harga Pokok Penjualan	Rp3.569.244.700	Rp3.714.964.700	Rp2.924.092.700

Sumber Data Diolah

Tabel 4.9 Harga Pokok Penjualan Full Costing Tahun 2012-2014

No	Keterangan	Tahun		
		2012	2013	2014
1	Pemakaian Bahan Baku			
	- Persediaan Bahan Baku Awal Tahun	Rp 700.000.000	Rp 730.000.000	Rp 752.000.000
	- Pembelian Bahan Baku	Rp1.902.000.000	Rp1.942.000.000	Rp1.512.000.000
	- Persediaan Bahan Baku Siap Produksi	Rp2.602.000.000	Rp2.672.000.000	Rp2.264.000.000
	- Persediaan Bahan Baku Akhir Tahun	Rp 730.000.000	Rp 752.000.000	Rp 824.000.000
	Total Pemakaian Bahan Baku	Rp1.872.000.000	Rp1.920.000.000	Rp1.440.000.000
2	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp1.056.000.000	Rp1.152.000.000	Rp 864.000.000
3	Biaya Overhead Pabrik			
	a.Biaya Bahan Penolong	Rp 600.000.000	Rp 600.000.000	Rp 480.000.000
	b.Biaya Listrik dan Air	Rp 33.000.000	Rp 30.000.000	Rp 28.200.000
	c. Biaya Penyusutan mesin	Rp 7.695.000	Rp 7.310.300	Rp 6.944.700
	d. Biaya Kemasan	Rp 15.936.000	Rp 16.656.000	Rp 8.184.000

	e.Biaya penyusutan peralatan pabrik	Rp 198.700	Rp 188.400	Rp 179.000
	f. Biaya Pemeliharaan	Rp 6.800.000	Rp 6.800.000	Rp 7.200.000
	Total BOP	Rp 663.629.700	Rp 660.954.700	Rp 530.707.700
4	Biaya Produksi atau Pabrikasi			
	(1+2+3)	Rp3.591.629.700	Rp3.732.954.700	Rp2.834.707.700
5	Persediaan barang			
	Persediaan awal barang dalam proses	Rp 456.000.000	Rp 468.000.000	Rp 480.000.000
	Total Biaya Produk siap proses	Rp4.047.629.700	Rp4.200.954.700	Rp3.314.707.700
	(persediaan akhir barang dalam proses)	Rp 468.000.000	Rp 480.000.000	Rp 360.000.000
6	Harga Pokok Produksi	Rp3.579.629.700	Rp3.720.954.700	Rp2.954.707.700
	persediaan Barang awal Jadi	Rp 364.129.300	Rp 374.929.300	Rp 381.729.300
	Barang Jadi Siap Jual	Rp3.943.759.000	Rp4.095.884.000	Rp3.336.437.000
	(Persediaan akhir barang Jadi)	Rp 374.929.300	Rp 381.729.300	Rp 413.529.300
	Harga Pokok Penjualan	Rp3.568.829.700	Rp3.714.154.700	Rp2.922.907.700

Tabel 4.10 Laporan Laba Rugi Menurut Perusahaan Tahun 2012-2014

No	Keterangan	2012	2013	2014
1	Penjualan			
	Penjualan Ecer	Rp3.484.320.000	Rp3.471.847.000	Rp2.236.069.000
	Penjualan Grosir	Rp2.775.796.000	Rp3.006.746.000	Rp2.113.832.000
	Penjualan Dompok	Rp 330.552.000	Rp 341.441.000	Rp 235.249.000
	Penjualan Bersih	Rp6.590.668.000	Rp6.820.034.000	Rp4.585.150.000
	Harga Pokok Penjualan	Rp3.569.244.700	Rp3.714.964.700	Rp2.924.092.700
2	Laba Kotor (1 - 2)	Rp3.021.423.300	Rp3.105.069.300	Rp1.661.057.300
3	Biaya Usaha			
	Biaya Pembuatan SIUP dan TDP			
	Biaya Pemasaran	Rp 91.820.000	Rp 104.470.000	Rp 61.800.000
	Biaya Administrasi dan Umum	Rp 18.200.000	Rp 20.000.000	Rp 16.400.000
	Total Biaya Usaha	Rp 110.020.000	Rp 124.470.000	Rp 78.200.000
	Laba Usaha (2 - 3)	Rp2.911.403.300	Rp2.980.599.300	Rp1.582.857.300
4	Biaya Bunga			
5	Laba Sebelum Pajak (4 - 5)	Rp2.911.403.300	Rp2.980.599.300	Rp1.582.857.300
6	Pajak Pendapatan (10%)	Rp 291.140.330	Rp 298.059.930	Rp 158.285.730
7	Laba Setelah pajak (6 - 7)	Rp2.620.262.970	Rp2.682.539.370	Rp1.424.571.570

Sumber: Diolah

Tabel 4.11 Laporan Laba Rugi Full Costing Tahun 2012-2014

No	Keterangan	2012	2013	2014
1	Penjualan			
	Penjualan Ecer	Rp3.484.320.000	Rp3.471.847.000	Rp2.236.069.000
	Penjualan Grosir	Rp2.775.796.000	Rp3.006.746.000	Rp2.113.832.000
	Penjualan Dompot	Rp 330.552.000	Rp 341.441.000	Rp 235.249.000
	Penjualan Bersih	Rp6.590.668.000	Rp6.820.034.000	Rp4.585.150.000
	Harga Pokok Penjualan	Rp3.569.244.700	Rp3.714.964.700	Rp2.922.907.700
2	Laba Kotor (1 - 2)	Rp3.021.423.300	Rp3.105.069.300	Rp1.661.057.300
3	Biaya Usaha			
	Biaya Pemasaran	Rp 24.620.000	Rp 27.670.000	Rp 18.600.000
	Biaya Penyusutan (Inventaris kantor danKendaraan)	Rp 23.019.000	Rp 21.868.000	Rp 20.774.600
	Biaya Administrasi dan Umum	Rp 85.400.000	Rp 96.800.000	Rp 59.600.000
	Total Biaya Usaha	Rp 133.039.000	Rp 146.338.000	Rp 98.974.600
4	Laba Usaha (2 - 3)	Rp2.888.384.300	Rp2.958.731.300	Rp1.562.082.700
5	Biaya Bunga			
6	Laba Sebelum Pajak (4 - 5)	Rp2.888.384.300	Rp2.958.731.300	Rp1.562.082.700
7	Pajak Pendapatan (10%)	Rp 288.838.430	Rp 295.873.130	Rp 156.208.270
	Laba Setelah pajak (6 - 7)	Rp2.599.545.870	Rp2.662.858.170	Rp1.405.874.430

Sumber Data Diolah

BAB V

Analisis dan Pembahasan

5.1 Analisis Perhitungan Harga Jual berdasarkan perhitungan Perusahaan dan Perhitungan harga jual menurut *Cost Plus Pricing*

Berdasarkan perhitungan harga pokok penjualan yang telah dilakukan di bab IV beban beban yang telah dijabarkan dan dipereinci satu persatu seperti (biaya bahan baku dan penolong, biaya tenaga kerja, biaya overhead baik variabel maupun tetap, biaya administrasi, biaya pemasaran dll). Berikut adalah biaya produksi per produk:

