

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DALAM KAITANNYA DENGAN
PROFITABILITAS PADA PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING
DI PROBOLINGGO**

SKRIPSI



Dijadikan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Istifadah

NIM : D1B1 95-305

S.
Klass
658.81
JST.
a.
21
ck

Termin : 23/4/01.
No. Induk : 102 235772

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2001**

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DALAM KAITANNYA DENGAN PROFITABILITAS
PADA PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING
DI PROBOLINGGO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Istifadah
N. I. M. : DIB 195-305
J u r u s a n : Manajemen

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar **S a r j a n a** dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua,



Tatang Ari G., M.Buss.Acc.Ph.D.

NIP. 131 960 488

Sekretaris,



Drs. Sudaryanto, MBA.

NIP. 131 960 495

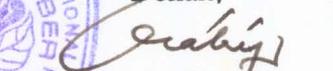
Anggota,



Drs. H. Noor Alie, SU.

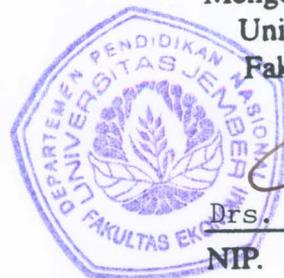
NIP. 130 345 928

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Drs. H. Liakip, SU.

NIP. 130 531 976



TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Kaitannya Dengan Profitabilitas
Pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

Nama : Istifadah

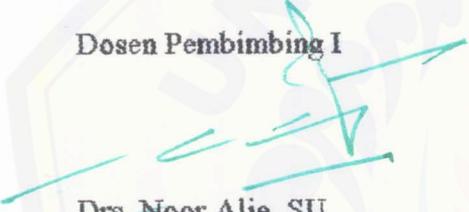
NIM : DIBI 95305

Tingkat : Sarjana

Jurusan : Manajemen

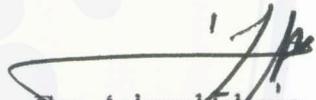
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing I



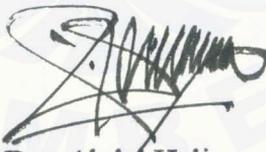
Drs. Noor Alie, SU
NIP. 130345929

Dosen Pembimbing II



Drs. Achmad Ichwan
NIP. 120781340

Ketua Jurusan



Drs. Abdul Halim
NIP. 130674838

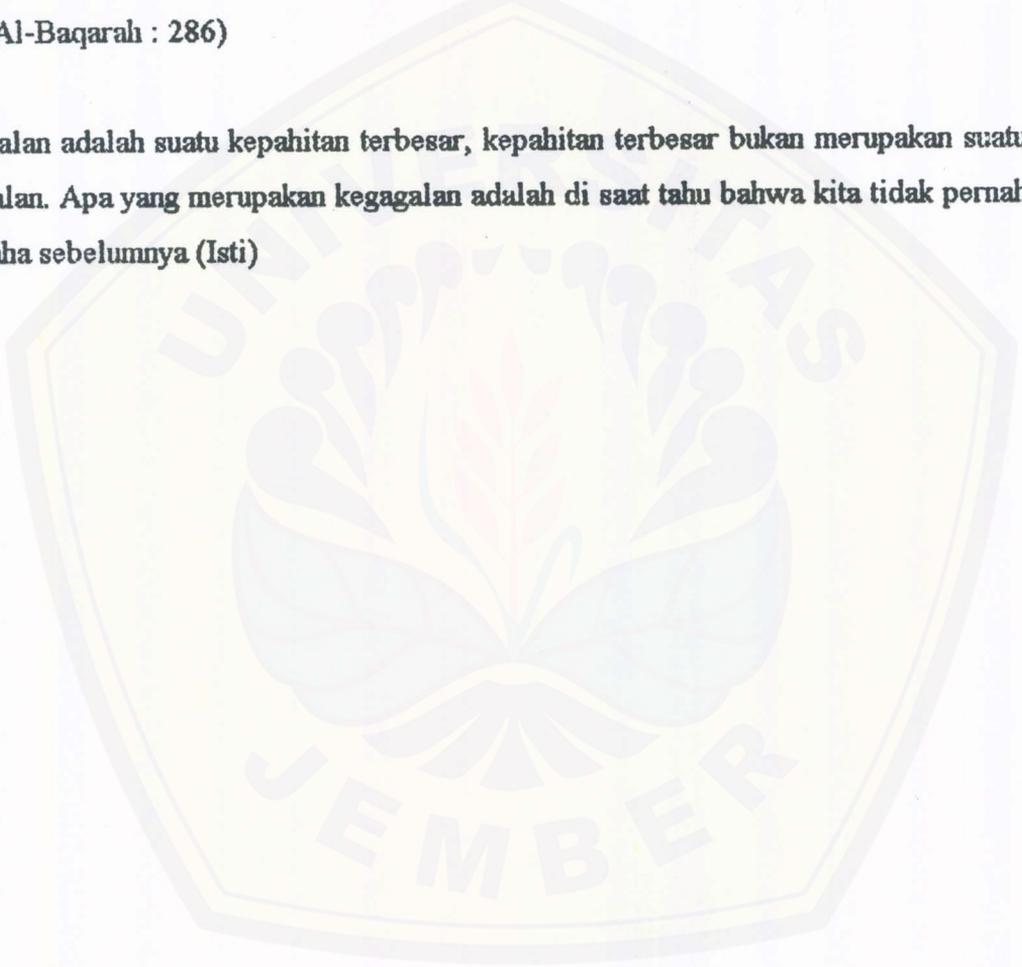
Tanggal persetujuan : Januari 2001

MOTTO :

Sesungguhnya sholatku, ibadahku, hidupku, dan matiku, hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta Alam (Q.S. Al-An'am : 162)

Allah tidak akan membebani seseorang, melainkan sesuai dengan kesanggupannya (Q.S. Al-Baqarah : 286)

Kegagalan adalah suatu kepehitan terbesar, kepehitan terbesar bukan merupakan suatu kegagalan. Apa yang merupakan kegagalan adalah di saat tahu bahwa kita tidak pernah berusaha sebelumnya (Isti)





Kupersembahkan untuk

Bapak Tohirin (Alm) Ibunda Siti Mulyah serta

Kakak-kakak, yang nanda hormati dan sayangi

ABSTRAKSI

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode studi kasus, dimana penelaahannya secara intensif, mendetail dan komprehensif. Penelitian ini dilakukan pada PT. Industri Sandang Simping di Probolinggo dengan judul "Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Kaitannya Dengan Profitabilitas Pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan harga jual setiap jenis produk semester I tahun 2000 serta untuk mengetahui besarnya tingkat profitabilitas dari harga jual tersebut.

Penggunaan data historis mulai semester II tahun 1997 sampai dengan semester II tahun 1999 tentang penjualan, dan biaya-biaya yang termasuk dalam biaya produksi langsung ini dapat memberikan gambaran untuk menentukan harga yang cepat pada masing-masing produk yang dihasilkan.

Analisa *Contribution Margin Ratio* dan *Operating Ratio* dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui berapa profitabilitas yang dihasilkan menurut harga analisis dan kemudian dibandingkan dengan *Contribution Margin Ratio* dan *Operating Ratio* menurut harga perusahaan sehingga dapat diketahui harga mana yang menghasilkan profitabilitas yang lebih tinggi.

Dari hasil analisa yang telah dipergunakan dalam penelitian dapat diketahui bahwa harga analisis menghasilkan profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga perusahaan. Hal ini dapat diketahui dari *Contribution Margin Ratio* yang lebih tinggi dan *Operating Ratio* yang lebih rendah.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada satu-satunya uswah dan panutan Nabiullah Muhammad SAW yang telah membawa risalah kebenaran mengajak manusia kepada kemuliaan serta derajat yang tertinggi.

Selama pembuatan hingga terselesaikannya skripsi penulis telah banyak mendapat bantuan moril maupun materiil dan bimbingan serta saran-saran yang tak terhingga nilainya. Sudah selayaknya penulis menyampaikan banyak terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Drs. Noor Alie, SU, selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan kemudahan dalam penyusunan skripsi.
2. Bapak Drs. Achmad Ichwan, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan perhatiannya dalam memberikan saran serta bimbingan sampai terselesaikannya skripsi.
3. Bapak Drs. Liakip selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember beserta staff pengajar dan karyawan.
4. Bapak Drs. Nurdin selaku staff personalia PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo beserta staff dan karyawannya yang telah banyak membantu dan memberikan ijin kepada penulis dalam mengadakan penelitian.
5. Ibunda (Siti Mulyah) yang nanda cintai dan hormati yang tiada hentinya berdoa demi kesuksesan cita-cita nanda serta limpahan kasih sayangnya. Dan untuk bapak (almarhum), yang nanda sangat cintai, hormati dan rindukan semoga mendapat tempat yang lapang di sisi Allah SWT.

6. Keluarga besarku tersayang Mbak Rofi' dan Mas Ismail, Mas Ali dan Mbak Elly, Mbak Rochah dan Mas Endro, hanya Allah yang dapat membalas semua jasa dan pengorbanan yang telah Mas dan Mbak berikan, tak lupa keponakan kecilku tersayang Luqman, Fatchur dan Rosi. Semoga kelak menjadi umat yang sholeh.
7. Sahabatku, Ariesta, Dieta, Shanty, Emy, Sri dan teman-teman di Gang Kelinci 12, terima kasih atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.
8. Teman-temanku Ani, Eni, Dina, Yopi, Lilik, Inunk, dan semua yang tergabung dalam Omega '95 yang baik hati, baik budi dan kekompakkannya selama ini.
9. Saudara-saudara seiman dan seagama, teruskan perjuangan dan semoga Allah selalu meridloi aktivitas kita.
10. Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu-persatu.

Kepada mereka semoga Allah SWT melipatkan gandakan balasan amal sholehnya. Jazakumullah Khoiron Katsiirro.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis mengharapkan mudah-mudahan skripsi ini akan bermanfaat bagi pembaca. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk dan kebenaran kepada kita. Amiin

Wakafa billahi wakila

wkafa billahi Syahida

Jember, Januari 2001

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHNAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Terminologi	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Tinjauan Hasil Penelitian sebelumnya	5
2.2. Landasan Teori	5
2.2.1. Pengertian Harga Jual	5
2.2.2. Tujuan Penetapan Harga Jual	6
2.2.3. Prosedur Penetapan Harga Jual	7
2.2.4. Pentingnya Keputusan Harga Jual	9
2.2.5. Teori Ekonomi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual	10
2.2.6. Unsur-unsur yang diperlukan dalam Penentuan Harga Jual	13

2.2.7. Macam-macam Penentuan Harga Jual	15
2.2.8. Ramalan Penjualan	19
2.2.9. Persediaan	22
2.2.10. Anggaran Produksi	24
2.2.11. Analisa Perilaku Biaya	24
2.2.12. Analisa Profitabilitas Produk.....	27
III. METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian	29
3.2. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data	29
3.3. Analisis Data	30
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	33
4.1.2. Lokasi Perusahaan	34
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	35
4.1.4. Personalia	40
4.1.5. Aktivitas Prod uksi	49
4.1.6. Harga Jual, Volume Penjualan, Hasil Penjualan Dan Persediaan Barang Jadi	50
4.2. Analisa Data	52
4.3. Pembahasan	61
V. SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Simpulan	62
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1. Jenis dan Jumlah Tenaga Kerja Periode Semester II 1997 - Semester 1999	41
4.2. Perkembangan Upah Tenaga Kerja Langsung Periode Semester II 1997 - Semester II 1999.....	42
4.3. Perkembangan Harga Bahan Baku Periode Semester II 1997 - Semester 1999	43
4.4. Sandart Persentase Pemakaian Bahan Baku	44
4.5. Perkembangan Harga Bahan Penolong Periode Semester II 1997 - Semester 1999	44
4.6. Standart Persentase Pemakaian Bahan Penolong	45
4.7. Volume Produksi Menurut Jenis Sarung Periode Semester II 1997- Semester 1999	49
4.8. Perkembangan Harga Jual Menurut Jenis Sarung Periode Semester II 1997 - Semester 1999	51
4.9. Volume Penjualan Menurut Jenis Sarung Periode Semester II 1997- Semester 1999	51
4.10. Persediaan Barang Jadi Periode Semester II 1997 - Semester I 1999 ...	52
4.11. Volume Penjualan Periode Semester I Tahun 2000	52
4.12. Persediaan Akhir Semester I Tahun 2000	53
4.13. Rencana Produksi Semester I Tahun 2000	53
4.14. Hasil Pemisahan Biaya Semivariabel Semester I Tahun 2000	55
4.15. Biaya Bahan Baku Semester I Tahun 2000	56
4.16. Biaya Bahan Penolong Semester I Tahun 2000	56
4.17. Upah Tenaga Kerja Langsung Semester I Tahun 2000	57
4.18. Jenis-jenis Biaya Semester I Tahun 2000	58
4.19. Harga Jual Sarung Semester I Tahun 2000	59
4.20. Hasil Perhitungan CMR dan OR Semester I Tahun 2000	60

DAFTAR GAMBAR

1. Struktur Organisasi PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo	36
2. Proses Produksi Sandang pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

1. Ramalan Penjualan Sarung Kamaran, Kenari, Kerang Simping Semester I Tahun 2000
2. Perhitungan Persediaan Akhir Sarung Kamaran, Kenari, Kerang Simping Semester I Tahun 2000.
3. Rencana Produksi Sarung Kamaran, Kenari, dan Kerang Simping Semester I Tahun 2000.
4. Pemisahan Biaya-biaya Semivariabel ke Dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Semester I Tahun 2000
5. Ramalan Harga Bahan Baku Periode Semester I Tahun 2000
6. Perhitungan Biaya Bahan Baku Semester I Tahun 2000
7. Ramalan Harga Bahan Penolong Semester I Tahun 2000
8. Perhitungan Biaya Bahan Penolong Semester I Tahun 2000
9. Ramalan Upah Tenaga Kerja Langsung Semester I Tahun 2000
10. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung Semester I Tahun 2000
11. Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Perjenis Produk Semester I Tahun 2000.
12. Alokasi Biaya Produksi dan Komersial Variabel Perlembar Semester I Tahun 2000.
13. Penjualan, Harga Pokok Penjualan, dan Laba yang Diinginkan Perusahaan Semester II 1997 - Semester II 1999.
14. Penentuan Harga Jual Perjenis Sarung Perlembar Semester I Tahun 2000.
15. Perhitungan CMR dan OR Berdasarkan Harga Analisis Semester I Tahun 2000.
16. Perhitungan CMR dan OR Berdasarkan Harga Perusahaan Semester I Tahun 2000.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sasaran utama pembangunan jangka panjang adalah terciptanya landasan yang kuat bagi bangsa Indonesia untuk menuju masyarakat yang adil dan makmur. Untuk mencapai tujuan tersebut pembangunan nasional dijalankan secara berencana dan bertahap dengan titik berat di sektor ekonomi untuk menuju struktur ekonomi yang seimbang, yaitu antara bidang pembangunan dan bidang industri serta terpenuhinya kebutuhan pokok rakyat. Pembangunan sektor industri ditingkatkan dan diarahkan agar menjadi penggerak utama perekonomian negara yang efisien sehingga menghasilkan barang yang semakin bermutu dan berdaya saing tinggi.

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin membaik, memberi peluang dunia usaha untuk tumbuh dan berkembang. Kondisi seperti ini menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif diantara perusahaan-perusahaan yang ada, dimana masing-masing menawarkan produk dengan kelebihanannya masing-masing pada konsumen. Hal ini mendorong suatu perusahaan untuk dapat bekerja secara efektif dan efisien. Sehingga perusahaan mempunyai kesempatan dalam memperoleh keuntungan dan mempertahankannya atau bahkan meningkatkannya untuk jangka waktu yang lama agar dapat menunjang kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang. Dalam usahanya untuk mencapai tujuan tersebut, sangatlah tergantung pada kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan-kesempatan yang ada sekarang maupun yang akan datang.

Indikator yang sering digunakan untuk menilai berhasil tidaknya manajemen perusahaan adalah keuntungan yang diperoleh dari hasil aplikasinya. Keuntungan itu sendiri dipengaruhi oleh harga jual produk, biaya produk serta volume penjualan. Dalam mempertahankan posisi pasar, salah satu kebijaksanaan yang penting yang harus diambil oleh perusahaan adalah penetapan harga jual yang tepat. Keputusan tentang penetapan harga harus dievaluasi berulang-ulang karena pada dasarnya banyak faktor

yang mempengaruhi kebijaksanaan ini, baik itu faktor dari dalam perusahaan seperti tingkat persaingan, luas daerah pemasaran, selera konsumen terhadap produk, peraturan pemerintah dan lain sebagainya. Oleh karena itu masalah harga jual dimaksudkan untuk mencari dan menetapkan standart harga yang sesuai dengan kemampuan.

Pihak manajemen dalam strategi penetapan harga harus menetapkan terlebih dahulu tujuan penetapannya. Apakah penetapan harga ditujukan untuk meningkatkan penjualan, mempertahankan dan memperbaiki *market share*, stabilitas harga, mencapai target pengembalian investasi atau mencapai keuntungan maksimal. Dengan mengetahui tujuan penetapannya pihak manajer dapat langsung menuju ke inti manajemen harga, yaitu menentukan harga dasar sebuah produk. Harga dasar adalah merupakan harga per satu unit produk yang telah ditetapkan setelah produk diperoleh.

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen dalam proses penetapan harga antara lain permintaan produk, target pangsa pasar, reaksi pesaing, penggunaan strategi penetapan harga dan biaya untuk memproduksi. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut diharapkan pihak manajemen dapat menetapkan harga dengan tepat yang memberikan keuntungan seperti yang diharapkan oleh perusahaan.

1.2. Perumusan Masalah

PT. Industri Sandang Simping yang berlokasi di Probolinggo adalah perusahaan yang bergerak di bidang pertekstilan yang menghasilkan produk berupa sarung tenun. Ada tiga jenis sarung yang dihasilkannya oleh PT. Industri Sandang Simping ini dengan kualitas yang berbeda-beda yaitu : Kamaran, Kenari dan Kerang Simping. Selama ini perusahaan mengalami persaingan yang sangat ketat untuk mempertahankan posisi pasarnya dalam usaha mencapai laba yang diharapkan. Dalam perkembangannya produk seringkali dihadapkan pada suatu permasalahan yang tidak kalah pentingnya dengan masalah lainnya, yaitu :

1. Bagaimana pengambilan keputusan dalam menentukan harga jual yang tepat untuk menghindari masalah keuangan perusahaan.
2. Apakah harga jual yang telah ditentukan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Bertitik tolak pada masalah tersebut maka skripsi ini diberi judul “Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Kaitannya Dengan Profitabilitas Pada PT. Industri Sandang Simpung di Probolinggo”.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Menentukan harga jual pada masing-masing jenis produk semester II tahun 2000.
2. Untuk mengetahui besarnya tingkat profitabilitas perusahaan semester II tahun 2000

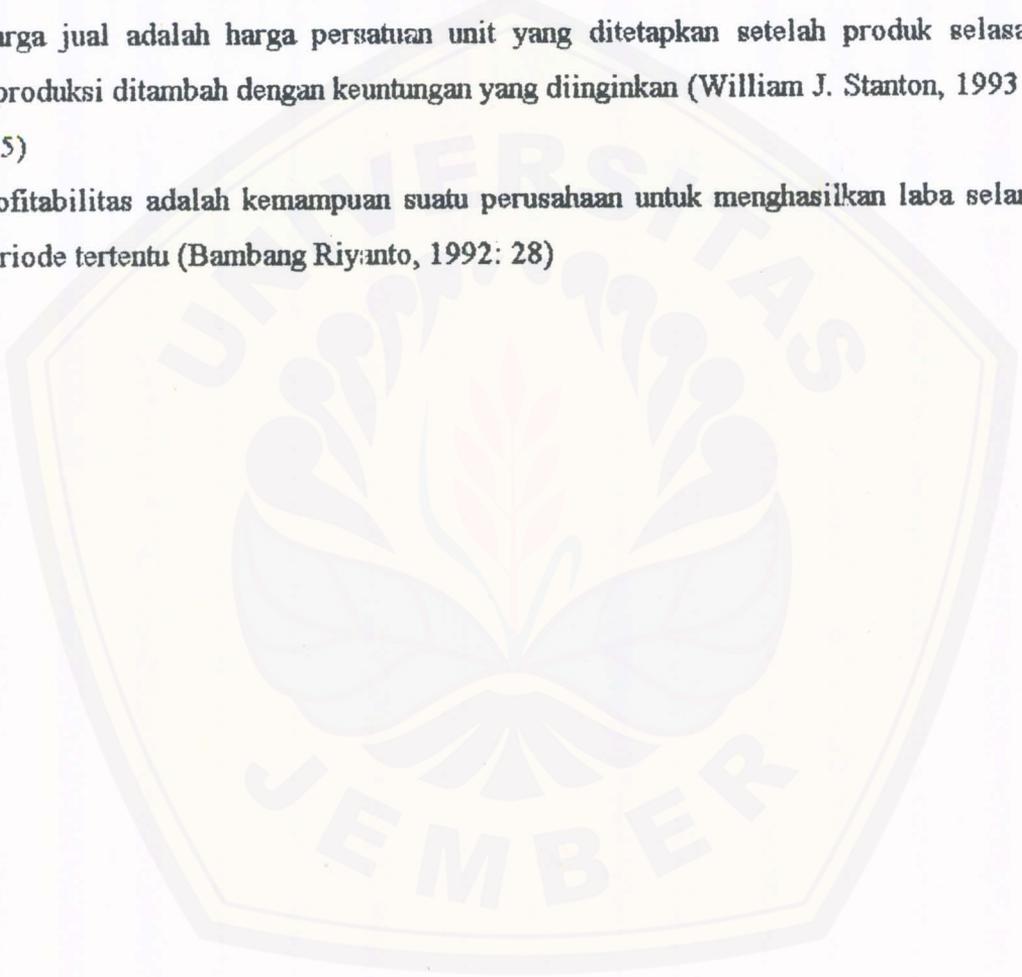
1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan dengan adanya penelitian ini dapat memperoleh masukan sebagai bahan pemikiran dan pertimbangan pihak manajemen dalam menentukan harga jual produk yang tepat sehingga dapat mencapai tingkat profitabilitas yang diharapkan.
2. Bagi penulis, melalui penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang lebih mendalam tentang penentuan harga jual.
3. Bagi pihak lain, dengan penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan dan pertimbangan dalam menulis karya ilmiah dengan penelitian yang serupa.

