

LAPORAN TUGAS AKHIR
EVALUASI TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL *PAPER BOX*
DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA CV NADITHA

LAPORAN INI DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT AKADEMIK
PROGRAM PENDIDIKAN DIPLOMA – IV PADA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI
POLITEKNIK STMI JAKARTA



Disusun Oleh :

NAMA : HANNA RACHEL

NIM : 1712034

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
JAKARTA
2016

ABSTRAK

CV Naditha merupakan usaha kecil menengah bergerak dalam bidang kerajinan tangan (*handmade*) sejak tahun 1996 yang memproduksi berbagai jenis *paper box* seperti *paper box* kertas, *paper box* pandan, *paper box* songket, *paper box* eceng gondok, dan *paper box* batik. Penetapan harga jual merupakan suatu kebijakan penting dalam suatu perusahaan yang harus diperhatikan. Penetapan harga jual akan menentukan berapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan. CV Naditha selama ini tidak tepat dalam menetapkan harga jual karena perusahaan hanya memperhitungkan seluruh biaya produksi baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap. Dalam menentukan harga jual menurut *cost plus pricing* yang tidak hanya memperhitungkan biaya produksi melainkan biaya operasional pun diperhitungkan. Biaya operasional yang terdiri dari biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sehingga diduga harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan terlalu rendah. Berdasarkan hasil perhitungan perbandingan harga jual tahun 2014 menurut *cost plus pricing* terlihat lebih rendah dari harga jual perusahaan pada jenis *paper box* kertas dan eceng gondok. Sedangkan pada tahun 2015 harga jual menurut *cost plus pricing* terlihat lebih rendah dari harga jual perusahaan pada jenis *paper box* kertas, pandan, dan eceng gondok. Hal ini disebabkan karena perusahaan menetapkan persentase laba yang diinginkan hanya berdasarkan perkiraan dan menjadikan biaya per unit sebagai biaya dasar untuk menetapkan harga jualnya. Dalam *cost plus pricing* persentase yang dikehendaki adalah sebesar 13% yang diperoleh dari hasil ROA (*Return On Asset*) rata-rata tahun 2014 dan 2015. Seharusnya perusahaan menetapkan harga jual sebesar Rp34.200 pada *paper box* kertas tahun 2015 sedangkan harga jual yang selama ini ditetapkan perusahaan adalah sebesar Rp35.000. Hal ini akan berdampak pada besarnya biaya pajak pendapatan yang wajib dibayarkan oleh perusahaan.

Kata kunci: *paper box handmade*, harga jual *cost plus pricing*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir. Laporan tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pendidikan Diploma – IV jurusan MBI (Manajemen Bisnis Industri) pada Politeknik STMI Jakarta d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri.

Judul yang penulis ajukan adalah “Evaluasi Terhadap Penetapan Harga Jual *Paper Box* Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada CV Naditha”. Sehingga diharapkan dengan tersusunnya laporan ini maka dapat memberikan bahan untuk lebih memperdalam pengetahuan bagi penulis maupun pada mahasiswa umumnya.

Dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

- Bapak Drs. Mustofa, ST, MT selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta
- Bapak Drs. Parlindungan Pardosi, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan teknis, bimbingan, dan nasehat kepada penulis.
- Bapak Drs. Mulyono, MM selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Otomotif.
- Ayah tercinta Binsar Parsaoran Sinaga dan Ibunda tercinta Maskani Pasaribu selaku orang tua penulis, serta kelima kakak penulis yang telah memberikan doa, kasih sayang, dorongan materil, dan moril sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik.
- Ibu Ellies dan Bapak Johannes selaku pemilik CV Naditha yang telah memberikan izin kepada penulis melakukan penelitian, memberikan motivasi,

dan pengetahuan yang mendalam serta membantu dan mempermudah penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

- Karyawan-karyawan CV Naditha yang membantu penulis dalam mengumpulkan data-data.
- Linda Wirdayanti, Hindun Khamdana serta sahabat-sahabat lain yang telah memberikan motivasi kepada penulis.
- Rekan-rekan seperjuangan Manajemen Bisnis Industri (MBI) 2012 yang telah membantu penulis dalam menyusun laporan ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penyusun menyadari laporan ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Sehingga penyusun membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kemajuan pendidikan di masa mendatang. Akhir kata saya berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam rangka menambah wawasan pengetahuan dan pemikiran kita.

Jakarta, Oktober 2016

Penulis

Hanna Rachel

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Aspek Keuangan	6
2.1.1 Penggolongan Biaya.....	6
2.1.2 Metode Penentuan Biaya Produksi	9
2.1.3 Perbandingan Metode <i>Full Costing</i> dengan <i>Variable Costing</i>	11
2.2 Aspek Pemasaran	13
2.2.1 Pengertian Harga	13
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga	14
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual	16
2.2.4 Metode-Metode Penetapan Harga Jual	21
2.2.5 Pendekatan <i>Cost Plus Pricing</i>	22
2.3 Aspek Produksi	24
2.3.1 Perencanaan dan Pengadaan Bahan-Bahan.....	24
2.3.2 Mesin dan Peralatan	25

2.4	Aspek Tenaga Kerja.....	26
2.4.1	Tenaga Kerja	26
2.4.2	Pengelolaan Tenaga Kerja Manusia.....	27
2.4.3	Menarik dan Memilih Calon Pekerja	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Jenis Data	29
3.2	Metode Pengumpulan Data	29
3.3	Objek Penelitian	30
3.4	Data yang Diolah.....	31
3.5	Metode Pengolahan Data	31
3.6	Alat Analisis yang Digunakan	31
BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA.....		33
4.1	Profil Perusahaan	33
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	34
4.1.2	Struktur Organisasi	36
4.1.3	Deskripsi Pekerjaan.....	37
4.1.4	Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.2	Aspek Pemasaran	39
4.2.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.3	Aspek Produksi	41
4.3.1	Produk CV Naditha	41
4.3.2	Bahan Baku yang Diperlukan	43
4.3.3	Mesin.....	43
4.3.4	Peralatan	44
4.3.5	Proses Produksi	45
4.3.6	Layout Pabrik	48
4.4	Aspek Personalia.....	48
4.4.1	Perekrutan, Pelatihan, dan Penempatan Karyawan.....	49
4.4.2	Waktu Kerja	49

4.4.3 Kesejahteraan Karyawan.....	50
4.4.4 Pemutusan Hubungan Kerja.....	50
4.5 Aspek Keuangan	52
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
5.1 Analisis Penetapan Harga Jual Menurut Perusahaan.....	54
5.2 Analisis Penetapan Harga Jual Menurut <i>Cost Plus Pricing</i>	62
5.3 Perbandingan Harga Jual Perusahaan dan <i>Cost Plus Pricing</i>	79
5.4 Perbandingan Laporan Laba Rugi Perusahaan & Perencanaan <i>Cost Plus Pricing</i>	80
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	83
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Naditha	37
Gambar 4.2 <i>Paper Box</i> Kertas	48
Gambar 4.3 <i>Paper Box</i> Pandan	42
Gambar 4.4 <i>Paper Box</i> Songket.....	42
Gambar 4.5 Alur Proses Produksi.....	45
Gambar 4.6 Skema <i>Layout</i> CV Naditha.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis dan Harga Produk CV Naditha Tahun 2014-2015.....	40
Tabel 4.2 Data Mesin	44
Tabel 4.3 Data Peralatan	44
Tabel 4.4 Harga Pokok Penjualan CV Naditha.....	52
Tabel 4.5 Laporan Laba Rugi CV Naditha	53
Tabel 5.1 Total Biaya Produksi <i>Paper Box</i> Kertas	54
Tabel 5.2 Total Biaya Produksi <i>Paper Box</i> Pandan.....	56
Tabel 5.3 Total Biaya Produksi <i>Paper Box</i> Songket.....	57
Tabel 5.4 Total Biaya Produksi <i>Paper Box</i> Eceng Gondok.....	59
Tabel 5.5 Total Biaya Produksi <i>Paper Box</i> Batik.....	60
Tabel 5.6 Total Biaya <i>Paper Box</i> (<i>Cost Plus Pricing</i>).....	63
Tabel 5.7 Total Biaya <i>Paper Box</i> Pandan (<i>Cost Plus Pricing</i>).....	66
Tabel 5.8 Total Biaya <i>Paper Box</i> Songket (<i>Cost Plus Pricing</i>).....	69
Tabel 5.9 Total Biaya <i>Paper Box</i> Eceng Gondok (<i>Cost Plus Pricing</i>).....	72
Tabel 5.10 Total Biaya <i>Paper Box</i> Batik (<i>Cost Plus Pricing</i>).....	75
Tabel 5.11 Harga Jual Tahun 2014	79
Tabel 5.12 Harga Jual Tahun 2015	79
Tabel 5.13 Lap R/G Perusahaan dan <i>Cost Plus Pricing</i> Tahun 2014.....	80
Tabel 5.14 Lap R/G Perusahaan dan <i>Cost Plus Pricing</i> Tahun 2015	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era globalisasi sekarang ini perusahaan dihadapkan dengan persaingan di dunia usaha yang semakin ketat. Perusahaan saling berusaha keras untuk dapat merebut dan menguasai pangsa pasar. Hal ini cukup sulit bagi perusahaan karena semakin banyaknya perusahaan yang sejenis yang mencoba menawarkan produknya membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk membelinya. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menerapkan berbagai strategi pemasaran. Salah satu strategi yang harus diperhatikan perusahaan adalah harga (*price*). Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran. Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. (*Kotler & Armstrong, 2004:430*)

Banyak kendala yang kerap kali dialami pada usaha kecil dan menengah terutama dalam bidang keuangan, dimana perusahaan hanya memiliki kemampuan untuk membuat pembukuan keuangan perusahaannya secara sederhana. Hal ini berdampak dalam menentukan harga jual produk yang nantinya juga akan berdampak pada besarnya laba yang akan didapat oleh perusahaan.

Penetapan harga jual yang tidak tepat akan menjadi ancaman bagi perusahaan. Penetapan harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan. Jika harga terlalu tinggi tetapi kualitas tidak mendukung secara otomatis konsumen akan beralih

kepada pesaing sejenis dan jika harga yang ditawarkan terlalu rendah juga akan mempengaruhi besar kecilnya keuntungan yang diterima perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat ini perusahaan dituntut untuk mampu berkompetensi dalam bersaing.

Dalam menetapkan harga jual CV Naditha hanya memperhitungkan seluruh biaya produksi baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap. Dalam menetapkan harga jual perusahaan hanya memperhitungkan biaya produksi dengan kata lain terdapat biaya yang tidak diperhitungkan. Biaya yang tidak diperhitungkan adalah biaya operasional yang terdiri dari biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sehingga diduga harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan terlalu rendah. Hal ini akan mengakibatkan laba yang diakui menjadi terlalu besar dan dampak selanjutnya bahwa pajak yang dibayar perusahaan selama ini lebih besar dari yang sewajarnya. Atas dasar tersebut maka penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “EVALUASI TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL *PAPER BOX* DENGAN METODE *COST PLUS PRICING*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah dalam penelitian ilmiah ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perhitungan penetapan harga jual menurut perusahaan dan menurut *cost plus pricing* pada tahun 2014-2015?
2. Bagaimana dampak dari perbedaan perhitungan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan dan berdasarkan *cost plus pricing* terhadap perhitungan laba?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Penelitian dilakukan pada CV Naditha.
2. Data perusahaan yang digunakan merupakan data dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2015.
3. Menggunakan data dari aspek keuangan yaitu biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik) dan biaya operasional (biaya administrasi & umum dan biaya pemasaran) serta data lain yang bersangkutan seperti data dari aspek pemasaran yaitu mengenai data penjualan, aspek produksi, dan aspek personalia.
4. Penelitian penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui bagaimana perhitungan penetapan harga jual menurut perusahaan dan menurut *cost plus pricing* pada tahun 2014-2015.
2. Untuk mengetahui bagaimana dampak dari perbedaan perhitungan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan dan berdasarkan *cost plus pricing* terhadap perhitungan laba.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Bagi Perusahaan:

Manfaat penelitian ini dilakukan sebagai bahan masukan atau bahan pertimbangan dalam penentuan harga jual yang tepat.

Manfaat Bagi Peneliti:

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi penulis adalah sebagai tambahan pengalaman, dapat memperluas wawasan, dan ilmu pengetahuan.

Manfaat Bagi Politeknik STMI Jakarta:

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi Politeknik STMI Jakarta adalah sebagai informasi tambahan dan bahan referensi bagi para akademis dalam menyusun tugas akhir.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

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

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini meliputi jenis data yang dibutuhkan, sumber data, cara mengumpulkan data, cara pengolahan data, dan teknik analisis.