Tabel 5.1 Biaya Produksi Tas Serut Tahun 2012-2014

Tas Serut Ecer	2012	2013	2014
BBB			
Kain Virotex	Rp 34.831.435	Rp 27.107.388	Rp 27.107.388
Kain Drill	Rp 24.879.596	Rp 19.362.420	Rp 19.362.420
Benang Nylon	Rp 9.951.839	Rp 7.744.968	Rp 7.744.968
Lem	Rp 9.951.839	Rp 7.744.968	Rp 7.744.968
Lem Latex	Rp 9.951.839	Rp 7.744.968	Rp 7.744.968
Karton	Rp 9.951.839	Rp 7.744.968	Rp 7.744.968
Total Biaya Bahan Baku	Rp 99.518.386	Rp 77.449.680	Rp 77.449.680
BTKL	Rp 56.138.577	Rp 57.617.449	Rp 46.469.808
BOP			
a. Biaya Bahan Penolong			
Busa	Rp 6.379.384	Rp 5.163.312	Rp 5.163.312
Magnet	Rp 4.784.538	Rp 3.872.484	Rp 3.872.484
Resleting	Rp 4.784.538	Rp 3.872.484	Rp 3.872.484
Cantolan	Rp 4.784.538	Rp 3.872.484	Rp 3.872.484
Gesper	Rp 4.784.538	Rp 3.872.484	Rp 3.872.484
Ring Kotak	Rp 3.189.692	Rp 2.581.656	Rp 2.581.656
Ring D	Rp 3.189.692	Rp 2.581.656	Rp 2.581.656
Total Biaya Bahan Penolong	Rp 31.896.918	Rp 25.816.560	Rp 25.816.560
b. Biaya Listrik dan Air	Rp 1.754.331	Rp 1.500.454	Rp 1.516.723
c. Biaya Penyusutan mesin	Rp 430.608	Rp 405.123	Rp 435.654
d. Biaya Kemasan	Rp 847.182	Rp 833.052	Rp 440.172
e. Biaya penyusutan peralatan	Rp 11.095	Rp 10.438	Rp 11.225

pabrik			
f. Biaya Pemeliharaan	Rp 361.498	Rp 340.103	Rp 387.248
Total Biaya Overhead	Rp190.958.595	Rp163.972.859	Rp152.527.071
Total Biaya Produksi			
BAU	Rp 861.217	Rp 900.273	Rp 774.497
BTKTL	Rp 3.572.455	Rp 3.841.163	Rp 2.323.490
B Pemasaran	Rp 1.308.837	Rp 1.383.919	Rp 3.323.882

5.1.1 Perhitungan Harga Jual Menurut Perusahaan Pada Tas Serut

1. Tas H.04 (Serut) 2012

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \text{Biaya Total Produksi} \\
 &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\
 &= \text{Rp}99.518.386 + \text{Rp}56.138.577 + \text{Rp}35.301.633 + \\
 &\quad \text{Rp}3.572.455 \\
 &= \text{Rp } 194.531.050
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp } 194.531.050}{4122} \\
 &= \text{Rp } 47.193
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp } 47.193 + 80\% (\text{Rp } 47.193) \\
 &= 47.193 + \text{Rp}37.755 \\
 &= \text{Rp}84.948 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 85.000}
 \end{aligned}$$

2. Tas H.04 (Serut) 2013

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \text{Total Biaya Produksi} \\
 &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\
 &= \text{Rp}96.029.081 + \text{Rp } 57.617.449 + \text{Rp } 33.098.258 + \\
 &\quad \text{Rp } 3.841.163 \\
 &= \text{Rp}190.585.952
 \end{aligned}$$

$$\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} = \frac{\text{Rp } 190.585.952}{4013}$$

$$= \text{Rp}47.492$$

$$\text{Laba yang diharapkan} = \text{Rp}47.492 + 50\%(\text{Rp}47.492)$$

$$= \text{Rp } 47.492 + \text{Rp } 37.994$$

$$= \text{Rp } 85.486 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 85.000}$$

3. Tas H.04 (Serut) 2014

$$\begin{aligned} \text{Total Biaya Penuh} &= \text{Total Biaya Produksi} \\ &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\ &= \text{Rp}77.449.680 + \text{Rp}46.469.808 + \text{Rp}28.607.583 + \\ &\quad \text{Rp}2.323.490 \\ &= \text{Rp } 154.850.561 \end{aligned}$$

$$\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} = \frac{\text{Rp } 154.850.561}{3523}$$

$$= \text{Rp } 43.954$$

$$\text{Laba yang diharapkan} = \text{Rp } 43.954 \times 60\%(\text{Rp } 43.954)$$

$$= \text{Rp } 43.954 + \text{Rp } 26.373$$

$$= \text{Rp } 70.327 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 70.000}$$

5.1.2 Perhitungan Harga Jual Menurut Cost Plus Pricing Pada Tas Serut

1) Tas H.04 (Serut) ecer 2012

a) Biaya produksi :

$$\begin{aligned} - \text{ BBB} &= \text{Rp } 99.518.386 \\ - \text{ BTKL} &= \text{Rp } 56.138.577 \\ - \text{ BOP}(\text{v} + \text{t}) &= \text{Rp } 35.301.633 \\ - \text{ BTKTL} &= \text{Rp } 3.572.455 + \\ \text{Biaya Produksi} &\quad \text{Rp } 194.531.050 \end{aligned}$$

b) Biaya Total :

$$- \text{ Biaya Produksi} = \text{Rp } 194.531.050$$

- Biaya pemasaran = Rp 1.308.837
- Biaya Administrasi Umum = $\text{Rp } \frac{861.217}{4122} +$
- Biaya Total = Rp 196.701.104

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 196.701.104}{4122} \\ &= \text{Rp } 47.720 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

$$\text{Mark Up} = \text{Persentase yg diinginkan} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

$$\text{Laba yang diinginkan} = 35 \% \times \text{Rp}445.840.143 = \text{Rp}156.044.050$$

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{\text{Rp}156.044.050}{196.701.104} \times 100\% = \%$$

$$\begin{aligned} \text{f) Mark up per unit} &= 79 \% \times \text{Rp}47.720 \\ &= \text{Rp } 37.856 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{g) Harga Jual Per Unit} &= \text{Rp}47.720 + \text{Rp}37.856 \\ &= \text{Rp}85.576 \text{ dibulatkan menjadi } \text{Rp } 85.500 \end{aligned}$$

2) Tas H.04 (Serut) ecer 2013

a) Biaya produksi :

- BBB = Rp 96.029.081
- BTKL = Rp57.617.449
- BOP(v+t) = Rp33.098.258
- BTKTL = $\text{Rp } \frac{3.841.163}{4122} +$
- Biaya Produksi = Rp190.585.952

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi = Rp 190.585.952
- Biaya pemasaran = Rp 1.383.919

- Biaya Administrasi Umum = $\text{Rp } \frac{900.273}{4013} +$
- Biaya Total $\text{Rp } 192.870.144$

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 192.870.144}{4013} \\ &= \text{Rp } 48.061 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

$$\text{Mark Up} = \text{Persentase yg diinginkan} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

$$\text{Laba yang diinginkan} = 30\% \times \text{Rp } 531.948.598 = \text{Rp } 159.584.580$$

