

**PENENTUAN HARGA JUAL DENGAN
METODE DIRECT COSTING DALAM UPAYA
MENINGKATKAN PROFIT MARGIN
PADA CV. MULTI BANGUNAN
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI



Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Jurusan Ilmu Administrasi
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh :

Asal : Medish
Pembelian
Terima : Tgl. 26 NOV 2002
No. Induk
Klass
658.81
NUR
SFS
P
e.i

Fery Nur Andayani

NIM. 980910202215

Dosen Pembimbing

- I Drs. RAHMAT MURJANA S MM
- II Drs. DIDIK EKO JULIANTO


**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2002**

PENGESAHAN

Diterima dan dipertahankan di depan panitia penguji skripsi
Guna memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Hari : Selasa
Tanggal : 01 Oktober 2002
Jam : 08.00 WIB

PANITIA PENGUJI

Ketua


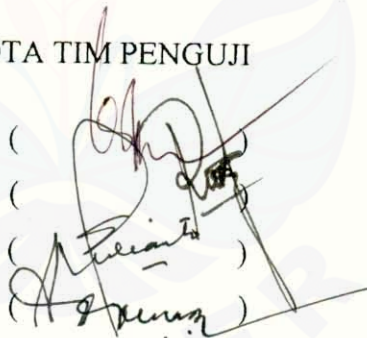
(Drs. Akhmad Toha, M.Si.)
NIP. 131 658 343

Sekretaris


(Drs. Rahmat Murjana S. MM.)
NIP. 130 532 059

ANGGOTA TIM PENGUJI

1. Drs. Akhmad Toha, M. Si.
2. Drs. Rahmat Murjana S. MM.
3. Drs. Didik Eko Julianto
4. Drs. Soerotó Marwowijono



MENGETAHUI
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Jember
Dekan

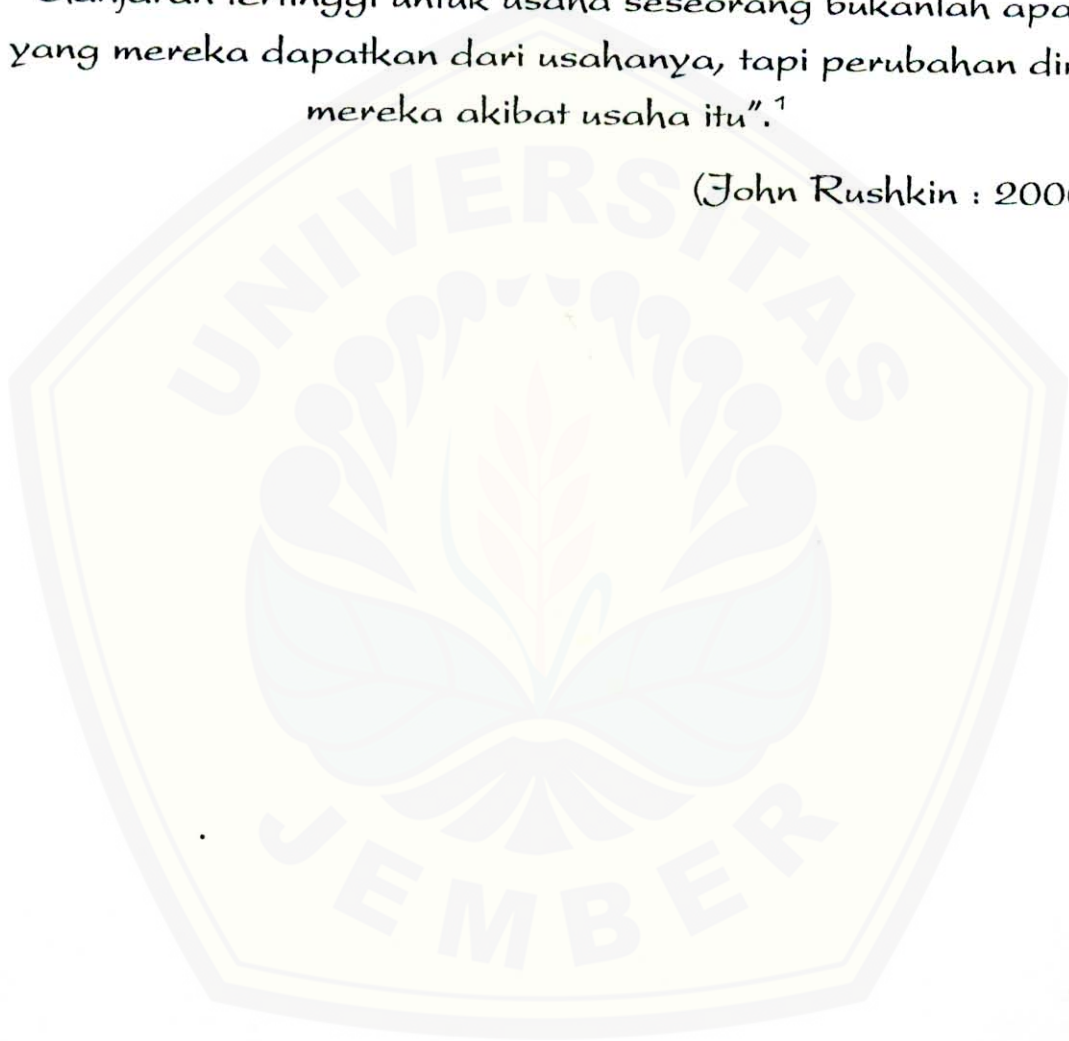



Drs. H. MOCH. TOERKI
NIP. 130 524 832

MOTTO

"Ganjaran tertinggi untuk usaha seseorang bukanlah apa yang mereka dapatkan dari usahanya, tapi perubahan diri mereka akibat usaha itu".¹

(John Ruskin : 2000)



¹ John Ruskin, *Chicken Soup For University*, Gramedia, Jakarta : 2000

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

1. **Bapak Pudjiono** beserta **Ibu Rukiani** tercinta, yang telah memberikan dorongan baik secara moril maupun materiil, bimbingan serta untaian doa yang tiada pernah berhenti mengiringi langkah-langkahku dalam menggapai semua asaku.
2. Kakak-kakakku **mas Agus** dan **mbak Wiet, mas Arie** dan **mbak Hera**. Terimakasih telah banyak membantuku dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. **Risky Radhitiya**, yang tak pernah bosan mendengar keluh kesahku dan selalu memberiku petunjuk bijak disaat aku labil (*Thanks 4 everything*).
4. Temanku **Fian (DR)**. Kau adalah hal terindah yang terlambat aku sadari.
5. Teman-temanku di Adni'98 (**Santi, Etik, Nita, Ochi, Wiwin, Agung** dan **Yoyok**) Terimakasih untuk semua dukungan dan semangatnya, semoga kalian tetap menjadi teman baikku selamanya.
6. Sahabat lamaku (**Mince, Depok, Arie dan Dini**). Terimakasih atas kebersamaan, kekompakan dan keceriaan yang telah kalian berikan selama ini.
7. Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke Hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “Penentuan Harga Jual Dengan Metode Direct Costing Dalam Upaya Meningkatkan Profit Margin Pada CV. Multi Bangunan Di Kabupaten Jember”.

Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember. Menyadari akan keterbatasan ilmu pengetahuan yang ada pada peneliti, maka dengan segala kerendahan hati peneliti menerima segala kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. H. Moch. Toerki, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Bapak Drs. Mudhar Syarifudin, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Niaga
3. Bapak Drs. Totok Suprijanto, selaku Ketua Program Study Ilmu Administrasi Niaga
4. Bapak Drs. Rahmat Murjana, S. MM. dan Bapak Drs. Didik Eko Julianto, selaku Dosen Pembimbing dalam memberikan pengarahan dan bimbingan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Dwi Windradini, MSi. Selaku Dosen Wali yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan pengarahan.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staf karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

7. Bapak Ali Bob Said dan Bapak Nabil pada CV. Multi Bangunan di Jember, yang telah membantu peneliti dalam menyediakan data bagi penulisan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Jember, September 2002

Peneliti



DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Konsepsi Dasar	5
1.5.1 Pengertian Harga Jual.....	5
1.5.2 Tujuan Penentuan Harga Jual.....	6
1.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga ..	8
1.5.4 Metode Penentuan Harga Jual	11
1.5.5 Analisis Penentuan Harga Jual	13
1.6 Operasionalisasi Konsep	24
1.7 Metode Penelitian	25
1.7.1 Tipe Penelitian	26
1.7.2 Tahap Persiapan	26
1.7.3 Tahap Pengumpulan Data	27

1.7.4	Tahap Analisis Data	28
1.7.5	Tahap Penarikan Kesimpulan	31
BAB II	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	32
2.1	Sejarah Singkat Perusahaan	32
2.2	Organisasi Perusahaan	34
2.2.1	Struktur Organisasi	34
2.2.2	Job Description	35
2.3	Ketenaga Kerjaan dan Sistem Penggajian	37
2.3.1	Jumlah Tenaga Kerja Perusahaan	37
2.3.2	Hari Kerja dan Jam Kerja	38
2.3.3	Pengaturan Sistem Gaji, Upah dan Kesejahteraan Karyawan	39
2.4	Aspek Produksi	39
2.4.1	Fasilitas Produksi	40
2.4.2	Proses Produksi	41
2.4.3	Produk Yang Dihasilkan	43
2.5	Aspek Pemasaran	43
2.5.1	Saluran Distribusi	44
2.5.2	Daerah Pemasaran	44
2.5.3	Perkembangan Harga Jual	45
2.6	Aspek Keuangan	46
2.7	Biaya-Biaya Yang Digunakan	46
BAB III	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	48
3.1	Penentuan Harga Jual	48
3.1.1	Ramalan Penjualan	48
3.1.2	Penentuan Persediaan Akhir Barang Jadi	49
3.1.3	Anggaran Produksi Untuk Tiap Type Tahun 2002	50

3.1.4	Ramalan Biaya Semi Variabel	50
3.1.5	Pengalokasian Biaya Variabel	52
3.1.6	Perhitungan Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung	53
3.1.7	Anggaran Biaya Variabel	54
3.1.8	Penentuan Harga Jual Dengan Metode Direct Costing ..	55
3.2	Peningkatan Profit Margin	57
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	58
4.1	Kesimpulan	58
4.2	Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