BAB IV: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

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

BAB IV: ANALISIS PEMBAHASAN

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

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Aspek Keuangan

2.1.1 Penggolongan biaya

Biaya digolongkan dengan berbagai dengan berbagai macam cara. Umumnya penggolongan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan penggolongan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep “*different costs for different purposes*”. Biaya dapat digolongkan menurut:

1. Objek pengeluaran
2. Fungsi pokok dalam perusahaan
3. Hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai
4. Perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan
5. Jangka waktu manfaatnya

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran

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

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

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

a. Biaya produksi

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya utama (*prime cost*), sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering pula disebut dengan istilah biaya konversi (*conversion cost*), yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

b. Biaya pemasaran

Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan, biaya distribusi, biaya pameran, dan biaya contoh (*sample*).

c. Biaya administrasi dan umum

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

3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

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

a. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak

akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung.

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

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

4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perilaku volume aktivitas

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

a. Biaya variabel

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

b. Biaya semivariabel

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

c. Biaya *semifixed*

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

d. Biaya tetap

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

5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu dan manfaatnya

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

a. Pengeluaran modal (*capital expenditure*)

Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai biaya aktiva, dan dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi atau didepleksi.

b. Pengeluaran pendapatan (*revenue expenditure*)

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

2.1.2 Metode Penentuan Biaya Produksi

Metode penentuan biaya produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi, terdapat dua pendekatan yaitu:

1. *Full costing*

Full costing adalah metode penentuan biaya produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan

biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Dengan demikian biaya produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	<u>xx</u>
Biaya produksi	xx

Biaya produksi yang dihitung dengan pendekatan *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap) ditambah dengan biaya *non* produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

2. *Variable costing*

Variable costing merupakan metode penentuan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel. Dengan demikian biaya produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini:

Biaya bahan baku	xx
Biaya tenaga kerja langsung	xx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xx</u>
Biaya produksi	xx

Biaya produksi yang dihitung dengan pendekatan *variable costing* terdiri dari unsur biaya produksi variabel (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel) ditambah

dengan biaya *non* produksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi, dan umum tetap).

2.1.3 Perbandingan Metode *Full Costing* dengan *Variable Costing*

Metode *full costing* maupun *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi. Perbedaan pokok yang ada di antara kedua metode tersebut adalah terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang berperilaku tetap. Adanya perbedaan perlakuan terhadap biaya produksi tetap ini akan mempunyai akibat pada:

1. Perhitungan harga pokok produksi

Full costing atau sering disebut *absorption* atau *conventional costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang membebankan seluruh biaya produksi, baik yang berperilaku tetap maupun variabel kepada produk. Harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari:

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

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

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

Variable costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya-biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produksi. Harga pokok produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari:

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

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

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

2. Penyajian laporan laba-rugi

Ditinjau dari penyajian laporan rugi-laba perbedaan pokok antara metode *variable costing* dengan *full costing* adalah terletak pada klasifikasi pos-pos yang disajikan dalam laporan rugi-laba tersebut.

Laporan laba-rugi yang disusun dengan metode *full costing* menitikberatkan pada penyajian unsur-unsur biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi-fungsi pokok yang ada dalam perusahaan manufaktur, yaitu fungsi produksi, pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum.

Di pihak lain laporan laba-rugi metode *variable costing* lebih menitikberatkan pada penyajian biaya sesuai dengan perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan. Dalam laporan laba rugi biaya tetap disajikan dalam satu kelompok tersendiri yang harus ditutup dari laba kontribusi yang diperoleh perusahaan sebelum timbul laba bersih. Dengan menyajikan semua biaya tetap dalam satu kelompok tersendiri dalam laporan rugi-laba ini, manajemen dapat memusatkan pengawasan terhadap biaya tersebut, baik dalam perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang.

2.2 Aspek Pemasaran

2.2.1 Pengertian Harga

Dalam penetapan harga jual perusahaan dituntut untuk dapat menetapkan harga jual dengan memperhitungkan seluruh biaya yang dikeluarkan ditambah dengan keuntungan yang diinginkan perusahaan jadi menetapkan harga jual tidak sekedar perkiraan saja. Dalam arti yang paling sempit, harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa. Dalam arti yang lebih luas, harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Pengertian harga menurut Kotler, adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

Menurut Indriyo Gitosudarmo harga itu sebenarnya merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukar, terhadap suatu produk tertentu.

2.2.2 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 & Hamdani, 2008*) tujuan penetapan harga antara lain:

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

Penentuan harga 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 di sini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif.

e. Pengembangan atas investasi (ROI)

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

Menurut Rewoldt, tujuan-tujuan penetapan harga yang terpenting dalam perusahaan-perusahaan besar, yaitu:

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

Dalam menetapkan harga pada sebuah produk perusahaan mengikuti prosedur enam langkah menurut Kotler (*dalam bukunya Danang Sunyoto, 2014:131*).

1. Perusahaan dengan hati-hati menyusun tujuan-tujuan pemasarannya, 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 tidak 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-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 nilai yang diperoleh, penetapan harga yang sesuai dengan laju perkembangan dan penetapan harga dalam sampul tertutup.

6. Perusahaan memilih harga final, menyatakan dalam cara psikologis yang paling efektif dan mengeceknya untuk meyakinkan bahwa harga tersebut sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta sesuai pula dengan para penyalur, grosir, wiraniaga perusahaan, pesaing, pemasok, dan pemerintah.

2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Menurut Kotler dan Armstrong (2007:443), 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 jelas tujuan perusahaan, semakin mudah perusahaan tersebut menetapkan harga. Contoh tujuan umum perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Kelangsungan hidup (*survival*)

Sejumlah perusahaan menetapkan kelangsungan hidup (*survival*) sebagai tujuan utama jika perusahaan menghadapi kesulitan-kesulitan seperti kelebihan kapasitas, persaingan ketat, atau perubahan keinginan-keinginan konsumen. Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah dengan harapan dapat meningkatkan permintaan. Akan tetapi biaya yang rendah akan berdampak dengan laba yang diterima perusahaan. Sepanjang harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan tersebut dapat bertahan. Namun demikian, kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek. Dalam

jangka panjang, perusahaan tersebut harus belajar bagaimana cara menambah nilai atau jika tidak demikian perusahaan tersebut akan menghadapi kepunahan.

b. Memaksimalkan laba sekarang (*current profit maximization*)

Banyak perusahaan menggunakan maksimalisasi laba sekarang (*current profit maximization*) sebagai sasaran penetapan harga. Perusahaan dituntut untuk dapat memperkirakan berapa permintaan dan biaya, dalam kenyataannya hal ini sulit untuk diperkirakan.

c. Kepemimpinan pangsa pasar (*market share leadership*)

Perusahaan-perusahaan lain ini mendapatkan kepemimpinan pangsa pasar (*market share leadership*). 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 (*product quality leadership*)

Perusahaan akan memutuskan untuk meraih kepemimpinan kualitas produk (*product quality leadership*). Keputusan tersebut umumnya menghendaki penetapan harga yang tinggi 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-tujuan pemasarannya. Keputusan-keputusan harga harus dikoordinasikan dengan keputusan-keputusan desain produk, distribusi, dan promosi untuk membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif. 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-perusahaan sering memposisikan produk-produknya berdasarkan harga dan kemudian mendasarkan keputusan-keputusan bauran pemasaran yang lain pada harga-harga yang ingin mereka kenakan. Disini, harga merupakan faktor penentu keberhasilan positioning produk yang dapat mendefinisikan pasar, persaingan, 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 ingin menetapkan harga yang dapat menutup semua biaya untuk memproduksi, mendistribusikan, dan menjual produk tersebut dan menghasilkan tingkat hasil investasi yang memadai atas semua upaya dan risiko 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 bukannya oleh departemen 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 industry 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 (*pure competition*)

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 di pasar.

b. Persaingan monopolistik (*monopolistic competition*)

Dalam Persaingan monopolistik (*monopolistic competition*), pasar terdiri dari banyak pembeli dan 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 di antara produk-produk yang ditawarkan penjual dan akan membayar harga yang berbeda-beda atas produk-produk yang berbeda tersebut.

c. Persaingan oligopoly (*oligopolistic competition*)

Dalam Persaingan oligopoly (*oligopolistic competition*), 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 (*pure monopoly competition*)

Dalam Persaingan monopoli murni (*pure monopoly competition*), pasar terdiri dari satu penjual. Penjualnya itu mungkin saja milik pemerintah. Perusahaan pemegang monopoli itu bisa menetapkan harga di bawah 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 dapat 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 mengevaluasi harga dan nilai barang dengan membandingkannya terhadap harga dan nilai 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 Lain

Kondisi perekonomian dapat berdampak kuat pada strategi-strategi penetapan harga oleh perusahaan. perusahaan harus mempertimbangkan akan seperti apa dampak yang diakibatkan oleh harga yang ditetapkannya pada pihak-pihak lain dalam lingkungannya. Perusahaan hendaknya menetapkan harga yang memberi pedagang perantara laba yang wajar, mendorong

dukungan mereka, dan membantu mereka menjual produk secara efektif. Pemerintah adalah pemberi pengaruh eksternal penting lain pada keputusan-keputusan penetapan harga.

2.2.4 Metode-Metode Penetapan Harga Jual

Ada dua pendekatan pokok dalam penentuan harga jual, yaitu:

1. Pendekatan biaya (penetapan harga biaya *plus*, penetapan harga *mark-up*, dan penetapan harga *breakeven*).

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

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 Method*)

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-even* (*Break-even Pricing*)

Sebuah metode penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya adalah penetapan harga *break-even*. Menurut metode ini, perusahaan akan mendapatkan laba bilamana penjualan yang dicapai berada di atas

titik *break-even* (titik pas-pasan), jika penjualan berada di bawah 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 per unitnya tetap.

Berikut rumus penetapan harga *break-even*:

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

2. Pendekatan pasar atau persaingan
 - a. 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.

2.2.5 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 dengan *mark up*. Cara penentuan harga jual tersebut terkenal dengan pendekatan *cost plus pricing* (*cost plus approach*).

Ada tiga konsep yang dapat digunakan untuk penentuan harga jual dengan pendekatan *cost-plus* tersebut yaitu

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 markup menurut konsep biaya total ini adalah laba yang diinginkan (*desired profit*).

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 dan umum, hasilnya sama dengan biaya total.
- Ketiga, biaya total tersebut dibagi dengan jumlah unit yang diproduksi atau dijual untuk memperoleh angka biaya per unit
- Keempat, menentukan jumlah *markup* atau dalam hal ini adalah jumlah laba yang dikehendaki. Laba yang dikehendaki pada umumnya dinyatakan dengan persentase tertentu dari aktiva yang digunakan (*rate of return on assets*).
- Kelima, menentukan persentase *markup* dari biaya total yang dihitung dari jumlah laba yang diinginkan dibagi dengan biaya total.
- Keenam, persentase *markup* tersebut dikalikan dengan biaya per unit untuk memperoleh angka *markup* per unit.
- Ketujuh, harga jual per unit ditentukan dari biaya per unit ditambah dengan *markup* per unit.

2. Konsep biaya produk

Berdasarkan konsep ini, yang juga disebut dengan *absorption approach* harga jual ditentukan dari biaya produksi ditambah dengan

makrup. Pengertian *markup* 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 juga disebut dengan *contribution approach*, biaya variabel (biaya produksi variabel + biaya pemasaran variabel + biaya administrasi & umum variabel) ditambah dengan *markup*. Pengertian *markup* dalam hal ini adalah laba yang dikehendaki ditambah 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.

2.3 Aspek Produksi

2.3.1. Perencanaan dan Pengadaan Bahan-Bahan

Bahan-bahan yang dibutuhkan di dalam kegiatan pengolahan dapat berupa bahan mentah (*raw material*), yaitu bahan-bahan yang belum mengalami jenis pengolahan apapun di perusahaan yang bersangkutan. Bahan-bahan mentah tersebut dapat saja sudah mengalami pengolahan di perusahaan yang menjualnya. Pada umumnya bahan mentah ini dibeli dari perusahaan lain ataupun dibuat sendiri oleh perusahaan yang bersangkutan pada kegiatan pengolahan yang berbeda. Selain bahan mentah tersebut, perusahaan mungkin juga membutuhkan bahan-bahan setengah jadi (*in process materials*), yaitu bahan-bahan yang sudah diolah sampai tingkat pengolahan tertentu dan masih akan mengalami pengolahan lanjutan dalam pembuatan barang jadi. Bahan-bahan yang lainnya adalah berbagai

jenis bahan yang dibutuhkan untuk pemeliharaan peralatan pengolahan (*maintenance supplies*).

Perencanaan dan pengawasan bahan meliputi bahan mentah maupun bahan setengah jadi. Pada perusahaan pengolahan, perencanaan dan pengawasan bahan dimaksudkan untuk menjamin agar bahan-bahan yang dibutuhkan bahan mentah, barang setengah jadi, dan barang jadi tersedia dalam jumlah serta pada waktu dan tempat yang tepat. Untuk perusahaan ini perencanaan barang jadi adalah perencanaan pembuatan barang jadi tersebut. Apabila diurutkan, perencanaan dan pengawasan bahan baku haruslah menghasilkan keputusan tentang, antara lain:

1. Jenis bahan yang dibutuhkan
2. Jumlah setiap jenis bahan yang dibutuhkan
3. Cara memperoleh atau mendapatkan bahan
4. Tatacara pengadaan agar tersedia dalam jumlah, pada waktu dan tempat yang tepat
5. Jadwal pemesanan

Di antara pengadaan dengan pengolahan bahan terdapat kegiatan penyimpanan (*storage*) yaitu penahanan atau penyimpanan bahan-bahan selama selisih waktu antara diterimanya bahan-bahan tersebut dari pemasok dengan penggunaannya dalam kegiatan pengolahan.