1.5. Terminologi

Untuk menghindari salah pengertian dan pemahaman dari istilah yang ada hubungannya dengan judul maka terminologinya adalah sebagai berikut :

1. Analisis adalah suatu penilaian atau studi yang mendalam tentang suatu masalah atau keadaan tertentu untuk menentukan pentingnya masalah tersebut (Mulyadi, 1993: 69)
2. Harga jual adalah harga persatuan unit yang ditetapkan setelah produk selesai diproduksi ditambah dengan keuntungan yang diinginkan (William J. Stanton, 1993 : 315)
3. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Bambang Riyanto, 1992: 28)



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian mengenai analisis penentuan harga jual dalam kaitannya dengan tingkat profitabilitas pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yang mana penelitian ini mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk menentukan harga yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penelitian tersebut adalah :

1. Ari wicaksono (1999) dengan judul skripsi penentuan harga jual dengan metode Direct Cost Price dalam usaha meningkatkan profitabilitas pada perusahaan sepatu sempurna di magetan berpendapat
 - a. Dengan menggunakan metode *Direct Cost Price*, maka penetapan harga jual perpasang tiap model sepatu untuk tahun 1999 mengalami kenaikan sebesar 2,13% untuk sepatu model VR, untuk sepatu model VT mengalami kenaikan harga jual sebesar 2,08% dan untuk sepatu model BT mengalami kenaikan sebesar 2,06%. Sedangkan untuk sepatu model BP mengalami kenaikan sebesar 3,3%
 - b. Tingkat profitabilitas dari tiap model sepatu dengan harga jual yang telah ditetapkan pada tahun 1999 berdasarkan analisa : *Gross Profit Margin Ratio* sepatu model VR mengalami kenaikan sebesar 1,9% , Model VT mengalami kenaikan sebesar 3,3%, model BT mengalami kenaikan sebesar 2,2% dan model BP mengalami kenaikan sebesar 2,9%. Dengan adanya kenaikan *Gross Profit Margin Ratio* tersebut berarti semakin besar kemungkinan perusahaan dalam menghasilkan laba yang diharapkan pada tahun 1999.
2. Palupi Indriasari (1999) dengan judul : Analisa Penentuan Harga Jual dalam kaitannya dengan Tingkat Profitabilitas pada PT. Bokor Mas Mojokerto berpendapat:
 - a. Dengan menggunakan metode *Direct Cost Pricing*, maka penetapan harga jual Rokok Sarutomo Merah mengalami kenaikan sebesar 0,044%, Sedangkan harga jual Rokok Sarutomo Hijau mengalami kenaikan sebesar 0,047%. Kenaikan dari kedua jenis rokok ini disebabkan oleh adanya kenaikan biaya-biaya baik biaya tetap maupun biaya variabel.
 - b. Tingkat Profitabilitas dari tiap-tiap jenis rokok pada harga jual yang telah ditetapkan pada tahun 1999 berdasarkan dua macam analisis yaitu :
 1. *Contribution Margin Ratio*

Bahwa *contribution margin ratio* berdasarkan harga analisis untuk rokok Sarutomo merah sebesar 1,17% sedangkan *contribution margin ratio* berdasarkan harga perusahaan adalah sebesar 0,81%. Untuk rokok Sarutomo hijau *Contribution Margin Ratio* berdasarkan harga analisis adalah sebesar 1,13%. Sedangkan *contribution margin ratio* berdasarkan harga perusahaan adalah sebesar 0,30%.

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat harga jual produk yang sesuai dengan hasil analisis akan terjadi peningkatan profitabilitas usaha.

2. *Operating Ratio*

Menurut hasil analisis, *operating ratio* berdasarkan analisis untuk Rokok Sarutomo Merah mengalami penurunan sebesar 0,014%. Begitu juga dengan Rokok Sarutomo Hijau mengalami penurunan *Operating Ratio* sebesar 0,001%. Hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga jual analisis yang mengakibatkan terjadinya penurunan beban biaya operasi setiap rupiah penjualannya sehingga secara otomatis akan berdampak positif pada tingkat profitabilitas yang akan diperoleh oleh perusahaan.

Persamaan dari kedua hasil penelitian diatas adalah:

1. Tema yang diambil, yaitu sama-sama bertema "Penentuan Harga Jual Dalam Kaitannya Dengan Profitabilitas".
2. Tujuan penelitian adalah untuk menentukan harga jual yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.
3. Metode penentuan harga jual yang digunakan, yaitu kedua penelitian tersebut sama-sama menggunakan metode *Direct Cost Pricing* yang didasarkan pada biaya-biaya variabel.

Pembedaan dari kedua hasil penelitian diatas adalah :

1. Obyek yang diteliti, yaitu penelitian yang pertama obyeknya adalah sepatu pada Perusahaan Sepatu Sempurna di Magetan, Sedangkan penelitian yang kedua obyeknya adalah rokok pada Perusahaan Rokok Bokor Mas di Mojokerto.
2. Analisa Profitabilitas yang digunakan, yaitu penelitian pertama menggunakan analisa *Gross Profit Margin Ratio* sedangkan penelitian yang kedua menggunakan analisa *Contribution Margin Ratio* dan *Operating Ratio*.
3. Data yang digunakan, yaitu penelitian pertama menggunakan data historis semesteran mulai dari semester II tahun 1996 sampai dengan semester II tahun 1998, sedangkan penelitian kedua menggunakan data historis tahunan tahun 1994 sampai tahun 1998.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Pengertian Harga Jual

Harga nilai dan faedah dalam teori ekonomi merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. Faedah adalah merupakan atribut barang yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam proses pertukaran. Untuk mengukur nilai suatu barang kita menggunakan uang, dan istilah yang dipakai adalah harga, jadi harga ialah nilai yang dinyatakan dalam rupiah, sedangkan pengertian harga itu berarti adalah sebagai berikut :

Harga adalah sejumlah uang (ditambah bebarapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Basu Swastha, 1997 : 241).

Melihat pada definisi tersebut diatas kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual juga keuntungan yang diinginkan oleh penjual sama artinya dengan definisi yang dikemukakan oleh (William J. Stanton; Y Lamarto : 1993 : 315)

"Harga jual adalah harga persatuan unit produk yang ditetapkan setelah produk selesai diproduksi ditambah dengan prosentase keuntungan yang diinginkan"

2.2.2. Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut Basu Swastha (1990:242) Perusahaan dalam menetapkan harga jual pada umumnya mempunyai beberapa tujuan, antara lain :

1) Mendapatkan laba maksimum

Terjadinya barang dalam praktek memang ditentukan oleh penjual atau pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi, dengan demikian penjual berharap untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada.

2) Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjual bersih.

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalian investasi

hanya bisa diambil dari laba yang diperoleh perusahaan, dan laba hanya bisa diperoleh bilamana harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.

3) Mencegah atau mengurangi persaingan

Hal ini dapat diketahui bilamana penjual menawarkan barang dengan harga yang sama, sehingga dapat diantisipasi oleh perusahaan dengan cara menetapkan harga yang sama, di atas ataupun dibawah harga pesaing sesuai dengan keadaan yang ada.

4) Mempertahankan atau memperbaiki *market share*.

Dengan harga jual perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan memberikan *market share* disesuaikan dengan keadaan yang ada.

2.2.3. Prosedur Penetapan Harga Jual

Prosedur penentuan harga jual adalah tahapan-tahapan dari penentuan harga jual yang harus dilalui oleh perusahaan. Adapun tahapan-tahapan tersebut menurut Basu Swastha (1990:247) antara lain :

1) Mengestimasi permintaan untuk barang tersebut.

Penjual pada tahap ini membuat estimasi permintaan barang secara total. Pengestimasi permintaan tersebut dapat dilakukan dengan cara :

a) Menentukan harga yang diharapkan (*Expected Value*), yaitu harga yang diharapkan dapat diterima oleh konsumen, dan hal ini dapat ditentukan dengan perkiraan.

b) Mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga.

Hal ini menyangkut pula tentang masalah elastisitas permintaan suatu barang. Barang yang mempunyai permintaan elastis biasanya akan diberi harga lebih rendah dari pada barang yang mempunyai permintaan inelastis.

2) Mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan

Kondisi persaingan sangatlah dipengaruhi kebijaksanaan permintaan harga jual bagi perusahaan atau penjual, oleh karena itu penjual perlu mengetahui reaksi pesaing yang terjadi di pasar serta penyebabnya. Adapun sumber-sumber persaingan yang ada dapat berasal dari :

a) Barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain.

b) Barang-barang lain yang dibuat oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen.

3) Menentukan *market share* yang dapat diharapkan.

Perusahaan yang agresif selalu menginginkan *market share* yang lebih luas - *Market share* yang diharapkan tersebut akan dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi dan mudahnya memasuki persaingan.

4) Memilih strategi harga untuk mencapai rendahnya memasuki target pasar.

Dalam hal ini perusahaan dapat memilih diantara dua macam strategi harga yang dianggap paling ekstrim, yaitu :

a) *Skim The Cream Pricing*

Skim the Cream pricing atau *skimming pricing* merupakan strategi penetapan harga yang setinggi-tingginya. Harga yang tinggi tersebut dimaksudkan untuk menutup biaya penelitian, pengembangan dari promosi. Strategi ini sesuai untuk barang-barang baru sebab :

1. Pada tahap permulaan, permintaan masih sangat in elastis karena saingan masih sangat sedikit.
2. Dapat membagi pasar berdasarkan tingkat penghasilan, yaitu menjual barang baru tersebut pada segmen pasar yang berpenghasilan tinggi.
3. Dapat pula berfungsi untuk berjaga-jaga terhadap kekeliruan dalam penetapan harga jual.
4. Harga perkenalan yang tinggi dapat memberikan penghasilan dan laba yang tinggi pula.
5. Harga yang tinggi dapat dipakai untuk membatasi permintaan terhadap batas-batas kapasitas produksi dalam perusahaan.

b) *Penetration Pricing*

Penetration pricing merupakan strategi penetapan harga yang serendah-rendahnya, yang bertujuan untuk mencapai volume penjualan sebesar-besarnya dalam waktu yang relatif singkat.

5) Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

Tahap selanjutnya dalam proses penetapan harga jual adalah mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat pada harga, sistem distribusi, program promosinya, perusahaan tidak dapat menentukan harga suatu barang tanpa mempertimbangkan barang lain yang dijualnya. Demikian pula dalam saluran distribusinya, harus diperhatikan ada atau tidaknya penyalur yang juga menerima sebagian dari harga jual. Bilamana tanggung jawab promosi dilimpahkan pada penyalur maka margin yang akan diterima oleh produsen akan semakin tinggi.

2.2.4. Pentingnya Keputusan Harga Jual

Penentuan harga jual berhubungan dengan :

1) Kebijakanaksanaan penentuan harga jual (*Pricing Policies*)

Kebijakanaksanaan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakanaksanaan tersebut tidak menentukan harga jual namun merupakan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual.

2) Keputusan harga jual (*Pricing decisions*)

Keputusan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini dipengaruhi oleh kebijakanaksanaan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas tujuan organisasi.

Keputusan penentuan harga jual biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan baik eksternal maupun internal. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang harus dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau malahan biaya masa depan (*future cost*). Kondisi pasar, reaksi pesaing, laba yang diharapkan dan sebagainya. Dalam jangka panjang harga jual yang ditentukan harus dapat menghasilkan pendapatan masa depan yang cukup untuk menutup semua biaya dan mencapai laba masa depan yang diinginkan.

Banyak faktor yang saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap harga jual sehingga perlu dipertimbangkan di dalam penentuan harga jual. Faktor-faktor tersebut antara lain (R.A Supriyono, 1991 : 332) :

- 1) Tujuan perusahaan khususnya laba yang diharapkan.
- 2) Biaya, khususnya biaya masa depan.
- 3) Pendapatan yang diharapkan
- 4) Jenis produk atau jasa yang dijual.
- 5) Jenis industri
- 6) Citra atau kesan masyarakat.
- 7) Pengaruh pemerintah, khususnya undang-undang yang berlaku.
- 8) Tindakan atau reaksi pesaing.
- 9) Tipe pasar yang dihadapi.
- 10) Trend ekonomi.
- 11) Gaya manajemen
- 12) Tujuan non laba.
- 13) Tanggung jawab sosial perusahaan.

2.2.5. Teori Ekonomi Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual

Teori ekonomi menurut garis besar kerangka kerja konseptual yang dapat membantu para manager dalam penentuan harga jual. Sebagian besar teori ekonomi mikro membahas mengenai persoalan harga. Teori ekonomi mikro menyatakan bahwa harga jual yang paling baik adalah harga jual yang menghasilkan perbedaan paling besar antara total pendapatan dan total biaya. Pada model ekonomi, harga jual disusun berdasarkan tipe pasar yang dihadapi oleh perusahaan. Beberapa tipe pasar yang penting menurut R.A Supriyono (1991:336) adalah sebagai berikut:

1) Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a) Menurut pendapat pembeli, barang atau jasa yang dijual sifatnya harus homogen, yang berarti bahwa harga yang dijual oleh satu orang penjual sama dengan barang yang dijual oleh penjual lainnya.
- b) Baik penjual atau pembeli tidak mampu mempengaruhi harga pasar barang dan jasa dengan tindakannya secara individual.
- c) Terdapat kebebasan untuk keluar masuk pasar, yang berarti bahwa penjual dan pembeli bebas keluar masuk pasar setiap saat untuk menawarkan barang dan jasa atau membelanjakan sumber-sumber yang dimiliki.
- d) Pembeli, penjual dan pemilik sumber harus memiliki informasi yang sempurna mengenai harga pasar dan biaya.

Di dalam pasar persaingan sempurna banyak barang atau jasa yang diperdagangkan. Pengaruh persaingan sempurna terhadap penentuan harga jual barang atau jasa adalah sebagai berikut :

- a) Harga ditentukan oleh penawaran dan permintaan.
- b) Semakin tinggi harga jual maka semakin banyak barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.
- c) Semakin rendah harga jual semakin banyak barang atau jasa yang diminta oleh konsumen.

2) Pasar persaingan monopolistik

Pasar persaingan monopolistik, setiap penjual mencoba untuk membuat produknya berbeda dengan produk yang dijual oleh penjual lainnya. Adapun karakteristik pasar persaingan monopolistik adalah sebagai berikut :

- a) Terdapat penjual yang serupa, namun produk yang dijual berbeda.

- b) Kemungkinan terdapat differenciasi harga namun tidak ada penjual secara individual yang mempengaruhi secara nyata terhadap produk yang serupa.
- c) Kemungkinan terjadi suatu rentang harga dalam pasar persaingan monopolistik.
- d) Jika harga yang ditentukan lebih tinggi dibandingkan dengan produk pesaing, kemungkinan perusahaan tersebut kehilangan pelanggan.
- e) Penurunan harga mungkin dapat menambah pelanggan atau jumlah yang dijual.

3) Pasar monopoli

Pasar hanya terdapat satu produsen yang melayani permintaan barang atau jasa, maka produsen tersebut memegang kendali harga barang atau jasa yang bersangkutan. Pada pasar monopoli terdapat pemasok tunggal dan tidak ada persaingan. Karakteristik pasar monopoli adalah :

- a) Pemegang monopoli dalam suatu negara biasanya menghadapi pembatasan-pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah.
- b) Perusahaan monopoli biasanya berusaha dalam bidang usaha yang menguasai hajat hidup masyarakat.

Pemegang monopoli tidak bebas menentukan harga jual produk atau jasanya. Jika harga jual yang ditentukan terlalu tinggi, maka permintaan terhadap produk tersebut berkurang dan jika barang atau jasa tersebut merupakan kebutuhan pokok masyarakat, maka umumnya pemerintah akan berusaha mengembalikan harga atau jasa tersebut ke arah harga yang wajar.

4) Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli terdapat beberapa penjual yang cukup besar untuk mempengaruhi harga pasar. Pada pasar ini terdapat pemimpin harga (*price leader*) dan pengikut harga (*price follower*). Masalah yang dihadapi pemimpin harga adalah bagaimana menentukan harga jual agar memperoleh laba maksimal dan agar harga tersebut juga diikuti pengikut harga. Karakteristik pasar oligopoli adalah sebagai berikut :

- a. Hanya terdapat beberapa produsen besar yang saling bersaing pada pasar tersebut dan sangat mempengaruhi pasar karena mereka saling tergantung satu sama lain. Sebuah produsen dapat mengubah harga jual produknya naik atau turun, tetapi tindakan itu akan dengan mudah diketahui produsen lain
- b. Dalam pasar oligopoli perubahan harga yang dilakukan oleh satu produsen mungkin akan diikuti oleh lainnya. Contoh jika sebuah produsen menaikkan harga, produsen lain mungkin akan memilih bertahan pada harga jual lama dengan

harapan akan menerima konsumen baru yang pindah dari produsen yang menaikkan harga tersebut. Jika sebuah produsen menurunkan harga, produsen lain mungkin akan ikut-ikutan menurunkan harga supaya tidak kehilangan konsumen

2.2.6. Unsur-unsur Yang Diperlukan Dalam Penentuan Harga Jual

Perhitungan untuk menentukan harga jual ada beberapa unsur yang akan dipakai. Adapun unsur-unsur tersebut antara lain :

Penggolongan biaya produksi dari komersial merupakan biaya yang terjadi karena kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuannya sehingga merupakan pengeluaran keseluruhan dari awal sampai akhir kegiatan dan terjadi pada satu periode. Adapun jenis-jenis biaya produksi dan biaya komersial agar lebih jelas diuraikan sebagai berikut : (R.A. Supriyono, 1991:93)

1) Elemen biaya produksi

a) Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah harga perolehan berbagai macam bahan baku yang dipakai di dalam kegiatan pengolahan produk dan pemakaiannya dapat diidentifikasi. Bahan dapat digolongkan ke dalam bahan baku dari bahan penolong, tetapi untuk pemakaian bahan penolong dalam pembuatan produk, perhitungan biayanya diperlukan sebagai elemen biaya overhead pabrik sebab biaya itu tidak dapat diidentifikasi jejak manfaatnya pada produk yang dihasilkan.

b) Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja perlu dibahas apa yang dimaksud dengan tenaga kerja. Tenaga kerja adalah semua karyawan (digolongkan sesuai dengan fungsi di mana di bekerja) perusahaan yang memberikan jasa kepada perusahaan.

Pengalokasian biaya tenaga kerja menurut fungsinya digolongkan menjadi :

1. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja yang jejak manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan.

2. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya tenaga kerja yang tidak dapat diikuti jejak manfaatnya pada produk yang dihasilkan, biaya itu diperlakukan sebagai biaya overhead pabrik.

c) Biaya overhead pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja yang elemen-elemennya dapat digolongkan ke dalam :

1. biaya bahan penolong
2. biaya tenaga kerja tidak langsung
3. biaya dipresiasi dan amortisasi aktiva tetap pabrik.
4. biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik.
5. listrik dan air pabrik
6. biaya asuransi pabrik
7. biaya overhead pabrik lain-lain.

2). Elemen-elemen biaya komersial

a) Biaya pemasaran

Adalah meliputi semua biaya dalam rangka melaksanakan kegiatan pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang atau jasa perusahaan kepada para pembeli sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas sesuai dengan fungsi pemasaran. Biaya pemasaran digolongkan menjadi :

1. Biaya untuk menimbulkan pesanan, digolongkan lebih lanjut menjadi :
 - a. biaya fungsi promosi dan advertensi
 - b. biaya penjualan
2. Biaya untuk melayani pesanan, digolongkan lebih lanjut menjadi :
 - a. biaya fungsi penggudangan dan penyimpanan produk selesai.
 - b. biaya fungsi pengepakan dan pengiriman.
 - c. biaya fungsi pemberian kredit dan penagihan piutang.

b) Biaya administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum meliputi semua biaya dalam rangka melaksanakan fungsi administrasi dan umum yaitu biaya perencanaan, penentuan strategi,

kebijaksanaan, pengarahan dan pengendalian kegiatan agar berdaya guna dan berhasil guna. Biaya ini umumnya digolongkan lebih lanjut menjadi :

1. biaya direksi dan staf
2. biaya fungsi akuntan.
3. biaya fungsi keuangan.
4. biaya fungsi personalia.
5. biaya humas dan keamanan.
6. biaya administrasi dan umum lainnya.