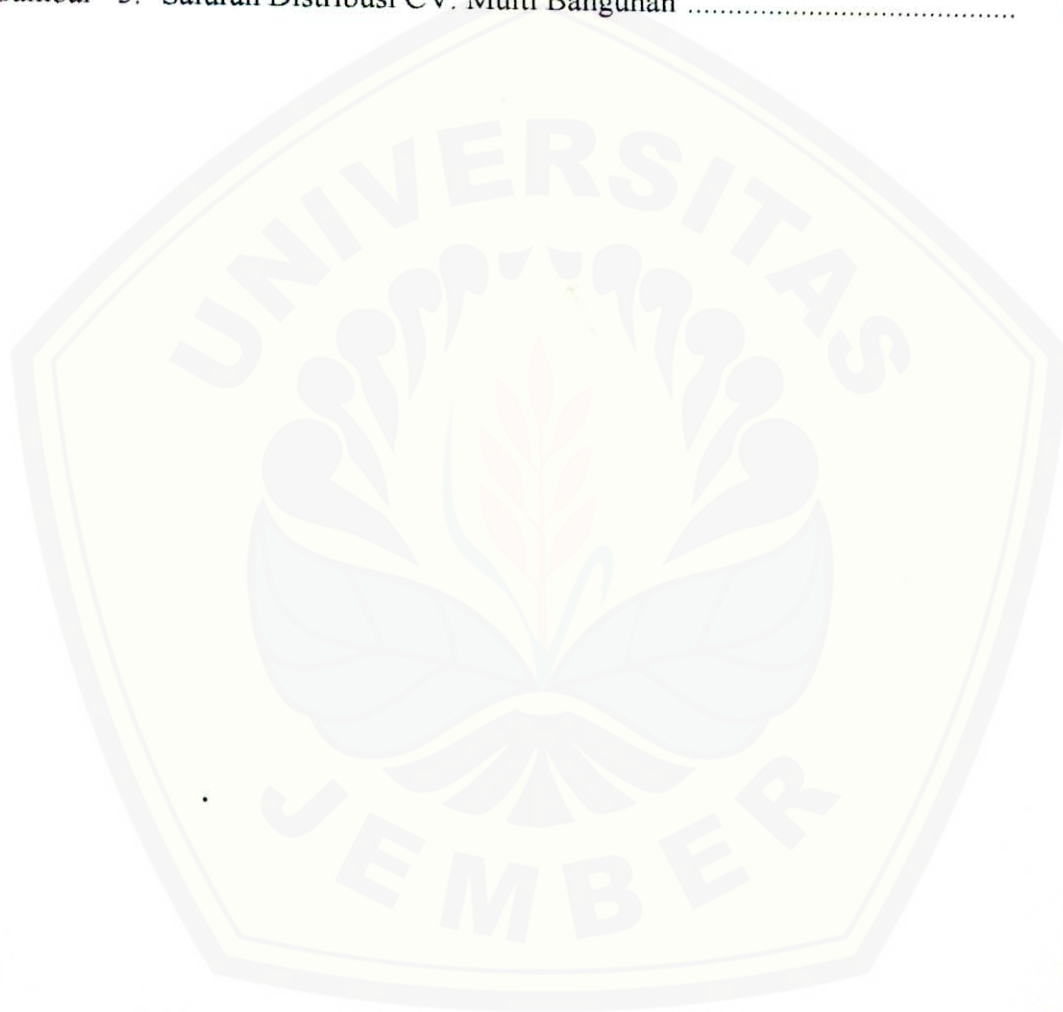
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1. Perkembangan Volume Penjualan Periode 1998 – 2001	3
Tabel 2. Perincian Tenaga Kerja CV. Multi Bangunan Periode 2001	37
Tabel 3. Pemberian Upah Tenaga Kerja Langsung Tahun 2001	39
Tabel 4. Volume Produksi Menurut Jenis Produk Periode 1998 – 2001	43
Tabel 5. Perkembangan Harga Jual Periode 1998 – 2001	45
Tabel 6. Laporan Rugi Laba CV. Multi Bangunan Tahun 2001	46
Tabel 7. Data Biaya Bahan Baku Per-Semester Periode 1998 – 2001	46
Tabel 8. Data Biaya Bahan Penolong Per-Semester Periode 1998 – 2001	47
Tabel 9. Hasil Ramalan Penjualan untuk Masing-Masing Type Per-Semester Tahun 2002	48
Tabel 10. Penentuan Persediaan Akhir Barang Jadi Per-Semester Tahun 2002 Pada CV. Multi Bangunan	49
Tabel 11. Anggaran Produksi Tiap Type Genteng Per-Semester Tahun 2002 Pada CV. Multi Bangunan	50
Tabel 12. Hasil Ramalan Biaya Semi Variabel Per-Semester Periode 2002 Pada CV. Multi Bangunan	51
Tabel 13. Biaya Tetap Per-Semester dan Biaya Variabel Per-Unit Tahun 2002	52
Tabel 14. BOP Variabel dan Komersial Variabel Tahun 2002	53
Tabel 15. Anggaran Biaya Bahan Baku Tahun 2002	53
Tabel 16. Anggaran Biaya Tenaga Kerja Langsung Per-Type Tahun 2002	54
Tabel 17. Anggaran Biaya Variabel Per-Type Genteng Tahun 2002	55
Tabel 18. Perhitungan Harga Jual Per-Type Genteng Tahun 2002 Pada CV. Multi Bangunan	56
Tabel 19. Profit Margin on Sales Tahun 2001 - 2002	57

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1. Struktur Organisasi CV. Multi Bangunan – Jember	35
Gambar 2. Bagan Proses Produksi CV. Multi Bangunan	43
Gambar 3. Saluran Distribusi CV. Multi Bangunan	44



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal.
Lampiran 1. CV. Multi Bangunan Perhitungan Ramalan Penjualan Tahun 2002 Untuk Masing-masing Type	60
Lampiran 2. CV. Multi Bangunan Anggaran Produksi Periode Tahun 2002	63
Lampiran 3. CV. Multi Bangunan Perhitungan Ramalan Biaya Lain-lain Periode Tahun 2002.....	64
Lampiran 4. CV. Multi Bangunan Rincian Biaya Variabel Per-Unit Periode Tahun 2002.....	68
Lampiran 5. CV. Multi Bangunan Anggaran Biaya Bahan Penolong Per-Unit Periode Tahun 2002.....	69
Lampiran 6. CV. Multi Bangunan Anggaran Biaya Bahan Baku Per-Unit Periode 2002.....	75
Lampiran 7. CV. Multi Bangunan Rincian Biaya-Biaya Variabel Keseluruhan Periode Tahun 2001	87
Lampiran 8. CV. Multi Bangunan Volume Penjualan Periode Tahun 1998-2001	88
Lampiran 9. CV. Multi Bangunan Aktiva Perusahaan Periode Tahun 2002.....	89
Lampiran 10. CV. Multi Bangunan Laporan Rugi Laba Periode Tahun 2002.....	90



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya tujuan utama setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya adalah untuk memperoleh keuntungan yang seoptimal mungkin serta meningkatkan aktivitas usahanya dalam jangka panjang. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya tergantung pada mekanisme perusahaan dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan perusahaan tersebut. Keempat fungsi tersebut saling berkaitan antara satu dengan yang lain.

Dalam upaya merealisasikan tujuan tersebut, aspek pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan berhasil atau tidaknya perusahaan dalam mencapai hasil yang diharapkan. Kegiatan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan untuk merencanakan dan menentukan kebijakan pemasaran seperti produksi, harga, promosi dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan konsumen. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh seorang pengusaha dalam mempertahankan kontinuitas perusahaan dan memaksimalkan profitabilitas.

Salah satu keputusan penting dalam kegiatan bisnis yang harus dilakukan oleh setiap manajemen adalah mengenai penetapan harga jual yang tepat. Dilihat dari definisi harga jual, harga jual adalah jumlah uang yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Mengenai keputusan harga jual, biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan internal perusahaan seperti biaya produksi dan biaya-biaya lain yang relevan, laba yang diinginkan, tujuan perusahaan dan sebagainya. Sedang perubahan lingkungan eksternal perusahaan yang mempengaruhi harga jual diantaranya persaingan, luas pasar, sifat produk dan sebagainya. Keputusan penetapan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru

dapat mencerminkan biaya saat ini atau bahkan biaya yang akan datang, kondisi pasar, reaksi pesaing serta laba yang diinginkan.

Apapun cara atau metode yang digunakan oleh beberapa perusahaan dalam penentuan harga jual tersebut berlainan antara perusahaan satu dengan lainnya. Hal ini karena dipengaruhi oleh karakteristik suatu produk yang akan dipasarkan, disamping hal-hal lain yang berkaitan dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Akan tetapi dari berbagai metode yang ada, pada dasarnya dibedakan oleh cara menghitung dan biaya-biaya yang dibebankan.