2.3.2. Mesin dan Peralatan

Dalam kegiatan pengolahan dibutuhkan mesin dan peralatan dalam pembuatan barang dan jasa pada dasarnya adalah pengolahan bahan-bahan baku menjadi barang jadi. Dalam hal ini satu-satunya sumberdaya yang digunakan untuk membuat barang serta yang menjadi bagian dari barang tersebut adalah bahan-bahan baku. Pengolahan bahan baku itu sendiri dapat berarti salah satu atau beberapa dari kegiatan berikut:

1. Perubahan bentuk
2. Perubahan ukuran
3. Penggabungan atau pencampuran
4. Pemisahaan unsur-unsur

Mesin adalah barang modal (*capital asset*) yang dibeli dengan uang. Uang yang digunakan untuk membeli mesin akan tertanam di dalam mesin tersebut dan nilai uang itu akan menyusut sejalan dengan bertambahnya umur mesin. Pada saat mesin tersebut tidak lagi bermanfaat maka nilai uang yang tertanam di dalamnya akan menjadi nol. Dalam hal ini perusahaan bersedia menanamkan uangnya kembali dengan membeli mesin dengan harapan bahwa uang itu akan kembali dalam bentuk mesin tersebut dalam menghasilkan uang dalam kegiatan pengolahan. Laju penyusutan mesin sangat dipengaruhi oleh tingkat pemeliharaan dan tingkat pemeliharaan itu sendiri dipengaruhi atau ditentukan oleh:

1. Sistem pengolahan keseluruhan, yang menyangkut kehematan penggunaan mesin serta kerugian yang timbul apabila terjadi kerusakan.
2. Jadwal pengolahan, yang menyangkut tingkat penggunaan mesin
3. Kebijakan perusahaan tentang kepemilikan dan penggunaan mesin, yaitu apakah penggunaan mesin itu masih menghasilkan laba yang cukup untuk membiayai biaya perbaikannya.

2.4 Aspek Tenaga Kerja

2.4.1 Tenaga Kerja

Tenaga kerja manusia (*human labor*) adalah salah satu sumberdaya terpenting yang dibutuhkan dalam kegiatan operasi dan produksi. Pada berbagai kegiatan tenaga kerja manusia ini dapat melaksanakan pekerjaan tanpa bantuan mesin. Pada berbagai kegiatan lain, di mana pekerjaan yang dilaksanakan membutuhkan tenaga yang besar, kecepatan dan ketepatan

yang tinggi, atau mengandung risiko yang tinggi, tenaga kerja manusia dibantu oleh mesin dan peralatan. Namun demikian, hampir tidak ada suatu pekerjaan pun yang dapat dilaksanakan tanpa keterlibatan tenaga kerja manusia. Ini berarti bahwa dibandingkan dengan mesin dan peralatan, tenaga kerja manusia adalah sumberdaya yang tidak boleh tidak ada dalam kegiatan operasi dan produksi. Manusia melaksanakan kegiatan pengolahan dengan sasaran untuk memenuhi kebutuhan manusia lainnya.

Terdapat banyak hal yang dapat dilakukan oleh tenaga kerja manusia yang tidak dapat dilakukan oleh mesin, dan terdapat banyak hal yang tidak dapat dilakukan oleh tenaga kerja manusia tetapi dilakukan oleh mesin. Daya hasil tertinggi diperoleh melalui penetapan bauran terbaik manusia dengan mesin. Bauran terbaik itu adalah bauran di mana tenaga kerja manusia yang hemat dipasangkan dengan mesin yang hemat. Namun demikian, bagian yang membutuhkan perhatian yang lebih besar dari bauran tersebut adalah manusia. Kesadaran akan kemampuan tenaga kerja manusia akan membantu menelaah peran tenaga kerja itu dalam kegiatan operasi dan produksi. Sasaran utama penelaah tersebut adalah bagaimana menempatkan orang yang tepat pada pekerjaan yang tepat (*the right man on the right place*), melatih dan mendidik mereka, menyediakan tempat yang aman untuk bekerja, serta memimpin dan mengarahkan mereka untuk memperoleh daya hasil terbaik mereka.

2.4.2 Pengelolaan Tenaga Kerja Manusia

Salah satu ciri tenaga kerja manusia adalah perbedaan pada daya hasil setiap orang tanpa mempersoalkan upah yang diterima, keadaan tempat bekerja, pelatihan, perangsangan, atau kemampuan dasar masing-masing. Pemanfaatan tenaga kerja manusia haruslah berdasarkan keselarasan antara pekerjaan dan tenaga kerja itu sendiri (*employee-job matching*). Daya hasil seorang tenaga kerja ditentukan oleh tingkat

keselarasan tersebut. Seorang pemimpin perusahaan harus sadar bahwa keselarasan tersebut tidak dapat dijamin hanya melalui penarikan tenaga kerja. Apabila seorang tenaga kerja sudah dipekerjakan, dan apabila ternyata bahwa tingkat keselarasan tertinggi antara pekerjaan dan tenaga kerja itu tidak dapat diwujudkan, maka perusahaan harus mengusahakan perubahan pada pekerjaan itu, yang berarti menyesuaikannya dengan tenaga kerja yang sudah ditarik. Penyesuaian itu dapat berbentuk perubahan jenis kegiatan, tatacara melaksanakan kegiatan, peralatan yang digunakan, ataupun tempat melaksanakan pekerjaan. Cara lainnya adalah dengan mendidik dan melatih tenaga kerja baru itu sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pekerjaan yang bersangkutan.

2.4.3 Menarik dan Memilih Calon Pekerja

Menarik calon pekerja berarti merangsang atau memancing orang untuk melamar pekerjaan di suatu perusahaan. orang-orang yang melamar diuji agar perusahaan dapat memilih satu atau beberapa orang di antara mereka untuk diterima sebagai pekerja. Untuk ini perusahaan harus terlebih dahulu merumuskan berbagai ukuran yang akan digunakan sebagai pedoman terhadap hasil pengujian akan dibandingkan sehingga dapat diketahui mutu setiap orang yang melamar. Tugas utama pemimpin perusahaan dalam hal ini adalah menentukan atau memperkirakan keinginan tersebut dan kemudian membandingkan biaya pemenuhannya dengan manfaat penyaringan yang bersangkutan. Penyaringan tenaga kerja akan lebih bermanfaat apabila terdapat penawaran tenaga kerja dalam jumlah yang lebih besar dari jumlah yang dibutuhkan oleh perusahaan. sasaran utama penyaringan ini haruslah mendapatkan pekerja yang memiliki daya kerja yang melebihi titik batas yang ditetapkan untuk setiap pekerjaan yang ada.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini dua jenis yang dikumpulkan yakni: data kualitatif dan data kuantitatif.

1. Data kualitatif adalah data yang berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata seperti sejarah umum perusahaan, jenis bahan baku, saluran distribusi, kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan.
2. Data kuantitatif adalah data yang berwujud angka-angka seperti data harga pokok produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik).

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam pengumpulan data dalam kegiatan penelitian diperlukan cara-cara atau teknik pengumpulan data tertentu, untuk menunjang proses penelitian sehingga dapat berjalan dengan lancar.

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk menyusun laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Penulis mengadakan pendekatan dengan penelitian langsung pada CV Naditha guna memperoleh data yang menunjang penulisan. Adapun pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan berbagai cara yaitu:

a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Pada teknik wawancara ini penulis melakukan tanya jawab dengan pemilik CV Naditha serta karyawan CV Naditha.

b. Pengamatan (*Observation*)

Penulis melakukan pengamatan secara langsung objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.

2. Data sekunder

Penelitian dilakukan berdasarkan kepustakaan mengumpulkan teori-teori dari berbagai buku, literatur-literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian sehingga dapat dijadikan pedoman guna membahas masalah yang ada.

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penulisan ilmiah ini adalah perusahaan CV Naditha. Perusahaan CV Naditha adalah perusahaan yang bergerak dibidang *handmade* atau kerajinan tangan yang memproduksi berbagai jenis box yaitu *paper box* kertas, *paper box* pandan, dan *paper box* songket, *paper box* eceng gondok dan *paper box* batik.

3.4 Data yang Diolah

Dalam melakukan perhitungan, penulis menggunakan data-data keuangan yang terdiri dari:

1. Harga jual produk tahun 2014-2015
2. Biaya bahan baku tahun 2014-2015
3. Biaya tenaga kerja langsung tahun 2014-2015
4. Biaya *overhead* pabrik variabel tahun 2014-2015
5. Biaya *overhead* pabrik tetap tahun 2014-2015
6. Biaya administrasi dan umum tahun 2014-2015

3.5 Metode Pengolahan Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah data-data keuangan yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel maupun tetap, biaya administrasi dan umum yang digunakan untuk menentukan harga jual melalui *Microsoft Excel*.

3.6 Alat analisis yang digunakan

1. Perhitungan harga pokok produksi berdasarkan *full costing*

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

2. Perhitungan biaya operasional

$$\text{Biaya operasional} = + \text{Biaya pemasaran} + \text{Biaya administrasi \& umum}$$

3. Perhitungan total biaya

$$\text{Total biaya} = \text{Biaya produksi} + \text{Biaya operasional}$$

4. Perhitungan biaya per unit

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

5. Perhitungan harga jual dengan metode *cost plus pricing*

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya per unit} + \text{mark up per unit}$$

6. Perhitungan laba yang dikehendaki

$$\text{Laba yang dikehendaki} = \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

7. Perhitungan persentase *mark up*

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\%$$

8. Perhitungan *mark up* per unit

$$\text{Mark up per unit} = \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit}$$

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Profil Perusahaan

CV. Naditha adalah perusahaan yang bergerak dibidang kerajinan tangan (*handmade*) yang memproduksi berbagai jenis *box* yang berdiri sejak tahun 1996 oleh ibu Ellis E. Chusnadi.

Adapun profil usaha lebih rinci sebagai berikut:

Profil Usaha

Nama perusahaan	: CV. Naditha
Nama pemilik	: Ellies E. Chusnadi
Jabatan	: Pemilik usaha
Tahun berdiri	: 1996
Jenis Usaha	: Produksi <i>paper box</i>
Daerah kerja	: Kota Bekasi
Alamat usaha	: Jl. Sadewa V C345 RT 005 RW 007 Jaka Setia, Bekasi 17147
Telepon	: (021) 8227732, 82422289
<i>Fax</i>	: (021) 82421115
Nomor SIUP	: 510/PK/2328/BPPT.4
Nomor TDP	: 102634708381
Nomor NPWP	: 31.215.539.3-432.000
Jumlah pekerja	: 7 karyawan tetap dan 16 karyawan tidak tetap
<i>Email</i>	: nadithacreation@hotmail.com
<i>Website</i>	: http://www.nadithacreation.com
<i>Blog</i>	: http://www.nadithacreation.blogspot.com

4.1.1 Sejarah Perusahaan

CV Naditha adalah salah satu contoh UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang fokus dalam memproduksi *paper box*. Pendiri CV Naditha adalah Ibu Ellies yang awalnya berprofesi sebagai guru SD (Sekolah Dasar). Ibu Ellies mempunyai hobbi dalam membuat kerajinan tangan yaitu *paper box* dengan pernak-pernik seadanya yang kemudian beliau hias semenarik mungkin hingga barang tersebut mempunyai harga jual dan nilai estetika. Pada waktu itu teman beliau ada yang berulang tahun. Bu Ellis pun memanfaatkan peluang tersebut untuk memperkenalkan barang yang beliau hasilkan dengan memberikannya sebuah hadiah untuk temannya yang sedang berulang tahun. Akhirnya beliau pun mendapat respon yang baik dari temannya tersebut hingga sampai terdengar oleh teman-teman yang lainnya dan mereka menyarankan beliau untuk terus menggeluti hobbi tersebut menjadi peluang usaha baginya.

Dengan modal tekad dan keberanian Bu Ellies akhirnya Bu Ellies pun mencoba mengikuti saran dari teman-temannya karena menurut beliau tidak salahnya untuk mencoba. Pada tahun 1996 terbentuklah Naditha Creation ini dengan modal Rp300.000,- dan tenaga kerja yang terbatas. Pada saat itu tenaga kerjanya hanyalah suami, anak, dan pembantu rumah tangga dirumahnya. Suami, anak dan pembantu rumah tangga diberi pelatihan oleh Bu Ellies untuk membuat *paper box* yang mempunyai kualitas yang baik. Sehingga barang yang dihasilkan oleh sang suami, anak dan pembantu rumah tangganya sama kualitas dengan yang barang yang dihasilkan oleh Bu Ellies. Sang suami, anak, dan pembantu rumah tangganya pun sudah terlatih dengan baik dan terus menerus membantu Bu Ellis dalam memproduksi *paper box*. Produk yang dihasilkan Bu Ellies kini mulai dikenal banyak orang dan pesanan pun mulai berdatangan. Produksi pun meningkat karena meningkatnya permintaan pasar. Dalam

menjalankan usaha memang tidak selamanya usaha tersebut berjalan dengan mulus sesuai dengan yang diharapkan.