2.2.7. Macam-macam Penentuan Harga Jual

Biaya produksi dan keuntungan usaha merupakan faktor utama penentuan harga, maka hal tersebut perlu dianalisa secara teliti dan cermat dari data-data tahun yang lalu guna diproyeksikan pada tahun yang akan datang.

Faktor yang terpenting dalam penentuan harga jual adalah besarnya biaya produksi dari pembuatan produk tersebut. Selain itu harga jual juga harus disesuaikan dengan jenis perusahaan, produk dan pasarnya. Adapun metode-metode yang bisa digunakan untuk menentukan tingkat harga jual menurut Mas'ud Machfoedz (1991:250) adalah sebagai berikut :

1) *Cost Plus Pricing*

Cost plus pricing adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dari memasarkan produk. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu :

a) *Full Costing*

Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur : Total biaya produksi (yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik variabel maupun tetap), total biaya komersial (yang terdiri dari biaya administrasi dan umum, biaya pemasaran).

b) *Variabel Costing*

Dalam pendekatan *variabel costing* , taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual adalah penjumlahan dari biaya variabel (yang terdiri

dari biaya produksi variabel, biaya administrasi dan umum variabel, biaya pemasaran variabel) dan biaya tetap (yang terdiri dari biaya produksi tetap, biaya administrasi dan umum tetap, biaya pemasaran tetap)

Jika dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik pendekatan *full costing* maupun *variabel costing*, biaya penuh dibagi menjadi dua yaitu biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *Mark up*.

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

Harga jual per unit = biaya variabel + persentase *mark up*

Persentase *mark up* dihitung dengan rumus :

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tetap}}{\text{Biaya variabel}}$$

Terdapat perbedaan konsep langsung dan tidak langsung biaya dengan volume antara metode *full costing* dengan metode *variabel costing*. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku per unit, biaya tenaga kerja langsung per unit dan biaya over head pabrik per unit. Sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan overhead adalah berupa biaya non produksi yang terdiri dari biaya administrasi dan umum serta biaya pemasaran.

Variabel costing memandang bahwa biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk adalah biaya variabel yang terdiri dari biaya bahan baku per unit, biaya tenaga kerja langsung per unit, biaya over-head pabrik per unit dan biaya administrasi umum variabel per unit, biaya pemasaran variabel per unit., sedangkan biaya-biaya yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya tetap

2) Penentuan Harga Jual dalam Cost-Type contract (Cost-Type contract Pricing)

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

3) Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Sebelum diuraikan tentang perhitungan harga jual pesanan khusus, perlu dijelaskan lebih dahulu pengertian pesanan khusus. Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan diluar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh konsumen berada dibawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar. Dalam keadaan seperti ini, yang perlu dipertimbangkan oleh manager penentu harga jual adalah :

- a) Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap. Jadi apabila pesanan reguler sudah mampu menutup biaya tetap maka pesanan khusus dapat dibebaskan dari kewajiban menutup biaya tetap. Apabila kapasitas produksi belum terpakai seluruhnya dan masih mampu untuk melayani pesanan khusus maka pesanan khusus diterima asalkan harganya masih diatas biaya variabel.
- b) Jika misalnya dengan penerimaan pesanan khusus, perusahaan diperkirakan tidak hanya akan mengeluarkan biaya variabel saja, namun memerlukan biaya tetap, karena harus beroperasi diatas kapasitas yang tersedia, maka harga jual pesanan khusus harus di atas biaya variabel ditambah dengan kenaikan biaya tetap karena pesanan khusus tersebut.

Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual.

Jika harga yang diminta oleh pemesan (harga jual pesanan khusus) lebih besar dari biaya diferensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan pesanan khusus tersebut, maka pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima. Biaya diferensial yang sebagai landasan penentuan harga jual pesanan khusus diperkirakan menyebabkan perubahan volume kegiatan melampaui kisar perubahan yang menjadikan biaya tetap bertambah.

4) Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang diatur dengan Peraturan Pemerintah

Produk dan jasa yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat luas seperti listrik, air, telpon dan telegraf, transportasi, dan jasa pos diatur dengan peraturan pemerintah. Harga jual produk dan jasa tersebut ditentukan berdasarkan biaya penuh masa yang akan datang ditambah dengan laba yang diharapkan.

Dalam penentuan harga jual normal, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual dihitung dengan menggunakan salah satu pendekatan : *full costing* atau *variabel costing*. Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja. Karena pendekatan *variabel costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

Untuk memungkinkan wakil rakyat menilai kewajaran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual diperlukan pedoman rinci unsur-unsur biaya produksi dan biaya non produksi yang diperhitungkan dalam biaya penuh dan pedoman cara pengukurannya masing-masing. Dengan demikian masyarakat akan terjamin untuk memperoleh produk dan pelayanan jasa pada harga yang diatur dengan peraturan pemerintah harus dapat dipertanggung jawabkan ditinjau dari segi perhitungan biaya penuh yang dipakai sebagai dasar perhitungannya dan kewajaran laba yang ditambahkan diatas biaya penuh tersebut. Informasi akuntansi penuh yang bermanfaat untuk penentuan harga jual produk atau jasa yang diatur dengan peraturan pemerintah terdiri dari biaya penuh masa yang akan datang yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau jasa dan aktiva penuh akan digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut.

2.2.8. Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan merupakan dasar untuk perencanaan, berkala dalam suatu perusahaan, oleh karena itu rencana yang lainnya praktis disusun berdasarkan atas ramalan penjualan. Hal ini disebabkan karena sumber utama keuangan perusahaan berasal dari penjualan barang dan jasa.

Ramalan penjualan adalah suatu pekerjaan atas ciri kuantitatif dan kualitatif termasuk harga dari perkembangan pasaran suatu produk yang diproduksi suatu perusahaan pada suatu jangka waktu tertentu di masa yang akan datang (Gunawan Adisaputra, 1992:147)

Ramalan penjualan ini akhirnya akan menggambarkan berapa penerimaan yang akan diterima sebagai akibat akan dilakukannya penjualan dimasa yang akan datang yaitu meliputi data jenis produk yang akan dijual, volume produk yang akan dijual, harga produk per unit dan daerah pemasaran atau penjualan. Ramalan penjualan merupakan pusat dari seluruh perencanaan perusahaan, sebab ramalan penjualan akan mempengaruhi bahkan menentukan keputusan dari kebijaksanaan yang diambil perusahaan. Misalnya, kebijaksanaan dalam perencanaan produksi, kebijaksanaan penggunaan mesin, rencana pemakaian tenaga kerja langsung dan sebagainya.

Berdasarkan ramalan penjualan ini pimpinan perusahaan dapat menentukan kebijaksanaan dalam penyusunan anggaran untuk menjalankan aktivitas-aktivitasnya di masa yang akan datang.

Pada umumnya ramalan penjualan menurut Gunawan Adisaputra (1992:148) dapat diketahui melalui tiga cara, yaitu :

a. Metode Ramalan Penjualan Berdasarkan Pendapat

Metode ini merupakan pengukuran ramalan penjualan secara kualitatif. Pendapat sebagai dasar melakukan ramalan penjualan hanya diambilkan dari hasil yang sifatnya kualitatif sehingga unsur-unsur subyektifitas tampak dominan dan kadang-kadang kurang obyektif.

Metode ramalan penjualan ini dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan kegiatan yang sifatnya belum dapat dijadikan sebagai ukuran. Hal ini disebabkan keraguan tentang kebenaran informasi yang ada, karena metode data-data yang bersifat kuantitatif (Gunawan Adisaputra, 1992 : 149). Metode ramalan penjualan berdasarkan pendapat ini terdiri dari :

- 1) Pendapat dari konsumen
- 2) Pendapat dari salesman
- 3) Pendapat dari manager cabang atau daerah penjualan
- 4) Pendapat para ahli

b. Metode Ramalan Penjualan Berdasarkan Perhitungan Statistik

Metode statistik ini diupayakan penekanan terhadap unsur subyektifitas seminimal mungkin. Ada beberapa metode yang digunakan, yaitu :

1). Analisa *Trend Linier* (Gunawan Adisaputra, 1993 : 158)

Trend adalah gerakan yang berjangka panjang, lamban dan seolah-olah alur ombak, cenderung menuju ke satu arah, menarik atau memurn, rata-rata penerapan garis *trend* tersebut dapat dilaksanakan secara bebas, setengah rata-rata atau secara matematika.

Secara bebas artinya bahwa garis *trend* yang dihasilkan dapat ditarik begitu saja berdasarkan pertimbangan masing-masing orang yang melakukannya, sehingga sifatnya secara subyektif dan kurang memenuhi syarat ilmiah.

Penerapan garis *trend* dengan setengah rata-rata dilakukan berdasarkan perhitungan melalui persamaan (Gunawan Adisaputra, 1993 : 151)

$$Y = a + bx$$

di mana :

a = Rata-rata kelompok I

$$b = \frac{x \text{ kelompok II} - x \text{ kelompok I}}{n}$$

n = jumlah tahun kelompok I dan II

x = jumlah tahun dihitung dari periode dasar

Garis *trend* yang diterapkan matematis dapat ditentukan melalui persamaan

$$Y = a + bx$$

di mana :

Y = besarnya nilai yang diramalkan

a = nilai trend pada periode dasar

b = tingkat perkembangan nilai yang diramalkan

x = unit tahun yang dihitung dari periode dasar.

Besarnya nilai a dan b dari persamaan tersebut diatas dapat dihitung, baik secara *moment* maupun *least square*, angka nol dapat diletakkan secara bebas sehingga jumlah nilai dalam skala x dapat sama dengan nol. Persamaan yang digunakan untuk menentukan nilai a dan b adalah (Al Qodri, 1990 : 8)

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

2. Analisa Korelasi (Gunawan Adisaputra, 1992 : 159)

Analisa korelasi pada dasarnya memperhitungkan variabel yang dianggap berpengaruh sekali terhadap penjualan, sehingga dalam hal ini tidak hanya variabel waktu saja yang mendapat perhatian, dengan demikian metode ini dapat dianggap baik sejauh variabel selain waktu dapat dilacak kebenarannya dan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap hasil penjualan maupun kegunaan perusahaan. Namun apabila variabel tersebut tidak jekas pengaruhnya terhadap hasil penjualan maupun kegiatan perusahaan, maka metode regresi tersebut akan menyesatkan.

c. Ramalan Penjualan Dengan Metode Khusus

Menurut Gunawan Adisaputra (1992 : 163) ramalan penjualan dengan metode khusus ada tiga macam yaitu analisa produk line, analisa industri dan analisa penggunaan akhir.

Analisa produk line biasanya digunakan bagi perusahaan-perusahaan yang mempunyai produk lebih dari satu macam. Masing-masing produk diramalkan dengan metode tersendiri atau sama dengan metode untuk meramalkan produk lain.

Analisa industri diperlukan ramalan pasar (*market share*) dimiliki perusahaan dengan asumsi bahwa variabel yang mempunyai *market share* dapat diperkirakan secara pasti.

Sedangkan pada analisa penggunaan akhir, digunakan untuk meramal produk yang tidak langsung dikonsumsi oleh masyarakat, namun memerlukan pengolahan lebih lanjut untuk menjadi produk akhir.

2.2.9. Persediaan Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual

a. Arti Penting Persediaan

Persediaan selalu dibutuhkan oleh setiap perusahaan. Tanpa persediaan pengusaha akan dihadapkan pada resiko tidak dapat memenuhi keinginan langganan yang membutuhkan produksinya. Hal ini berarti akan kehilangan kesempatan memperoleh keuntungan yang seharusnya diperoleh. Persediaan diadakan apabila manfaat yang diharapkan dari persediaan tersebut lebih besar dari biaya-biaya yang ditetapkan. Pada dasarnya persediaan mempermudah dan memperlancar jalannya operasi perusahaan yang harus dilakukan secara berturut-turut untuk memproduksi barang serta selanjutnya menyampaikannya kepada konsumen.

Persediaan yang diadakan mulai dari bahan mentah sampai barang jadi menurut berguna untuk :

- 1) Menghilangkan resiko keterlambatan datangnya barang atau bahan yang dibutuhkan perusahaan.
- 2) Menghilangkan resiko dari material yang dipesan apabila rusak sehingga harus dikembalikan.
- 3) Menumpuk barang yang dihasilkan secara musiman sehingga dapat digunakan bila barang tersebut tidak ada di pasaran.
- 4) Mempertahankan stabilitas operasi perusahaan atau menjamin kelancaran arus produksi.
- 5) Mencapai penggunaan mesin yang optimal.
- 6) Memberikan pelayanan kepada langganan dengan sebaik-baiknya.
- 7) Membuat pengadaan atau produksi tidak perlu sesuai dengan tingkat penjualan.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Persediaan

Faktor yang perlu dipertimbangkan sebelum diputuskan berapa besarnya persediaan, faktor tersebut (Gunawan Adisaputro, 1992 : 193)

1) Daya tahan daripada barang yang atau disimpan

Ada berapa jenis barang mempunyai sifat khusus yang membutuhkan cara penyimpanan yang khusus pula.

2) Sifat penawaran (bahan mentah)

Apabila bahan mentah selalu tersedia di pasar sepanjang tahun, maka besarnya persediaan bahan mentah dapat ditekan. Sebaliknya bila penawaran bahan mentah bersifat musiman, maka besarnya persediaan harus disesuaikan pula.

3) Biaya-biaya yang timbul

Biaya persediaan yang berkaitan dengan penentuan persediaan optimal antara lain: biaya penyimpanan, biaya pengadaan, biaya pembelian, biaya pemeliharaan.

4) Besarnya modal kerja yang tersedia.

5) Resiko-resiko yang harus ditanggung.

c. Meramalkan Tingkat Persediaan Dengan Metode *Inventory Turn Over*

Inventory Turn Over adalah kemampuan dana yang tertanam dalam persediaan berputar dalam suatu periode tertentu. Masalah penentuan besarnya investasi atau alokasi modal dalam *Inventory* mempunyai efek yang langsung terhadap keuntungan perusahaan.

Adapun rumus dari tingkat perputaran persediaan adalah : (Gunawan Adisaputra, 1992 : 195)

$$\text{Inventory Turn Over} = \frac{\text{Rencana Penjualan Pertahun}}{\text{Persediaan rata-rata}}$$

$$\text{Persediaan rata-rata} = \frac{\text{Persediaan awal} + \text{Persediaan Akhir}}{2}$$

2

Tingkat perputaran persediaan itu dapat digunakan untuk mencari tingkat persediaan akhir masing-masing jenis produk untuk periode tahun yang akan datang

yaitu dengan mencari tingkat perputaran persediaan rata-rata periode tahun yang lalu.

2.2.10. Anggaran Produksi

Untuk menentukan produksi per periode yang akan datang perlu dibuat anggaran produksi yang akan didasarkan pada ramalan penjualan yang telah dibuat untuk periode yang sama.

Anggaran produksi dalam arti luas berupa penjabaran rencana penjualan menjadi rencana produksi. Sedangkan anggaran produksi dalam arti sempit disebut juga anggaran jumlah yang harus diproduksi yang merupakan suatu perencanaan tingkat atau volume barang yang harus diproduksi oleh perusahaan agar sesuai dengan volume atau tingkat penjualan yang telah direncanakan (Gunawan Adi saputra,1992;181) secara garis besar anggaran produksi di susun dengan menggunakan rumus (Gunawan Adisaputra, 1992;183)

Rencana penjualan	xxx
Persediaan akhir	<u>xxx</u> +
Barang yang tersedia	xxx
Persediaan awal	<u>xxx</u> -
Jumlah yang harus diproduksi	xxx

Anggaran produksi merupakan alat untuk merencanakan, mengkoordinir kegiatan-kegiatan produksi dan mengontrol kegiatan-kegiatan tersebut.

Adapun tujuan disusunnya anggaran ini adalah :

- 1) Menunjang kegiatan penjualan sehingga barang dapat disediakan sesuai dengan yang telah direncanakan.
- 2) Menjaga tingkat persediaan yang memadai
- 3) Mengatur produksi sedemikian rupa sehingga biaya-biaya produksi yang ditanggung perusahaan akan seminimal mungkin.

2.2.11. Analisa Perilaku Biaya

Pengalaman tentang perilaku biaya sangat diperlukan dalam menentukan analisis penentuan harga jual produk. Pengetahuan ini tidak hanya penting bagi

penganalisis, namun juga bagi pimpinan perusahaan sebab biaya yang dianalisis adalah biaya yang timbul akibat adanya kebijaksanaan manajemen yang berlaku dalam perusahaan. Dalam akuntansi biaya yang konvensional, komponen harga jual terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang bersifat tetap maupun variabel. Konsep harga produksi tidak selalu relevan dengan kebutuhan manajemen. Oleh karena itu timbul konsep lain yang tidak memperhitungkan semua biaya produksi dalam menentukan harga jual produknya. Metode ini disebut metode variabel costing, dimana biaya dibagi menjadi 3 yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.

a. Biaya Tetap

Biaya tetap mengandung unsur-unsur pengertian sebagai berikut :

1) Jumlahnya tetap

Dalam hal ini perlu ditekankan bahwa jumlah biaya adalah selalu tetap.

2) Tidak terpengaruh oleh tingkat produksi

Jumlah biaya tetap tidak terpengaruh oleh tingkat produksi, baik tingkat produksi turun, naik atau bahkan tidak berproduksi sama sekali.

3) Dalam batas-batas tertentu.

a) Batas Kapasitas

Biaya tetap ini akan selalu berjumlah tetap selama kapasitas maksimum perusahaan tidak terlampaui.

b) Batas waktu

Biaya tetap ini jumlahnya selalu tetap dalam interval waktu tertentu. Apabila interval ini terlampaui, maka jumlahnya menjadi tidak tetap.

b. Biaya Tidak Tetap atau Biaya Variabel

Biaya tidak tetap merupakan biaya yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan perputaran tingkat produksi perusahaan. Biaya tidak tetap ini dibagi menjadi tiga, yaitu:

1) Biaya tidak tetap progresif

Merupakan biaya tidak tetap yang apabila jumlah unit yang diproduksi semakin besar maka biaya per unit semakin besar pula. Misalnya upah kerja lembur.

2) Biaya tidak tetap proporsional

Merupakan biaya tidak tetap dimana biaya tidak tetap per unitnya akan selalu tetap berapapun jumlah unit yang diproduksi perusahaan. Hal ini akan selalu tetap, berapapun jumlah unit yang diproduksi oleh perusahaan maka jumlah biaya tidak tetap ini akan selalu berubah-ubah dengan perbandingan yang sama atau proporsional dengan besarnya tingkat produksi perusahaan.

3) Biaya tidak tetap regresif

Merupakan biaya tidak tetap yang berlawanan sifatnya dengan biaya tidak tetap progresif. Dalam biaya tidak tetap regresif ini biaya tidak tetap per unitnya justru semakin turun apabila tingkat produksi semakin baik.

c. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang tidak bisa dimasukkan sebagai biaya tetap oleh karena jumlahnya selalu berubah-ubah, namun juga tidak dapat dikatakan sebagai biaya tidak tetap karena perubahannya tidak sejalan dengan perubahan volume produksi.

Penentuan harga jual, dalam kaitannya dengan biaya semi variabel harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Adapun metode yang bisa dipergunakan untuk memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel (Mulyadi, 1991 : 63)

1) *Stand by cost methode* (metode biaya berjaga)

Adalah metode yang mencoba menghitung berapa biaya yang harus tetap dikeluarkan andaikata perusahaan ditutup untuk sementara atau produksi sama dengan nol. Biaya berjaga ini merupakan biaya tetap, sedangkan perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan biaya berjaga merupakan biaya variabel.

2) *Least Square Methode* (Metode kuadrat terkecil)

Menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk garis lurus dengan persamaan $Y = a + bx$, dimana Y merupakan variabel tidak bebas yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x yang merupakan variabel bebas.

Variabel Y merupakan biaya, sedangkan variabel x menunjukkan volume kegiatan di dalam persamaan tersebut dan menunjukkan unsur biaya tetap dalam variabel Y, sedangkan b menunjukkan unsur biaya variabelnya.

3) *High and Low Methode* (metode titik tertinggi dan titik terendah)

Adalah suatu metode yang digunakan untuk mengadakan perbandingan suatu biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dan paling rendah pada masa lalu. Alasan digunakan metode ini karena fluktuasi penjualan dan produksi perusahaan tidak terlalu tinggi, sehingga perbandingan suatu biaya pada tingkat kegiatan tertinggi dan terendah di masa yang lalu dianggap masih relevan.