Metode Direct Costing merupakan metode alternatif untuk menentukan harga jual produk disamping metode Full Costing yang diterima secara umum. Penetapan harga jual dengan menggunakan metode *Direct Costing* hanya memperhitungkan biaya variabel sebagai acuan penetapan harga jual atau dapat juga disebut dengan nama Variabel Costing. Dengan dipisahkan informasi biaya menurut perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, metode Direct Costing mampu menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek, pengendalian biaya tetap yang lebih baik dan pengambilan keputusan jangka pendek. Metode ini pada umumnya akan diterapkan pada produk yang diproduksi tetapi melebihi daya serap pasar (produk dari kapasitas menganggur).

Pada CV. Multi Bangunan yang berada di wilayah Kecamatan Kranjingan, Kabupaten Jember merupakan perusahaan yang memproduksi bahan-bahan bangunan berupa genteng press dan beton dalam berbagai macam dan ukuran. Dalam menghadapi persaingan dari perusahaan sejenis, maka perusahaan harus menjaga mutu dan kualitas dari produk yang dihasilkan. Tidak menutup kemungkinan, dalam penentuan harga jual pada produknya perusahaan dapat mengalami kerugian. Oleh karena itu perusahaan harus mengetahui secara benar mengenai metode yang sesuai dengan produknya untuk penetapan harga jual produk tersebut.

Perusahaan telah melayani permintaan yang datangnya dari dalam maupun dari luar Kabupaten Jember. Dari data volume penjualan yang peneliti peroleh, terlihat bahwa pada tahun 1998-2001 volume penjualan perusahaan mengalami peningkatan.

Adapun data volume penjualan CV. Multi Bangunan selama periode 1998-2001 tampak sebagai berikut:

Tabel 1. Perkembangan Volume Penjualan Periode 1998 – 2001

Tahun	Semester	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
1998	I	36.850	51.600	48.100
	II	38.200	51.850	48.700
1999	I	37.350	50.400	47.650
	II	34.214	48.732	46.342
2000	I	41.588	46.468	44.210
	II	42.350	49.550	46.050
2001	I	42.100	52.600	48.300
	II	46.300	54.800	51.200

Sumber Data: CV. Multi Bangunan – Jember

Data diatas menunjukkan daya beli konsumen akan produk perusahaan semakin meningkat. Seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk perusahaan tersebut, maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan mampu mengambil kebijaksanaan untuk penetapan harga jual yang tetap. Kebijaksanaan ini sangat penting, apabila perusahaan melakukan kesalahan dalam penentuan harga jual, maka dapat berakibat fatal pada kondisi keuangan perusahaan dan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan.

Untuk menentukan harga jual secara tepat, maka perusahaan harus mengetahui keuntungan dan kerugian dari tiap metode penentuan harga jual yang akan digunakan. Dalam rangka penentuan harga jual, maka perlu adanya ketelitian untuk memilih metode mana yang sesuai dengan karakteristik produk yang dihasilkan. Penggunaan metode penentuan harga jual yang tepat memegang peranan penting dalam meningkatkan laba perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Perusahaan genteng CV. Multi Bangunan di Jember merupakan salah satu dari beberapa perusahaan genteng yang ada sekarang ini, yang dalam pemasaran hasil produksinya selalu terlibat dalam persaingan dengan perusahaan genteng yang

lainnya. Untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya, berkembang dan memperoleh laba yang diinginkan, perusahaan harus segera mengadakan kebijaksanaan. Salah satu kebijaksanaan yang dianggap penting yaitu mengenai penetapan harga jual yang tepat. Penetapan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan sering kali tidak tepat dikarenakan hanya mengikuti harga dari para pesaing tanpa begitu memperhitungkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Meskipun demikian penetapan harga jual tidak hanya dilakukan begitu saja, namun harus dilakukan dengan cermat dan hati-hati. Sebab apabila tidak cermat akan berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan, misalnya: kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produksi digudang karena macetnya pasaran. Pengambilan keputusan ini tidaklah mudah, karena banyak faktor yang mempengaruhi baik dari dalam maupun dari luar perusahaan dan berkaitan erat dengan penentuan biaya-biaya yang dipergunakan untuk menghasilkan produk tersebut. Biaya sangat berpengaruh terhadap penentuan harga jual dalam upaya peningkatan laba yang direncanakan, harga jual akan mempengaruhi volume penjualan, penjualan akan mempengaruhi besarnya biaya yang akan dikeluarkan.

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan dirumuskan sebagai berikut: **“Bagaimanakah penentuan harga jual dengan menggunakan metode Direct Costing, dalam upaya meningkatkan profit margin dari masing-masing jenis produk genteng pada CV. Multi Bangunan di Kabupaten Jember?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui penentuan harga jual masing-masing jenis produk dengan metode Direct Costing pada periode tahun 2002.
- b. Untuk mengetahui peningkatan profit margin masing-masing jenis produk dari harga jual yang telah ditentukan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi pihak pemegang kendali perusahaan dalam mengambil keputusan mengenai penetapan harga jual produk.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang akan meneliti tentang penentuan harga jual dengan menggunakan metode Direct Costing.

1.5 Konsepsi Dasar

Konsepsi dasar dari penelitian pada hakekatnya merupakan suatu alat yang dipergunakan sebagai pedoman, dan secara umum dapat membantu penelitian. Dengan adanya konsepsi dasar akan diperoleh pola pemilihan yang sistematis dan rasional.

1.5.1 Pengertian Harga Jual

Penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu keputusan manajemen. Hidup atau matinya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan pricing ini. Dalam jangka panjang, harga jual harus cukup untuk menutup seluruh biaya dan laba normal, agar perusahaan dapat bertahan. Jika biaya dan laba yang diinginkan tidak dapat ditutup oleh harga jual, maka para investor akan mencari peluang yang lebih menguntungkan di perusahaan lain.

Dalam teori ekonomi mikro, proses terciptanya suatu harga menurut Sugiri (1994 :171) adalah :

Harga sebuah produk adalah hasil akhir dari dua kekuatan, yakni permintaan dan penawaran. Teori permintaan (D) mengatakan bahwa jumlah produk yang diminta oleh pembeli pada periode waktu tertentu bergantung pada harga produk itu. Dan teori penawaran (S) mengatakan bahwa jumlah produk yang ditawarkan penjual pada periode waktu tertentu bergantung pada harga produk itu.

Definisi dari harga jual yang lain sebagaimana diungkapkan oleh Mulyadi (1993:80) adalah “Harga jual suatu produk terbentuk dipasar sebagai interaksi antara jumlah permintaan dan penawaran di pasar”.