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{\text{Rp } 159.584.580}{192.870.144} \times 100\% = 83\%$$

f) Mark up per unit $= 83\% \times \text{Rp } 48.061$
 $= \text{Rp } 39.767$

g) Harga Jual Per Unit $= \text{Rp } 48.061 + \text{Rp } 39.767$
 $= \text{Rp } 87.828$ dibulatkan menjadi **Rp 88.000**

3) Tas H.04 (Serut) ecer 2014

a) Biaya produksi :

- BBB $= \text{Rp } 77.449.680$
- BTKL $= \text{Rp } 46.469.808$
- BOP(v+t) $= \text{Rp } 28.607.583$
- BTKTL $= \text{Rp } \frac{2.323.490}{4013} +$
- Biaya Produksi $\text{Rp } 154.850.561$

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi $= \text{Rp } 152.527.071$
- Biaya pemasaran $= \text{Rp } 3.323.882$
- Biaya Administrasi Umum $= \text{Rp } \frac{774.497}{4013} +$
- Biaya Total $\text{Rp } 156.625.450$

c) Biaya Per Unit

$$\text{Biaya Per Unit} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}}$$

$$= \frac{Rp\ 156.625.450}{3523}$$

$$= Rp\ 44.458$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan

Laba yang diinginkan = 15% x Rp629.838.772 = Rp94.475.816

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{Rp\ 94.475.816}{156.625.450} \times 100\% = 60\%$$

f) Mark up per unit = 60% x Rp44.458
= Rp26.817

g) Harga Jual Per Unit = Rp 44.458 + Rp26.817
= Rp 71.275 dibulatkan menjadi **Rp 71.000**

Tabel 5.2 Biaya Produksi Tas Ransel Duo Tahun 2012-2014

Tas Ransel Duo	2012	2013	2014
BBB			
Kain Virotex	Rp 53.258.313	Rp 53.340.206	Rp 37.497.598
Kain Drill	Rp 44.381.928	Rp 44.450.171	Rp 31.247.998
Benang Nylon	Rp 17.752.771	Rp 17.780.069	Rp 12.499.199
Lem	Rp 17.752.771	Rp 17.780.069	Rp 12.499.199
Lem Latex	Rp 17.752.771	Rp 17.780.069	Rp 12.499.199
Karton	Rp 26.629.157	Rp 26.670.103	Rp 18.748.799
Total Biaya Bahan Baku	Rp177.527.712	Rp177.800.685	Rp124.991.994
BTKL	Rp100.143.837	Rp106.680.411	Rp 74.995.196
BOP			
a.Biaya Bahan Penolong			
Busa	Rp 11.379.982	Rp 11.112.543	Rp 8.332.800
Magnet	Rp 8.534.986	Rp 8.334.407	Rp 6.249.600
Resleting	Rp 8.534.986	Rp 8.334.407	Rp 6.249.600
Cantolan	Rp 8.534.986	Rp 8.334.407	Rp 6.249.600
Gesper	Rp 8.534.986	Rp 8.334.407	Rp 6.249.600
Ring Kotak	Rp 5.689.991	Rp 5.556.271	Rp 4.166.400
Ring D	Rp 5.689.991	Rp 5.556.271	Rp 4.166.400
Total Biaya Bahan Penolong	Rp 56.899.908	Rp 55.562.714	Rp 41.663.998
b.Biaya Listrik dan Air	Rp 3.129.495	Rp 2.778.136	Rp 2.447.760
c. Biaya Penyusutan mesin	Rp 768.149	Rp 750.097	Rp 703.080

d. Biaya Kemasan	Rp 1.511.262	Rp 1.542.421	Rp 710.371
e. Biaya penyusutan peralatan pabrik	Rp 19.792	Rp 19.327	Rp 18.115
f. Biaya Pemeliharaan	Rp 644.866	Rp 629.711	Rp 624.960
Total Biaya Overhead	Rp 62.973.470	Rp 61.282.405	Rp 46.168.284
Total Biaya Produksi	Rp 340.645.019	Rp 345.763.501	Rp 246.155.474
Biaya Administrasi Umum	Rp 1.536.298	Rp 1.666.881	Rp 1.249.920
Biaya Tenaga Kerja Toko	Rp 6.372.790	Rp 6.162.088	Rp 3.749.760
Biaya Pemasaran	Rp 2.334.793	Rp 2.562.367	Rp 1.614.480

5.1.3 Perhitungan menurut Perusahaan Tahun Tas Ransel 2012 - 2014

1. Ransel Duo ECER 2012

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \text{Total Biaya Produksi} \\
 &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP(V+T)} + \text{BTKTL} \\
 &= \text{Rp} 177.527.712 + \text{Rp} 100.143.837 + \text{Rp} 62.973.470 + \\
 &\quad \text{Rp} 6.372.790 \\
 &= \text{Rp} 347.017.809 \\
 \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp} 347.017.809}{5342} \\
 &= \text{Rp} 64.960
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp} 64.960 \times 80\% (\text{Rp} 64.960) \\
 &= \text{Rp} 64.960 + \text{Rp} 51.968 \\
 &= \text{Rp} 116.929 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp} 117.000}
 \end{aligned}$$

2. Ransel Duo ECER 2013

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \text{Total Biaya Produksi} \\
 &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP(V+T)} + \text{BTKTL} \\
 &= \text{Rp} 177.800.685 + \text{Rp} 106.680.411 + \text{Rp} 61.282.405 \\
 &\quad + \text{Rp} 6.162.088
 \end{aligned}$$

$$= \text{Rp } 352.875.529$$

$$\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} = \frac{\text{Rp } 352.875.529}{5398}$$

$$= \text{Rp } 65.372$$

$$\text{Laba yang diharapkan} = \text{Rp } 65.372 + 50\% (\text{Rp } 65.372)$$

$$= \text{Rp } 66.155 + \text{Rp } 52.297$$

$$= \text{Rp } 117.669 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 117.000}$$

3. Ransel Duo ECER 2014

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Total Biaya Produksi} + \text{Biaya Operasional} \\ &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\ &= \text{Rp } 124.991.994 + \text{Rp } 74.995.196 + \text{Rp } 46.168.284 + \\ &\quad \text{Rp } 3.749.760 \\ &= \text{Rp } 249.905.234 \end{aligned}$$

$$\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} = \frac{\text{Rp } 249.905.234}{4103}$$

$$= \text{Rp } 60.908$$

$$\text{Laba yang diharapkan} = \text{Rp } 60.908 + 80\% (\text{Rp } 60.908)$$

$$= \text{Rp } 60.908 + \text{Rp } 29.845$$

$$= \text{Rp } 90.753 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 90.000}$$

5.1.4 Menurut Perhitungan Cost plus Pricing tahun 2012

1) Ransel Doang ECER 2012

a) Biaya produksi :

$$\begin{aligned} - \text{BBB} &= \text{Rp } 177.527.712 \\ - \text{BTKL} &= \text{Rp } 100.143.837 \\ - \text{BOP}(\text{v} + \text{t}) &= \text{Rp } 62.973.470 \\ - \text{BTKTL} &= \text{Rp } 6.372.790 + \\ \text{Biaya Produksi} &\quad \text{Rp } 347.017.809 \end{aligned}$$