2.2.12. Analisis Profitabilitas Produk

Profitabilitas produk adalah tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan atas penjualan produk yang dihasilkan. Sedangkan untuk mengetahui tingkat keuntungan yang bisa diperoleh perusahaan dapat dilakukan analisa sebagai berikut :

a. *Contribution Margin Ratio*

Contribution margin ratio adalah selisih penjualan dengan biaya variabel dalam bentuk prosentase. *Contribution margin ratio* adalah merupakan bagian hasil penjualan yang dapat digunakan untuk menutup biaya tetap, sedangkan kelebihanannya adalah keuntungan sebelum pajak. Menurut Mulyadi (1991:50) dengan diketahuinya

contribution margin ratio dapat diketahui pula berapa besarnya sumbangan keuntungan untuk setiap jenis produknya, apakah mengalami kenaikan atau penurunan dengan adanya perubahan hasil penjualan :

$$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{CM}{\text{PenjualanNetto}} \times 100\%$$

b. Analisis Operating Ratio

Operating ratio adalah suatu alat yang digunakan untuk mengetahui berapa besarnya biaya operasi yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam setiap penjualan. Apabila *operating ratio* ini semakin tinggi maka biaya yang dikeluarkan juga semakin tinggi, hal ini mungkin disebabkan oleh adanya pemborosan. Sebaliknya apabila *operating ratio* ini lebih kecil, maka hal ini akan menguntungkan perusahaan sebab keuntungan yang diperoleh perusahaan akan semakin tinggi (Bambang Riyanto, 1994:254) Rumus dari Operating Ratio Adalah :

$$\text{Operating Ratio} = \frac{\text{Hpp variabel} + \text{Biaya adm. penjualan, umum}}{\text{penjualan netto}}$$

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptis dengan metode studi kasus. Muhammad Nazir (1998:63) menyatakan bahwa : “Penulisan deskriptis adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kasus penelitian pada masa sekarang”. Sedangkan pengertian metode studi kasus yang dikemukakan Muhammad Nazir (1998:65) adalah sebagai berikut : “Studi kasus atau penelitian kasus adalah penelitian tentang suatu obyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari seluruh personalitas”.

3.2 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari perusahaan yang bersangkutan dengan masalah yang diteliti. Data primer tersebut meliputi, gambaran umum perusahaan, proses produksi, struktur organisasi, biaya produksi, *standart usage rate* (standart penggunaan bahan baku), jumlah tenaga kerja dan volume penjualan. Data yang diambil adalah data-data dari semester II tahun1997sampai dengan semester II tahun1999, sebagai dasar penelitian .
2. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari sumber atau pihak lain yang sudah berupa olahan meliputi catatan-catatan atau arsip-arsip.

Prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut adalah :

1. Metode langsung

Metode langsung yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan penelitian secara langsung pada perusahaan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data primer.

2. Metode tidak langsung

Metode tidak langsung yaitu pengumpulan data dengan cara meneliti secara tidak langsung untuk mendapatkan data-data sekunder.

3.3. Analisa Data

1. Untuk menentukan tingkat harga jual masing-masing produk dengan menggunakan tahap-tahap analisis sebagai berikut :

a. Menentukan proyeksi penjualan yang akan datang digunakan metode

Exponential Smoothing (Anto Dajan, 1993 : 316) dengan rumus :

$$Y^t = ab^x$$

$$\sum \log Y = n \log a$$

$$\sum u \log Y = \log b \sum u^2$$

$$\text{Tingkat pertumbuhan } r = (\text{antilog } b) - 1 \dots\dots\dots (3.1)$$

b. Menentukan besarnya persediaan akhir dengan menggunakan *Inventory Turn Over* (ITO) dengan rumus (Gunawan Adisaputro, 1992 : 204)

$$\text{ITO} = \frac{\text{Ramalan penjualan}}{\text{Persediaan rata-rata}} \dots\dots\dots (3.2)$$

$$\text{Persediaan rata-rata} = \frac{\text{Persediaan awal} + \text{persediaan akhir}}{2}$$

c.. Menentukan anggaran produksi (Gunawan Adisaputro, 1992 : 191)

Tingkat penjualan (dari anggaran penjualan)	xxx
Tingkat persediaan akhir	<u>xxx</u> +
Jumlah kebutuhan	xxx
Tingkat persediaan awal	<u>xxx</u> -
Tingkat produksi	xxx(3.3)

Biaya komersial	xxx
Biaya pemasaran	xxx
Biaya administrasi turun	xxx +
	xxx +

Total biaya produksi dan komersial xxx(3.7)

- h. Penentuan harga jual masing-masing produk dengan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Direct costing* dengan rumus (Mulyadi, 1993 : 393)

Harga jual perunit = Biaya variabel + persentase *Mark up*(3.8)

Persentase *mark up* dihitung dengan rumus :

Persentase *mark up* = $\frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya tetap}}{\text{biaya variabel}}$ (3.9)

- i. Menentukan besarnya profitabilitas usaha pada masing-masing jenis produk dengan mengetahui *Contribution Margin Ratio* dan *Operating Ratio* perusahaan kemudian membandingkan ratio profitabilitas berdasarkan harga analisis dengan harga perusahaan. (Mulyadi, 1993 : 268)

1) Contribution Margin

Contribution Margin Ratio = $\frac{C_x}{b_x} \times 100\%$ (3.10)

dimana :

C_x = penjualan

b_x = biaya ratio

2) Operating Ratio

Operating Ratio = $\frac{\text{Harga pokok penjualan} + \text{biaya adm, penjualan, umum}}{\text{Penjualan Netto}}$ (3.11)

- 3) Analisis perbandingan ratio profitabilitas berdasarkan harga jual analisis dengan harga jual berdasarkan ketentuan perusahaan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Gambaran Umum: Obyek Penelitian

PT. Industri sandang simping semula merupakan perusahaan perseorangan yang berlokasi di daerah Lawang Kabupaten Dati II Malang, bernama Perusahaan Tenun Siping. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 30 Agustus 1945 di desa Turirejo Lawang dengan surat izin No. 73/DH/BPH atas nama H. Syahroni. Perusahaan ini pada waktu pertama kali didirikan menggunakan ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin) 17 Unit yang di gerakkan oleh tenaga manusia. Setelah berjalan lima tahun, banyak hambatan yang tidak dapat di atasi oleh perusahaan terutama bahan baku dan permodalan sehingga pada tanggal 30 Agustus 1950 perusahaan terpaksa di jual kepada Bapak H. M Haniman dari Probolinggo. Adanya pergantian pemilik ini membawa kemajuan bagi perusahaan dimana perusahaan di perbesar dengan menambah peralatan baru, sehingga lokasi yang lama tidak mencukupi, untuk itu perlu dipikirkan lokasi baru.

Lima belas tahun kemudian tepatnya pada tanggal 6 Januari 1965 perusahaan membuka cabang di Probolinggo, dengan menggunakan ATMB sebanyak 100 unit. Perusahaan ini berdiri dengan surat izin Departemen Perindustrian dengan No. 40411/1551/9 atas nama Farida Haniman (putrinya), Dengan nama Pabrik Tenun Sapudi. Bersamaan dengan di bukanya cabang di Probolinggo, Perusahaan tersebut juga membuka cabang di jalan Songgoriti Malang dengan menggunakan alat tenun bukan mesin 100 unit pula. Secara yuridis nampaknya bahwa perusahaan Tenun Sapudi Probolinggo dan perusahaan Tenun Siping Lawang serta yang di jalan Songgoriti Malang terpisah satu sama lain. tetapi semua aktivitas di kendalikan oleh Bapak H. M Haniman.

Setelah perusahaan sekian lama beroperasi dengan segala pasang surutnya, maka bentuk perusahaan yang tadinya perusahaan perseorangan di ubah menjadi Perseroan Terbatas (PT) yaitu pada tanggal 10 Mei 1969 dengan menggabungkan

Perusahaan Tenun Sapudi Probolinggo dan Perusahaan tenun Simping Lawang dengan nama PT. Industri Sandang Simping yang berkantor pusat di Lawang. PT Industri Sandang Simping merupakan Badan usaha tertutup, artinya saham-sahamnya terbatas di miliki oleh lingkungan keluarga sendiri.

Pada akhir tahun 1969 Perusahaan Tenun Songgoriti Malang di jual. Kantor pusat yang semula berkedudukan di Lawang, pada tanggal 15 desember 1970 di pindahkan ke Probolinggo, Sedangkan perusahaan yang di Lawang di jual dengan sebagian peralatannya di pindahkan ke Probolinggo. Adapun susunan pengurus menurut Akte Notaris No.8 tertanggal 15 januari 1981 adalah :

Direktur : H.M. Haniman
Wakil Direktur : Ny. Farida Haniman
Komisaris : Mustafa Haniman

Sejak tahun 1974 berkat bantuan pemerintah yang berbentuk Penanaman Modal Dalam negeri (PMDN), alat tenun bukan mesin di ganti alat tenun mesin karena alat tenun mesin dirasakan lebih menguntungkan.

4.1.2 Lokasi Perusahaan

Perusahaan tenun PT. Industri Sandang Simping yang berlokasi di jalan ikat cucut no 10 Kecamatan Mayangan Kotamadya Probolinggo. Letak PT. Industri Sandang Simping sudah cukup strategis dilihat dari beberapa sisi antara lain :

a. Faktor Bahan Baku

Bahan baku berupa benang tenun mudah di peroleh dari perusahaan karena jarak sumber pusat pengolahan bahan baku cukup dekat dengan perusahaan yaitu patal Grati Pasuruan, Patal Lawang Malang, sehingga tidak menghambat proses produksi.

b. Faktor Tenaga Kerja

Tenaga kerja baik tenaga produksi maupun tenaga administrasi mudah di peroleh di lokasi PT. Industri Sandang Simping.

c. Faktor Transportasi

Transportasi dari tempat bahan baku ke pabrik ataupun transportasi untuk penempatan produksi ke pasar selalu lancar. Jarak 100 meter keselatan adalah stasiun kereta api dan 200 meter ke utara adala pelabuhan.

d. Faktor Tersedianya Pembangkit Tenaga Listrik

Dalam mendirikan pabrik PT. Industri Sandang Simping sangat memperhatikan faktor ini mengingat perusahaan menggunakan mesin tenun tenaga listrik.

e. Faktor Lain-lain

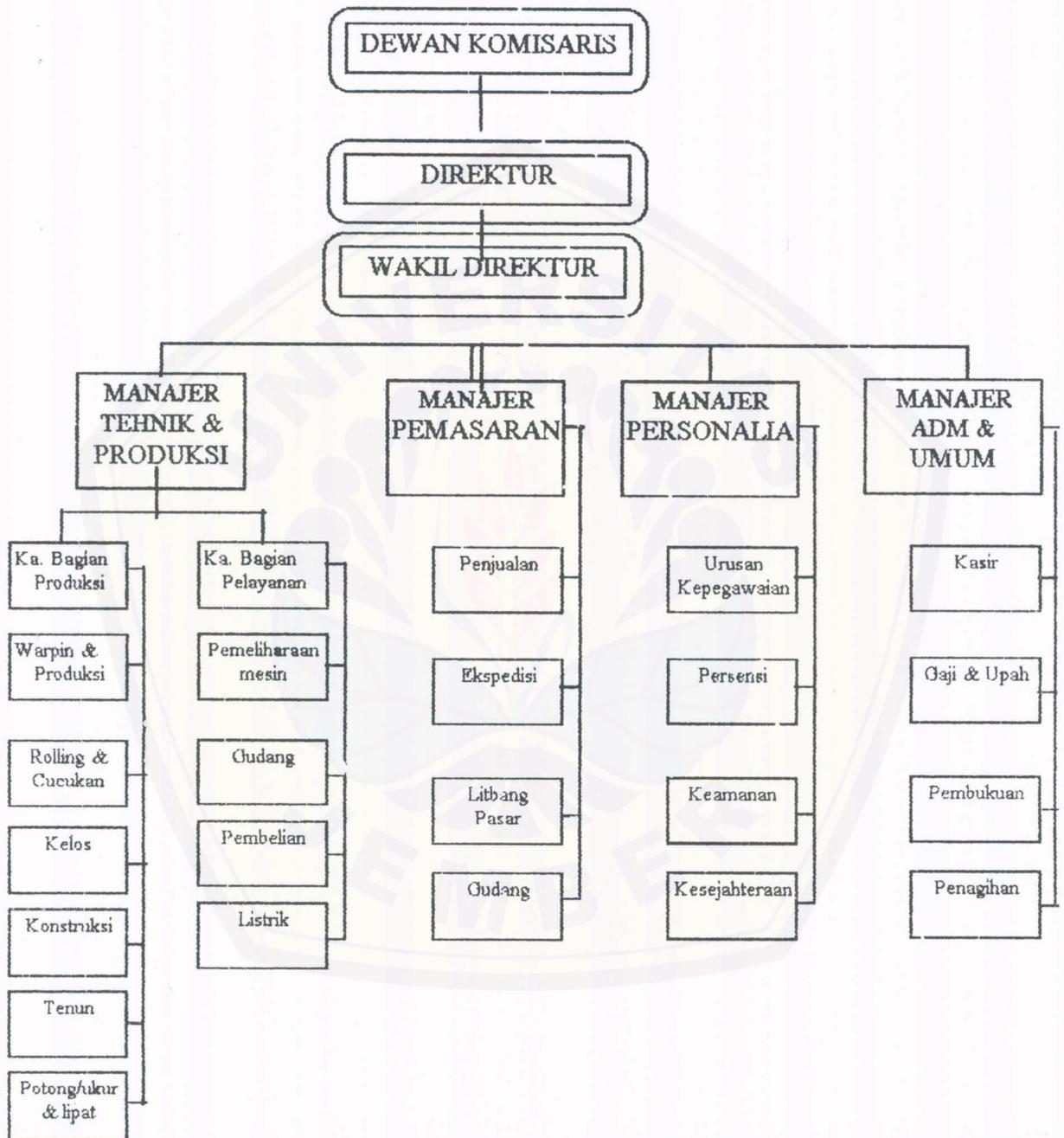
Yaitu faktor Animo masyarakat serta tersedianya tanah yang sangat luas untuk kemungkinan pengembangan.

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Organisasi perusahaan merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan secara efektif. Dengan adanya struktur organisasi ini setiap orang dapat melihat sampai seberapa jauh tanggung jawab dari masing-masing bagian yang ada dalam perusahaan. Dengan terbentuk struktur organisasi diharapkan agar semua aktivitas yang ada dalam perusahaan dapat dilaksanakan dengan baik.

PT. Industri Sandang Simping menggunakan struktur organisasi garis, dimana dalam organisasi tersebut wewenang kekuasaan mengalir dari atas ke bawah, tanpa di batasi oleh fungsi-fungsi tertentu. Untuk lebih jelas kami cantumkan gambar dari struktur organisasi PT. Industri Sandang Simping Probolinggo yang dapat di lihat pada gambar 3 sebagai berikut :

Gambar 1 : Struktur Organisasi PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo



Sumber data : PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo

Keterangan gambar 1 adalah sebagai berikut :

a. Dewan Komosisaris

- 1) Memilih dan mengangkat serta memberhentikan direktur
- 2) Memilih, mengawasi segala tindakan direktur dalam menjalankan tugas
- 3) Memilih pandangan-pandangan secara garis besar apa yang seharusnya dilakukan direktur
- 4) Menberikan pandangan-pandangan secara garis besar apa yang seharusnya di lakukan direktur
- 5) Bertanggung jawab atas kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan

b. Direktur

- 1) Menetapkan kebijaksanaan umum perusahaan bersama-sama dengan staf dalam rangka mencapai tujuan perusahaan
- 2) Bertanggung jaab terhadap kebijakan perusahaan yang dipimpinnya
- 3) Merencanakan pengembangan atau kegiatan perusahaan
- 4) Bertanggung jawab terhadap dewan komisaris
- 5) Menjaga serta membina koordinasi dan kerjasama yang baik di antara semua bagian
- 6) Mengarahkan, mengawasi dan meminta pertanggung jawaban pada bawahan atas tugas yang telah di bebaskan kepadanya
- 7) Mewakili perusahaan dalam mengadakan hubungan keluar dan mewakili persero untuk hubungan keluar maupun kedalam
- 8) Menjalin hubungan kerja yang baik dan harmonis, baik kedalam maupun keluar perusahaan

c. Wakil Direktur

- 1) Membantu direktur dalam menjalan kan tugas sehari-hari dan dalam mengawasi pengawasan kebijaksanaan yang telah di tetapkan
- 2) Mengambil tindakan perbaikan bilamana dalam kebijaksanaan perusahaan terdapat kesalahan dan penyimpangan -penyimpangan
- 3) Menerima saran-saran dari bawahan untuk kepentingan perusahaan dan bilamana saran tersebut cukup beralasan maka selanjutnya meneruskan kepada direktur

- 4) Meminta pertanggung jawaban dari kepala bagian
- 5) Bertanggung jawab kepada direktur dalam tugasnya

d. Manajer Teknik dan Produksi

- 1) Mengadakan perencanaan, persiapan, pelaksanaan serta pengawasan yang berkaitan dengan bidang produksi dan pekerjaannya
- 2) Menetapkan kebijaksanaan-kebijaksanaan dibidang produksi dalam rangka menunjang kebijaksanaan perusahaan
- 3) Membantu direktur dalam memikirkan dan merumuskan kebijaksanaan teknik dan produksi serta melaksanakan kebijakan tertentu
- 4) Menentukan standar kualitas dan komposisi pemakaian material yang di gunakan
- 5) Bekerja sama dengan departemen lain untuk memecahkan masalah-masalah yang menyangkut kepentingan bersama demi kelancaran pekerjaan masing-masing
- 6) Bertanggung jawab dan memberikan laporan secara periodik kepada direktur di dalam tugas memimpin bagian-bagiannya

Guna memudahkan pekerjaannya, manajer teknik dan produksi dibantu oleh 2 kepala bagian yaitu :

1) Kepala bagian produksi

- a) Bertanggung jawab terhadap bagian yang di pimpinnya
- b) Bertanggung jawab terhadap manajer teknik dan produksi
- c) Menjalin hubungan baik dan harmonis baik vertikal maupun horisontal
- d) Kepala bagian produksi, dibantu oleh : seksi *Warping* dan kanjian, seksi *rolling* dan cucukan , seksi kelos seksi konstruksi seksi tenun, seksi potong, ukur dan lipat

b. Kepala Bagian Pelayanan

- a) Bertanggung jawab terhadap bagian yang dipimpinya
- b) Bertanggung jawab kepada manajer teknik dan produksi
- c) Menjalin hubungan baik dan harmonis baik vertikal maupun horisontal
- d) Kepala bagian pelayanan di bantu oleh : seksi pemeliharaan, seksi gudang, seksi pembelian, seksi listrik.

- 7) Menpelajari sumber-sumber tenaga yang di anggap baik dan efisien serta sesuai bagi perusahaan
- 8) Dalam menjalankan tugasnya di bantu oleh :seksi urusan kepegawaian, seksi presensi, seksi keamanan, seksi kesejahteraan

g. Manajer Administrasi Umum

- 1) Menetapkan kebijaksanaan-kebijaksanaan dibidang keuangan dalam rangka menunjang kebijaksanaan perusahaan
- 2) Mengadakan persiapan, perencanaan pelaksanaan serta pengawasan yang berkaitan dengan masalah keuangan
- 3) Memberikan bimbingan dan pengarahan kepada bawahannya mengenai tugas yang dibebankan kepadanya
- 4) Memberikan laporan periodik kepada pimpinan tugas keuangan-keuangan perusahaan, aktivitas penjualan serta hutang piutang perusahaan
- 5) Meminta laporan dan pertanggung jawaban dari bawahannya

Dalam tugasnya di bantu oleh : seksi kasir, seksi gaji dan upah, seksi penabukuan, seksi penagihan

4.1.4 Personalia

Dalam menjalankan aktivitas, PT. Industri Sandang Simpang tidak lepas dari orang-orang yang berkaitan didalamnya. Dalam melaksanakan proses produksi, tenaga kerja merupakan faktor yang sangat penting karena berhasil tidaknya perusahaan mencapai tujuannya tergantung juga pada tenaga kerja itu sendiri.

Adapun beberapa hal yang berkaitan dengan masalah ketenagakerjaan, yaitu :

a. Jenis dan Upah tenaga kerja

Tenaga kerja pada perusahaan PT. Industri Sandang Simpang probolinggo ini menjadi dua kelompok yaitu :

1) Tenaga kerja tak langsung

Jenis tenaga kerja ini pada umumnya berpendidikan SLTA atau yang sederajat serta berpengalaman dalam bidangnya masing-masing dan termasuk dalam jenis tenaga

e. Manajer Pemasaran

- 1) Membantu memikirkan, merumuskan, dan melaksanakan kebijaksanaan dalam bidang pemasaran hasil produksi
- 2) Memberikan bimbingan, mengkoordinasi dan melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas-tugas yang didelegasikan kepada bagian-bagian
- 3) Memasarkan hasil produksi dan mencari pesanan baru serta berusaha memperluas daerah pemasaran
- 4) Mencatat daerah-daerah yang potensial untuk penjualan serta mengadakan *survey* daerah pemasaran yang baru
- 5) Melakukan *sales promotion* guna meningkatkan penjualan
- 6) Bekerja sama dengan departemen lain untuk memecahkan masalah-masalah yang menyangkut kepentingan bersama demi kelancaran pekerjaan masing-masing bagian dalam melaksanakan tugas manajer pemasaran di bantu oleh beberapa seksi yaitu :seksi penjualan, seksi ekspedisi, seksi gudang barang jadi, seksi penelitian dan pengembangan pasar.

f. Manajer Personalia

- 1) Membantu direktur dalam memikirkan, merumuskan dan melaksanakan kebijaksanaan didalam bidang kepegawaian dan keamanan perusahaan
- 2) Memberikan bimbingan, mengkooordinir dan melakukan pengawasan (*controlling*) terhadap pelaksanaan wewenang yang didelegasikan ke bagian-bagiannya
- 3) Bekerja sama dengan departemen lain untuk memecahkan masalah-masalah yang menyangkut kepentingan bersama demi kelancaran pekerjaan masing-masing
- 4) Mengusahakan dan menjaga suasana kerjasama yang sebaik-baiknya
- 5) Mewakili perusahaan dalam pembicaraan yang menyangkut ketenagakerjaan masalah penyelesaian perselisihan perburuhan
- 6) Menyusun rencana kebutuhan akan tenaga kerja atas spesifikasi yang rasional serta rencana pergantian tenaga kerja dalamdepartemen lain

kerja seperti ini antara lain : Kepala bagian, kepala seksi, kepala mandor, dan juga bagian administrasi.