Berdasarkan definisi harga jual diatas, kita dapat mengetahui bahwa semakin tinggi harga maka semakin sedikitlah jumlah unit produk yang ingin di beli (D) dan semakin banyak jumlah unit produk yang ditawarkan penjual (S). Sebaliknya semakin rendah harga, maka semakin banyak jumlah unit produk yang ingin dibeli (D) dan semakin sedikit pula jumlah unit produk yang ditawarkan (S).

Teori ekonomi memang berhasil mengembangkan model-model penentuan harga jual untuk pelbagai tipe pasar. Teori ekonomi tersebut memang logis, akan tetapi sulit untuk diterapkan secara langsung oleh manajer untuk menetapkan harga jual dalam praktik. Sulitnya penerapan teori ekonomi tersebut menurut Sugiri (1994:176) dikarenakan :

1. Adanya asumsi bahwa kurva permintaan dapat diketahui. Pada umumnya manajemen tidak memiliki data yang akurat, cukup dan dapat dipercaya untuk membuat kurva permintaan yang tepat.
2. Teori ekonomi menganggap bahwa perusahaan bertujuan mencari laba maksimum, padahal
3. Banyak faktor lain disamping harga yang mempengaruhi fungsi permintaan misalnya : interaksi antar kebijakan pemasaran dan distribusi, kebijakan promosi dan iklan, penyebaran staf penjualan, penawaran jasa pada pelanggan dan pelbagai tipe produk yang dijual.

Dari uraian diatas, dapat dikemukakan bahwa pelbagai kesulitan ini memaksa manajemen untuk menggunakan pendekatan coba-coba dalam menentukan harga jual. Akhirnya, informasi biaya menjadi dasar pengambilan keputusan untuk menentukan harga jual produk atau jasa.

1.5.2 Tujuan Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual pada dasarnya merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Langkah pertama dalam penentuan harga jual adalah menetapkan tujuan dari harga jual itu sendiri. Hampir setiap perusahaan mempunyai kesamaan tujuan harga jual yaitu

mendapatkan pembeli dalam jumlah besar sehingga dapat meningkatkan profit perusahaan. Setiap perusahaan harus menetapkan tujuan yang spesifik yang ingin dicapai dengan melakukan penentuan harga jual dalam satu periode waktu tertentu. Menurut Swasta (1990:148) tujuan penentuan harga jual produk antara lain :

- a. Mendapatkan laba maksimum
- b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih
- c. Mencegah atau mengurangi persaingan
- d. Mempertahankan atau memperbaiki market share

Mendapatkan laba maksimum dalam praktek terjadinya harga memang ditentukan oleh penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada.

Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih diperlukan untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi harga bisa diambilkan dari laba perusahaan, dan laba hanya bisa diperoleh bilamana harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.

Mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijaksanaan harga. Hal ini dapat diketahui bilamana para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingan harga mungkin dilakukan tanpa melalui kebijaksanaan harga, tetapi dengan servis lain. Persaingan itu disebut persaingan bukan harga.

Mempertahankan atau memperbaiki market share hanya mungkin dilaksanakan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan dibidang lain seperti bidang pemasaran, keuangan, personalia dan sebagainya. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan

harga ditujukan untuk sekedar mempertahankan market share. Perbaikan market share kurang diutamakan, lebih-lebih apabila persaingan sangat ketat.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan penentuan harga jual sangat penting untuk suatu produk, agar produk yang ditawarkan perusahaan pada pasar dapat diterima dengan baik dan mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis.

1.5.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga Jual

Kegiatan yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam penentuan harga jual mempunyai tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan dari penentuan harga jual tersebut maka perusahaan perlu memperhatikan beberapa faktor yang mempengaruhinya. Adapun faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan harga jual adalah sebagai berikut: (Swasta, 1990:242)

a. Kondisi Perekonomian

Kondisi perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya: merupakan suatu periode dimana harga berada pada tingkat yang lebih rendah dari keadaan yang sebenarnya. Reaksi spontan terhadap keputusan adanya resesi adalah kenaikan harga barang mewah, barang import, barang-barang yang dibuat dengan bahan dari luar negeri.

b. Penawaran dan Permintaan

Penawaran adalah sejumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Sedangkan permintaan adalah sejumlah barang yang diminta atau hendak dibeli oleh konsumen pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta menjadi lebih besar.

c. Elastisitas Permintaan

Faktor lain yang perlu diperhatikan dalam penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya

mempengaruhi penentuan harga, tetapi juga mempengaruhi volume penjualan.

Adapun jenis-jenis elastisitas permintaan dapat dibedakan menjadi:

1) *Elastis*

Dalam hal ini perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih besar pada volume penjualan.

2) *Unitary Elasticity*

Perubahan harga akan mengakibatkan perubahan volume penjualan dengan proporsi yang sama dengan perubahan harga.

3) *Inelastis*

Dalam hal ini perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil dari volume penjualan.

d. Pasar Yang Dihadapi

Harga jual barang dan jasa sering dipengaruhi oleh bentuk pasar atau keadaan persaingan yang ada. Beberapa bentuk persaingan antara lain :

1) *Pasar Persaingan Sempurna*

Pasar persaingan sempurna adalah pasar dimana jumlah produsen banyak dan produsen maupun konsumen tidak mampu mempengaruhi harga jual barang dan jasa yang ditawarkan. Sifat barang adalah homogen yang berarti bahwa barang yang dijual oleh seorang penjual sama dengan yang dijual oleh penjual lain.

2) *Monopoli*

Monopoli adalah bentuk pasar yang dikuasai oleh seorang penjual saja, dimana tidak ada barang substitusi terhadap barang yang dijual oleh penjual tunggal tersebut dan terdapat hambatan untuk masuk bagi saingan dari luar. Hal-hal yang menyebabkan terjadinya monopoli antara lain adanya penguasaan bahan mentah strategis, pembebanan hak monopoli oleh pemerintah.

3) *Oligopoli*

Oligopoli adalah bentuk pasar dimana terdapat beberapa penjual yang saling bersaing pada pasar tersebut serta terdapatnya satu produsen yang mampu mempengaruhi pasar sehingga ia menjadi pemimpin pada pasar itu.

e. Biaya

Dalam penentuan harga biaya perlu diperhitungkan, karena tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya mengakibatkan kerugian. Sebaliknya apabila suatu tingkat harga melebihi biaya maka akan menghasilkan keuntungan.

f. Tujuan Perusahaan

Penentuan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan yang lain. Tujuan-tujuan perusahaan itu adalah: laba maksimal, volume penjualan, dan penguasaan pasar.

g. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimal dan minimum, diskriminasi harga serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.

Dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual tersebut, maka dapat disimpulkan secara singkat mengenai situasi yang mempengaruhi harga jual. Menurut Mas'ud (1991:244) situasi tersebut terdiri dari tiga faktor, yaitu :

1. Laba dan tujuan-tujuan lain; faktor lain selain situasi pasar dan biaya produksi serta operasi dimaksudkan dalam faktor ini.
2. Situasi pasar; disini meliputi konsumen, sifat produk , sifat pasar dan sebagainya.
3. Biaya produksi dan operasi; biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk dan biaya tersebut bisa sampai ketangan konsumen.

Dari uraian diatas terlihat jelas, bahwa dalam penentuan harga jual suatu produk membutuhkan ketelitian seorang manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, baik dipandang dari produk yang akan dijual

atau pasarnya. Salah satu unsur penting yang perlu diingat juga adalah biaya untuk membuat produk tersebut.

1.5.4 Metode Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual ini banyak faktor yang mempengaruhi selain biaya dari pembuatan produk itu sendiri. Harga jual ini juga harus disesuaikan dengan jenis perusahaan, produk dan pasarnya. Ada beberapa metode penentuan harga jual, tetapi yang sering digunakan ada lima metode seperti berikut ini: (Mas'ud, 1991:252)

- a. Gross Margin Pricing
- b. Direct Cost Pricing atau Direct Costing
- c. Full Costing
- d. Time And Material Pricing
- e. Capital Employed Pricing

Gross Margin Pricing pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual, sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Cara metode ini adalah dengan menentukan prosentase tertentu diatas harga produk yang dibeli. Prosentase ini disebut *Mark On Prosentage* atau *Mark Up*.

Prosentase ini meliputi dua komponen, yaitu bagian untuk menutup laba operasi dan bagian untuk laba yang diinginkan. Penentuan harga jual dengan metode ini relatif berubah, yaitu dengan menentukan biaya barang yang dijual ditambah dengan *Mark Up* yang diinginkan perusahaan. Dalam beberapa perusahaan *Mark Up* ditentukan dengan menentukan terlebih dahulu berapa harga jual yang lebih banyak memberikan laba total (*profit maximation*).

Direct Cost Pricing/Direct Costing dapat diaplikasikan pada perusahaan-perusahaan yang menjual produknya di pasar dengan persaingan yang tajam (persaingan sempurna) dan mendasarkan harga jual dengan perhitungan semua biaya (*full cost*) yaitu baik biaya variabel maupun biaya tetap sering kali kurang tepat. Harga jual yang mendasarkan harga *full cost* akan terkesan kaku dan mungkin

produknya tidak akan laku dipasaran. Dalam keadaan yang demikian sebaiknya perusahaan hanya memperhitungkan biaya variabel saja.

Pada umumnya metode ini diterapkan pada produk yang diproduksi tetapi melebihi daya serap pasar (produk dengan kapasitas menganggur) yang kemudian produk ini dipasarkan pada pasar yang berbeda dengan catatan tidak merusak pasaran produk dipasaran bebas. Metode ini juga dikenal dengan *Marginal Income Pricing* karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan untuk menghasilkan income. *Marginal Income* berapa yang dikehendaki atau kelebihan diatas biaya-biaya variabel berapa yang dikehendaki oleh perusahaan dijadikan sebagai dasar penentuan harga jual.

Full Cost Pricing/Full Costing merupakan penentuan harga jual dengan metode yang hampir sama dengan metode *Direct Costing* hanya saja berbeda pada dasar pembebanan biayanya. Kalau dalam metode *Direct Costing* hanya biaya-biaya variabel saja sebagai dasar untuk penentuan harga jual, maka dalam metode *Full Cost Pricing/Full Costing* semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual. Jadi semua biaya yang digunakan untuk membuat produk tersebut dihitung dengan ditambah laba yang diinginkan untuk menutup biaya operasi dan memperoleh laba yang diinginkan.

Time And Material Pricing merupakan metode dengan tarif tertentu yang ditentukan dari upah langsung dan upah lainnya dari bahan baku masing-masing. Tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tidak langsung serta laba yang diinginkan. Metode ini biasanya digunakan oleh perusahaan jasa seperti reparasi mobil, percetakan, reparasi TV, kantor notaris, kantor konsultan dan sebagainya.

Yang dimaksud dengan *time* dalam metode ini ditunjukkan oleh tarif per-jam atau per-waktu dari tenaga kerja. Dimana tarif tenaga kerja itu merupakan jumlah dari upah langsung dan premi-premi karyawan, bagian yang layak dan berhubungan dengan upah tenaga kerja, dan sebagian untuk laba.

Yang dimaksud dengan *material* adalah semua beban yang dimaksudkan faktor pembelian material yang digunakan untuk *job* (pekerjaan) tertentu ditambah *handling*

dari material tersebut serta laba dari penggunaan material. Bahan-bahan material ini biasanya ditentukan dengan prosentase dari cost material. Dengan menentukan *time dan material* tersebut maka dengan mudah perusahaan dapat menentukan harga jual suatu produk. *Capital Employed Pricing* merupakan metode yang prosedurnya dengan menentukan prosentase *Mark Up* tertentu dari *capital employed*, yaitu kapital yang dianggap mempunyai peranan dalam memproduksi barang atau produk.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa untuk menentukan harga jual yang tepat, maka perusahaan harus teliti dan paham betul mengenai metode mana yang sesuai dengan karakteristik produk yang dihasilkan. Penggunaan metode yang tepat merupakan salah satu kunci sukses perusahaan dalam meningkatkan profitnya.

1.5.5 Analisis Penentuan Harga Jual

a. Ramalan Penjualan

Secara definitif ramalan penjualan menurut Adisaputro (1995:147) adalah: “proyeksi teknis daripada permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan biaya asumsi”. Sebagai salah satu faktor penunjang perusahaan dalam mewujudkan tujuannya, ramalan (forecast) penjualan memegang peranan yang sangat penting. Pada dasarnya ramalan penjualan merupakan sesuatu yang dapat kita perkirakan terjadi di masa yang akan datang dalam menghadapi unsur ketidakpastian. Hal ini dapat dipahami bahwa dalam dunia usaha sering kali menghadapi kenyataan yang tidak pasti, sehingga perusahaan tidak akan dapat menjalankan aktivitasnya dengan baik tanpa adanya suatu rencana, walaupun rencana tersebut merupakan hasil dari sebuah peramalan. Namun demikian, bila ramalan tersebut dibuat berdasarkan pemikiran dan perkiraan yang rasional serta dengan teknik-teknik tertentu, hasilnya akan lebih baik daripada tanpa rencana.