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi = Rp 347.017.809
- Biaya pemasaran = Rp 2.334.793
- Biaya Administrasi Umum = $\frac{\text{Rp } 1.536.298}{\text{Rp } 350.888.899} +$
- Biaya Total

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 350.888.899}{5342} \\ &= \text{Rp } 65.685 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan

$$\text{Laba yang diinginkan} = 35\% \times \text{Rp } 795.320.179 = \text{Rp } 278.362.063$$

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{\text{Rp } 278.362.063}{350.888.899} \times 100\% = 79\%$$

f) Mark up per unit = 79% x Rp 65.685

$$= \text{Rp } 52.108$$

g) Harga Jual Per Unit = Rp 65.685 + Rp 52.108

$$= \text{Rp } 117.793 \text{ dibulatkan menjadi } \text{Rp } 118.000$$

2) Ransel Doang ECER 2013

a) Biaya produksi :

- BBB = Rp 177.800.685
- BTKL = Rp 106.680.411
- BOP(v+t) = Rp 61.282.405
- BTKTL = $\frac{\text{Rp } 7.112.027}{\text{Rp } 345.763.502} +$
- Biaya Produksi

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi = Rp 345.763.502
- Biaya pemasaran = Rp 2.562.367
- Biaya Administrasi Umum = $\frac{\text{Rp } 1.666.881}{\text{Rp } 357.104.778} +$
- Biaya Total

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 357.104.778}{5398} \end{aligned}$$

$$= \text{Rp } 66.155$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan

$$\text{Laba yang diinginkan} = 30\% \times \text{Rp}984.918.569 = \text{Rp}295.475.571$$

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{\text{Rp } 295.475.571}{357.104.778} \times 100\% = 83\%$$

$$\begin{aligned} \text{f) Mark up per unit} &= 83\% \times \text{Rp } 66.155 \\ &= \text{Rp } 54.738 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{g) Harga Jual Per Unit} &= \text{Rp}66.155 + \text{Rp } 54.738 \\ &= \text{Rp } 120.893 \text{ dibulatkan } \mathbf{\text{Rp } 121.000} \end{aligned}$$

3) Ransel Doang ECER 2014

a) Biaya produksi :

$$\begin{aligned} - \text{ BBB} &= \text{Rp } 124.991.994 \\ - \text{ BTKL} &= \text{Rp } 74.995.196 \\ - \text{ BOP(v+t)} &= \text{Rp } 46.168.284 \\ - \text{ BTKTL} &= \text{Rp } 3.749.760 + \\ \text{Biaya Produksi} &\quad \text{Rp } 249.905.234 \end{aligned}$$

b) Biaya Total :

$$\begin{aligned} - \text{ Biaya Produksi} &= \text{Rp } 249.905.234 \\ - \text{ Biaya pemasaran} &= \text{Rp } 1.614.480 \\ - \text{ Biaya Administrasi Umum} &= \text{Rp } 1.249.920 + \\ - \text{ Biaya Total} &\quad \text{Rp } 252.769.634 \end{aligned}$$

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 252.769.634}{4103} \\ &= \text{Rp } 61.606 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan

$$\text{Laba yang diinginkan} = 15\% \times \text{Rp}1.016.463.901 = \text{Rp}152.469.585$$

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{Rp\ 152.469.585}{252.769.634} \times 100\% = 60\%$$

f) Mark up per unit = 60% x Rp 61.606
= Rp37.161

g) Harga Jual Per Unit = Rp61.606 + Rp37.161
= Rp 98.767 dibulatkan menjadi **Rp 98.500**

Tabel 5.3 Biaya Produksi Tas YNR 08 Tahun 2012-2014

Tas YNR 08	2012	2013	2014
BBB			
Kain Virotex	Rp 88.624.564	Rp 87.979.930	Rp 53.205.270
Kain Drill	Rp 63.303.260	Rp 62.842.807	Rp 38.003.764
Benang Nylon	Rp 25.321.304	Rp 25.137.123	Rp 15.201.506
Lem	Rp 25.321.304	Rp 25.137.123	Rp 15.201.506
Lem Latex	Rp 25.321.304	Rp 25.137.123	Rp 15.201.506
Karton	Rp 25.321.304	Rp 25.137.123	Rp 15.201.506
Total Biaya Bahan Baku	Rp253.213.039	Rp251.371.228	Rp152.015.057
BTKL	Rp142.838.124	Rp150.822.737	Rp 91.209.034
BOP			
a.Biaya Bahan Penolong			
Busa	Rp 24.347.408	Rp 23.566.053	Rp 15.201.506
Magnet	Rp 16.231.605	Rp 15.710.702	Rp 10.134.337
Resleting	Rp 8.115.803	Rp 7.855.351	Rp 5.067.169
Cantolan	Rp 8.115.803	Rp 7.855.351	Rp 5.067.169
Gesper	Rp 8.115.803	Rp 7.855.351	Rp 5.067.169
Ring Kotak	Rp 8.115.803	Rp 7.855.351	Rp 5.067.169
Ring D	Rp 8.115.803	Rp 7.855.351	Rp 5.067.169
Total Biaya Bahan Penolong	Rp 81.158.025	Rp 78.553.509	Rp 50.671.686
b.Biaya Listrik dan Air	Rp 4.463.691	Rp 3.927.675	Rp 2.976.962
c. Biaya Penyusutan mesin	Rp 1.095.633	Rp 1.060.472	Rp 855.085
d. Biaya Kemasan	Rp 2.155.557	Rp 2.180.645	Rp 863.952
e.Biaya penyusutan peralatan pabrik	Rp 28.229	Rp 27.324	Rp 22.032
f. Biaya Pemeliharaan	Rp 919.791	Rp 890.273	Rp 760.075
Total Bop	Rp 89.820.928	Rp 86.639.899	Rp 56.149.791
Total Biaya Produksi	Rp485.872.091	Rp488.833.864	Rp299.373.882
Biaya Administrasi Umum	Rp 2.191.267	Rp 2.356.605	Rp 1.520.151
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp 9.089.699	Rp 10.054.849	Rp 4.560.452
Biaya Pemasaran	Rp 3.330.184	Rp 3.622.626	Rp 1.963.528

5.1.5 Perhitungan Menurut Perusahaan Tas YNR Tahun 2012-2014

1) Tas Ynr 08 2012

$$\begin{aligned}\text{Harga jual} &= \text{Total Biaya Produksi} \\ &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\ &= \text{Rp}253.213.039 + \text{Rp}142.838.124 + \text{Rp}89.820.928 \\ &\quad + \text{Rp}9.089.699 \\ &= \text{Rp } 494.961.790\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp } 494.961.790}{6278} \\ &= \text{Rp } 78.841\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp } 78.841 + 50\%(\text{Rp}78.841) \\ &= \text{Rp}78.841 + \text{Rp } 63.073 \\ &= \text{Rp}141.913 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 142.000}\end{aligned}$$