Hingga pada tahun 1998 Naditha Creation mengalami penurunan penjualan hal ini disebabkan bahan baku yang diperlukan untuk membuat *paper box* melambung tinggi sehingga Bu Ellies pun meningkatkan harga jual produk yang dihasilkan untuk menutupi kerugiannya. Jatuh bangun telah dialami Bu Ellies dan berkat dukungan sang suami yang tak henti-hentinya terus mendukung hobbi sang istri. Bu Ellies harus berpikir keras agar usaha yang digelutinya tersebut dapat meningkat dan kemudian beliau mempunyai jalan keluar untuk mengatasi keterpurukan tersebut dengan melakukan promosi yang gencar pada produknya dengan mengikuti pameran-pameran.

Naditha mulai mempromosikan produknya dengan mengikuti sebuah pameran Inacraft yang diselenggarakan setiap tahun sekali di Indonesia yaitu pameran kerajinan tangan khas Indonesia. Pada tahun 2002 Naditha Creation pertama kalinya menghadiri penyelenggaraan pameran kerajinan tangan khas Indonesia. Pameran ini adalah pameran kerajinan tangan yang bergengsi sehingga tidak hanya Warga Negara Indonesia yang menghadiri pameran tersebut bahkan Warga Negara Asing pun ikut serta dalam pameran tersebut.

Dari pameran inilah kemudian penjualan Naditha Creation mulai bangun dari keterpurukan. Produk Naditha mulai banyak diminati tidak hanya dalam negeri bahkan hingga luar negeri. Naditha pun diminta konsumennya untuk *mensupply* ke berbagai Negara seperti Malaysia, Singapura, dan Hongkong. Lambat laun usaha yang dirintis Bu Ellies pun membuahkan hasil yang manis.

Pada tahun 2010 Naditha Creation menjadi usaha yang berbadan hukum untuk meyakinkan konsumen akan kualitas yang dihasilkan Naditha Creation kemudian menjadi CV Naditha. Seiring berjalannya

waktu CV Naditha pun mulai berkembang dan semakin banyaknya permintaan pasar. CV Naditha telah mempunyai 7 orang karyawan tetap dan 16 orang karyawan tidak tetap. Omset penjualan yang dihasilkan CV Naditha mencapai ratusan juta rupiah pertahunnya.

4.1.2 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi merupakan susunan yang terdiri dari fungsi-fungsi dan hubungan-hubungan yang menyatakan keseluruhan kegiatan untuk mencapai suatu sasaran. Secara fisik struktur organisasi dapat dinyatakan dalam bentuk gambaran bagan yang memperlihatkan hubungan unit-unit organisasi dan garis-garis wewenang yang ada.

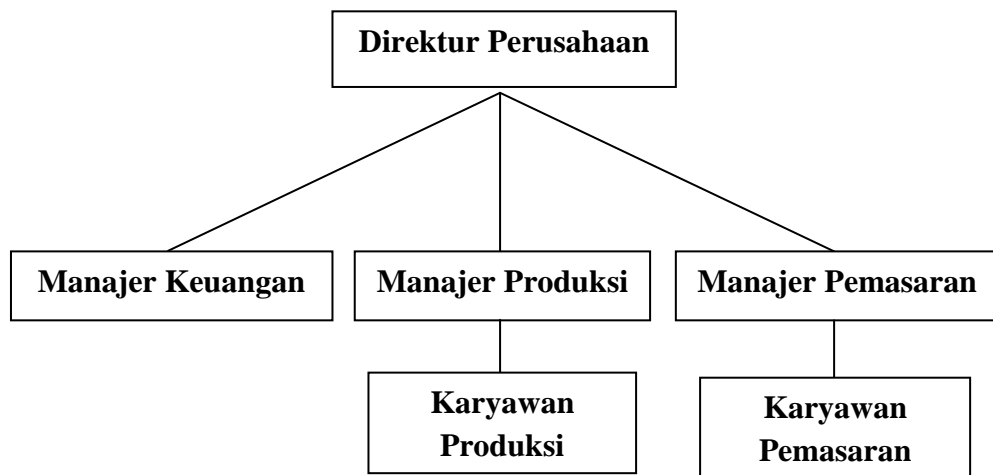
Struktur organisasi sangat berperan penting dalam sebuah organisasi untuk menghindari tumpang tindih pekerjaan. Dalam CV Naditha menggunakan struktur organisasi yang berbentuk struktur organisasi garis. Pada organisasi garis menggambarkan secara jelas bahwa kewenangan organisasi berada ditangan manajer atas (*top manager*). Susunan organisasi garis terdiri dari *Top Manager*, *Midlle Manager*, dan Bagian Operasional.

Ciri-ciri Organisasi garis:

- Struktur organisasi yang masih sederhana
- Organisasi garis ini tepatnya dipakai dalam organisasi kecil
- Organisasi dengan jumlah karyawan sedikit
- Pemiliknya organisasi merupakan pimpinan tertinggi (*Top Manager*)
- *Top Manager* mempunyai hubungan langsung dengan bawahannya
- Kewenangan dipegang oleh *top manager* secara penuh
- Organisasi yang bergerak vertikal ke bawah dengan pendelegasian yang tegas

Berikut merupakan struktur organisasi di CV Naditha dengan susunan seperti dibawah ini:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Naditha



Sumber: CV Naditha

4.1.3 Deskripsi Pekerjaan

Deskripsi pekerjaan adalah suatu pernyataan tertulis yang menguraikan fungsi, tugas-tugas, tanggungjawab, wewenang, kondisi kerja, dan aspek-aspek pekerjaan tertentu lainnya. Berikut adalah gambaran mengenai tugas dan tanggungjawab masing-masing bagian di CV Naditha:

1. Direktur Perusahaan

- Memimpin dan mengkoordinir organisasi agar tetap berjalan lancar
- Menentukan kebijakan perusahaan
- Mempunyai kewenangan dalam membuat perencanaan
- Mengendalikan segala sesuatu yang terjadi dalam perusahaan
- Mengatur dan mengawasi semua yang terlibat dalam perusahaan

- Membangun relasi dengan mitra kerja
- Memberikan pelatihan dan pengembangan karyawan
- Memiliki kewenangan mengangkat dan memutuskan hubungan kerja dengan karyawan

2. Manajer Keuangan

- Membuat seluruh laporan keuangan perusahaan
- Mengatur keluar masuknya keuangan perusahaan
- Memeriksa keuangan perusahaan

3. Manajer Produksi

- Membangun kerjasama yang baik antar bagian produksi
- Bertanggungjawab terhadap proses produksi
- Mengatur jalannya operasional sehingga berjalan dengan lancar
- Mengawasi proses produksi
- Mencatat seluruh jadwal produksi pengiriman barang
- Mencatat bahan baku dan bahan penolong yang sudah terpakai dan yang masih tersisa digudang

4. Manajer Pemasaran

- Mempromosikan barang yang akan dipasarkan
- Mencatat barang yang akan dipasarkan
- Mencatat seluruh jadwal yang berhubungan dengan pemasaran seperti jadwal pameran
- Bertanggung jawab atas penjualan produk
- Membangun relasi dengan mitra kerja

4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Indonesian is the rich county with the natural material, local skill and unique products, we want to introduce it and bring it to the international market.

Misi

With 90% handmade production process will absorb many jobless persons even never pass their formal education.

4.2 Aspek Pemasaran

Kotler dan Amstrong (2008:6) pemasaran merupakan sebuah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk tujuan mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Kelangsungan kehidupan perusahaan ditentukan oleh pemasaran.

4.2.1 Gambaran Umum Perusahaan

a. Produk yang Dipasarkan

CV Naditha memasarkan berbagai jenis *box* ukuran 20 x 20 cm seperti *paper box* kertas, *paper box* pandan, *paper box* songket, *paper box* eceng gondok, dan *paper box* batik. Berikut adalah rincian jenis dan harga produk mulai dari tahun 2014-2015:

Tabel 4.1 Jenis dan Harga Produk CV Naditha Tahun 2014-2015

Jenis Produk	Tahun	
	2014	2015
<i>Paper Box Kertas</i>	Rp 32.500	Rp 35.000
<i>Paper Box Pandan</i>	Rp 42.500	Rp 45.000
<i>Paper Box Songket</i>	Rp 37.500	Rp 40.000
<i>Paper Box Eceng Gondok</i>	Rp 37.500	Rp 42.500
<i>Paper Box Batik</i>	Rp 35.000	Rp 37.500

Sumber Data : Diolah

b. Wilayah Pemasaran

Wilayah Pemasaran yang dijangkau CV Naditha adalah dalam negeri dan luar negeri. Untuk Wilayah pemasaran dalam negeri CV Naditha adalah wilayah Jabodetabek dan untuk wilayah pemasaran luar negeri CV Naditha adalah Malaysia dan Singapura.

c. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah membagi sebuah pasar ke dalam kelompok-kelompok pembeli yang khas berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang terpisah. Dilihat dari kelompok konsumen yang membeli produk CV Naditha, segmentasi pasar untuk CV Naditha adalah kalangan dewasa dan perusahaan *gift and promotion*.

d. Saluran Distribusi

Michael J. Etzel saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen akhir

atau pemakai bisnis. Berikut ini merupakan saluran distribusi yang digunakan oleh CV Naditha yaitu:

1. Produsen —————> Konsumen

Saluran distribusi ini bersifat sederhana karena produsen menyalurkan produknya secara langsung ke konsumen tanpa melalui perantara. Saluran distribusi ini disebut saluran distribusi langsung.

2. Produsen —————> Reseller —————> Konsumen

Saluran distribusi ini merupakan saluran distribusi dengan menggunakan perantara untuk sampai ke konsumen akhir. Produsen menjual barangnya ke reseller kemudian reseller akan menjualnya lagi ke konsumen.

4.3 Aspek Produksi

Produksi merupakan proses pemanfaatan sumber daya baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia untuk menghasilkan suatu barang atau jasa yang mempunyai nilai ekonomis. CV Naditha sangat terbatas dalam memproduksi produk karena pembuatannya yang masih sederhana. CV Naditha berfokus pada *paper box* dengan jenis yang bermacam-macam tetapi metode pembuatannya pun hampir sama.

4.3.1 Produk CV Naditha

Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. CV Naditha memproduksi berbagai macam bentuk dan ukuran *paper box* dengan nama dagang yaitu Naditha Creation. Berikut adalah beberapa jenis produk yang dihasilkan CV Naditha antara lain sebagai berikut:

- a. *Paper box* kertas



Gambar 4.2 *Paper box* kertas

- b. *Paper box* pandan



Gambar 4.3 *Paper box* pandan

- c. *Paper box* songket



Gambar 4.4 *Paper box* songket

4.3.2 Bahan Baku yang Diperlukan

Bahan baku utama:

1. *Hard board*

Bahan penolong:

1. *Cover*:
 - Kertas
 - Daun pandan
 - Daun enceng gondok
 - Kain songket
 - Kain batik
2. Lem aibon
3. Lem kertas
4. Lem tembak
5. Cairan H₂O₂
6. Pewarna tekstil
7. Kain non woven
8. Benang jahit
9. Selotip
10. Berbagai tumbuhan yang dikeringkan

4.3.3 Mesin

Mesin yang digunakan oleh CV Naditha adalah mesin jahit yang berfungsi untuk merapikan bagian alas pada produk pesanan saja. Berikut ini adalah mesin yang dimiliki CV Naditha.