2) Tenaga kerja langsung atau operasional

Jenis tenaga kerja langsung ini pada umumnya mengandalkan dari keahlian saja. Jadi tidak di tuntut suatu tingkat pendidikan khusus. Adapun termasuk dalam jenis tenaga kerja langsung ini adalah tenaga kerja yang langsung berhubungan dengan proses produksi seperti : Seksi kelos, seksi pallet, seksi pemotongan, tenun, kanji, ketel dan sebagainya.

Adapun jenis dan jumlah tenaga kerja yang ada di PT. Industri Sandang Simping seperti pada tabel I berikut ini :

Tabel 4.1 : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Jenis dan Jumlah Tenaga Kerja pada semester II 1997 - semester II 1999

Karyawan	Laki-laki	Wanita	Jumlah
Tenaga Kerja Langsung	155	136	291
Tenaga Kerja Tidak Langsung	40	15	55
Jumlah	195	151	346

Sumber : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Tabel 4.2. : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Perkembangan Upah Tenaga Kerja Langsung Periode Semester II 1997 - Semester II 1999

Periode	Kamaran	Kenari	Kerang Simping
Semester II 1997	1350	1200	1100
Semester I 1998	1500	1500	1100
Semester II 1998	1500	1750	1400
Semester I 1999	1800	1750	1600
Semester II 1999	2100	1900	1800

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

b. Jam Kerja Perusahaan

Pengaturan jam kerja yang berlaku pada perusahaan ini adalah sebagai berikut :

- 1) Shift I : jam 06.30-11.00 dan jam 12.30-14.30
- 2) Shift II : jam 14.30-17.30 dan jam 18.30-22.30
- 3) Shift III : jam 22.30-03.30 dan jam 04.30-06.30

c. Sistem Gaji dan upah yang berlaku di perusahaan

Sistem gaji dan upah yang berlaku pada PT. Industri Sandang Simpang Problinggo adalah sebagai berikut :

- 1) Karyawan tetap (tenaga kerja tidak langsung) di beri gaji tetap setiap bulan
- 2) Karyawan harian (tenaga kerja langsung) diberi upah sesuai dengan jam kerja setiap harinya

d Tunjangan karyawan

Adapun tunjangan-tunjangan karyawan yang diberikan oleh perusahaan disamping gaji dan upah adalah sebagai berikut :

- 1) Tunjangan perkawinan
- 2) Tunjangan anak
- 3) Tunjangan hari raya

Terdiri dari :cuti 6 hari dengan gaji penuh untuk karyawan tetap, mendapat satu paket sarung, mendapatkan uang cuti hari raya untuk karyawan borongan, mendapatkan zakat dan uang pakaian,

- 4) Semua karyawan diikutkan dalam ASKES dan ASTEK

e. Kebijakan lain adalah sebagai berikut :

- 1) Cuti 12 hari setiap tahun untuk semua karyawan
- 2) Cuti untuk karyawan bagian produksi di berikan 2 hari dalam satu bulan (bagi yang benar-benar membutuhkan)
- 3) Karyawan wanita di berikan cuti melahirkan selama 3 bulan dan tetap diberikan gaji seperti biasa

4.1.5 Aktivitas Produksi

Dalam pembahasan ini difokuskan pada masalah kegiatan yang berhubungan langsung dengan proses produksi dari bahan mentah menjadi barang jadi. Aktivitas produksi ini oleh perusahaan dilakukan setiap hari, karena PT. Industri Sandang

Simping Probolinggo ini mempunyai proses produksi yang dilakukan secara terus-menerus (kontinyu) dari waktu ke waktu.

a. Bahan Baku dan Bahan Penolong

Bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk jadi dapat di bagi menjadi 3 yaitu :

1) *Direct Material*

Direct material adalah bahan baku yang langsung di gunakan dalam proses produksi untuk memproduksi barang jadi, dimana bahan-bahan tersebut nampak pada barang jadi. *Direct Material* yang di pakai adalah seperti terlihat dalam tabel 2 berikut :

Tabel 4.3. : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Perkembangan Harga Bahan Baku Periode Semester II 1997 - Semester II 1999

Periode	Benang Type TR-45	Benang Type TR-30	Benang Type TR-20
Semester II 1997	1.425.000	1.350.000	1.250.000
Semester I 1998	1.450.000	1.360.000	1.260.000
Semester II 1998	1.460.000	1.375.000	1.270.000
Semester I 1999	1.460.000	1.375.000	1.280.000
Semester II 1999	1.475.000	1.380.000	1.310.000

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

2) *Indirect Material*

Indirect Material atau di sebut juga sebagai bahan pembantu/penolong adalah bahan baku dimana bahan baku tersebut tidak tampak pada barang jadi setelah pengolahan. Jadi *Indirect Material* yang di gunakan untuk memproduksi kain sarung adalah :

- a) Hidra sulfat
- b) Caustic soda
- c) Asam cuka
- d. Garam dapur

Sedang cat yang digunakan adalah :

- a) Cat inden thern, Blue RSM, Green B

b) Violet

c) Naptol, AS.G, AS.BO, AS.BR, AS

d) Silver

Untuk melihat gambaran standart persentase pemakaian bahan baku dan penolong dapat di lihat pada tabel 4.4 dan 4.5 :

Tabel 4.4 : PT. Industri Sandang Siping Probolinggo

Standart Persentase Pemakaian Bahan Baku (dalam kilogram)

Bahan Baku	Kamaran	Kenari	Kerang Siping
Benang Type TR-45	0.250	0.150	0.100
Benang Type TR-30	0.120	0.100	0.080
Benang Type TR-20	0.045	0.080	0.075

Sumber data : PT. Industri Sandang Siping Probolinggo

Tabel 4.5 : PT. Industri Sandang Siping Probolinggo

Perkembangan Harga Bahan Penolong

	Semester II 1997	Semester I 1998	Semester II 1998	Semester I 1998	Semester II 1999
Hidro Sulfat	1800	1900	1900	2050	2150
Cautic Soda	1700	1750	1800	1800	1900
Asam Cuka	1200	1250	1250	1300	1300
Garam dapur	400	430	430	450	450
Cat	6500	6600	6650	6650	6700
Violet dan Silver	5300	5400	5400	5500	5500
Kimia	4600	4650	4650	4700	4700

Sumber data : P.T. Industri Sandang Siping Probolinggo

Tabel 4.6. : PT. Industri Sandang Siping Probolinggo

Standar Prosentase Pemakaian Bahan Penolong pada setiap Proses Produksi menurut Jenis Produk

Bahan Penolong yang Digunakan	Proporsi Penggunaan		
	Kamaran	Kenari	Kerang Siping
Hidro Sulfat	0,300	0,180	0,120
Cautic Soda	0,100	0,060	0,040
Asam Cuka	0,050	0,030	0,020
Garam dapur	0,025	0,015	0,010
Cat	0,125	0,075	0,050
Violet dan Silver	0,075	0,45	0,030
Kimia	0,100	0,060	0,040

Sumber data : P.T. Industri Sandang Siping Probolinggo

3. *Supplies*

Supplies adalah bahan pembantu dalam proses produksi dimana sifatnya adalah hanya membantu dalam proses produksi yang terdiri dari :

- Olie SAE, digunakan untuk bahan pelumas mesin-mesin
- Solar, digunakan sebagai bahan bakar diesel dan generator

b. Proses Produksi

Mengenai proses produksi untuk bahan baku menjadi barang jadi yaitu paroduk sarung yang terjadi pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo adalah sebagai berikut :

1) Untuk Benang Lusi

a) Penguraian benang

Pada proses ini benang tenun yang berbentuk Cones di uraikan lebih dahulu melalui mesin rolling untuk di jadikan benang yang berbentuk hani atau ukelan agar memudahkan proses pemberian warna secara merata. Dari mesin ini benang yang telah menjadi ukelan tadi dibawah ke bagian pencelupan untuk di beri warna.

b) Pewarnaan

Pada proses pemberian warna ini, benang tadi di keypok di dalam bak selama 15 menit dan kemudian direndam selama 15 menit juga. Tujuan proses ini selain untuk memberi warna kain juga membuat benang jadi lebih kuat, dan tidak berbulu. Proses ini pekerjaannya memakai tenaga kerja manusia. Setelah proses ini tahao selanjutnya adalah pemerasan dan pengeringan.

c) Pengeringan

Karena benang-benang tersebut melalui proses pencelupan dalam keadaan basah, dan untuk proses selanjutnya diprlukan pengeringan. Benang yang sudah mempunyai warna tersebut di kirim ke mesin pengeringan. Setelah keluar dari mesin benang tersebut sudah 80% kering, yang kemudian memerlukan pemanasan sinar matahari kira-kira 15-20 menit, tergantung keadaan cuaca. Selain dipanaskan dengan sinar matahari dapat juga di angin-anginkan begitu saja dengan cara menggantungkan benang tersebut di dalam ruangan.

Dalam hal ini memakan waktu lebih lama di bandingkan dengan di jemur melalui sinar matahari. Setelah benang tersebut kering kemudian di gulung kembali menjadi bentuk kelosan melalui mesin kelos.

d) Pengelosan

Benang di bentuk kelosan, kemudian di scheer untuk di gulung dalam beam melalui mesin scheerbeam.

e) Penganjian

Menganji benang yang telah di pisahkan menjadi pakan benang lusi dalam mesin penganjian.

f) Pencucukan

Benang lusi yang dari mesin scheerbeam yang telah di kanji terus di cucuk untuk mengatur benang masuk ke dalam sisir mesin.

g) Penenunan

Benang lusi yang telah di cucuk dan benang pakan dari mesin palet di proses menjadi barang jadi dalam mesin tenun.

h) Pensortiran

Benang yang telah di sortir, kemungkinan ada yang rusak atau cacat di potong.

i) Penjahitan

Setelah di sortir, bahan di potong kemudian di jahit dan merupakan tahap akhir dari proses produksi serta siap dimasukkan dalam gudang barang jadi.

2) Untuk benang pakan

Proses benang pakan ini sejak dari proses pertama yaitu pada mesin rolling , proses pencelupan, pengeringan sampai pengolahan adalah sama dengan proses pembuatan benang lusi. Hanya bedanya benang lusi dari mesin kelos masuk ke proses scheerbeam sedangkan benang pakan masuk ke mesin palet.

a) Pemaletan

Benang-benang dari mesin kelos dikirimkan ke mesin palet sedemikian rupa sehingga akhir berbentuk gulungan-gulungan kecil dalam sekoci yang telah disiapkan untuk di bawa ke mesin tenun.

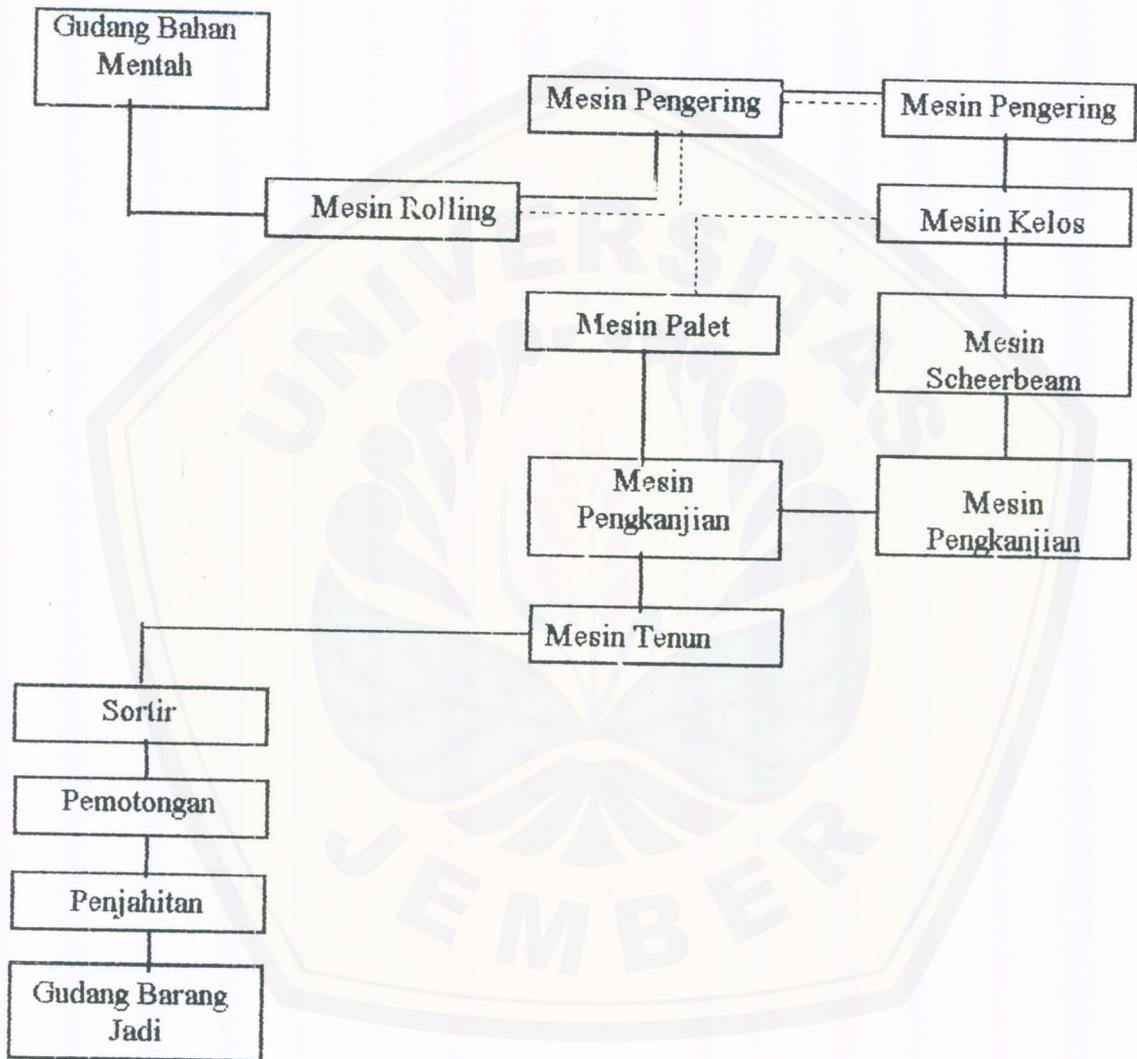
b) Penenunan

Mesin ini tempat pertemuan antara benang lusi dan benang pakan, dan keduanya akan di proses menjadi kain sarung. Setelah di tenun masuk proses finishing, yaitu pemotongan sesuai dengan ukuran-ukuran yang di kehendaki, kemudian dilipat, disortir, dan penjalitan akhirnya proses pengeluaran yang selanjutnya siap untuk di jual.



Secara skematik proses pembuatan kain sarung pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo dapat dilihat pada gambar 4 berikut :

Gambar 2 : Proses Produksi Sandang pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo



c. Hasil Produksi

PT. Industri Sandang Simping memproduksi tiga macam jenis sarung.

Adapun secara keseluruhan jenis produk tersebut meliputi :

- a. Jenis Kamaran
- b. Jenis Kenari
- c. Jenis Kerang Simping

Secara terperinci data produksi semester II 1997 sampai semester II 1999 dapat di lihat pada tabel 4.7 beriku:

Tabel 4.7 : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Volume Produksi Menurut Jenis Produk Semester II 1997 - Semester II 1999

Periode	Kamaran	Kenari	Kerang Simping	Jumlah
Semester II 1997	133.877	162.954	196.940	493.771
Semester I 1998	140.348	167.647	198.144	506.139
Semester II 1998	158.697	172.555	229.633	560.885
Semester I 1999	179.893	239.259	250.464	669.616
Semester II 1999	236.535	247.010	226.412	709.957

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

3.1.6 Aktivitas Pemasaran Perusahaan

Tugas dari perusahaan bukan hanya memproduksi barang saja, tetapi juga memasarkan hasil produksinya tersebut ketangan konsumen. Setiap perusahaan juga selalu akan berusaha dengan berbagai cara untuk memasarkan sesuai dengan kemampuannya, dengan harapan mendapatkan laba yang maksimal.

A. Saluran Distrfbusi

Dalam memasarkan produksinya tersebut, perusahaan menggunakan perantara sebagai penyalurnya. Saluran yang digunakan perusahaan untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen ke tangan konsumen disebut saluran distribusi untuk suatu barang (Swasta, 1990 : 190).

PT. Industri Sandang Simpang berusaha untuk memperpendek saluran distribusi, dengan maksud untuk menekan harga barang agar dapat bersaing, dengan produk dari perusahaan lain. Saluran distribusi yang digunakan adalah sebagai berikut :

PRODUSEN → DISTRIBUTOR → PEDAGANG BESAR → PENGECE R → KONSUMEN

Distributor PT. Industri Sandang Simpang adalah langganan tetap sehingga mereka bisa memesan pada perusahaan agar sarung yang mereka beli benar-benar sesuai dengan keinginan.

b. Daerah Pemasaran

Sejalan dengan tujuan jangka pendek perusahaan yang berkaitan dengan usaha meningkatkan volume penjualan, maka penentuan daerah pemasaran sangat menentukan dalam melakukan penjualan produk yang dihasilkan.

Dalam memasarkan produknya PT. Industri Sandang Simpang lebih banyak pesanan dari pada memasarkan langsung pada distributor. Adapun daerah pemasarannya yang pasti adalah :

- 1) Jawa Timur, khususnya daerah Surabaya dan sekitarnya (merupakan daerah pemasaran terbesar).
- 2) Jawa Tengah.
- 3) Nusa Tenggara Timur
- 4) Nusa Tenggara barat.

3.1.7. Harga Jual, Volume Penjualan, hasil Penjualan dan Persediaan Barang Jadi

Harga jual merupakan hal yang penting bagi aktivitas perusahaan, karena dengan adanya kesalahan dalam menentukan harga jual produk akibatnya perusahaan akan mengalami kerugian.

Berikut ini adalah rincian harga jual, volume penjualan, hasil penjualan dan persediaan barang jadi dari tahun 1995 - 1999 dapat dilihat pada tabel 4.8 sampai 4.10.

Tabel 4.8 : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Perkembangan Harga Jual Produk Perlembar Semester II 1997 - Semester II 1999

Periode	Kamaran	Kenari	Kerang Simping
Semester II 1997	12.300	10.000	7.000
Semester I 1998	12.500	10.300	7.200
Semester II 1998	12.500	10.300	7.200
Semester I 1999	12.750	10.600	7.500
Semester II 1999	13.000	10.750	7.500

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Tabel 4.9 : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Volume Penjualan Menurut Jenis Produk Periode Semester II 1997 - Semester II 1999

Periode	Kamaran	Kenari	Kerang Simping	Jumlah
Semester II 1997	133.851	162.880	196.768	493.499
Semester I 1998	140.360	167.616	198.031	506.007
Semester II 1998	158.634	172.466	229.603	560.703
Semester I 1999	179.974	239.469	250.479	669.922
Semester II 1999	236.472	246.832	226.249	709.553

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Tabel 4.10 : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Persediaan Barang Jadi Pada Periode Semester II 1997 - Semester II 1999

Periode	Kamaran		Kenari		Kerang Simping	
	Awal	Akhir	Awal	Akhir	Awal	Akhir
Semester II 1997	5806	5832	5616	5690	8925	9097
Semester I 1998	5832	5820	5690	5721	9097	9210
Semester II 1998	5820	5883	5721	5810	9210	9240
Semester I 1999	5883	5802	5810	5600	9240	6225
Semester II 1999	5802	5865	5600	5778	9225	9388

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

4.2 Analisis Data

Untuk menentukan harga jual masing-masing jenis sarung yang digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Penentuan Volume penjualan semester I tahun 2000

Untuk menentukan volume penjualan semester I tahun 2000 digunakan metode *Exponential Smoothing* dengan formulasi (3.1). Perhitungan volume penjualan ketiga jenis sarung secara rinci dapat dilihat pada lampiran I. Dari perhitungan pada lampiran dapat diketahui bahwa ramalan volume penjualan masing-masing jenis sarung adalah seperti tercantum pada tabel 4-11.

tabel 4-11 ; Volume penjualan semester I tahun 2000

Jenis Sarung	Volume Penjualan
Kamaran	251.911
Kenari	277.789
Kerang Simping	255.791
Jumlah	885.491

Sumber data : Lampira 1

Pada tabel diatas terlihat bahwa sarung jenis Kenari mencapai volume penjualan tertinggi dibanding sarung jenis Kamaran dan Kerang Simpung karena jenis sarung ini harganya relatif dapat terjangkau oleh semua kalangan.