2) Tas Ynr 08 2013

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= \text{Total Biaya Produksi} \\ &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\ &= \text{Rp}251.371.228 + \text{Rp}150.822.737 + \text{Rp}86.639.899 + \\ &\quad \text{Rp } 10.054.849 \\ &= \text{Rp } 498.888.712\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp } 498.888.712}{6288} \\ &= \text{Rp } 79.340\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp } 79.340 \times 50\% (\text{Rp}79.340) \\ &= \text{Rp } 79.340 + \text{Rp } 63.472 \\ &= \text{Rp } 142.812 \text{ dibulatkan menjadi } \text{Rp } 142.000\end{aligned}$$

3) Tas Ynr 08 2014

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= \text{Total Biaya Produksi}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\
&= \text{Rp} 152.015.057 + \text{Rp} 91.209.034 + \text{Rp} 56.149.791 + \\
&\quad \text{Rp} 4.560.452 \\
&= \text{Rp} 303.934.335 \\
\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp} 303.934.335}{4102} \\
&= \text{Rp} 74.094 \\
\text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp} 74.094 + 50\%(\text{Rp} 74.094) \\
&= \text{Rp} 74.094 + \text{Rp} 44.457 \\
&= \text{Rp} 118.551 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp} 118.000}
\end{aligned}$$

5.1.6 Perhitungan Menurut Cost Plus Pricing 2012 - 2014

1. Tas Ynr 08 ECER

a) Biaya produksi :

$$\begin{aligned}
- \text{BBB} &= \text{Rp} 253.213.039 \\
- \text{BTKL} &= \text{Rp} 142.838.124 \\
- \text{BOP}(\text{v} + \text{t}) &= \text{Rp} 89.820.928 \\
- \text{BTKTL} &= \text{Rp} 9.089.699 + \\
\text{Biaya Produksi} &\quad \text{Rp} 494.961.790
\end{aligned}$$

b) Biaya Total :

$$\begin{aligned}
- \text{Biaya Produksi} &= \text{Rp} 494.961.790 \\
- \text{Biaya pemasaran} &= \text{Rp} 3.330.184 \\
- \text{Biaya Administrasi Umum} &= \text{Rp} 2.191.267 + \\
- \text{Biaya Total} &\quad \text{Rp} 500.483.241
\end{aligned}$$

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned}
\text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\
&= \frac{\text{Rp} 500.483.241}{6211} \\
&= \text{Rp} 80.451
\end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

$$\text{Mark Up} = \text{Persentase yg diinginkan} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

$$\text{Laba yang diinginkan} = 35\% \times \text{Rp} 1.134.388.753 = \text{Rp} 397.036.064$$

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{\text{Rp}397.036.064}{500.483.241} \times 100\% = 79\%$$

f) Mark up per unit = 79% x Rp 79.720
= Rp 63.242

g) Harga Jual Per Unit = Rp 79.720 + Rp 63.242
= Rp142.963 dibulatkan menjadi **Rp 143.000**

2. Tas Ynr 08 ECER

a) Biaya produksi :

- BBB	= Rp 251.371.228
- BTKL	= Rp 150.822.737
- BOP(v+t)	= Rp 86.639.899
- BTKTL	= <u>Rp 10.054.849+</u>
Biaya Produksi	Rp 498.888.712

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi	= Rp 498.888.712
- Biaya pemasaran	= Rp 3.622.626
- Biaya Administrasi Umum	= <u>Rp 2.356.605 +</u>
- Biaya Total	Rp 504.867.943

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 504.867.943}{6178} \\ &= \text{Rp } 81.720 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

$$\text{Mark Up} = \text{Persentase yg diinginkan} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

$$\text{Laba yang diinginkan} = 30\% \times \text{Rp}1.392.459.142 = \text{Rp}417.737.743$$

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{\text{Rp } 417.737.743}{504.867.943} \times 100\% = 83\%$$

f) Mark up per unit = 83 % x Rp 81.720
= Rp66.434

$$\begin{aligned} \text{g) Harga Jual Per Unit} &= \text{Rp}81.720 + \text{Rp}66.434 \\ &= \text{Rp}146.725 \text{ dibulatkan menjadi } \text{Rp}147.000 \end{aligned}$$

3. Tas Ynr 08 ECER

a) Biaya produksi :

$$\begin{aligned} - \text{ BBB} &= \text{Rp } 152.015.057 \\ - \text{ BTKL} &= \text{Rp } 91.209.034 \\ - \text{ BOP(v+t)} &= \text{Rp } 56.149.791 \\ - \text{ BTKLT} &= \text{Rp } 4.560.452+ \\ \text{Biaya Produksi} &\underline{\text{Rp } 303.934.335} \end{aligned}$$

b) Biaya Total :

$$\begin{aligned} - \text{ Biaya Produksi} &= \text{Rp } 303.934.335 \\ - \text{ Biaya pemasaran} &= \text{Rp } 1.963.528 \\ - \text{ Biaya Administrasi Umum} &= \text{Rp } 1.520.151 + \\ - \text{ Biaya Total} &\underline{\text{Rp } 307.418.013} \end{aligned}$$

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= 4102 \\ &= \text{Rp } 74.943 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

$$\begin{aligned} \text{Mark Up} &= \text{Persentase yg diinginkan} \times \text{Aktiva yang digunakan} \\ \text{Laba yang diinginkan} &= 15\% \times \text{Rp}1.236.221.725 = \text{Rp}185.433.259 \end{aligned}$$

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{\text{Rp } 185.433.259}{307.418.013} \times 100\% = 60\%$$

$$\begin{aligned} \text{f) Mark up per unit} &= 60\% \times \text{Rp}74.943 \\ &= \text{Rp}45.206 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{g) Harga Jual Per Unit} &= \text{Rp } 74.943 + \text{Rp}45.206 \\ &= \text{Rp}120.149 \text{ dibulatkan menjadi } \text{Rp } 120.000 \end{aligned}$$

Tabel 5.4 Biaya Produksi Dompot KJ Tahun 2012-2014

Dompot KJ	2012	2013	2014
BBB			
Kain Virotex	Rp 2.966.379	Rp 3.210.719	Rp 3.244.275
Kain Drill	Rp 1.977.586	Rp 2.140.480	Rp 2.162.850

Benang Nylon	Rp 1.483.190	Rp 1.605.360	Rp 1.622.138
Lem	Rp 988.793	Rp 1.070.240	Rp 1.081.425
Lem Latex	Rp 1.483.190	Rp 1.605.360	Rp 1.622.138
Karton	Rp 988.793	Rp 1.070.240	Rp 1.081.425
Total Biaya Bahan Baku	Rp 9.887.930	Rp10.702.398	Rp 10.814.250
BTKL	Rp 5.577.807	Rp 6.421.439	Rp 6.488.550
BOP			
a.Biaya Bahan Penolong			
Busa	Rp 1.584.604	Rp 1.672.250	Rp 1.802.375
Resleting	Rp 1.584.604	Rp 1.672.250	Rp 1.802.375
Total Biaya Bahan Penolong	Rp 3.169.208	Rp 3.344.499	Rp 3.604.750
b.Biaya Listrik dan Air	Rp 174.306	Rp 167.225	Rp 211.779
c. Biaya Penyusutan mesin	Rp 42.784	Rp 45.151	Rp 60.830
d. Biaya Kemasan	Rp 84.174	Rp 92.843	Rp 61.461
e.Biaya penyusutan peralatan pabrik	Rp 1.102	Rp 1.163	Rp 1.567
f. Biaya Pemeliharaan	Rp 35.918	Rp 37.904	Rp 54.071
Total Bop	Rp 3.507.493	Rp 3.688.786	Rp 3.994.459
Total Biaya Produksi	Rp18.973.230	Rp20.812.623	Rp 21.297.259
Biaya Administrasi Umum	Rp 85.569	Rp 100.335	Rp 108.143
Biaya Tenaga Kerja Toko	Rp 354.951	Rp 428.096	Rp 324.428
Biaya Pemasaran	Rp 130.044	Rp 154.237	Rp 139.684