Tabel 4.2 Data Mesin

No.	Nama Alat	Jumlah (unit)
1.	Mesin Jahit	2

Sumber Data : Diolah

4.3.4 Peralatan

Peralatan yang diperlukan CV Naditha sebagai pendukung proses produksi. Berikut ini adalah rincian peralatan yang dimiliki CV Naditha:

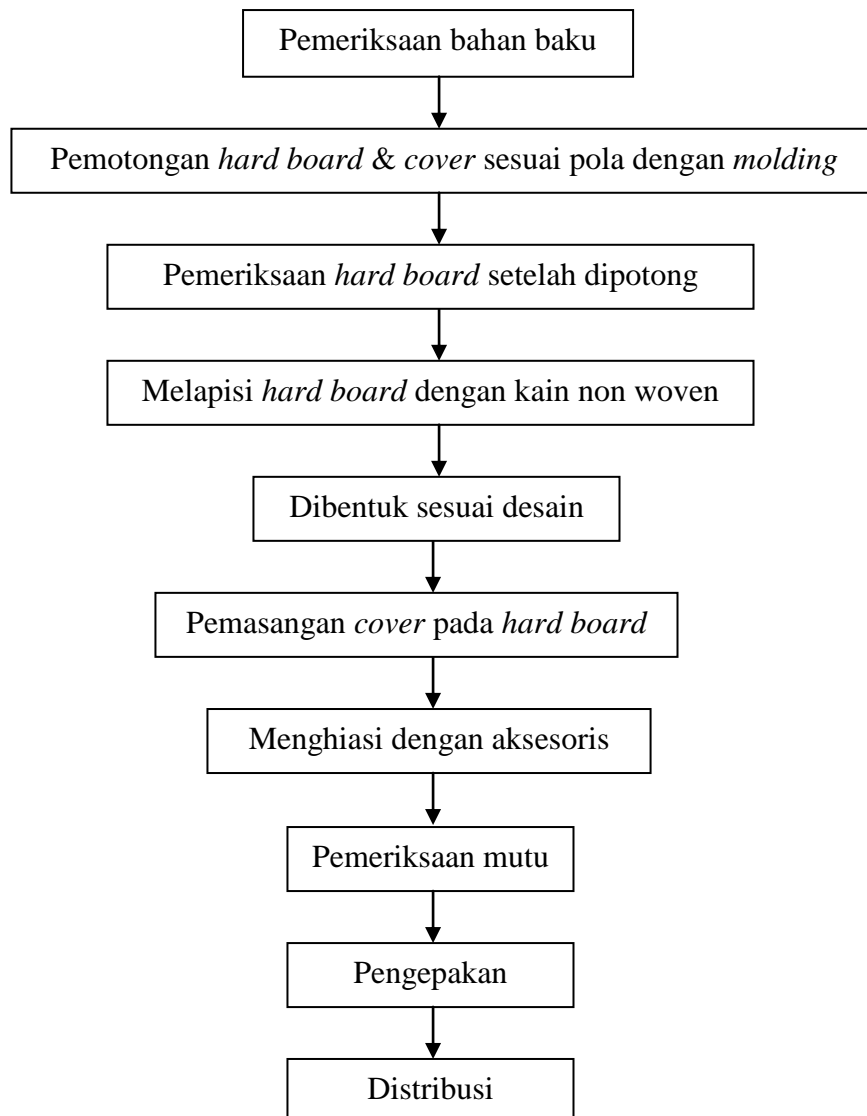
Tabel 4.3 Data Peralatan

No.	Nama Alat	Jumlah (unit)
1.	Gunting	20
2.	<i>Cutter</i>	20
3.	Penggaris	20
4.	Penggaris Siku	10
5.	Tang Mata Ikan	5
6.	Alat Selotip <i>Holder</i>	10
7.	Alat Lem Tembak	5
8.	<i>Molding</i> Atau Cetakan Pola	60
Total Alat		150

Sumber Data : Diolah

4.3.5 Proses Produksi

Gambar 4.5 Alur Proses Produksi



Sumber CV Naditha

Keterangan:

1. Pemeriksaan bahan baku
Bahan baku *paper box* yaitu *hard board* harus diperiksa terlebih dahulu sebelum dijadikan *paper box* apabila ada *hard board* tidak memenuhi

standar mutu tidak akan digunakan untuk membuat *paper box* karena akan mempengaruhi kualitas *paper box*.

2. Pemotongan *hard board & cover* sesuai pola dengan *molding*
Hard board dan *cover* yang telah diperiksa, selanjutnya dipotong dengan menggunakan *molding* atau cetakan pola yang disesuaikan dengan ukuran yang telah ditentukan.
3. Pemeriksaan *hard board* setelah dipotong
Hard board dan *cover* yang telah dipotong diperiksa kembali jika ditemukan kecacatan dalam pemotongan maka *hard board* dan *cover* tidak akan berlanjut pada proses berikutnya.
4. Melapisi *hard board* dengan kain *non woven*
Pada tahap ini *hard board* yang sudah melalui proses pemeriksaan setelah dipotong akan dilapisi kain non woven. *Hard board* dilapisi kain non woven dengan lem aibon supaya kain non woven dapat merekat kuat pada *hard board*. *Hard board* yang sudah dilapisi kain non woven kemudian di jemur beberapa menit hingga kain benar-benar merekat sempurna pada *hard board*.
5. Dibentuk sesuai desain
Tahap selanjutnya adalah menyatukan bagian-bagian yang akan dibentuk menjadi suatu bentuk dengan menggunakan selotip pada bagian pinggir *box* selanjutnya di ukur ketepatan sudut pada setiap sudut *box* dengan penggaris siku.
6. Pemasangan *cover* pada *hard board*
Proses selanjutnya yaitu pemasangan *cover* pada bagian luar *box* sesuai dengan konsep atau desain yang telah ditentukan. *Cover* dapat berupa kertas *cover*, songket, daun pandan yang sebelumnya telah dikeringkan

dan dianyam, eceng gondok yang sebelumnya telah dikeringkan dan dijahit menjadi satu, dan lainnya.

7. Menghiasi dengan aksesoris

Proses selanjutnya adalah proses pendukung. Yaitu proses yang dilakukan apabila dibutuhkan pemasangan aksesoris pada *box*. Biasanya aksesoris yang digunakan dapat berupa pita atau dedaunan atau rerumputan yang telah dikeringkan yang selanjutnya dirangkai menjadi bentuk yang menarik dan ditempelkan pada *box*.

8. Pemeriksaan mutu

Ini merupakan tahap pemeriksaan akhir sebelum *paper box* dipasarkan. Pada pemeriksaan akhir ini *paper box* akan diperiksa secara menyeluruh untuk menghasilkan *paper box* yang berkualitas. Hal yang diperhatikan pada pemeriksaan mutu atau *Quality Control* adalah:

- Lem tidak boleh *bubble*
- Tidak boleh ada bagian yang berkerut
- Potongan pas (ukuran pas)

9. Pengepakan

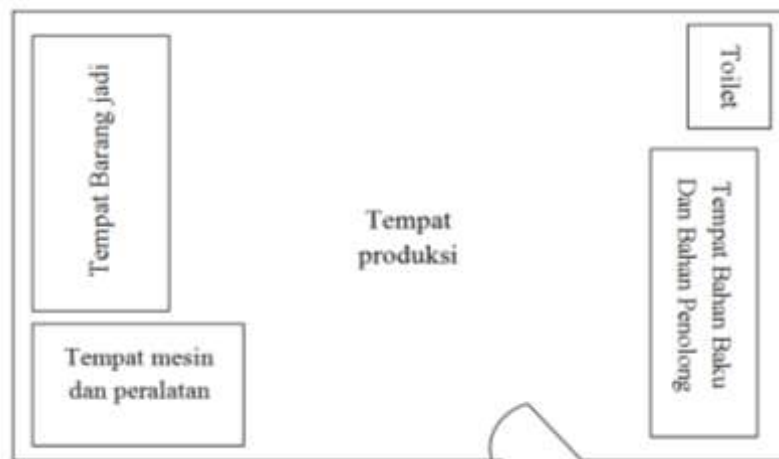
Barang yang akan didistribusikan akan dikemas menggunakan kardus ukuran besar yang dapat memuat sekitar 10-20 *box*. Tergantung ukuran *box*.

10. Distribusi

Setelah produk selesai dikemas maka produk siap untuk didistribusikan ke berbagai wilayah pemasaran.

4.3.6 *Layout Pabrik*

Berdasarkan proses produksi yang telah ditentukan, peralatan yang dipakai dan cara kerja yang ditentukan, maka dapat ditentukan tata letak (*layout*) peralatan. Berikut adalah skema *layout* CV Naditha:



Gambar 4.6 Skema *Layout* CV. Naditha di Bekasi

4.4 *Aspek Personalia*

Menurut Drs. Heidjracman Ranupandoyo dan Drs. Suad Husnan, MBA Manajemen personalia adalah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pelepasan sumberdaya manusia agar tercapai berbagai tujuan individu, organisasi, dan masyarakat. Di CV Naditha yang memegang peran sebagai manager personalia adalah Anselma Illona selaku direktur perusahaan. Berikut adalah deskripsi pekerjaan selaku direktur perusahaan:

- Melakukan perekrutan karyawan
- Memberikan pelatihan kepada karyawan baru

- Mensejahterakan karyawan
- Memberikan kompensasi yang seimbang dengan pekerjaannya
- Menempatkan posisi karyawan sesuai dengan keahliannya
- Melakukan pemutusan hubungan kerja karyawan

4.4.1 Perekrutan, Pelatihan, dan Penempatan Karyawan

Penarikan (*recruitment*) adalah proses pencarian dan pemikatan para calon karyawan (pelamar) yang mampu untuk melamar sebagai karyawan. Dalam perekrutan karyawan terdapat penyeleksian untuk dapat menempatkan karyawan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki karyawan. Tahap pertama pemimpin perusahaan melakukan wawancara kepada pelamar, tahap kedua kepala produksi memberikan pelatihan selama 7 hari kepada karyawan baru untuk dapat menghasilkan barang yang mempunyai kualitas baik, dan tahap selanjutnya adalah pemimpin memberikan kesempatan pada calon karyawan untuk melakukan percobaan masa kerja selama 1 bulan. Setelah karyawan baru menjalani masa percobaan dengan baik, maka pelamar dinyatakan diterima sebagai karyawan CV Naditha. CV Naditha akan menempatkan karyawannya sesuai dengan kemampuan karyawannya dan pada karyawan baru akan diberikan gambaran mengenai tugas dan tanggungjawab yang harus dipenuhi oleh karyawan.

4.4.2 Waktu Kerja

Waktu kerja di CV Naditha dari hari Senin - Sabtu dengan jam kerja sebagai berikut:

Senin – Sabtu : 09.00 – 17.00 WIB

Minggu : Libur

4.4.3 Kesejahteraan Karyawan

Perusahaan dan karyawan pada hakekatnya saling membutuhkan, karyawan adalah asset perusahaan karena tanpa adanya sumber daya manusia perusahaan tidak akan bisa menjalankan produktivitas dan sebaliknya tanpa perusahaan pun manusia tidak dapat menunjang kesejahteraan hidupnya dalam mencari nafkah. Penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kesejahteraan karyawannya untuk meningkatkan loyalitas karyawan pada perusahaan. Perusahaan dan karyawan sama-sama memiliki hak dan kewajibannya masing-masing. Perusahaan mempunyai hak untuk memperkerjakan karyawan dan melakukan kewajibannya dengan memberikan kompensasi berupa gaji untuk kesejahteraan karyawan begitu pun sebaliknya karyawan mempunyai hak untuk menerima kompensasi dari perusahaan dan melakukan kewajibannya yaitu menyelesaikan pekerjaannya dengan baik.

Kompensasi merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk meningkatkan prestasi kerja, motivasi, dan kepuasan kerja para karyawan. Kompensasi dapat berbentuk upah per jam, atau gaji yang bersifat periodik. Menurut Flippo (1984) mendefinisikan upah yang artinya balas jasa yang adil dan layak diberikan kepada para karyawan atas kontribusi karyawan dalam mencapai tujuan atau sasaran organisasi. CV Naditha mensejahterakan karyawan dengan memberikan kompensasi yang berupa gaji, gaji tersebut diberikan kepada karyawan sesuai dengan bidangnya masing-masing.

4.4.4 Pemutusan Hubungan Kerja

Pemutusan Hubungan Kerja merupakan suatu pemberhentian hubungan antara pekerja dengan perusahaan. Pemberhentian karyawan melalui Pemutusan Hubungan Kerja ini menyebabkan seorang karyawan

tidak lagi memiliki hak dan kewajiban di pekerjaannya. Pemberhentian bersinonim dengan ‘*separation*’, pemisahan atau Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) karyawan dari suatu organisasi (Hasibuan,2000). Pemberhentian karyawan secara lebih rinci dapat terjadi oleh berbagai sebab, sebagai berikut (Hasibuan,2004):

1. Peraturan perundang-undangan yang berlaku
2. Keinginan perusahaan
3. Keinginan karyawan
4. Pensiun
5. Kontrak kerja telah berakhir
6. Kesehatan karyawan
7. Meninggal dunia, dan
8. Perusahaan dilikudasi

Baik perusahaan maupun karyawan sebenarnya sama-sama mengalami kerugian akibat pemberhentian kerja. Hanya saja bagi perusahaan kadang-kadang sifat kerugiannya berjangka pendek. Pemutusan Hubungan Kerja di CV Naditha dilakukan apabila penjualan mengalami penurunan sehingga CV melakukan tindakan untuk mengefisiensi tenaga kerjanya. Hal ini dikarenakan mengurangi tingkat pengeluaran perusahaan terhadap biaya tenaga kerja. Karyawan yang akan di PHK ditentukan oleh direktur perusahaan dengan menilai karyawan dalam melaksanakan pekerjaan. Pemutusan hubungan kerja dilakukan dengan cara baik-baik antara direktur perusahaan dengan karyawan yang bersangkutan.