2. penentuan Persediaan akhir

Penentuan persediaan akhir masing-masing jenis sarung dihitung berdasarkan tingkat perputaran persediaan (ITO) dengan formulasi (3.2) Didalam Penentuan persediaan akhir ini ITO semester II tahun 1999 diasumsikan sama dengan ITO semester I tahun 2000. Perhitungan persediaan akhir secara jelas dapat dilihat pada lampiran 2 hasilnya dapat dilihat pada tabel 4-12.

Tabel 4-12 Persediaan Akhir semester I Tahun 2000

Jenis Sarung	Persediaan Akhir
Kamaran	6564
Kenari	7027
Kerang Simpung	8939

Sumber data : Lampiran 2

3. Pengumuman Rencana produksi

pengumuman rencana produksi pada semester I tahun 2000 menggunakan formulasi (3.3) Perhitungan rencana produksi untuk masing-masing jenis sarung dapat dilihat pada lampiran 3 dengan hasil seperti tercantum pada tabel 4-13.

Tabel 4.13. Rencana Produksi Semester I Tahun 2000

Jenis Sarung	Rencana produksi
Kamaran	252.160
Kenari	264.984
Kerang Simpung	237.464

Sumber data : lampiran 3

Rencana produksi ini sangat besarnya dipengaruhi oleh besarnya ramalan volume penjualan. pada tabel diatas dapat diketahui bahwa sarung jenis kerang simping mengalami rencana produksi paling tinggi yang disebabkan oleh ramalan volume penjualan yang tinggi pula.

4. Pemisahan biaya Semivariabel

Pemisahan biaya semivariabel dilakukan terhadap biaya-biaya yang mempunyai unsur biaya variabel dan biaya tetap didalamnya. Pemisahan biaya semivariabel perlu dilakukan karena penentuan harga jual dengan *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Direct Costing* hanya memperhitungkan biaya variabel saja, Yaitu biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan volume produksi. Biaya-biaya yang merupakan biaya semevariabel antara lain : biaya reparasi dan pemeliharaan mesin, biaya bahan bakar dan pelumas, niaya pemeliharaan bangunan, biaya listrik dan air, biaya telepon, biaya suplies kantor, biaya pengobatan dan biaya tidak langsung lainnya, biaya pemasaran. Pemisahan biaya semivariabel kedalam biaya tetap dan biaya variabel menggunakan metode Kuadrat Terkecil dengan formulasi (3.4). Hasil pemisahan biaya semivariabel tersebut berdasarkan Lampiara 4 dapat dilihat pada tabel 4-14.

Tabel 4-14 : Hasil Pemisahan Biaya semivariabel semester I tahun 2000

Jenis Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Biaya reparasi dan pemeliharaan mesin	7487895	4737158
Biaya bahan bakar dan pelumas	24357115	1009211
Biaya pemeliharaan bangunan	4649145	4640586
Biaya listrik dan air	16528498	361824
Biaya telepon	7667699	443521
Biaya Suplies kantor	709615	47267
Biaya pengobatan dan biaya tidak langsung lainnya	20453964	847930
Biaya pemasaran	7159427	135382

Sumber data : Lampiran 4

5. Penentuan Besarnya Biaya Bahan Baku, Bahan Penolong dan Upah Tenaga Kerja Langsung.

Dasar untuk menentukan biaya bahan baku, bahan penolong dan upah tenaga kerja langsung adalah ramalan dari masing-masing harga dan upah yang bersangkutan, yang dihitung dengan metode *Geometric Mean* dengan Formulasi (3.5)

a. Biaya Bahan Baku

Perhitungan ramalan harga bahan baku yang meliputi benang Type TR-45, benang Type TR-20 dapat dilihat pada lampiran 5. Sedangkan perhitungan biaya bahan baku secara total untuk masing-masing jenis sarung dapat dilihat pada lampiran 6. Hasil perhitungan biaya bahan baku dapat dilihat pada tabel 4-15.

Tabel 4-15 : Biaya bahan baku semester I tahun 2000

Jenis Sarung	Biaya Bahan
Kamaran	834.273.576
Kenari	724.071.430
Kerang Semping	470.600.219
Jumlah	2.028.945.225

Sumber data : Lampiran 6

b. Biaya bahan penolong

Perhitungan ramalan harga bahan penolong yang meliputi : Hidro sulfat, caustic soda, asam cuka, garam dapur, cat, violet, dan silver, dan kimia dapat dilihat pada lampiran 7, sehingga dapat dihitung biaya total bahan penolong untuk masing-masing jenis sarung. Hasil perhitungan biaya bahan penolong secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 4-16.

Tabel 4-16 : Biaya Bahan Penolong Semester I Tahun 2000

Jenis Sarung	Biaya Bahan penolong
Kamaran	678.188.382
Kenari	426.845.503
Kerang Sempang	255.010.213
Jumlah	1.360.044.098

Sumber Data : Lampiran 8



c. Upah Tenaga Kerja Langsung

Perhitungan ramalan upah tenaga kerja langsung dapat dilihat pada lampiran 9, Sedangkan perhitungan total upah tenaga kerja langsung dapat dilihat pada lampiran 10 dengan hasil seperti yang tercantum pada tabel 4-17.

Tabel 4-17 Upah tenaga kerja langsung semester I tahun 2000

Jenis Sarung	Upah tenaga kerja langsung
Kamaran	571.909.040
Kenari	542.422.248
Kerang simpang	461.867.480
Jumlah	1.576.198.768

Sumber data : Lampiran 10

Dari Perhitungan biaya bahan baku, biaya penolong, upah tenaga kerja langsung, hasil pemisahan biaya semivariabel, biaya-biaya tetap lainnya dari data perusahaan maka daapt disusun tabel jenis-jenis biaya yang terjadi pada semester I tahun 2000.

Tabel 4.18: Jenis-Jenis Biaya Semester I tahun 2000

Jenis Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel
Bahan Baku		2.028.945.225
Uoah Tenaga Kerja Langsung		1.088.198.768
Bahan Penolong		1.359.974.098
Overhead Pabrik Yang lain		
- Reparasi dan Pemeliharaan mesin	7.487.895	4.737.158
- Bahan Bakar dan Pelumas	24.357.115	1.009.211
- Listrik dan air	16.528.498	361.824
Pemasaran	7.159.427	135.382
Administrasi dan Umum		
- Telepon	7.667.699	443.521
- Supplies Kantor	709.615	47.267
- Pemeliharaan bangunan kantor	4.649.145	4.640.586
- Pengobatan dan biaya tak langsung lain	20.453.964	847.930
Penysutan	802.018.175	
Asuransi	222.371.588	
Karyawan tidak tetap	402.879.9921	
Pajak dan Iuran daerah	1.752.500	
	1.518.035.613	488.493.040

Sumber data : Tabel 4.15, 4.16, 4.17, dan PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

6. Penyusunan Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel

Penyusunan anggaran biaya produksi dan komersial variabel perjenis sarung didasarkan pada perhitungan anggaran biaya bersama dan dihitung dengan formulasi (3.6) perhitungan biaya produksi dan komersial variabel perlembar menggunakan formulasi (3.7) perhitungan selengkapnya pada dilihat pada tabel 11 dan 12.

Sedangkan hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel 4-19

Tabel 4-19: Anggaran Biaya Produksi dan Komersial perlembar sarung semester I Tahun 2000.

Jenis biaya	Kamaran	Kenari	Kerang Simbang
Biaya produksi :			
- Bahan baku	3302,615	2732,510	1981,775
- Bahan Penolong	2684,447	1610,835	1073,889
- Upah tenaga kerja langsung	2264	2047	1945
- FOH Varibel lain	8,089	8,089	8,089
Biaya Komersial :	0,179	0,179	0.179
- biaya pemasaran	7,918	7,918	7,918
- Biaya administrasi dan umum			
Total biaya produksi dan komersial	8267,248	6405,531	5016,85

Sumber data : Lampiran 12

8. Penentuan Harga Jual Masing-masing Jenis Sarung

Dalam menentukan harga jual ini dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Direct Costing* sesuai formulasi (3.9). Pada metode ini diperlukan data tentang persentase laba yang diinginkan perusahaan sebagai dasar untuk menghitung *mark up*, dan disini digunakan persentase laba rata-rata dari data semester II 1997 - semester II 1999. Perhitungan *mark up* dan harga jual masing-masing jenis sarung perlembar dapat dilihat pada lampiran 13 dengan hasil seperti tercantum pada tabel 4.19.

Tabel 4.19. Harga Jual Perlembar Sarung Semester I Tahun 2000

	Kamaran	Kenari	Kerang Sipping
Mark up	63,52%	61,12%	60,04%
Biaya Variabel	8.267,248	6.246,531	5016,85
Mark up x biaya Variabel	5.251,355	3.915,671	3212,116
Harga Jual (dibulatkan)	13.519	10.322	8.2029

Sedangkan harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan pada semester I tahun 2000 untuk masing-masing jenis sarung perlembar adalah : Kamaran, Rp. 13.200, Kenari Rp. 10.000,- dan Kerang Sipping Rp. 7.750,- Harga ini berdasarkan informasi dari perusahaan ditetapkan dengan metode *Variabel Costing*

Dari harga yang telah ditetapkan kemudian dihitung tingkat profitabilitasnya, kemudian dibandingkan dengan profitabilitas harga perusahaan. Untuk menghitung profitabilitas digunakan metode *Contribution Margin Ratio* sesuai dengan formulasi (3.10) dan *Operating Ratio* sesuai dengan formulasi (3.11). Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 14 dan 15. Hasil perhitungan pada lampiran tersebut dapat dilihat pada tabel 4.20.

Tabel 4.20 : Hasil Perhitungan Contribution Margin Ratio dan Operating Ratio

Semester I Tahun 2000

Jenis Sarung	Harga Analisis		Harga Perusahaan	
	CMR	OR	CMR	OR
Kamaran	39,10%	60,95%	37,81%	62,24%
Kenari	41,43%	58,64%	39,46%	60,61%
Kerang Sipping	42,15%	57,84%	39,94%	60,15%

Sumber data : Lampiran 15 dan lampiran 16

4.3 Pembahasan

Tabel 4-20 menunjukkan bahwa metode penentuan harga jual *Cost Plus Pricing* menghasilkan harga jual analisis yang lebih besar dari pada harga perusahaan dengan prosentase kenaikan harga untuk tiap-tiap jenis sarung yaitu sarung Kamaran 2,03%, sarung Kenari sebesar 3,22% dan sarung Kerang Simping sebesar 3,6%. Kenaikan harga jual ini mengakibatkan terjadinya kenaikan profitabilitas melalui pendekatan *Contribution Margin Ratio* dan *Operating Ratio* yang lebih tinggi dibandingkan dengan profitabilitas dari harga perusahaan. Kenaikan *Contribution Margin Ratio* untuk sarung Kamaran sebesar 1,29%, sarung Kenari sebesar 1,97% dan sarung Kerang Simping sebesar 2,21%. Kenaikan *Contribution Margin Ratio* ini menunjukkan bahwa sumbangan keuntungan untuk setiap jenis produk juga mengalami peningkatan sebagai akibat dari adanya kenaikan penjualan. Sedangkan *Operating Ratio* masing-masing jenis sarung mengalami penurunan yaitu sarung Kamaran sebesar 1,29%, Sarung kenari sebesar 1,97% dan sarung Kerang Simping sebesar 2,08%. Penurunan ini akan menguntungkan perusahaan karena penurunan *Operating Ratio* ini berarti akan terjadi penurunan biaya operasi pada setiap rupiah penjualannya.

Faktor yang menyebabkan meningkatnya profit dari kenaikan harga ini karena pada metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Direct Costing* dalam menentukan *Mark-up* masih memperhitungkan biaya tetap. Jadi secara otomatis harga jual akan meningkat yang diikuti oleh kenaikan profitabilitas. Sedangkan harga yang ditetapkan perusahaan menggunakan metode *Variabel Costing* yang langsung memasukkan prosentase laba yang diharapkan perusahaan dan ditambahkan pada biaya variabel.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari analisis data dan pembahasan penentuan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Direct Costing* diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *Direct Costing* menghasilkan harga jual analisis yang lebih besar dari harga perusahaan.
2. Dengan menggunakan analisis *Contribution Margin Ratio* dan *Operating Ratio* diperoleh tingkat profitabilitas berdasarkan harga analisis meningkat, bila dibandingkan dengan tingkat profitabilitas berdasarkan harga perusahaan.

5.2 Saran

1. Bagi perusahaan, dalam kebijaksanaan penentuan harga jual produknya sebaiknya menggunakan harga jual analisis, karena harga ini terbukti dapat memberikan profitabilitas yang lebih tinggi. Untuk menjaga agar keuntungan yang dicapai tidak mengalami penurunan sebaiknya perusahaan perlu meningkatkan kualitas terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan, sebab kenaikan biaya akan menyebabkan keuntungan berkurang selain itu perusahaan harus bisa menentukan kebijaksanaan yang tepat dalam penentuan harga jual.
2. Bagi peneliti lain penulis menyarankan untuk meneliti penentuan harga jual dari produk yang sama seperti yang diteliti pada penelitian ini tetapi dengan menggunakan metode yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto Dajan, 1993. *Pengantar Metode Statistik Jilid I*, LP3ES, Jakarta
- Ari Wicaksono, 1999, *Penentuan Harga Jual dengan Metode Direct Cost Price Dalam Usaha Meningkatkan Profitabilitas pada Perusahaan Sepatu Sempurna* di Magetan, Skripsi, Universitas Jember.
- Bambang Riyanto, 1992. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, UGM, Yogyakarta
- Basu Swatha dan Irawan, 1997, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- , 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi kedua, cetakan keempat, Liberty, Yogyakarta.
- Gunawan Adisaputra, 1992, *Anggaran Perusahaan*, BPFE. Yogyakarta
- , 1993, *Anggaran Perusahaan*, BPFE. Yogyakarta
- Mas'ud Machfoedz, 1991, *Akuntansi Manajemen*, Buku III, Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta.
- Muhammad Nazir, 1998. *Metode Penelitian*, Edisi pertama, cetakan ketiga, STIE, YKPN Yogyakarta.
- Mulyadi, 1993, *Akuntansi Manajemen*, STIE, YKPN Yogyakarta.
- Palupi, Indriani, 1999, *Analisis Penentuan Harga Jual dalam kaitannya dengan Tingkat Profitabilitas pada PT. Bokor Mas di Mojokerto*, Skripsi, Univeristas Jember.
- Philip Kotler, 1995, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Salemba Empat, Jakarta.
- R.A Supriyono, 1991, *Biaya Perencanaan dan Pengembalian Biaya serta Pembuatan Keputusan*, BPFE, Yogyakarta.
- William J. Stanton, 1993, *Prinsip Pemasaran*, Terjemahan Y Lamarto dari *Fundamentals of Marketing*, 1984, Erlangga, Jakarta.

**Lampiran 1 : Ramalan volume penjualan periode semester I tahun 2000 pada
PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo**

1. Kamaran

Periode	Penjualan						
	(y)	u	log Y	u log Y	u ²	log Y'	Y'
Semester II 1997	133.851	-2	5,1266	-10,2532	4	5,10016	125939
Semester I 1998	140.360	-1	5,1472	-5,1472	1	5,16038	144671
Semester II 1998	158.634	0	5,2003	0	0	5,2206	166188
Semester I 1999	179.974	1	5,2552	5,2552	1	5,28092	190926
Semester II 1999	236.472	2	5,3737	10,7474	4	5,34104	219301
			$\Sigma=26,103$	$\Sigma=0,602$	10		
				2			

Sumber data : Tabel 4.9 diolah

$$\Sigma \log Y = n \log a$$

$$26,103 = 5 \log a$$

$$\log a = 5,2206$$

$$\Sigma u \log Y = \log b \Sigma u^2$$

$$0,6022 = 10 \log b$$

$$\log b = 0,06022$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester II 1997 : } \log Y' &= 5,2006 + 0,06022 (-2) \\ &= 5,10016 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 125.938,9303$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester I 1998 : } \log Y' &= 5,2006 + 0,06022 (-1) \\ &= 5,16038 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 144.670,5059$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester II 1998: } \log Y' &= 5,2006 + 0,06022 (0) \\ &= 5,2206 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 166.188,1296$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester I 1999 : } \log Y' &= 5,2006 + 0,06022 (-1) \\ &= 5,28082 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 190.906,1855$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester II 1999 : } \log Y' &= 5,2006 + 0,06022 (2) \\ &= 5,34104 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 219.300,691$$

$$r = (\text{antilog } b) - 1$$

$$= 1,1487 - 1$$

$$= 0,1487$$

$$= 14,87\%$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester I 2000 : } &= 14,87\% (219.300,691) + 219300,691 \\ &= 251.910,703 \\ &= 251.910 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi ramalan penjualan untuk semester I tahun 2000 adalah 251.910 lembar

2. Kenari

Periode	Penjualan						
	(y)	u	log Y	u log Y	u ²	log Y'	Y'
Semester II 1997	162.880	-2	5,2118	-10,4236	4	5,18566	153342
Semester I 1998	167.616	-1	5,2243	-5,2243	1	5,23727	172691
Semester II 1998	172.460	0	5,2367	0	0	5,28888	194482
Semester I 1999	239.469	1	5,3792	5,3792	1	5,34049	219023
Semester II 1999	246.832	2	5,3924	10,7848	4	5,3921	246661
			$\Sigma=26,4444$	$\Sigma=0,5161$	10		

Sumber data : Tabel 4.9 diolah

$$\Sigma \log Y = n \log a$$

$$26,4444 = 5 \log a$$

$$\log a = 5,28888$$

3

$$\sum u \log Y = \log b \sum u^2$$

$$0,5161 = 10 \log b$$

$$\log b = 0,05161$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester II 1997 : } \log Y' &= 5,28888 + 0,05161(-2) \\ &= 5,18566 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 153.341,603$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester I 1998 : } \log Y' &= 5,28888 + 0,05161(-1) \\ &= 5,23727 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 172.691,117$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester II 1998 : } \log Y' &= 5,28888 + 0,05161(0) \\ &= 5,28888 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 194.482,263$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester I 1999 : } \log Y' &= 5,28888 + 0,05161(1) \\ &= 5,34049 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 219,023,139$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester II 1999 : } \log Y' &= 5,28888 + 0,05161(2) \\ &= 5,3921 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 246.660,722$$

$$r = (\text{antilog } b) - 1$$

$$= 1,1262 - 1$$

$$= 0,1262$$

$$= 12,62\%$$

$$\text{Trend semester I 2000 : } = 12,62\% (246.660,722) + 246660,722$$

$$= 277.789,3061$$

$$= 277.789 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan penjualan untuk semester I tahun 2000 adalah 277.789 lembar

3. Kerang Simping

Periode	Penjualan						
	(y)	u	log Y	u log Y	u ²	log Y'	Y'
Semester II 1997	196.768	-2	5,2939	-10,5878	4	5,2963	197834
Semester I 1998	198.031	-1	5,2967	-5,2967	1	5,3162	208267
Semester II 1998	229.603	0	5,3609	0	0	5,34094	219250
Semester I 1999	250.479	1	5,3987	5,3987	1	5,36326	230813
Semester II 1999	226.249	2	5,3545	10,709	4	5,38558	242985
			$\Sigma=26,7047$	$\Sigma=-0,2232$	10		

Sumber data : Tabel 4.9 diolah

$$\Sigma \log Y = n \log a$$

$$26,7047 = 5 \log a$$

$$\log a = 5,34094$$

$$\Sigma u \log Y = \log b \Sigma u^2$$

$$0,2232 = 10 \log b$$

$$\log b = 0,02232$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester II 1997 : } \log Y' &= 5,34094 + 0,02232 (-2) \\ &= 5,2963 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 197.833,575$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester I 1998 : } \log Y' &= 5,34094 + 0,02232 (-1) \\ &= 5,31862 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 208.266,778$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester II 1998 : } \log Y' &= 5,34094 + 0,02232 (0) \\ &= 5,34094 \end{aligned}$$

$$\text{antilog} = 219.250,200$$

$$\begin{aligned} \text{Trend semester I 1999 : } \log Y' &= 5,34094 + 0,02232 (1) \\ &= 5,36326 \end{aligned}$$

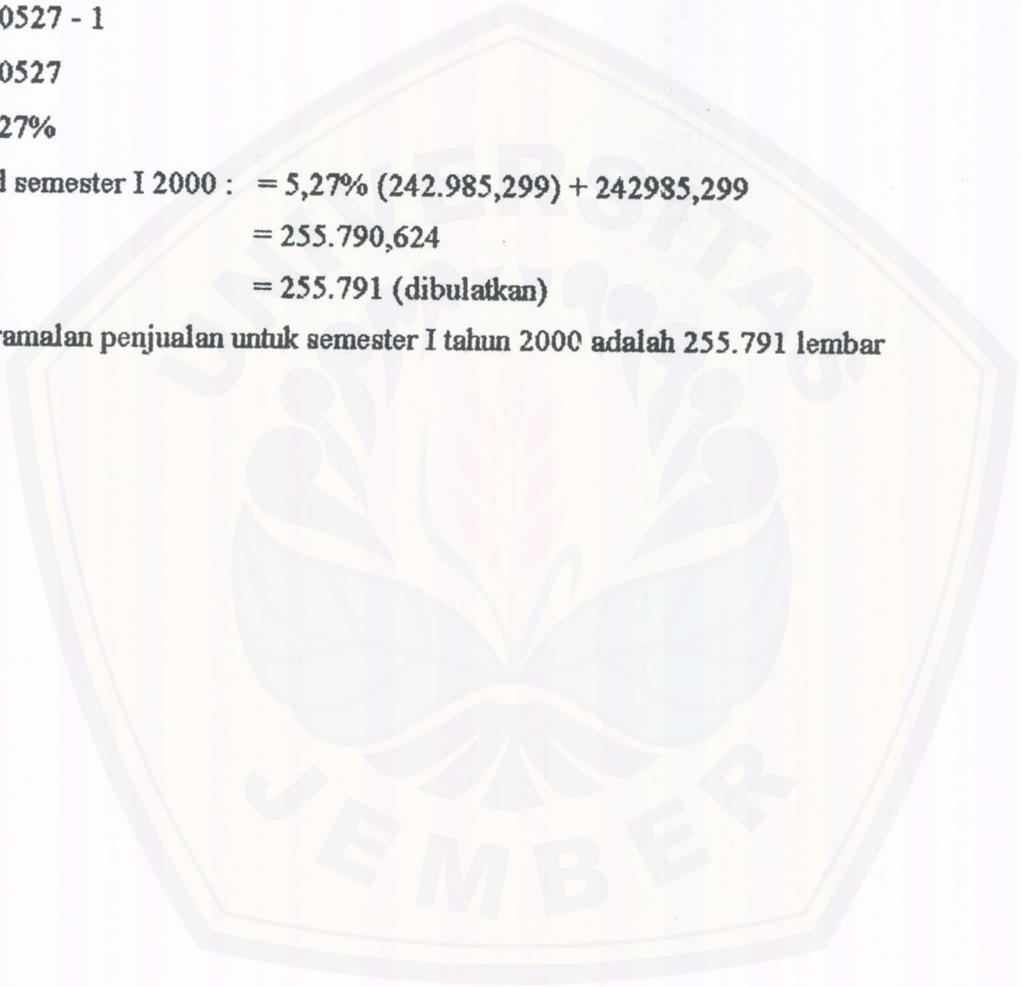
$$\text{antilog} = 230.812,858$$

$$\begin{aligned}\text{Trend semester II 1999 : } \log Y^t &= 5,34094 + 0,02232 (2) \\ &= 5,38558 \\ \text{antilog} &= 242.985,299\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}r &= (\text{antilog } b) - 1 \\ &= 1,0527 - 1 \\ &= 0,0527 \\ &= 5,27\%\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Trend semester I 2000 : } &= 5,27\% (242.985,299) + 242985,299 \\ &= 255.790,624 \\ &= 255.791 \text{ (dibulatkan)}\end{aligned}$$

Jadi ramalan penjualan untuk semester I tahun 2000 adalah 255.791 lembar



Lampiran 2: Perhitungan persediaan akhir tiap jenis sarung periode semester I tahun 2000 pada PT. Industri sandang samping Probolinggo.