5.1.7 Perhitungan Menurut Perusahaan Tahun 2012-2014

1. Dompot KJ Kecil

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \text{Total Biaya Produksi} \\
 &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP(V+T)} + \text{BTKTL} \\
 &= \text{Rp } 9.887.930 + \text{Rp } 5.577.807 + \text{Rp } 3.507.493 + \\
 &\quad \text{Rp } 354.951 \\
 &= \text{Rp } 19.328.181
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp } 19.328.181}{1934} \\
 &= \text{Rp } 9.994
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp } 9.994 \times 50\% (\text{Rp } 9.994) \\
 &= \text{Rp } 9.994 + \text{Rp } 7.995 \\
 &= \text{Rp } 17.989 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 18.000}
 \end{aligned}$$

2. Dompot KJ Kecil 2013

$$\text{Harga Jual} = \text{Total Biaya Produksi}$$

$$\begin{aligned}
&= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\
&= \text{Rp}10.702.398 + \text{Rp}6.421.439 + \text{Rp}3.688.786 + \\
&\quad \text{Rp}428.096 \\
&= \text{Rp } 21.240.719
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp } 21.240.719}{2112} \\
&= \text{Rp } 10.057
\end{aligned}$$

Laba yang diharapkan = Rp10.057 + 50% (Rp10.057)

$$\begin{aligned}
&= \text{Rp}10.057 + \text{Rp } 8.046 \\
&= \text{Rp } 18.103 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{Rp } 18.000
\end{aligned}$$

3. Dompot KJ Kecil 2014

$$\begin{aligned}
\text{Harga Jual} &= \text{Total Biaya Produksi} \\
&= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\
&= \text{Rp}10.814.250 + \text{Rp}6.488.550 + \text{Rp}3.994.459 + \\
&\quad \text{Rp } 324.428 \\
&= \text{Rp } 21.621.687
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp } 21.621.687}{1913} \\
&= \text{Rp } 11.303
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp } 11.303 + 50\% (\text{Rp } 11.303) \\
&= \text{Rp } 11.432 + \text{Rp } 6.782 \\
&= \text{Rp } 18.084 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{Rp } 18.000
\end{aligned}$$

5.1.8 Perhitungan Menurut Cost Plus Pricing Tahun 2012-2014

1) Dompot KJ Kecil 2012

a) Biaya produksi :

$$\begin{aligned}
- \text{BBB} &= \text{Rp } 9.887.930 \\
- \text{BTKL} &= \text{Rp } 5.577.807 \\
- \text{BOP}(\text{v} + \text{t}) &= \text{Rp } 3.507.493 \\
- \text{BTKTL} &= \text{Rp } \underline{354.951} + \\
\text{Biaya Produksi} &\quad \text{Rp } 19.328.181
\end{aligned}$$

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi = Rp 19.328.181
- Biaya pemasaran = Rp 130.004
- Biaya Administrasi Umum = Rp 85.569 +
- Biaya Total Rp 19.543.793

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 19.543.793}{1934} \\ &= \text{Rp } 10.289 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan

$$\text{Laba yang diinginkan} = 35\% \times \text{Rp } 44.297.705 = \text{Rp } 15.504.197$$

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{\text{Rp } 15.504.197}{19.543.793} \times 100\% = 78\%$$

f) Mark up per unit = 78 % x Rp 10.289
= Rp 8.017

g) Harga Jual Per Unit = Rp 10.289 + Rp 8.017
= Rp 18.306 dibulatkan menjadi **Rp 18.500**

2) Dompok KJ Kecil 2013

a) Biaya produksi :

- BBB = Rp 10.702.398
- BTKL = Rp 6.421.439
- BOP(v+t) = Rp 3.688.786
- BTKTL = Rp 428.096 +
- Biaya Produksi Rp 21.240.719

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi = Rp 21.240.719
- Biaya pemasaran = Rp 154.237
- Biaya Administrasi Umum = Rp 100.335 +
- Biaya Total Rp 21.495.291

c) Biaya Per Unit

$$\text{Biaya Per Unit} = \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}}$$

$$= \frac{Rp\ 21.495.291}{2112}$$

$$= Rp\ 10.178$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan

Laba yang diinginkan = 30% x Rp59.285.434 = Rp17.785.630

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{Rp\ 17.785.630}{21.495.291} \times 100\% = 83\%$$

f) Mark up per unit = 83 % x Rp 10.178
= Rp8.421

Harga Jual Per Unit = Rp10.178 + Rp8.421

= Rp 18.599 di bulatkan menjadi **Rp 18.500**

3) Dompok KJ Kecil 2014

a) Biaya produksi :

- BBB	= Rp 10.814.250
- BTKL	= Rp 6.488.550
- BOP(v+t)	= Rp 3.994.459
- BTKTL	= Rp 324.428+
Biaya Produksi	Rp 21.621.687

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi	= Rp 21.621.687
- Biaya pemasaran	= Rp 139.684
- Biaya Administrasi Umum	= Rp 108.143 +
- Biaya Total	Rp 21.869.514

c) Biaya Per Unit

$$Biaya\ Per\ Unit = \frac{Biaya\ Total}{unit}$$

$$= \frac{Rp\ 21.869.514}{1913}$$

$$= Rp\ 11.432$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan

Laba yang diinginkan = 15% x Rp87.943.994 = Rp13.191.599

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{Rp\ 13.191.599}{21.869.514} \times 100\% = 60\%$$

f) Mark up per unit = 60 % x Rp 11.432
= Rp6.896

g) Harga Jual Per Unit = Rp11.432 + Rp6.896
= Rp18.328 dibulatkan menjadi **Rp 18.500**

Tabel 5.5 Biaya Produksi Dompot KL Tahun 2012-2014

Dompot KL	2012	2013	2014
BBB			
Kain Virotex	Rp16.832.659	Rp17.030.484	Rp11.990.081
Kain Drill	Rp 9.618.662	Rp 9.731.705	Rp 6.851.475
Benang Nylon	Rp 7.213.997	Rp 7.298.779	Rp 5.138.606
Lem	Rp 4.809.331	Rp 4.865.853	Rp 3.425.737
Lem Latex	Rp 4.809.331	Rp 4.865.853	Rp 3.425.737
Karton	Rp 4.809.331	Rp 4.865.853	Rp 3.425.737
Total Biaya Bahan Baku	Rp48.093.310	Rp48.658.526	Rp34.257.374
BTKL	Rp27.129.560	Rp29.195.115	Rp20.554.425
BOP			
a.Biaya Bahan Penolong			
Busa	Rp 7.707.261	Rp 7.602.895	Rp 5.709.562
Magnet	Rp 7.707.261	Rp 7.602.895	Rp 5.709.562
Total Biaya Bahan Penolong	Rp15.414.522	Rp15.205.789	Rp11.419.125
b.Biaya Listrik dan Air	Rp 847.799	Rp 760.289	Rp 670.874
c. Biaya Penyusutan mesin	Rp 208.096	Rp 205.278	Rp 192.698
d. Biaya Kemasan	Rp 409.410	Rp 422.113	Rp 194.696
e.Biaya penyusutan peralatan pabrik	Rp 5.362	Rp 5.289	Rp 4.965
f. Biaya Pemeliharaan	Rp 174.698	Rp 172.332	Rp 171.287
Total Bop	Rp17.059.887	Rp16.771.091	Rp12.653.644
Total Biaya Produksi	Rp92.282.756	Rp94.624.732	Rp67.465.443
Biaya Administrasi dan Umum	Rp 416.192	Rp 456.174	Rp 342.574
Biaya tenaga kerja Tidak Langsung	Rp 1.726.427	Rp 1.946.341	Rp 1.027.721
Biaya Pemasaran	Rp 632.509	Rp 701.240	Rp 442.491