4.5 Laporan Keuangan

Laporan keuangan pada dasarnya adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Berikut adalah rincian laporan keuangan CV Naditha selama tahun 2014-2015 adalah:

Tabel 4.4 Harga Pokok Penjualan Tahun 2014-2015

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya pemakaian bahan baku:		
	Persediaan awal bahan baku	Rp 4.266.600	Rp 1.848.600
	Pembelian bahan baku	Rp 55.900.000	Rp 70.000.000
	Bahan baku siap dipakai	Rp 60.166.600	Rp 71.848.600
	Persediaan akhir bahan baku	Rp 1.848.600	Rp 3.508.400
	Pemakaian bahan baku	Rp 58.318.000	Rp 68.340.200
2.	Biaya tenaga kerja produksi	Rp 222.600.000	Rp 268.800.000
3.	BOP:		
	Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp -	Rp -
	Bahan penolong	Rp 129.407.000	Rp 146.671.300
	B. Pemotongan <i>hard board</i>	Rp 6.955.000	Rp 9.510.000
	Biaya listrik pabrik	Rp 18.000.000	Rp 21.345.550
	B. pemeliharaan mesin & peralatan	Rp 1.405.000	Rp 1.450.000
	Biaya kemasan (<i>packaging</i>)	Rp 5.304.000	Rp 5.943.000
	Biaya penyusutan mesin & perlt	Rp 4.310.000	Rp 4.310.000
	Total BOP	Rp 165.381.000	Rp 189.229.850
4.	harga pokok produksi (1+2+3)	Rp 446.299.000	Rp 526.370.050
5.	persediaan barang		
	Persd. awal barang jadi	Rp 1.492.500	Rp 1.592.500
	Barang siap dijual	Rp 447.791.500	Rp 527.962.550
	Persediaan akhir barang jadi	Rp 1.592.500	Rp 1.720.000
	Harga pokok penjualan	Rp 446.199.000	Rp 526.242.550

Sumber Data : Diolah

Tabel 4.5 Laporan Laba Rugi Tahun 2014-2015

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Penjualan		
	<i>Paper box</i> kertas	Rp 341.250.000	Rp 421.225.000
	<i>Paper box</i> pandan	Rp 174.250.000	Rp 183.375.000
	<i>Paper box</i> songket	Rp 145.125.000	Rp 158.360.000
	<i>Paper box</i> eceng gondok	Rp 78.375.000	Rp 85.510.000
	<i>Paper box</i> batik	Rp 65.450.000	Rp 89.137.500
	Penjualan bersih	Rp 804.450.000	Rp 937.607.500
2.	Harga pokok penjualan	Rp 446.199.000	Rp 526.242.550
3.	Laba kotor (1-2)	Rp 358.251.000	Rp 411.364.950
4.	Biaya operasional		
	Biaya Pemasaran		
	Biaya bahan bakar kendaraan	Rp 7.990.000	Rp 9.190.000
	Biaya <i>service</i> kendaraan	Rp 1.415.000	Rp 1.535.000
	Biaya promosi	Rp 28.850.000	Rp 32.214.000
	Biaya gaji supir	Rp 38.400.000	Rp 43.200.000
	Biaya gaji bag pemasaran	Rp 42.000.000	Rp 45.600.000
	Biaya administrasi & umum		
	Biaya perlengkapan kantor	Rp 1.575.000	Rp 1.600.000
	Biaya telepon	Rp 7.440.000	Rp 7.680.000
	Biaya peny & amortisasi	Rp 23.443.000	Rp 23.443.000
	Biaya gaji direktur	Rp 27.600.000	Rp 30.000.000
	Biaya gaji manajer produksi	Rp 22.800.000	Rp 24.000.000
	Biaya gaji manajer keuangan	Rp 22.800.000	Rp 24.000.000
	Total biaya operasional	Rp 224.313.000	Rp 242.462.000
5.	Laba operasional (3-4)	Rp 133.938.000	Rp 168.902.950
6.	Biaya bunga	Rp -	Rp -
7.	Laba sebelum pajak (5-6)	Rp 133.938.000	Rp 168.902.950
8.	Pajak		
	Pajak pendapatan (1%)	Rp 1.339.380	Rp 1.689.030
	Pajak bangunan	Rp 756.960	Rp 756.960
	Total pajak	Rp 2.096.340	Rp 2.445.990
9.	Laba setelah pajak (7-8)	Rp 131.841.660	Rp 166.456.961

Sumber Data : Diolah

BAB V
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini analisis data yang dibahas bertujuan untuk menganalisis penetapan harga jual menurut CV Naditha dengan penetapan harga jual menurut *cost plus pricing*.

4.5.1 Analisis Penetapan Harga Jual Menurut Perusahaan

Dalam menetapkan harga jual CV Naditha memperhitungkan biaya produksi yang digolongkan menjadi tiga bagian yaitu: biaya bahan baku terdiri dari *hard board*, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel terdiri dari biaya bahan penolong, biaya listrik pabrik, biaya pemotongan, biaya kemasan, dan biaya pemeliharaan mesin & peralatan dan biaya *overhead* pabrik tetap terdiri dari biaya penyusutan mesin dan peralatan. Berikut merupakan perhitungan harga jual *paper box* menurut perusahaan:

1. *Paper box* kertas

Tabel 5.1 Total Biaya Produksi *Paper Box* Kertas

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Bahan Baku	Rp 27.300.000	Rp 33.628.028
2.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 104.622.000	Rp 131.712.000
3.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 39.559.269	Rp 50.080.771
	Total Biaya Produksi	Rp 171.481.269	Rp 215.420.799

Sumber Data: Diolah

Dari total biaya produksi tahun 2014 menghasilkan 10500 unit *paper box* kertas. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* kertas:

$$\begin{aligned} \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp171.481.269}}{10500} \\ &= \text{Rp16.331} \end{aligned}$$

$$\text{Laba yang diinginkan perusahaan} = 99\% \times \text{Rp16.331}$$

$$= \text{Rp16.168}$$

$$\text{Harga jual perusahaan} = \text{Rp16.331} + \text{Rp16.168}$$

$$= \text{Rp32.499}$$

$$= \text{Rp32.500 (dibulatkan)}$$

Dari total biaya produksi tahun 2015 menghasilkan 12035 unit *paper box* kertas. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* kertas:

$$\begin{aligned} \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp215.420.799}}{12.035} \\ &= \text{Rp17.900} \end{aligned}$$

$$\text{Laba yang diinginkan perusahaan} = 95\% \times \text{Rp17.900}$$

$$= \text{Rp17.005}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual perusahaan} &= \text{Rp}17.900 + \text{Rp}17.005 \\
 &= \text{Rp}34.904 \\
 &= \text{Rp}35.000 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

2. Paper box pandan

Tabel 5.2 Total Biaya Produksi Paper Box Pandan

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Bahan Baku	Rp 10.660.000	Rp 11.386.308
2.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 40.068.000	Rp 45.696.000
3.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 37.245.180	Rp 40.832.594
	Total Biaya Produksi	Rp 87.973.180	Rp 97.914.902

Sumber Data: Diolah

Dari total biaya produksi tahun 2014 menghasilkan 4100 unit *paper box* pandan. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* pandan:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp}87.973.180}{4100} \\
 &= \text{Rp}21.457
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diinginkan perusahaan} &= 98\% \times \text{Rp}21.457 \\
 &= \text{Rp}21.028
 \end{aligned}$$

$$\text{Harga jual perusahaan} = \text{Rp}21.457 + \text{Rp}21.028$$

$$= \text{Rp}42.485$$

$$= \text{Rp}42.500 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari total biaya produksi tahun 2015 menghasilkan 4075 unit *paper box* pandan. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* pandan:

$$\begin{aligned} \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp}97.914.902}{4075} \\ &= \text{Rp}24.028 \end{aligned}$$

$$\text{Laba yang diinginkan perusahaan} = 87\% \times \text{Rp}24.028$$

$$= \text{Rp}20.904$$

$$\text{Harga jual perusahaan} = \text{Rp}24.028 + \text{Rp}20.904$$

$$= \text{Rp}44.932$$

$$= \text{Rp}45.000 \text{ (dibulatkan)}$$

3. *Paper box* songket

Tabel 5.3 Total Biaya Produksi *Paper Box* Songket

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Bahan Baku	Rp 10.062.000	Rp 11.062.182
2.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 37.842.000	Rp 43.008.000
3.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 50.416.748	Rp 54.658.900
	Total Biaya Produksi	Rp 98.320.748	Rp 108.729.082

Sumber Data: Diolah

Dari total biaya produksi tahun 2014 menghasilkan 3870 unit *paper box* songket. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* songket:

$$\begin{aligned} \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp}98.320.748}{3870} \\ &= \text{Rp}25.406 \end{aligned}$$

$$\text{Laba yang diinginkan perusahaan} = 47\% \times \text{Rp}25.406$$

$$= \text{Rp}11.941$$

$$\text{Harga jual perusahaan} = \text{Rp}25.406 + \text{Rp}11.941$$

$$= \text{Rp}37.347$$

$$= \text{Rp}37.500 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari total biaya produksi tahun 2015 menghasilkan 3959 unit *paper box* songket. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* songket:

$$\begin{aligned} \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp}108.729.082}{3959} \\ &= \text{Rp}27.464 \end{aligned}$$

$$\text{Laba yang diinginkan perusahaan} = 45\% \times \text{Rp}27.464$$

$$= \text{Rp}12.359$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual perusahaan} &= \text{Rp}27.464 + \text{Rp}12.359 \\
 &= \text{Rp}39.822 \\
 &= \text{Rp}40.000 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

4. *Paper box* eceng gondok

Tabel 5.4 Total Biaya Produksi *Paper Box* Eceng Gondok

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Bahan Baku	Rp 5.434.000	Rp 5.621.902
2.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 21.147.000	Rp 21.504.000
3.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 20.674.538	Rp 20.987.002
	Total Biaya Produksi	Rp 47.255.538	Rp 48.112.904

Sumber Data: Diolah

Dari total biaya produksi tahun 2014 menghasilkan 2090 unit *paper box* eceng gondok. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* eceng gondok:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp}47.255.538}{2090} \\
 &= \text{Rp}22.610
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diinginkan perusahaan} &= 66\% \times \text{Rp}22.610 \\
 &= \text{Rp}14.923
 \end{aligned}$$

$$\text{Harga jual perusahaan} = \text{Rp}22.610 + \text{Rp}14.923$$

$$= \text{Rp}37.533$$

$$= \text{Rp}37.500 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari total biaya produksi tahun 2015 menghasilkan 2012 unit *paper box* eceng gondok. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* eceng gondok:

$$\begin{aligned} \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp}48.112.904}{2012} \\ &= \text{Rp}23.913 \end{aligned}$$

$$\text{Laba yang diinginkan perusahaan} = 77\% \times \text{Rp}23.913$$

$$= \text{Rp}18.413$$

$$\text{Harga jual perusahaan} = \text{Rp}23.913 + \text{Rp}18.413$$

$$= \text{Rp}42.326$$

$$= \text{Rp}42.500 \text{ (dibulatkan)}$$

5. *Paper box* batik

Tabel 5.5 Total Biaya Produksi *Paper Box* Batik

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Bahan Baku	Rp 4.862.000	Rp 6.641.780
2.	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 18.921.000	Rp 26.880.000

3.	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	Rp 17.485.265	Rp 22.670.583
	Total Biaya Produksi	Rp 41.268.265	Rp 56.192.363

Sumber Data: Diolah

Dari total biaya produksi tahun 2014 menghasilkan 1870 unit *paper box* batik. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* batik:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Jumlah unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp}41.268.265}{1870} \\
 &= \text{Rp}22.068
 \end{aligned}$$

$$\text{Laba yang diinginkan perusahaan} = 58\% \times \text{Rp}22.068$$

$$= \text{Rp}12.799$$

$$\text{Harga jual perusahaan} = \text{Rp}22.068 + \text{Rp}12.799$$

$$= \text{Rp}34.867$$

$$= \text{Rp}35.000 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari total biaya produksi tahun 2015 menghasilkan 2377 unit *paper box* batik. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* batik:

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

$$= \frac{\text{Rp}56.192.363}{2377}$$

$$= \text{Rp}23.640$$

Laba yang diinginkan perusahaan = 58% x Rp23.640

$$= \text{Rp}13.711$$

Harga jual perusahaan = Rp23.640 + Rp13.711

$$= \text{Rp}37.351$$

$$= \text{Rp}37.500 \text{ (dibulatkan)}$$

5.2 Analisis Penetapan Harga Jual Menurut *Cost Plus Pricing*

Berdasarkan perhitungan *cost plus pricing* dimana total biaya dihasilkan dari biaya produksi ditambah dengan biaya operasional. Biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel (biaya bahan penolong, biaya pemotongan, biaya kemasan, biaya listrik pabrik, dan biaya pemeliharaan mesin & peralatan) dan biaya *overhead* pabrik tetap (biaya penyusutan mesin & peralatan) sedangkan biaya operasional terdiri dari biaya pemasaran (biaya bahan bakar kendaraan, biaya *service* kendaraan, biaya promosi, biaya gaji supir, dan biaya gaji bagian pemasaran) dan biaya administrasi & umum (biaya perlengkapan kantor, biaya telepon, biaya penyusutan dan amortisasi, biaya gaji direktur perusahaan, biaya gaji manajer produksi, dan biaya gaji manajer keuangan). Dari hasil pengumpulan data diketahui bahwa total aktiva perusahaan pada tahun 2014 adalah sebesar Rp1.047.443.264. dan pada tahun 2015 sebesar Rp1.189.385.224. Demikian atas dasar ROA pada kedua tahun tersebut maka ROA rata-rata adalah $13\% + 14\% = 27\%$ dibagi 2 hasilnya adalah 13%.