Data persediaan awal dan persediaan akhir tiap jenis sarung periode semester II 1999

	Kamaran	Kenari	Kerang Samping
Persediaan awal semester II 1999	5802	5600	9225
Persediaan akhir semester II 1999	5865	5778	9388
Rencana penjualan semester I 2000	251911	277789	255791

Sumber data : 4.10 diolah

Dengan asumsi bahwa ITO semester II tahun 1999 sama dengan ITO semester I tahun 2000 maka :

1. Persediaan akhir sarung merk kamaran :

$$\begin{aligned} \text{Persediaan rata-rata} &= \frac{\text{Persediaan awal} + \text{persediaan akhir}}{2} \\ \text{semester II 1999} &= \frac{5802 + 5865}{2} \\ &= 5834 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO semester II 1999} &= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan rata - rata}} \\ &= \frac{236.472}{5834} \\ &= 40,533 \end{aligned}$$

$$\text{ITO semester II 1999} = \text{ITO semester I 2000}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO semester I 2000} &= \frac{\text{Rencana penjualan}}{\frac{\text{Persediaan awal} + \text{Persediaan akhir}}{2}} \\ 40,535 &= \frac{251911}{\frac{5.865 + \text{Persediaan akhir}}{2}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persediaan akhir} &= 6564,308 \\ &= 6564 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi persediaan akhir sarung merk kamaran adalah sebesar 6564 lembar.

2. Persediaan akhir sarung merk kenari ;

$$\text{Persediaan rata-rata semester II 1999} = \frac{\text{Persediaan awal} + \text{persediaan akhir}}{2}$$

$$= \frac{5.600 + 5.778}{2}$$

$$= 5689$$

$$\text{ITO semester II 1999} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan rata - rata}}$$

$$= \frac{246832}{5689}$$

$$= 43,387$$

$$\text{ITO semester II 1999} = \text{ITO semester I 2000}$$

$$\text{ITO semester I 2000} = \frac{\text{Rencana penjualan}}{\frac{\text{Persediaan awal} + \text{Persediaan akhir}}{2}}$$

$$43,387 = \frac{277.789}{\frac{5.778 + \text{Persediaan akhir}}{2}}$$

$$\text{Persediaan akhir} = 7027,172$$

$$= 7027 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi persediaan akhir sarung merk kenari adalah sebesar 7027 lembar.

3. Persediaan akhir sarung merk kerang simping

$$\begin{aligned} \text{Persediaan rata-rata semester II 1999} &= \frac{\text{Persediaan awal} + \text{persediaan akhir}}{2} \\ &= \frac{9.225 + 9.388}{2} \\ &= 9306,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO semester II 1999} &= \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan rata-rata}} \\ &= \frac{226.249}{9307} \\ &= 24,309 \end{aligned}$$

$$\text{ITO semester II 1999} = \text{ITO semester I 2000}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO semester I 2000} &= \frac{\text{Rencana penjualan}}{\frac{\text{Persediaan awal} + \text{Persediaan akhir}}{2}} \\ 24,309 &= \frac{222.756}{\frac{9.388 + \text{Persediaan akhir}}{2}} \end{aligned}$$

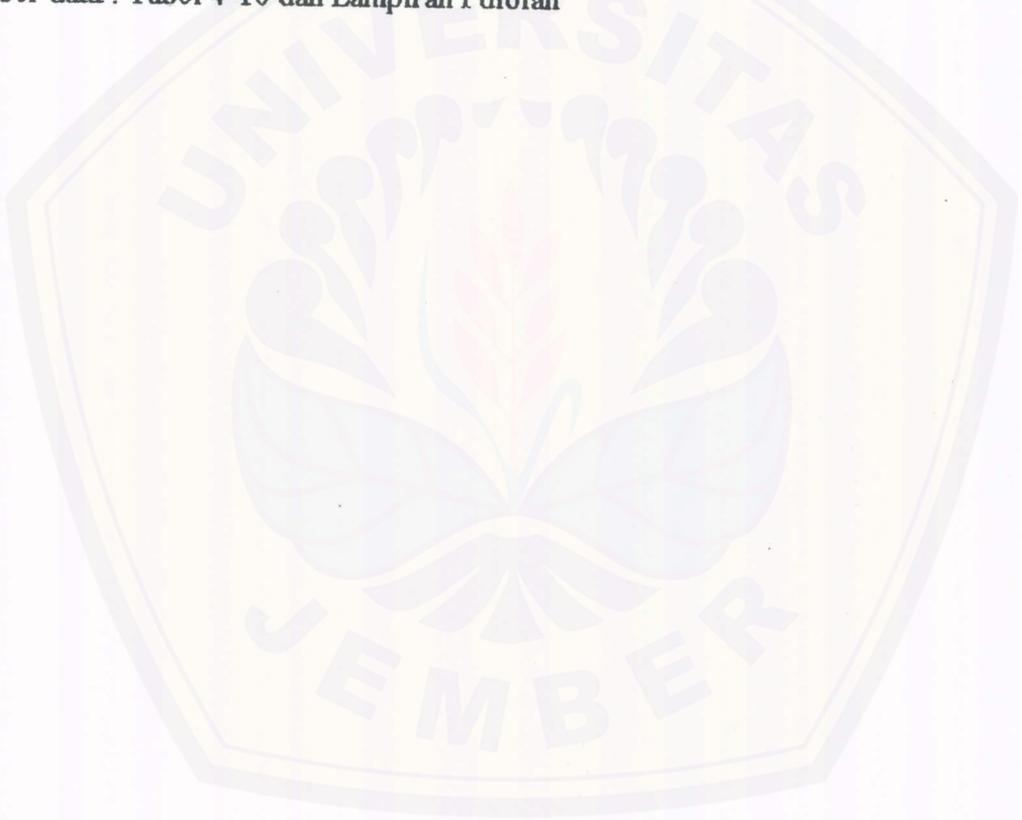
$$\begin{aligned} \text{Persediaan akhir} &= 8939,039 \\ &= 8939 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi persediaan akhir sarung merk kenari adalah sebesar 8939 lembar.

Lampiran : 3 Rencana produksi masing-masing jenis sarung periode semester I 2000 pada PT Industri sandang samping Probolinggo

	Kamaran	Kenari	Kerang samping
Rencana penjualan semester I th 2000	251911	277789	255791
Persediaan akhir	6564	7027	8939
Jumlah kebutuhan produksi	258475	270762	246852
Persediaan awal semester I 2000	58655	5778	9388
Rencana produksi semester I 2000	252610	264984	237454

Sumber data : Tabel 4-10 dan Lampiran I diolah



Lampiran 4 : Pemisahan biaya-biaya semivariabel ke dalam biaya tetap dan biaya variabel pada PT. Industri Sandang samping Probolinggo

Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Mesin

Periode	y	x	x ²	xy
Semester II 1997	10590685	493771	243809800411	5229373123135
Semester I 1998	10688684	506139	256176687321	5409959831076
Semester II 1998	10970517	560885	314591983225	6153198427545
Semester I 1999	11669086	669616	448385587456	7813806690976
Semester II 1999	11968154	709957	504038941849	8496874709378
Jumlah	55887126	2940368	1767003000292	33103212782110

Sumber data : Tabel 4-7 diolah

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5(33103212782110) - (2940368)(55887126)}{5(1767003000292) - (2940368)^2}$$

$$= \frac{1187347008182}{189251026036}$$

$$= 6,2739$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$= \frac{55887126 - 6,2739(2940368)}{5}$$

$$= 74878947167$$

$$= 7487895 \text{ (dibulatkan)}$$

$$\text{Biaya variabel/unit} = 6,2739$$

$$\text{biaya tetap} = 7487895$$

$$\text{Biaya variabel total semester I 2000} = 6,2739 \times 755058 = 4737158,386$$

$$= 4737158 \text{ (dibulatkan)}$$

Biaya Bahan Bakar dan Pelumas

Periode	y	x	x ²	xy
Semester II 1999	25083250	493771	243809800441	12385381435750
Semester I 1998	25700880	506139	256176687321	13008217702320
Semester II 1998	24072100	560885	314591983225	13501679808500
Semester I 1999	25350150	669616	448385587456	16974866042400
Semester II 1999	25509411	709957	504038941849	18110584905327
Jumlah	125715791	2940368	1767003000292	73980729894297

Sumber data : Tabel 4-7 diolah

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5(73980729894297) - (2940368)(125.715.791)}{5(1767003000292) - (2940368)^2}$$

$$= \frac{252960520397}{189251026036}$$

$$= 1,3366$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$= \frac{125.715.791 - 13366(2940.368)}{5}$$

$$= 24.357.115,413$$

$$= 24.357.115 \text{ (dibulatkan)}$$

Biaya variabel / unit = 1,3366

Biaya tetap = 24.757.115

Biaya variabel total semester I 2000 = 1,3366 x 755.058 = 1009210,523

= 1009211 (dibulatkan)

Biaya Pemeliharaan Bangunan

Periode	y	x	x ²	xy
Semester II 1999	6964325	493771	243809800441	3438781719575
Semester I 1998	7995400	506139	256176687321	4046783760600
Semester II 1998	8863225	560885	314591983225	4971249954125
Semester I 1999	8596800	669616	448385587456	5756554828800
Semester II 1999	8897450	709957	504038941849	6316835307930
Jumlah	$\Sigma y = 4131740$	$\Sigma x = 2940368$	$\Sigma x^2 = 176700300292$	$\Sigma xy = 24530205571030$

Sumber data : Tabel 4-7 diolah

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{5(24530205571030) - (2940368)(41317240)}{5(1767003000292) - (29403685)^2}$$

$$= \frac{1163137510830}{189251026036}$$

$$= 6,1460$$

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{n}$$

$$= \frac{41317240 - 6,1460(2940.368)}{5}$$

$$= 4.649.145,4643$$

$$= 4.649.145 \text{ (dibulatkan)}$$

Biaya variabel / unit = 6,1460

Biaya tetap = 4.644.145

Biaya variabel total semester I 2000 = 6,1460 x 755.058 = 46640586,468

$$= 46640586 \text{ (dibulatkan)}$$

Biaya Telephon

Periode	y	x	x ²	xy
Semester II 1997	7865350	493771	243809800441	3883681734850
Semester I 1998	8064375	506139	256176687321	4081694698125
Semester II 1998	7978050	560885	314591983225	4474768574250
Semester I 1999	8124430	669616	448385587456	5440248318880
Semester II 1999	8033355	709957	504038941849	5703336615735
Jumlah	Σy=40065560	Σx=2940368	Σx ² =176700300292	Σxy=23583729941840

Sumber data : Tabel 4-7 diolah

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5(23583729941840) - (2940368)(40065560)}{5(1767003000292) - (29403685)^2}$$

$$= \frac{111159183120}{189251026036}$$

$$= 0,5874$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$= \frac{40065560 - 0,5874(2940.368)}{5}$$

$$= 7.667.698,9137$$

$$= 7.667.699 \text{ (dibulatkan)}$$

Biaya variabel / unit = 0,5874

Biaya tetap = 7.667.699

Biaya variabel total semester I 2000 = 0,5874 x 755.058 = 443.521,069

= 443.521 (dibulatkan)

Biaya Supplier Kantor

Periode	y	x	x ²	xy
Semester II 1997	722175	493771	243809800441	356589071925
Semester I 1998	762075	506139	256176687321	385715878425
Semester II 1998	744200	560885	314591983225	417410617000
Semester I 1999	746775	669616	448385587456	500052488400
Semester II 1999	756890	709957	504038941849	537359353730
Jumlah	Σy=3732115	Σx=2940368	Σx ² =176700300292	Σxy=2197127409480

Sumber data : Tabel 4-7 dio'ah

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5(2197127409480) - (2940368)(3732115)}{5(1767003000292) - (29403685)^2}$$

$$= \frac{11845529080}{189251026036}$$

$$= 0,0626$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$= \frac{3732115 - 0,0626(2940.368)}{5}$$

$$= 709.614,51829$$

$$= 709.615 \text{ (dibulatkan)}$$

Biaya variabel / unit = 709.615

Biaya tetap = 709.615

Biaya variabel total semester I 2000 = 0,0626 x 755.058 = 47.266,630

$$= 47.267 \text{ (dibulatkan)}$$

Biaya Pengobatan dan Biaya Tak Langsung Lainnya

Periode	y	x	x ²	xy
Semester II 1997	21058.000	493771	243809800441	10397829718000
Semester I 1998	21.012.300	506139	256176687321	10635144509700
Semester II 1998	21.071.356	560885	314591983225	11818607510060
Semester I 1999	21.037.550	669616	448385587456	14087080080800
Semester II 1999	21.392.685	709957	504038941849	15187886464845
Jumlah	$\Sigma y = 105571891$	$\Sigma x = 2940368$	$\Sigma x^2 = 176700300292$	$\Sigma xy = 6216348283105$

Sumber data : Tabel 4-7 diolah

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{5(62163482831) - (2940368)(105571891)}{5(176700300292) - (2940368)^2}$$

$$= \frac{212531419637}{189251026036}$$

$$= 1,1230$$

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{n}$$

$$= \frac{105.571.891 - 1,1230(2940.368)}{5}$$

$$= 20.453.963,725$$

$$= 20.453.964 \text{ (dibulatkan)}$$

Biaya variabel / unit = 1,1230

Biaya tetap = 20.453.964

Biaya variabel total semester I 2000 = 1,1230 x 755.058 = 847.930.134

= 847.930 (dibulatkan)

Biaya Pemasaran

Periode	y	x	x ²	xy
Semester II 1997	7149340	493771	243809800441	3530136761140
Semester I 1998	7500830	506139	256176687321	3796462595370
Semester II 1998	7066265	560885	314591983225	3963362044525
Semester I 1999	7257783	669616	448385587456	4859927621328
Semester II 1999	7350235	709957	504038941849	5218350789895
Jumlah	$\Sigma y = 36324753$	$\Sigma x = 2940368$	$\Sigma x^2 = 176700300292$	$\Sigma xy = 21368239812258$

Sumber data : Tabel 4-7 diolah

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{5(21368239812258) - (2940368)(36.324.453)}{5(1767003000292) - (2940368)^2}$$

$$= \frac{33930842586}{189251026036}$$

$$= 0,1793$$

$$a = \frac{\Sigma y - b \Sigma x}{n}$$

$$= \frac{36.324.453 - 0,1793(2940.368)}{5}$$

$$= 7.159.426,8367$$

$$= 7.159.427 \text{ (dibulatkan)}$$

$$\text{Biaya variabel / unit} = 0,1793$$

$$\text{Biaya tetap} = 7.159.427$$

$$\text{Biaya variabel total semester I 2000} = 0,1793 \times 755.058 = 135.381,899$$

$$= 135.382 \text{ (dibulatkan)}$$

Lampiran 5: Ramalan Harga Bahan Baku Periode Semester I Tahun 2000

PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

1. Benang Type TR-45

Periode	Harga (X_0)	Kenaikan (%) (X_n)	Log x
Semester II 1997	1.425.000	-	-
Semester I 1998	1.450.000	1,7543	0,2441
Semester II 1998	1.460.000	0,6896	-0,1614
Semester I 1999	1.460.000	-	-
Semester II 1999	1.475.000	1,0273	0,0116
			$\Sigma=0,2441$

Sumber data : Tabel 4.3 diolah

$$\begin{aligned} \text{Log GM} &= \frac{0,2441}{4} = 0,061025 \\ &= 1,1508 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 101,1508\% \times 1.475.000 &= \text{Rp. } 1.491.974,3 \\ &= \text{Rp. } 1.491.974/\text{ball (dibulatkan)} \\ &= \text{Rp. } 8.224,74/\text{kg} \\ &= \text{Rp. } 8.225,- \text{ (dbulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi ramalan harga benang type TR-45 per kilogram adalah Rp. 8.225,-

2. Benang Type TR-30

Periode	Harga (X_0)	Kenaikan (%) (X_n)	Log x
Semester II 1997	1.350.000	-	-
Semester I 1998	1.360.000	0,7407	0,1303
Semester II 1998	1.375.000	0,3676	-0,4346
Semester I 1999	1.375.000	-	-
Semester II 1999	1.380.000	0,3636	0,4393
			$\Sigma=-1,0042$

Sumber data : Tabel 4.3 diolah

18

$$\text{Log GM} = \frac{-1,0042}{4} = -0,25105$$

$$\text{GM} = 0,5609$$

$$\begin{aligned} 100,5609\% \times 1.380.000 &= \text{Rp. } 1.387.740,42 \\ &= \text{Rp. } 1.387.740/ \text{ ball (dibulatkan)} \\ &= \text{Rp. } 7.650/\text{kg} \end{aligned}$$

Jadi ramalan harga benang type TR-30 per kilogram adalah Rp. 7.650,-

3. Benang Type TR-20

Periode	Harga (X ₀)	Kenaikan (%) (X _n)	Log x
Semester II 1997	1.250.000	-	-
Semester I 1998	1.260.000	0,8	-0,0969
Semester II 1998	1.270.000	0,7936	-0,1003
Semester I 1999	1.280.000	0,7874	-0,1038
Semester II 1999	1.310.000	2,3437	0,3699
			Σ=0,0689

Sumber data : Tabel 4.3 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{0,0689}{4} = 0,017225$$

$$= 1,0404$$

$$\begin{aligned} 101,0404\% \times 1.310.000 &= \text{Rp. } 1.323.629,24 \\ &= \text{Rp. } 1.323.629/ \text{ ball (dibulatkan)} \\ &= \text{Rp. } 7.297/\text{kg} \end{aligned}$$

Jadi ramalan harga benang type TR-20 per kilogram adalah Rp. 7.297,-

Catatan : 1 ball = 181,4 Kilogram

Lampiran 6 : Ramalan Biaya Bahan Baku Periode I tahun 2000

1. Kamaran

Jenis Bahan Baku	Std Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga	Jumlah
Benang Type TR-45	0,250	252610	8.225	519.429.313
Benang Type TR-30	0,120		7.650	231.895.980
Benang Type TR-20	0,045		7.297	82.948.286
				$\Sigma=834.273.576$

Sumber data : Lampiran 5, lampiran 3 dan Tabel 4.4 diolah

2. Kenari

Jenis Bahan Baku	Std Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga	Jumlah
Benang Type TR-45	0,150	264.984	9.225	366.671.610
Benang Type TR-30	0,100		7.650	202.712.760
Benang Type TR-20	0,080		7.297	154.687.060
				$\Sigma= 724.071.430$