5.1.9 Perhitungan Menurut Perusahaan Tahun 2012-2014 Dompot KL

1. Dompot KL 2012

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= \text{Total Biaya Produksi} \\ &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\ &= \text{Rp } 48.093.310 + \text{Rp } 27.129.560 + \text{Rp } 17.059.887 + \\ &\quad \text{Rp } 1.726.427 \\ &= \text{Rp } 94.009.183\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp } 94.009.183}{4233} \\ &= \text{Rp } 22.209\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp } 22.209 + 50\%(\text{Rp } 22.209) \\ &= \text{Rp } 22.209 + \text{Rp } 11.104,5 \\ &= \text{Rp } 33.313,5 \text{ di bulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 40.000}\end{aligned}$$

2. Dompot KL 2013

$$\begin{aligned}\text{Harga jual} &= \text{Total Biaya Produksi} \\ &= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL} \\ &= \text{Rp } 48.658.526 + \text{Rp } 29.195.115 + \text{Rp } 16.771.091 + \\ &\quad \text{Rp } 1.946.341 \\ &= \text{Rp } 96.571.073\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} &= \frac{\text{Rp } 96.571.073}{4321} \\ &= \text{Rp } 22.349\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Laba yang diharapkan} &= \text{Rp } 22.349 + 50\%(\text{Rp } 22.349) \\ &= \text{Rp } 22.349 + \text{Rp } 11.174,5 \\ &= \text{Rp } 33.523,5 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 40.000}\end{aligned}$$

3. Dompot KL 2014

$$\text{Harga Jual} = \text{Total Biaya Produksi}$$

$$= \text{BBB} + \text{BTKL} + \text{BOP}(\text{V} + \text{T}) + \text{BTKTL}$$

$$= \text{Rp } 34.257.374 + \text{Rp } 20.554.425 + \text{Rp } 12.653.644 + \text{Rp } 1.027.721$$

$$= \text{Rp } 68.493.164$$

$$\frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} = \frac{\text{Rp } 68.493.164}{2727}$$

$$= \text{Rp } 25.117$$

$$\text{Laba yang diharapkan} = \text{Rp } 25.117 + 50\% (\text{Rp } 25.117)$$

$$= \text{Rp } 25.117 + \text{Rp } 15.070$$

$$= \text{Rp } 40.187 \text{ dibulatkan menjadi } \mathbf{\text{Rp } 40.000}$$

5.1.10 Perhitungan Menurut Cost Plus Pricing Tahun 2012-2014

1) Dompet KL 2012

a) Biaya produksi :

- BBB	= Rp 48.093.310
- BTKL	= Rp 27.129.560
- BOP(v+t)	= Rp 17.059.887
- BKTKL	= <u>Rp 1.726.427</u>
Biaya Produksi	Rp 94.009.183

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi	= Rp 94.009.183
- Biaya pemasaran	= Rp 632.509
- Biaya Administrasi Umum	= <u>Rp 416.192</u>
- Biaya Total	Rp 95.057.884

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{\text{Rp } 95.057.884}{4233} \\ &= \text{Rp } 22.456 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan
 Laba yang diinginkan = 35% x Rp215.456.954 = Rp75.409.934

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{Rp\ 75.409.934}{95.057.884} \times 100\% = 79\%$$

f) Mark up per unit = 79 % x Rp 22.456
 = Rp 17.815

g) Harga Jual Per Unit = Rp22.456 + Rp 17.815
 = Rp 40.271dibulatkan menjadi **Rp 40.500**

2) Dompet KL Tahun 2013

a) Biaya produksi :

- BBB	= Rp 48.658.526
- BTKL	= Rp 29.195.115
- BOP(v+t)	= Rp 16.771.091
- BTKTL	= Rp 1.946.341+
Biaya Produksi	Rp 96.571.073

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi	= Rp 96.571.073
- Biaya pemasaran	= Rp 701.240
- Biaya Administrasi Umum	= Rp 456.174+
- Biaya Total	Rp 97.728.487

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{Rp\ 97.728.487}{4321} \\ &= Rp\ 22.617 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan
 Laba yang diinginkan = 30% x Rp269.541.624 = Rp80.862.487

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{Rp\ 80.862.487}{97.728.487} \times 100\% = 83\%$$

f) Mark up per unit = 83 % x Rp 22.617
= Rp18.714

Harga Jual Per Unit = Rp22.617 + Rp18.714
= **Rp41.331** dibulatkan menjadi **Rp 41.500**

3) Dompot KL Tahun 2014

a) Biaya produksi :

- BBB	= Rp 34.257.374
- BTKL	= Rp 20.554.425
- BOP(v+t)	= Rp 12.653.644
- BTKTL	= Rp <u>1.027.721</u> +
Biaya Produksi	Rp 68.493.164

b) Biaya Total :

- Biaya Produksi	= Rp 68.493.164
- Biaya pemasaran	= Rp 442.491
- Biaya Administrasi Umum	= Rp 342.574 +
- Biaya Total	<u>Rp 69.278.229</u>

c) Biaya Per Unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya Per Unit} &= \frac{\text{Biaya Total}}{\text{unit}} \\ &= \frac{Rp\ 69.278.229}{2727} \\ &= Rp\ 25.405 \end{aligned}$$

d) Laba yang diinginkan atau Mark Up

Mark Up = Persentase yg diinginkan x Aktiva yang digunakan

Laba yang diinginkan = 15% x Rp278.588.919 = Rp41.788.338

e) Persentasi Mark Up

$$\frac{Rp\ 41.788.338}{69.278.229} \times 100\% = 60\%$$

f) Mark up per unit = 60 % x Rp 25.405
= Rp15.324

g) Harga Jual Per Unit = Rp 25.405 +Rp15.324
 = Rp40.728 dibulatkan menjadi **Rp 40.500**

5.2 Perbandingan harga jual berdasarkan hitungan perusahaan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* adalah sebagai berikut:

Tabel 5.6 Perbandingan Harga Costplus Pricing dengan Harga perusahaan Tahun 2012-2014