1. *Paper box* kertas

Tabel 5.6 Total Biaya *Paper Box* Kertas Menurut *Cost Plus Pricing*

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Produksi		
	BBB	Rp 27.300.000	Rp 33.628.028
	BTKL	Rp 104.622.000	Rp 132.172.000
	BOP (V + T)	Rp 39.559.269	Rp 50.080.771
	Total Biaya Produksi	Rp 171.481.269	Rp 215.420.799
2.	Biaya Operasional		
	Biaya Pemasaran	Rp 55.767.850	Rp 64.552.110
	Biaya Adm & Umum	Rp 49.659.260	Rp 54.254.270
	Total Biaya Operasional	Rp 105.427.110	Rp 118.806.380
	Total Biaya	Rp 276.908.379	Rp 334.227.179

Sumber

Data:

Diolah

Dari total biaya tahun 2014 menghasilkan 10500 unit *paper box* kertas. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* kertas:

a. Biaya per unit

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp}190.201.369}{10500} \\
 &= \text{Rp}26.372
 \end{aligned}$$

b. Laba yang dikehendaki

$$= \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

$$= 13\% \times \text{Rp}492.298.334$$

$$= \text{Rp}63.998.783$$

c. Persentase *mark up*

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp}63.998.783}{\text{Rp}276.908.379} \times 100\%$$

$$= 23\%$$

d. *Mark up* per unit

$$\text{Mark up per unit} = \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit}$$

$$= 23\% \times \text{Rp}26.372$$

$$= \text{Rp}6.066$$

e. Harga jual berdasarkan *cost plus pricing*

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya per unit} + \text{Mark up per unit}$$

$$= \text{Rp}26.372 + \text{Rp}6.066$$

$$= \text{Rp}32.438$$

$$= \text{Rp}32.400 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari total biaya tahun 2015 menghasilkan 12035 unit *paper box* kertas.

Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* kertas:

a. Biaya per unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp}334.227.179}{12035} \\ &= \text{Rp}27.771 \end{aligned}$$

b. Laba yang dikehendaki

$$\begin{aligned} &= \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan} \\ &= 13\% \times \text{Rp}582.798.760 \\ &= \text{Rp}75.763.839 \end{aligned}$$

c. Persentase *mark up*

$$\begin{aligned} \text{Persentase mark up} &= \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}75.763.839}{\text{Rp}334.227.179} \times 100\% \\ &= 23\% \end{aligned}$$

d. *Mark up* per unit

$$\begin{aligned} \text{Mark up per unit} &= \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit} \\ &= 23\% \times \text{Rp}27.771 \\ &= \text{Rp}6.387 \end{aligned}$$

e. Harga Jual berdasarkan *cost plus pricing*

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual} &= \text{Biaya per unit} + \text{Mark up per unit} \\
 &= \text{Rp}27.771 + \text{Rp}6.387 \\
 &= \text{Rp}34.159 \\
 &= \text{Rp}34.200 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

2. Paper box pandan

Tabel 5.7 Total Biaya Paper Box Pandan Menurut Cost Plus Pricing

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Produksi		
	BBB	Rp 10.660.000	Rp 11.386.308
	BKTL	Rp 40.068.000	Rp 45.696.000
	BOP (V+T)	Rp 37.245.180	Rp 40.832.594
	Total Biaya Produksi	Rp 87.973.180	Rp 97.914.902
2.	Biaya Operasional		
	Biaya Pemasaran	Rp 21.357.900	Rp 22.395.630
	Biaya Adm & Umum	Rp 19.018.440	Rp 18.822.910
	Total Biaya Operasional	Rp 40.376.340	Rp 41.218.540
	Total Biaya	Rp 128.349.520	Rp 139.133.442

Sumber Data: Diolah

Dari total biaya tahun 2014 menghasilkan 4100 unit *paper box* pandan. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* pandan:

a. Biaya per unit

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

$$= \frac{\text{Rp}128.349.520}{4100}$$

$$= \text{Rp}31.305$$

b. Laba yang dikehendaki

$$= \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

$$= 13\% \times \text{Rp}188.539.788$$

$$= \text{Rp}24.510.172$$

c. Persentase *mark up*

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp}24.510.172}{\text{Rp}128.349.520} \times 100\%$$

$$= 19\%$$

d. *Mark up* per unit

$$\text{Mark up per unit} = \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit}$$

$$= 19\% \times \text{Rp}31.305$$

$$= \text{Rp}5.948$$

e. Harga Jual berdasarkan *cost plus pricing*

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya per unit} + \text{Mark up per unit}$$

$$= \text{Rp}31.305 + \text{Rp}5.948$$

$$= \text{Rp}37.253$$

$$= \text{Rp}37.300 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari total biaya tahun 2015 menghasilkan 4075 unit *paper box* pandan. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* pandan:

a. Biaya per unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp139.133.442}}{4075} \\ &= \text{Rp34.143} \end{aligned}$$

b. Laba yang dikehendaki

$$\begin{aligned} &= \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan} \\ &= 13\% \times \text{Rp202.195.488} \\ &= \text{Rp26.285.413} \end{aligned}$$

c. Persentase *mark up*

$$\begin{aligned} \text{Persentase mark up} &= \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp26.285.413}}{\text{Rp139.133.441}} \times 100\% \\ &= 19\% \end{aligned}$$

d. *Mark up* per unit

$$\begin{aligned} \text{Mark up per unit} &= \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit} \\ &= 19\% \times \text{Rp34.143} \\ &= \text{Rp6.487} \end{aligned}$$

e. Harga Jual berdasarkan *cost plus pricing*

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual} &= \text{Biaya per unit} + \text{Mark up per unit} \\
 &= \text{Rp}34.143 + \text{Rp}6.487 \\
 &= \text{Rp}40.630 \\
 &= \text{Rp}40.700 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

3. Paper box songket

Tabel 5.8 Total Biaya Paper Box Songket Menurut Cost Plus Pricing

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Produksi		
	BBB	Rp 10.062.000	Rp 11.062.182
	BKTL	Rp 37.842.000	Rp 43.008.000
	BOP (V+T)	Rp 50.416.748	Rp 54.658.900
	Total Biaya Produksi	Rp 98.320.748	Rp 108.729.082
2.	Biaya Operasional		
	Biaya Pemasaran	Rp 20.171.350	Rp 21.078.240
	Biaya Adm & Umum	Rp 17.961.860	Rp 17.715.680
	Total Biaya Operasional	Rp 38.133.210	Rp 38.793.920
	Total Biaya	Rp 136.453.958	Rp 147.523.002

Sumber

Data:

Diolah

Dari total biaya tahun 2014 menghasilkan 3870 unit *paper box* songket. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* songket:

a. Biaya per unit

$$\text{Biaya per unit} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Jumlah unit}}$$

$$= \frac{\text{Rp}136.453.958}{3870}$$

$$= \text{Rp}35.259$$

b. Laba yang dikehendaki

$$= \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

$$= 13\% \times \text{Rp}178.065.355$$

$$= \text{Rp}23.148.496$$

c. Persentase *mark up*

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp}23.148.496}{\text{Rp}136.453.958} \times 100\%$$

$$= 17\%$$

d. *Mark up* per unit

$$\text{Mark up per unit} = \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit}$$

$$= 17\% \times \text{Rp}35.259$$

$$= \text{Rp}5.994$$

e. Harga Jual berdasarkan *cost plus pricing*

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya per unit} + \text{Mark up per unit}$$

$$= \text{Rp}35.259 + \text{Rp}5.994$$

$$= \text{Rp}41.254$$

$$= \text{Rp}41.300 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari total biaya tahun 2015 menghasilkan 3959 unit *paper box* songket. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* songket:

a. Biaya per unit

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

$$= \frac{\text{Rp}147.523.002}{3959}$$

$$= \text{Rp}37.263$$

b. Laba yang dikehendaki

$$= \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

$$= 13\% \times \text{Rp}190.301.636$$

$$= \text{Rp}24.739.213$$

c. Persentase *mark up*

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp}24.739.213}{\text{Rp}147.523.002} \times 100\%$$

$$= 17\%$$

d. *Mark up* per unit

$$\begin{aligned} \text{Mark up per unit} &= \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit} \\ &= 17\% \times \text{Rp}37.263 \\ &= \text{Rp}6.335 \end{aligned}$$

e. Harga Jual berdasarkan *cost plus pricing*

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Biaya per unit} + \text{Mark up per unit} \\ &= \text{Rp}37.263 + \text{Rp}6.335 \\ &= \text{Rp}43.597 \\ &= \text{Rp}43.600 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

4. Paper box eceng gondok

Tabel 5.9 Total Biaya *Paper Box* Eceng Gondok Menurut *Cost Plus Pricing*

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Produksi		
	BBB	Rp 5.434.000	Rp 5.621.902
	BKTL	Rp 21.147.000	Rp 21.504.000
	BOP (V+T)	Rp 20.674.538	Rp 20.987.002
	Total Biaya Produksi	Rp 47.255.538	Rp 48.112.904
2.	Biaya Operasional		
	Biaya Pemasaran	Rp 11.272.225	Rp 10.539.120
	Biaya Adm & Umum	Rp 10.037.510	Rp 8.857.840
	Total Biaya Operasional	Rp 21.309.735	Rp 19.396.960
	Total Biaya	Rp 68.565.273	Rp 67.509.864

Sumber Data: Diolah

Dari total biaya tahun 2014 menghasilkan 2090 unit *paper box* eceng gondok. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* eceng gondok:

a. Biaya per unit

$$\begin{aligned} \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp68.565.273}}{2090} \\ &= \text{Rp32.806} \end{aligned}$$

b. Laba yang dikehendaki

$$\begin{aligned} &= \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan} \\ &= 13\% \times \text{Rp99.507.110} \\ &= \text{Rp12.935.924} \end{aligned}$$

c. Persentase *mark up*

$$\begin{aligned} \text{Persentase mark up} &= \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp12.935.924}}{\text{Rp68.565.273}} \times 100\% \\ &= 19\% \end{aligned}$$

d. *Mark up* per unit

$$\text{Mark up per unit} = \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit}$$

$$= 19\% \times \text{Rp}32.806$$

$$= \text{Rp}6.233$$

e. Harga Jual berdasarkan *cost plus pricing*

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya per unit} + \text{Mark up per unit}$$

$$= \text{Rp}32.806 + \text{Rp}6.233$$

$$= \text{Rp}39.040$$

$$= \text{Rp}39.000 \text{ (dibulatkan)}$$

Dari total biaya tahun 2015 menghasilkan 2012 unit *paper box* eceng gondok. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* eceng gondok:

a. Biaya per unit

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

$$= \frac{\text{Rp}67.509.960}{2012}$$

$$= \text{Rp}33.554$$

b. Laba yang dikehendaki

$$= \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan}$$

$$= 13\% \times \text{Rp}95.150.818$$

$$= \text{Rp}12.369.606$$

c. *Persentase mark up*

$$\begin{aligned} \text{Persentase mark up} &= \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\% \\ &= \frac{\text{Rp}12.369.606}{\text{Rp}67.509.960} \times 100\% \\ &= 18\% \end{aligned}$$

d. *Mark up per unit*

$$\begin{aligned} \text{Mark up per unit} &= \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit} \\ &= 18\% \times \text{Rp}33.554 \\ &= \text{Rp}6.040 \end{aligned}$$

e. *Harga Jual berdasarkan cost plus pricing*

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Biaya per unit} + \text{Mark up per unit} \\ &= \text{Rp}33.554 + \text{Rp}6.040 \\ &= \text{Rp}39.593 \\ &= \text{Rp}39.600 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

5. *Paper box batik*

Tabel 5.10 Total Biaya *Paper Box* Batik Menurut *Cost Plus Pricing*

No.	Keterangan	Tahun	
		2014	2015
1.	Biaya Produksi		
	BBB	Rp 4.862.000	Rp 6.641.780
	BKTL	Rp 18.921.000	Rp 26.880.000

	BOP (V+T)	Rp 17.485.265	Rp 22.670.583
	Total Biaya Produksi	Rp 41.268.265	Rp 56.192.363
2.	Biaya Operasional		
	Biaya Pemasaran	Rp 10.085.675	Rp 13.173.900
	Biaya Adm & Umum	Rp 8.980.930	Rp 11.072.300
	Total Biaya Operasional	Rp 19.066.605	Rp 24.246.200
	Total Biaya	Rp 60.334.870	Rp 80.438.563