Ramalan penjualan sangat mempengaruhi, bahkan pada akhirnya menentukan kebijaksanaan yang akan diambil oleh perusahaan pada umumnya, misalnya kebijaksanaan tentang perencanaan produksi, persediaan barang jadi, penggunaan

mesin-mesin, rencana pembelian bahan baku, dan lain-lain. Sehingga dapatlah dikatakan bahwa ramalan penjualan merupakan pusat dari seluruh perencanaan perusahaan, yang kemudian akan menentukan potensi serta luas pasar yang dapat dikuasai dimasa yang akan datang.

Ramalan penjualan dapat dilakukan dengan memanfaatkan berbagai teknik peramalan, termasuk pengecekan apakah teknik yang dipergunakan dapat dipertanggungjawabkan atau tidak. Secara umum metode peramalan penjualan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu secara: (Adisaputro dan Asri, 1995:148)

1) *Peramalan Secara Kualitatif*

Peramalan kualitatif sering disebut sebagai peramalan dengan metode pendapat, karena sering dilakukan semata-mata didasarkan pada pendapat saja, baik dari pihak perusahaan maupun dari pihak luar perusahaan. Pendapat yang sering digunakan sebagai acuan dalam metode ini antara lain pendapat dari salesman, sales manajer, para ahli dan survey konsumen. Oleh karena itu metode peramalan dengan cara ini tidak dapat dilepaskan dari unsur subyektifitas. Pendapat atau opini sebagai dasar melakukan ramalan penjualan hanya diambil dari hasil pengukuran yang sifatnya kualitatif, sehingga unsur-unsur subyektifitas tampak dominan.

Metode ini akan dapat dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan yang sifatnya belum dapat dijadikan sebagai ukuran. Hal ini disebabkan adanya informasi yang masih diragukan kebenarannya, sehingga hanya akan dapat dijadikan sebagai ukuran apabila didukung dengan data-data yang sifatnya kuantitatif.

2) *Peramalan Secara Kuantitatif*

Peramalan secara kuantitatif dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu:

- (a) Metode Ramalan Penjualan Berdasarkan Statistik yaitu metode peramalan dengan menggunakan data-data yang berupa angka-angka. Penerapannya dapat dilakukan dengan analisis trend dan analisis korelasi. *Analisis trend* merupakan gerakan yang berjangka panjang, cenderung menuju satu arah

naik atau turun. *Analisis trend series* menggunakan tahun pertama sebagai periode dasar dalam usaha menghitung ramalan penjualan. Hal ini dapat dibenarkan apabila keadaan perekonomian relatif stabil dan kondisi perusahaan tidak mengalami fluktuasi yang tajam. Sedangkan *analisis least square* menggunakan metode dasar tengah dalam usaha meramalkan penjualan. Hal ini dapat dibenarkan apabila pada periode dasar tidak terdapat perbedaan yang mencolok dengan data observasi sebelum dan sesudah periode dasar. *Analisis korelasi* pada dasarnya memperhitungkan variabel yang dianggap berpengaruh sekali terhadap penjualan, sehingga dalam hal ini jelas tidak hanya variabel waktu saja yang mendapat perhatian. Oleh karena itu metode ini dapat dianggap baik sejauh variabel selain waktu dapat dilacak kebenarannya dan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap hasil penjualan dan kegunaan perusahaan. Apabila variabel tersebut tidak jelas pengaruhnya terhadap hasil penjualan dan kegunaan perusahaan, maka metode ini akan menyesatkan.

- (b) Ramalan Penjualan Dengan Metode Khusus ada tiga macam, yaitu analisis produk line, analisis industri dan analisis penggunaan akhir. *Analisis produk line* pada umumnya digunakan perusahaan yang menghasilkan lebih dari satu macam barang. Masing-masing produk diramalkan dengan metode tersendiri, namun bisa juga sama. Pada *analisis industri* diperlukan ramalan pasar yang dimiliki perusahaan, dengan asumsi variabel-variabel yang mempengaruhi market share dapat diperkirakan dengan pasti. Sedangkan *analisis penggunaan akhir* digunakan untuk meramal produk yang tidak langsung dikonsumsi oleh masyarakat, yaitu produk yang perlu pengolahan atau diproses lebih lanjut untuk menjadi produk akhir. Permintaan akan produk itu sendiri dipengaruhi langsung oleh produk akhir yang digunakan. Misalnya saja koran, variabel-variabel yang berpengaruh pada penjualan koran berpengaruh pula pada penjualan kertas koran.

- (c) Ramalan Penjualan Dengan Metode Eksperimentasi digunakan oleh perusahaan yang baru memulai usahanya atau mengeluarkan produk baru. Metode ini sifatnya coba-coba untuk mengetahui potensi penjualan barangnya.

Metode-metode ramalan penjualan diatas memiliki kelebihan dan kekurangan sendiri-sendiri. Akan tetapi baik atau tidaknya akan ditentukan dalam penerapannya atas kondisi perusahaan. Dalam hal ini perlu juga dipertimbangkan manfaat serta karakteristik dari produk yang dihasilkan.

Perlu diketahui pula bahwa produk genteng juga suatu produk yang tergolong mempunyai sifat khusus, dimana konsumen memegang peranan penting dan dominan. Berkaitan dengan hal tersebut, maka metode statistik dapat digunakan untuk melihat kondisi penjualan perusahaan yang *realistis*, yaitu dengan menggunakan *analisis trend* dengan *metode least square* sebagai berikut: (Adisaputro dan Asri, 1995:159)

$$Y = a + bx$$

Dimana:

Y = peramalan tingkat jual

a = konstanta atau nilai trend pada periode dasar

b = bilangan berubah untuk satu satuan waktu

x = satuan waktu

Untuk menentukan nilai a dan b digunakan rumus:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad \text{untuk } x = 0$$

b. Penentuan Besarnya Persediaan

Meskipun pihak manajemen telah mengetahui rencana penjualan, penentuan besarnya persediaan harus diperhitungkan juga. Apabila perusahaan memandang bahwa permintaan akan hasil produksinya meningkat untuk periode yang akan datang, maka perusahaan akan dapat menentukan besarnya persediaan barang jadi pada akhir tahun harus lebih besar dari persediaan pada awal tahun, yaitu dengan cara memproduksi melebihi kebutuhan penjualan selama setahun. Demikian pula sebaliknya apabila persediaan yang ada berlebihan, maka perusahaan harus memproduksi lebih rendah dari kebutuhan penjualan selama tahun tersebut. Walaupun dalam kenyataannya merencanakan tingkat persediaan selama setahun tidak mudah untuk dilakukan, namun penentuan tingkat persediaan pada akhir tahun harus tetap dilakukan guna menyusun anggaran produksi.