No	Nama Produk	Harga Perusahaan	Harga Cost Plus Pricing	Selisih
Tahun 2012				
1	Tas H.04 (Serut) ecer	Rp 85.000	Rp 85.500	Rp 500
2	Tas Ynr 08	Rp142.000	Rp143.000	Rp1.000
3	Ransel Doang	Rp117.000	Rp118.000	Rp1.000
4	Dompot KJ kecil	Rp 18.000	Rp 18.500	Rp 500
5	Dompot KL	Rp 40.000	Rp 40.500	Rp 500
Tahun 2013				
1	Tas H.04 (Serut)	Rp 85.000	Rp 88.000	Rp3.000
2	Tas Ynr 08	Rp142.000	Rp147.000	Rp5.000
3	Ransel Doang	Rp117.000	Rp121.000	Rp4.000
4	Dompot KJ kecil	Rp 18.000	Rp 18.500	Rp 500
5	Dompot KL	Rp 40.000	Rp 41.500	Rp1.500
Tahun 2014				
1	Tas H.04 (Serut)	Rp 70.000	Rp 71.000	Rp1.000
2	Tas Ynr 08	Rp 118.000	Rp 120.000	Rp2.000
3	Ransel Doang	Rp 97.000	Rp 98.500	Rp1.500
4	Dompot KJ kecil	Rp 18.000	Rp 18.000	Rp 0
5	Dompot KL	Rp 40.000	Rp 40.500	Rp 500

5.3 Perbandingan Laba menurut Perusahaan dengan Laba *Cost Plus*

Pricing

Tabel 5.7 Perbandingan Laba Per Produk menurut Perusahaan dengan Cost Plus Pricing

No	Nama Produk	Laba Cost Plus Pricing	Laba Perusahaan
Tahun 2012			
1	Tas H.04 (Serut) ecer	Rp34.200	Rp33.800
2	Tas Ynr 08	Rp57.000	Rp56.400
3	Ransel Doang	Rp47.000	Rp46.500
4	Dompot KJ kecil	Rp 7.300	Rp 7.200
5	Dompot KL	Rp16.000	Rp16.000
Tahun 2013			
1	Tas H.04 (Serut)	Rp33.200	Rp33.500

2	Tas Ynr 08	Rp55.400	Rp55.800
3	Ransel Doang	Rp45.600	Rp46.000
4	Dompel KJ kecil	Rp 7.000	Rp 7.000
5	Dompel KL	Rp15.600	Rp15.800
Tahun 2014			
1	Tas H.04 (Serut)	Rp 21.700	Rp22.400
2	Tas Ynr 08	Rp 36.600	Rp37.800
3	Ransel Doang	Rp 30.000	Rp31.100
4	Dompel KJ kecil	Rp 5.500	Rp 5.700
5	Dompel KL	Rp 12.500	Rp12.800

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PO Tas Yanri, maka dapat disimpulkan beberapa hal diantaranya sebagai berikut:

- 1) Dapat dilihat bahwa harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* mempunyai harga jual yang lebih besar, dibandingkan dengan harga jual perusahaan ini dikarenakan :
 - a. Perusahaan tidak melakukan harga pokok produksi dengan tepat dan terperinci
 - b. Perusahaan tidak membebankan biaya overhead pabrik secara akurat, tidak dibedakan antara biaya overhead pabrik tetap dan variabel
 - c. Perhitungan harga pokok penjualan perusahaan masih sederhana
- 2) Berdasarkan perhitungan dengan metode *cost plus pricing* harga jual produk tas dari tahun 2012-2014 adalah sebagai berikut :

Tabel 6.1 Harga Cost Plus Pricing Tahun 2012-2014

No	Keterangan	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014
1	Tas Serut	Rp 85.500	Rp 88.000	Rp 71.000
2	Tas Ransel Duo	Rp 143.000	Rp 147.000	Rp 120.000
3	Tas YNR 08	Rp 118.000	Rp 121.000	Rp 98.500
4	Dompet Kj Kecil	Rp 18.500	Rp 18.500	Rp 18.000
5	Dompet KL	Rp 40.500	Rp 41.500	Rp 40.500

Dari hasil analisis diatas dapat dilihat bahwa harga jual yang diperoleh dengan metode *cost plus pricing* yang diperoleh hasilnya lebih besar dengan harga jual dikeluarkan oleh perusahaan (biaya bahan baki,biaya tenaga kerja, biaya overhead baik variabel maupun tetap, biaya administrasi, biaya pemasaran dan mark-up)

- a. Dengan menggunakan *cost plus pricing* maka target yang akan dicapai akan terpenuhi
 - b. Adanya kenaikan penjualan setelah menggunakan *cost plus pricing* maka pendapatan perusahaan akan bertambah.
- 3) Setelah dilakukan perbandingan antara perhitungan harga jual menurut perusahaan dengan harga jual dengan metode *cost plus pricing* terdapat selisih harga sebesar Rp 6.000 untuk tas serut tahun 2012 dan selisih laba sebesar Rp 5.400 untuk tas serut pada tahun 2012, dimana selisih harga dan laba bersih lebih besar harga menurut *cost plus pricing* dari pada harga perusahaan. Dan adanya kenaikan penjualan setelah menggunakan *cost plus pricing* maka pendapatan perusahaan akan bertambah.

6.2 Saran

- 1) PO Tas Yanri sebaiknya dalam penentuan harga jual sebaiknya menggunakan metode *cost plus pricing*. Dengan metode ini maka biaya yang dimasukan tepat dan terperinci sehingga perhitungan yang dilakukan menghasilkan harga jual yang akurat
- 2) Perusahaan sebaiknya memperbaiki pembukuan laporan keuangan, sehingga dapat diketahui biaya yang dialokasikan dan dikeluarkan dengan tepat terhadap biaya yang dibutuhkan, serta dapat mengetahui biaya biaya yang jelas
- 3) Dengan peningkatan harga jual tentunya perusahaan harus menyeimbangkan dengan kualitas produk yang dihasilkan, sehingga dengan harga jual yang tepat dengan biaya yang dikeluarkan dapat membantu menaikkan mutu kualitas dari po tas yanri tersebut

DAFTAR PUSTAKA

Abdul , Halim dan Bambang , Supomo, 2001. Akuntansi Manajemen, Edisi 2.

Jakarta: Salemba Empat.

Bastian, Bustami dan Nurlela. 2009. Akuntansi Biaya, Edisi Pertama. Jakarta : Mitra

Wacana Media.

Horngren, Charles. 2007. Akutansi Manajemen, Edisi 6 1. Jakarta : Erlangga.

Philip, Kotler dan Kevin Lace Keller. 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 2,

diahlibahasakan oleh Benyamin Molen. Jakarta: PT Indeks.

Philip, Kotler, dan Gary Armstrong. 2004. Dasar Dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan

Jilid 1, diahlibahasakan oleh Alexander Sindoro. Jakarta : PT Indeks.

Machfoedz, Mas'ud. 2002. Akutansi Manajemen. Yogyakarta : BPFE.

Matz , Usry, Hammer. 2000. Akutansi Biaya Edisi 9 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Mulyadi. 2009. Akutansi Biaya, Edisi ke lima Cetakan Sembilan. Yogyakarta: UPDP

STIM YKPN.

Manullang, M . 2002. Dasar- Dasar Manajemen. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sunyoto , Danang. 2012. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama,

Yogyakarta : Caps.

LAMPIRAN