Sumber Data: Diolah

Dari total biaya tahun 2014 menghasilkan 1870 unit *paper box* batik. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* batik:

a. Biaya per unit

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp}60.334.870}{1870} \\
 &= \text{Rp}32.265
 \end{aligned}$$

b. Laba yang dikehendaki

$$\begin{aligned}
 &= \text{Persentase yang dikehendaki} \times \text{Aktiva yang digunakan} \\
 &= 13\% \times \text{Rp}89.032.677 \\
 &= \text{Rp}11.574.248
 \end{aligned}$$

c. Persentase *mark up*

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp}11.574.248}{\text{Rp}60.334.870} \times 100\%$$

$$= 19\%$$

d. *Mark up* per unit

$$\begin{aligned} \text{Mark up per unit} &= \text{Persentase mark up} \times \text{Biaya per unit} \\ &= 19\% \times \text{Rp}32.265 \\ &= \text{Rp}6.130 \end{aligned}$$

e. Harga Jual berdasarkan *cost plus pricing*

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Biaya per unit} + \text{Mark up per unit} \\ &= \text{Rp}32.265 + \text{Rp}6.130 \\ &= \text{Rp}38.395 \\ &= \text{Rp}38.400 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Dari total biaya tahun 2015 menghasilkan 2377 unit *paper box* batik. Berikut adalah perhitungan harga jual per unit *paper box* batik:

a. Biaya per unit

$$\begin{aligned} \text{biaya per unit} &= \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah unit}} \\ &= \frac{\text{Rp}80.438.563}{2377} \\ &= \text{Rp}33.840 \end{aligned}$$

b. Laba yang dikehendaki

= Persentase yang dikehendaki x Aktiva yang digunakan

= 13% x Rp118.938.522

= Rp15.462.008

c. Persentase *mark up*

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang dikehendaki}}{\text{Total biaya}} \times 100\%$$

$$= \frac{\text{Rp15.462.008}}{\text{Rp80.438.563}} \times 100\%$$

$$= 19\%$$

d. *Mark up* per unit

Mark up per unit = Persentase *mark up* x Biaya per unit

= 19% x Rp33.840

= Rp6.430

e. Harga Jual berdasarkan *cost plus pricing*

Harga jual = Biaya per unit + *Mark up* per unit

= Rp33.840 + Rp6.430

= Rp40.270

= Rp40.300 (dibulatkan)

5.3 Perbandingan Harga Jual Menurut Perusahaan dan Menurut *Cost Plus Pricing*

Tabel 5.11 Harga Jual Tahun 2014

Jenis Produk	Harga Jual		Selisih
	Perusahaan	<i>Cost Plus Pricing</i>	
<i>Paper box</i> kertas	Rp 32.500	Rp 32.400	(Rp 100)
<i>Paper box</i> pandan	Rp 42.500	Rp 37.300	(Rp 5.200)
<i>Paper box</i> songket	Rp 37.500	Rp 41.300	Rp 3.800
<i>Paper box</i> eceng gondok	Rp 37.500	Rp 39.000	Rp 1.500
<i>Paper box</i> batik	Rp 35.000	Rp 38.400	Rp 3.400

Sumber Data: Diolah

Tabel 5.12 Harga Jual Tahun 2015

Jenis Produk	Harga Jual		Selisih
	Perusahaan	<i>Cost Plus Pricing</i>	
<i>Paper box</i> kertas	Rp 35.000	Rp 34.200	(Rp 800)
<i>Paper box</i> pandan	Rp 45.000	Rp 40.600	(Rp 4.400)
<i>Paper box</i> songket	Rp 40.000	Rp 43.600	Rp 3.600
<i>Paper box</i> eceng gondok	Rp 42.500	Rp 39.600	(Rp 2.900)
<i>Paper box</i> batik	Rp 37.500	Rp 40.300	Rp 2.800

Sumber Data: Diolah

Seperti terlihat pada tabel 5.11 dan tabel 5.12 diatas pada tahun 2014 harga jual menurut *cost plus pricing* terlihat lebih rendah dari harga jual perusahaan pada jenis *paper box* kertas dan eceng gondok. Sedangkan pada tahun 2015 harga jual menurut *cost plus pricing* terlihat lebih rendah dari harga jual perusahaan pada jenis *paper box* kertas, pandan, dan eceng gondok. Hal ini disebabkan karena perusahaan menetapkan persentase laba hanya berdasarkan perkiraan dan menjadikan biaya per unit sebagai biaya dasar untuk menetapkan harga jualnya.

5.4 Perbandingan Laporan Laba Rugi Perusahaan dan Perencanaan Dengan Menggunakan *Cost Plus Pricing*

Tabel 5.13 Laporan Laba Rugi Perusahaan & Perencanaan Dengan Menggunakan *Cost Plus Pricing* Tahun 2014

No.	Keterangan	Tahun 2014	
		Perusahaan	Perencanaan <i>Cost Plus Pricing</i>
1.	Penjualan		
	<i>Paper box</i> kertas	Rp 341.250.000	Rp 340.200.000
	<i>Paper box</i> pandan	Rp 174.250.000	Rp 152.930.000
	<i>Paper box</i> songket	Rp 145.125.000	Rp 159.831.000
	<i>Paper box</i> eceng gondok	Rp 78.375.000	Rp 81.510.000
	<i>Paper box</i> batik	Rp 65.450.000	Rp 71.808.000
	Penjualan bersih	Rp 804.450.000	Rp 806.279.000
2.	Harga pokok penjualan	Rp 446.199.000	Rp 446.199.000
3.	Labanya kotor (1-2)	Rp 358.251.000	Rp 360.080.000
4.	Biaya operasional		
	Biaya Pemasaran		
	Biaya bahan bakar kendaraan	Rp 7.990.000	Rp 7.990.000
	Biaya service kendaraan	Rp 1.415.000	Rp 1.415.000
	Biaya promosi	Rp 28.850.000	Rp 28.850.000
	Biaya gaji supir	Rp 38.400.000	Rp 38.400.000
	Biaya gaji bag pemasaran	Rp 42.000.000	Rp 42.000.000
	Biaya administrasi & umum		
	Biaya perlengkapan kantor	Rp 1.575.000	Rp 1.575.000
	Biaya telepon	Rp 7.440.000	Rp 7.440.000
	Biaya peny & amortisasi	Rp 23.443.000	Rp 23.443.000
	Biaya gaji direktur	Rp 27.600.000	Rp 27.600.000
	Biaya gaji manajer produksi	Rp 22.800.000	Rp 22.800.000
	Biaya gaji manajer keuangan	Rp 22.800.000	Rp 22.800.000
	Total biaya operasional	Rp 224.313.000	Rp 224.313.000
5.	EBIT (3-4)	Rp 133.938.000	Rp 135.767.000
6.	Biaya bunga	Rp -	Rp -
7.	EBT (5-6)	Rp 133.938.000	Rp 135.767.000
8.	Pajak		
	Pajak pendapatan (1%)	Rp 1.339.380	Rp 1.357.670
	Pajak bangunan	Rp 756.960	Rp 756.960

	Total pajak	Rp 2.096.340	Rp 2.114.630
9.	EAT (7-8)	Rp 131.841.660	Rp 133.652.370

Sumber Data: Diolah

Tabel 5.14 Laporan Laba Rugi Perusahaan & Perencanaan Dengan Menggunakan *Cost Plus Pricing* Tahun 2015

No.	Keterangan	Tahun 2015	
		Perusahaan	Perencanaan <i>Cost Plus Pricing</i>
1.	Penjualan		
	<i>Paper box</i> kertas	Rp 421.225.000	Rp 411.597.000
	<i>Paper box</i> pandan	Rp 183.375.000	Rp 165.445.000
	<i>Paper box</i> songket	Rp 158.360.000	Rp 172.612.400
	<i>Paper box</i> eceng gondok	Rp 85.510.000	Rp 79.675.200
	<i>Paper box</i> batik	Rp 89.137.500	Rp 95.793.100
	Penjualan bersih	Rp 937.607.500	Rp 925.122.700
2.	Harga pokok penjualan	Rp 526.242.550	Rp 526.242.550
3.	Laba kotor (1-2)	Rp 411.364.950	Rp 398.880.150
4.	Biaya operasional		
	Biaya Pemasaran		
	Biaya bahan bakar kendaraan	Rp 9.190.000	Rp 9.190.000
	Biaya <i>service</i> kendaraan	Rp 1.535.000	Rp 1.535.000
	Biaya promosi	Rp 32.214.000	Rp 32.214.000
	Biaya gaji supir	Rp 43.200.000	Rp 43.200.000
	Biaya gaji bag pemasaran	Rp 45.600.000	Rp 45.600.000
	Biaya administrasi & umum		
	Biaya perlengkapan kantor	Rp 1.600.000	Rp 1.600.000
	Biaya telepon	Rp 7.680.000	Rp 7.680.000
	Biaya peny & amortisasi	Rp 23.443.000	Rp 23.443.000
	Biaya gaji direktur	Rp 30.000.000	Rp 30.000.000
	Biaya gaji manajer produksi	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
	Biaya gaji manajer keuangan	Rp 24.000.000	Rp 24.000.000
	Total biaya operasional	Rp 242.462.000	Rp 242.462.000
5.	EBIT (3-4)	Rp 168.902.950	Rp 156.418.150
6.	Biaya bunga	Rp -	Rp -
7.	EBT (5-6)	Rp 168.902.950	Rp 156.418.150
8.	Pajak		

	Pajak pendapatan (1%)	Rp 1.689.030	Rp 1.564.182
	Pajak bangunan	Rp 756.960	Rp 756.960
	Total pajak	Rp 2.445.990	Rp 2.321.142
9.	EAT (7-8)	Rp 166.456.961	Rp 154.097.009

Sumber Data: Diolah

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab V maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Perbandingan harga jual seperti terlihat pada tabel 5.11 dan 5.12. Pada tahun 2014 harga jual menurut *cost plus pricing* terlihat lebih rendah yaitu pada jenis *paper box* kertas dan eceng gondok. Harga jual *paper box* kertas dan eceng gondok menurut perusahaan adalah sebesar Rp32.500 dan Rp42.500 sedangkan harga jual menurut *cost plus pricing* adalah sebesar Rp32.400 dan Rp37.300. Pada tahun 2015 harga jual menurut *cost plus pricing* terlihat lebih rendah dari harga jual perusahaan yaitu pada jenis *paper box* kertas, pandan, dan eceng gondok. Harga jual *paper box* kertas, pandan, dan eceng gondok menurut perusahaan adalah sebesar Rp35.000, Rp 45.000, dan 42.500 sedangkan harga jual menurut *cost plus pricing* adalah sebesar Rp34.200, Rp40.600, dan Rp39.600. Hal ini disebabkan karena perusahaan menetapkan persentase laba hanya berdasarkan perkiraan dan menjadikan biaya per unit sebagai biaya dasar untuk menetapkan harga jualnya.
2. Dampak perbedaan harga jual terhadap laba adalah bahwa laba berdasarkan pada tabel 5.13 dan 5.14. Pada tahun 2014 laba yang lebih besar adalah menurut perencanaan dengan menggunakan *cost plus pricing* yaitu sebesar Rp133.652.370 sedangkan menurut perusahaan laba sebesar Rp131.841.660. Pada tahun 2015 menurut

perencanaan dengan menggunakan *cost plus pricing* laba lebih kecil dari perusahaan. Menurut *cost plus pricing* adalah sebesar Rp154.097.009 sedangkan menurut perusahaan adalah sebesar Rp166.456.961. Pada *cost plus pricing* dengan presentase laba yang dikehendaki yaitu sebesar 13%. Seharusnya perusahaan menetapkan harga jual sebesar Rp34.200 pada *paper box* kertas tahun 2015 sedangkan harga jual yang selama ini ditetapkan perusahaan adalah sebesar Rp35.000. Hal ini akan berdampak pada besarnya biaya pajak pendapatan yang wajib dibayarkan oleh perusahaan seperti terlihat pada tabel 5.14.

6.2 Saran

1. Dalam menetapkan harga jual disarankan dengan menggunakan metode *cost plus pricing* yaitu memperhitungkan seluruh biaya baik biaya produksi maupun biaya operasional. Selain itu perusahaan juga dapat menentukan persentase laba yang dikehendaki dengan tepat sehingga menghasilkan harga jual yang tepat pula yaitu dengan memperhitungkan ROA (*Return On Assets*) dengan rumus EAT (*Earning After Tax*) atau laba setelah pajak dibagi dengan total aktiva.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, Bambang Supomo, Muhammad Syam Kusufi. 2014. *Akuntansi Manajemen*, Edisi Kedua, Cetakan Keempat. Yogyakarta: BPFÉ.
- Hery. 2015. *Analisis Kinerja Manajemen*. Jakarta: Grasindo
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro. Jakarta: Indeks.
- Mulyadi. 2010. *Akuntansi Biaya*, Edisi ke-5, Cetakan Sepuluh. Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.
- Pardede. 2005. *Manajemen Operasi dan Produksi*, Jilid 1. Yogyakarta: Andi.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Swastha, Basu. Ibnu Sukotjo. 2015. *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga Yogyakarta:Liberty.