Sumber data : Lampiran 5, lampiran 3 dan Tabel 4.4 diolah

3. Kerang Simpson

Jenis Bahan Baku	Std Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga	Jumlah
Benang Type TR-45	0,100	237.464	8.225	195.314.140
Benang Type TR-30	0,080		7.650	145.327.968
Benang Type TR-20	0,075		7.297	129.958.111
				$\Sigma= 470.600.219$

Sumber data : Lampiran 5, lampiran 3 dan Tabel 4.4 diolah

Lampiran 7 : Ramalan Harga Bahan Penolong Periode Semester I tahun 2000

PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

1. Hidro Sulfat

Periode	Harga (X ₀)	Kenaikan (%) (X _n)	Log x
Semester II 1997	1.800	-	-
Semester I 1998	1.900	5,5555	0,7447
Semester II 1998	1.900	-	-
Semester I 1999	2.050	7,8947	0,8973
Semester II 1999	2.150	4,8780	0,6882
			Σ= 2,3302

Sumber data : Tabel 4.5 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{2,3302}{4} = 0,58255$$

$$\text{GM} = 3.8242$$

$$103,8242\% \times 2.150 = \text{Rp. } 2.232,603$$

$$= \text{Rp. } 2233 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan harga hidro sulfat per kilogram adalah Rp. 2.233,-

2. Cautie Soda

Periode	Harga (X ₀)	Kenaikan (%) (X _n)	Log x
Semester II 1997	1.700	-	-
Semester I 1998	1.750	2,4411	0,4685
Semester II 1998	1.800	2,8571	0,4554
Semester I 1999	1.800	-	-
Semester II 1999	1.900	5,5555	0,7447
			Σ= 1,6691

Sumber data : Tabel 4.5 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{1,6691}{4} = 0,417275$$

$$\text{GM} = 2,6138$$

$$102,6138\% \times 1.900 = \text{Rp. } 1949,6622$$

$$= \text{Rp. } 1950 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan harga cautic soda per kilogram adalah Rp. 1950,-

3. Asam Cuka

Periode	Harga (X_0)	Kenaikan (%) (X_n)	Log x
Semester II 1997	1.200	-	-
Semester I 1998	1.250	4.1666	0,6197
Semester II 1998	1.250	-	-
Semester I 1999	1.300	4	0,6020
Semester II 1999	1.300	-	-
			$\Sigma = 1,2217$

Sumber data : Tabel 4.5 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{1,2217}{4} = 0,3054$$

$$\text{GM} = 2,0202$$

$$102,0202\% \times 1.300 = \text{Rp. } 1326,26$$

$$= \text{Rp. } 1326 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan harga asam cuka adalah Rp. 1.326,-



4. Garam Dapur

Periode	Harga (X ₀)	Kenaikan (%) (X _n)	Log x
Semester II 1997	400	-	-
Semester I 1998	430	7,15	0,8750
Semester II 1998	430	-	-
Semester I 1999	450	4,6511	0,6675
Semester II 1999	450	-	-
			Σ= 1,5425

Sumber data : Tabel 4.5 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{1,5425}{4} = 0,3856$$

$$\text{GM} = 2,4301$$

$$102,4301\% \times 450 = \text{Rp. } 460,93$$

$$= \text{Rp. } 460 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan harga garam dapur per kilogram adalah Rp. 460,-

5. Cat

Periode	Harga (X ₀)	Kenaikan (%) (X _n)	Log x
Semester II 1997	6.500	-	-
Semester I 1998	6.600	1,5384	0,1870
Semester II 1998	6.650	3,125	0,4448
Semester I 1999	6.650	-	-
Semester II 1999	6.700	0,7518	-0,1238
			Σ= 0,558

Sumber data : Tabel 4.5 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{0,558}{4} = 0,1795$$

$$\text{GM} = 1,3787$$

$$101,3787\% \times 6.700 = \text{Rp. } 6.792,37$$

$$= \text{Rp. } 6.792 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan harga cat per kilogram adalah Rp. 6.792,-

6. Violet dan Silver

Periode	Harga (X_0)	Kenaikan (%) (X_n)	Log x
Semester II 1997	5.300	-	-
Semester I 1998	5.400	1,8867	0,2757
Semester II 1998	5.400	-	-
Semester I 1999	5.500	1.8518	0,2675
Semester II 1999	5.500	-	-
			$\Sigma = 0,5432$

Sumber data : Tabel 4.5 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{0,5432}{4} = 0,1358$$

$$\text{GM} = 1,3670$$

$$101,3670\% \times 5500 = \text{Rp. } 5.575,185$$

$$= \text{Rp. } 5.575 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan larga Violet dan silver per kilogram adalah Rp. 5.575,-

7. Kimia

Periode	Harga (X ₀)	Kenaikan (%) (X _n)	Log x
Semester II 1997	4.600	-	-
Semester I 1998	4.650	1,0869	0,0361
Semester II 1998	4.650	-	-
Semester I 1999	4.700	1,0752	0,0314
Semester II 1999	4.700	-	-
			Σ= 0,0675

Sumber data : Tabel 4.5 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{0,0675}{4} = 0,016875$$

$$\text{GM} = 1,0396$$

$$101,0396\% \times 4.700 = \text{Rp. } 4.748,86$$

$$= \text{Rp. } 4.749 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan harga kimia per kilogram adalah Rp. 4.749,-

Lampiran 8: Ramalan Biaya Bahan Penolong Periode Semester I Tahun 2000
PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

1. Kamaran

Jenis Bahan Penolong	Std Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga	Jumlah
Hidro sulfat	0,300	252.610	2.233	169.223.439
Cautic soda	0,100		1.950	49.258.950
Asam cuka	0,050		1.326	16.748.043
Garam dapur	0,025		460	2.905.015
Cat	0,125		6.792	214.465.890
Violet dan Silver	0,075		5.575	105.622.556
Kimia	0,100		4.749	119.964.489
				$\Sigma=678.188.382$

Sumber data = Tabel 4.6. lampiran 3 dan lampiran 7 diolah

2. Kenari

Jenis Bahan Penolong	Std Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga	Jumlah
Hidro sulfat	0,180	264.984	2.233	106.507.669
Cautic soda	0,060		1.950	31.003.128
Asam cuka	0,030		1.326	10.541.064
Garam dapur	0,015		460	1.828.390
Cat	0,175		6.792	134.982.850
Violet dan Silver	0,045		5.575	66.477.861
Kimia	0,060		4.749	75.504.541
				$\Sigma=426.845.503$

Sumber data = Tabel 4.6. lampiran 3 dan lampiran 7 diolah

3. Kerang Sipping

Jenis Bahan Penolong	Std Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga	Jumlah
Hidro sulfat	0,120	237.464	2.233	63.630.853
Cautic soda	0,040		1.950	18.522.192
Asam cuka	0,020		1.326	6.297.545
Garam dapur	0,010		460	1.092.334
Cat	0,050		6.792	80.642.774
Violet dan Silver	0,030		5.575	39.715.754
Kimia	0,040		4.749	45.108.661

 $\Sigma=255.010.213$

Sumber data = Tabel 4.6. lampiran 3 dan lampiran 7 diolah

Lampiran 9 : Ramalan Upah Tenaga Kerja Langsung Periode I Tahun 2000

PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

1. Kamaran

Periode	Upah (X_0)	Kenaikan (%) (X_n)	Log x
Semester II 1997	1.350	-	-
Semester I 1998	1.500	11,1111	1,0457
Semester II 1998	1.500	-	-
Semester I 1999	1.800	20	1,3010
Semester II 1999	2.100	16,6666	1,2218
			$\Sigma = 3,5685$

Sumber data : Tabel 4.2 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{3,5685}{4} = 0,892125$$

$$\text{GM} = 7,8005$$

$$107,8005\% \times 2100 = \text{Rp. } 2.263,81$$

$$= \text{Rp. } 2.264 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan upah tenaga kerja langsung sarung Kamaran adalah = Rp. 2.264,-/lembar

2. Kamaran

Periode	Upah (X_0)	Kenaikan (%) (X_n)	Log x
Semester II 1997	1.200	-	-
Semester I 1998	1.500	25	1,3979
Semester II 1998	1.750	16,6666	1,2218
Semester I 1999	1.750	-	-
Semester II 1999	1.900	8,5714	0,9330
			$\Sigma = 3,5527$

Sumber data : Tabel 4.2 diolah

28

$$\text{Log GM} = \frac{3,5527}{4} = 0,888175$$

$$\text{GM} = 7,7299$$

$$107,7299\% \times 1900 = \text{Rp. } 2046,86$$

$$= \text{Rp. } 2047 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan upah tenaga kerja langsung sarung Kenari adalah = Rp. 2047,-/lembar

3. Kerang Simping

Periode	Upah (X_0)	Kenaikan (%) (X_n)	Log x
Semester II 1997	1.100	-	-
Semester I 1998	1.100	-	-
Semester II 1998	1.400	27,2727	1,4357
Semester I 1999	1.600	12,5	1,0969
Semester II 1999	1.800	12,5	1,0969
			$\Sigma = 3,6295$

Sumber data : Tabel 4.2 diolah

$$\text{Log GM} = \frac{3,6295}{4} = 0,9073375$$

$$\text{GM} = 8,0793$$

$$108,0793\% \times 1800 = \text{Rp. } 1.945,42$$

$$= \text{Rp. } 1945 \text{ (dibulatkan)}$$

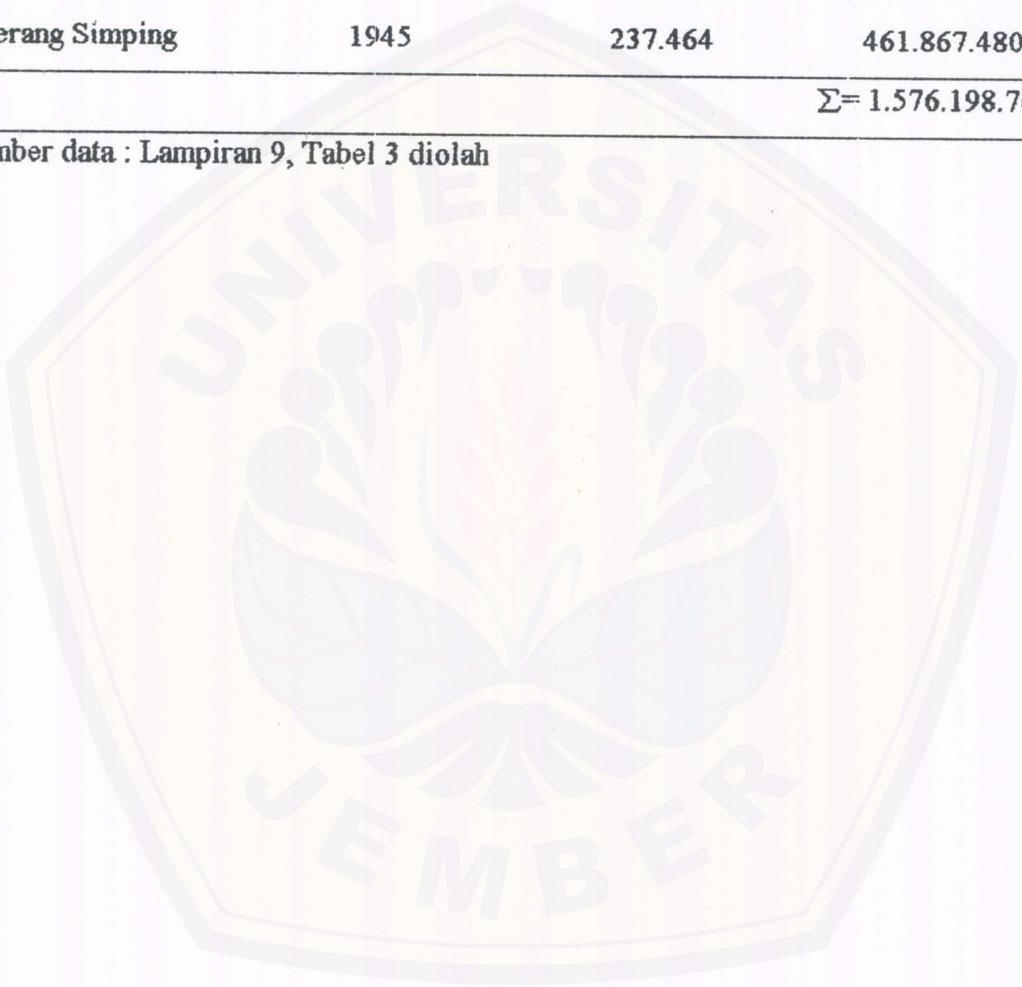
Jadi ramalan upah tenaga kerja langsung sarung Kerang Simping adalah

= Rp. 1.945,/lembar

Lampiran 10 : Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung Periode Semester II Th. 2000
PT. Industri Sandang Semping Probolinggo

Jenis Sarung	Upah/ lembar	Anggaran Produksi	Jumlah
Kamaron	2264	252.610	571.909.040
Kenari	2047	264.984	542.422.248
Kerang Semping	1945	237.464	461.867.480
			$\Sigma = 1.576.198.768$

Sumber data : Lampiran 9, Tabel 3 diolah



Lampiran 11 : Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel per jenis sarung

	Kamaran	Kenari	Kerang Simpson
Biaya Produksi :	834.273.576	724.071.430	470.600.219
Biaya bahan penolong	678.118.382	426.845.503	255.010.213
Upah tenaga kerja langsung	571.909.040	542.422.248	461.867.480
FOH Variabel lain :			
<u>252.610</u> x 6108.193	2.043.539		
755.058			
<u>264.984</u> x 6108.193		2.143.641	
755.058			
<u>237.464</u> x 6108.193			1.921.013
755.058			
Biaya komersial :			
Biaya pemasaran			
<u>252.610</u> x 135.382	45.293		
755.058			
<u>264.984</u> x 135.382		47.512	
755.058			
<u>237.464</u> x 135.382			42.577
755.058			
Biaya Administrasi dan umum			
<u>252.610</u> x 5.979.299	2.000.417		
755.058			
<u>264.984</u> x 5.979.299		2.098.406	
755.058			
<u>237.464</u> x 5.979.299			1.880.476
755.058			

Sumber data : Lampiran 4,6,8,10, diolah

Lampiran 12 : Alokasi Biaya Produksi Komersial Variabel Perlembar Benang

	Kamaran	Kenari	Kerang Samping
Biaya bahan baku			
<u>834.273.576</u>	3302,615		
252.610			
<u>724.071.430</u>		2732,510	
264.984			
<u>470.600.219</u>			1981,775
237.464			
Biaya bahan penolong			
<u>678.118.382</u>			
252.610	2684,447		
<u>426.845.503</u>		1610,835	
264.984			
<u>255.010.213</u>			1073,889
237.464			
Upah tenaga kerja langsung			
<u>571.909.040</u>	2264		
252.610			
<u>542.422.248</u>		2047	
264.984			
<u>461.867.480</u>			1945
237.464			
FOH Variabel lain			
<u>2.043.539</u>	8,089		
252.610			
<u>2.143.641</u>		8,089	
264.984			
<u>1.921.013</u>			8,089
237.464			
Biaya pemasaran			
<u>45.293</u>	0,179		
252.610			
<u>47.512</u>		0,179	
264.984			
<u>42.577</u>			0,179
237.464			
Biaya Administrasi dan umum			
<u>2.000.417</u>	7,918		
252.610			
<u>2.098.406</u>		7,918	
264.984			
<u>1.880.476</u>			7,918
237.464			

Sumber data : Lampiran 11

Lampiran 13 : Penentuan Harga Jual Sarung Kamaran, Kenari, dan Kerang Simping
pada Semester I tahun 2000

Berikut ini adalah perkembangan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan selama periode semester II 1997 - semester II 1999

Tab-1 21. Perkembangan Persentase Laba yang Diharapkan Perusahaan

Periode	Kamaran	Kenari	Kerang Simping
Semester II 1997	20%	19%	19%
Semester I 1998	22%	20%	19%
Semester II 1998	23%	21%	20%
Semester I 1999	23%	21%	20%
Semester II 1999	23%	21%	20%
Rata-rata	22,2%	20,4%	19,6%

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

1. Penentuan Mark-Up

Berdasarkan total aktiva, biaya tetap dan biaya variabel pada tabel dan rata-rata prosentase laba perusahaan pada lampiran 13, maka dapat dicari mark up sebagai berikut :

a. Kamaran

$$\begin{aligned}
 &= \frac{22,2\%(6.006.528.653) + 1.518.035.613}{4.488.493.040} \\
 &= 0,6352 \\
 &= 63,52\%
 \end{aligned}$$

b. Kenari

$$\begin{aligned}
 &= \frac{20,4\%(6.006.528.653) + 1.518.035.613}{4.488.493.040}
 \end{aligned}$$

$$= 0,6112$$

$$= 61,12\%$$

c. Kerang Simpson

$$= \frac{19,6\%(6.006.528.653) + 1.518.035.613}{4.488.493.040}$$

$$= 0,6004$$

$$= 60,04\%$$

1. Penentuan Harga Jual

a. Kamaran

$$= 8267,248 + (63,52\% \times 8267,248)$$

$$= 8267,248 + 5251,355$$

$$= 13.518,603$$

$$= 13.519 \text{ (dibulatkan)}$$

b. Kenari

$$= 6406,531 + (61,12\% \times 6406,531)$$

$$= 6406,531 + 3915,671$$

$$= 10322,202$$

$$= 10322 \text{ (dibulatkan)}$$

d. Kerang Simpson

$$= 5.016,85 + (60,04\% \times 5016,85)$$

$$= 5.016,85 + 3012,116$$

$$= 8028,966$$

$$= 8029 \text{ (dibulatkan)}$$

Lampiran 14 : Perhitungan Contribution Margin Ratio dan Operating Ratio Berdasarkan Harga Analisis

1. Kamaran

Penjualan (251.911 x 13.519)3.405.584.809

Harga pokok penjualan :

Persediaan awal (5.865 x 13.000) 76.245.000

Biaya produksi

- Bahan baku 834.273.576
- Bahan pembantu 678.118.382
- Tenaga kerja langsung 571.909.040
- FOH variabel lain 2.043.539 +

Jumlah biaya produksi 2.086.344.537

2.162.589.537

Persediaan akhir (6564 x 13.519) 88.738.716 -

Jumlah harga pokok 2.073.850.821 -

Contribution Margin (CM) 1.331.733.988

$$\text{Contribution Margin Ratio} = \frac{1.331.733.988}{3.405.584.809} \times 100\%$$

$$= 39,10\%$$

$$\text{Operating Ratio} = \frac{2.073.850.821 + 2.045.710}{3.405.584.809} \times 100\%$$

$$= 60,95\%$$

3. Kerang Sipping

Penjualan (255.791 x 8029)2.053.745.939

Harga pokok penjualan :

Persediaan awal (9.388 x 7.500) 70.410.000

Biaya produksi

- Bahan baku 470.600.219
- Bahan pembantu 255.010.213
- Tenaga kerja langsung 461.867.480
- FOH variabel lain 1.921.013 +

Jumlah biaya produksi 1.189.398.925

1.259.808.925

Persediaan akhir (8939 x 8029)

71.771.231 -

Jumlah harga pokok

1.188.037.694 -

Contribution Margin (CM)

865.708.245

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin Ratio} &= \frac{865.708.245}{2.053.745.939} \times 100\% \\ &= 42,15\% \end{aligned}$$

$$\text{Operating Ratio} = \frac{1.188.037.694 + 1.923.053}{2.053.745.939} \times 100\%$$

$$= 57,84\%$$

2. Kenari

Penjualan (277.789 x 10.000)	2.777.890.000
Harga pokok penjualan :	
Persediaan awal (5.778 x 9.750)	56.335.500
Biaya produksi	
- Bahan baku	724.071.430
- Bahan pembantu	426.845.503
- Tenaga kerja langsung	542.422.248
- FOH variabel lain	<u>2.143.641 +</u>
Jumlah biaya produksi	<u>1.695.482.822</u>
	1.751.818.322
Persediaan akhir (7027 x 10.000)	<u>70.270.000</u> -
Jumlah harga pokok	<u>1.681.548.322</u> -
Contribution Margin (CM)	1.096.341.678
Contribution Margin Ratio =	$\frac{1.096.341.678}{2.777.890.000} \times 100\%$
	= 39,46%
Operating Ratio =	$\frac{1.681.548.322 + 2.145.918}{2.777.890.000} \times 100\%$
	= 60,61%

3. Kerang Simping

Penjualan (255.791 x 7750)1.982.380.250

Harga pokok penjualan :

Persediaan awal (9.388 x 7.500) 70.410.000

Biaya produksi

- Bahan baku 470.600.219
- Bahan pembantu 255.010.213
- Tenaga kerja langsung 461.867.480
- FOH variabel lain 1.921.013 +

Jumlah biaya produksi 1.189.398.925

1.259.808.925

Persediaan akhir (8939 x 7750) 69.277.250 -

Jumlah harga pokok 1.190.531.675 -

Contribution Margin (CM) 791.848.575

$$\begin{aligned} \text{Contribution Margin Ratio} &= \frac{791848,575}{1.982.380.250} \times 100\% \\ &= 39,94\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Operating Ratio} &= \frac{1.190.531.675 + 1.923.053}{1.982.380.250} \times 100\% \\ &= 60,15\% \end{aligned}$$