Persediaan barang dalam proses memungkinkan perusahaan menjadwalkan kegiatan produksi dengan luwes, hal ini karena kegiatan produksi pada *fase* akhir tidak perlu sama persis dengan *fase* sebelumnya. Selain itu persediaan barang dalam proses juga banyak mempunyai banyak posisi yang menentukan, yaitu apabila persediaan barang dalam proses ini tidak ada dan kegiatan pada *fase* sebelumnya terhenti maka akan mengakibatkan fase berikutnya terhenti pula.

Persediaan barang jadi memungkinkan perusahaan untuk tidak menjadwalkan produksi sama persis dengan rencana penjualannya disamping bisa memenuhi peningkatan permintaan yang terjadi secara mendadak. Menurut Adisaputro dan Marwan Asri (1995:194) dalam memperkirakan besarnya persediaan barang atau bahan mentah setiap bulan perusahaan dapat melakukan perhitungan dengan cara:

1. Disesuaikan dengan kebutuhan bulanan; apabila kebutuhan akan barang atau bahan mentah setiap bulannya sama, maka digunakan *Monthly Average* (rata-rata bulanan) atau rata-rata sederhana. Sedangkan apabila kebutuhan akan barang atau bahan mentah setiap bulannya tidak sama (bergelombang), maka digunakan *Moving Monthly Average*.
2. Dengan ditentukan lebih dulu batas maksimum dan minimum persediaan, cara ini mudah dilakukan bagi perusahaan-perusahaan yang sudah berpengalaman atau berkali-kali menjual barang yang sama pada tahun-tahun sebelumnya.

Dengan pengalamannya dimasa lalu perusahaan dapat menentukan berapa batas maksimum dan minimum persediaan yang harus diperhatikan.

3. Dengan menghitung *Inventory Turn Over* (tingkat perputaran barang). Banyak perusahaan menggunakan *Inventory Turn Over* sebagai dasar untuk menentukan persediaan barang atau bahan. Yang mana hal ini dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ITO = \frac{\text{Rencana penjualan per tahun}}{\text{Persediaan rata - rata}}$$

Sedangkan persediaan rata-rata dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

(Adisaputro dan Asri, 1995:195)

c. Menyusun Anggaran Produksi

Definisi dari anggaran produksi menurut Adisaputro dan Asri (1995:181) sebagai berikut:

Anggaran produksi dalam artian luas berupa penjabaran dari rencana penjualan menjadi rencana produksi. Anggaran produksi dalam arti sempit juga disebut anggaran jumlah yang harus diproduksi adalah suatu perencanaan tingkat atau volume barang yang harus diproduksi oleh perusahaan agar sesuai dengan volume atau tingkat penjualan yang telah direncanakan.

Dengan demikian kegiatan produksi bukan merupakan aktivitas yang berdiri sendiri melainkan aktivitas penunjang dari rencana penjualan. Karena itu jelas bahwa rencana produksi yang demikian meliputi perencanaan tentang jumlah produksi, kebutuhan persediaan, material, tenaga kerja dan kapasitas produksi.

Anggaran produksi menunjukkan rencana besarnya produksi yang akan dilakukan oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu. Secara garis besar, anggaran produksi disusun dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Tingkat Penjualan	XXX
Tingkat Persediaan Akhir	XXX +
Jumlah	XXX
Tingkat Persediaan Awal	XXX -
Tingkat Produksi	XXX

(Adisaputro, 1995:183)

Anggaran produksi merupakan dasar (basis) untuk menyusun anggaran-anggaran lain seperti anggaran bahan mentah, anggaran tenaga kerja langsung dan anggaran biaya overhead pabrik.

d. Analisis Perilaku Biaya

Pengetahuan dan pemahaman tentang perilaku biaya ini sangat penting karena pada analisis biaya akan dijumpai masalah-masalah sulit didalam melakukan analisis penentuan harga jual produk. Pengetahuan tentang perilaku biaya tidak hanya penting bagi seorang analisis, tapi juga penting diketahui dan dimengerti oleh peneliti perusahaan. Hal ini karena biaya yang timbul akibat adanya kebijaksanaan manajemen yang berlaku di perusahaan. Dengan demikian informasi yang didapat dari analisis penentuan harga jual adalah refleksi dari kebijaksanaan manajemen itu sendiri.

Didalam akuntansi biaya, komponen-komponen harga pokok terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik baik yang bersifat tetap maupun yang bersifat variabel. Konsep harga pokok produksi tersebut tidak selalu relevan dengan kebutuhan manajemen, karena itu timbul konsep-konsep lain yang tidak memperhitungkan semua biaya produksi sebagai dasar untuk menentukan harga jual produknya. Metode perhitungan ini disebut *Direct Costing* atau *Variabel Costing*. Dimana dalam mengadakan perencanaan dan pengawasan biaya sangat perlu diketahui sifat-sifat biaya. Pada dasarnya menurut sifatnya dikenal 3 (tiga) macam biaya yakni: (Adisaputro dan Asri, 1995:289)

1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya-biaya yang cenderung untuk bersifat konstan secara total dari bulan ke bulan, tanpa terpengaruh oleh volume kegiatan, dengan berbagai asumsi tertentu kebijaksanaan manajemen, periode waktu dan lain-lain. Biaya-biaya yang termasuk kategori biaya tetap ini antara lain:

- a. Gaji
- b. Pajak kekayaan
- c. Asuransi
- d. Penyusutan (kecuali yang menggunakan Performance Method).

2. *Biaya Variabel*

Biaya variabel adalah biaya-biaya yang secara total selalu mengalami perubahan, dimana perusahaan itu searah dan sebanding dengan perubahan tingkat kegiatan. Semua biaya variabel sifatnya *activity cost* yaitu berfluktuasi menurut aktifitas dari departemen yang menimbulkan biaya-biaya variabel tersebut. Oleh karena itu penting sekali untuk memiliki satuan ukuran yang tepat agar bisa mengatur departemen yang bersangkutan. Biaya-biaya yang termasuk kategori biaya variabel antara lain:

- a. Biaya bahan mentah langsung
- b. Biaya tenaga kerja langsung
- c. Tenaga (power).

3. *Biaya Semi Variabel*

Menurut konsep *variabel costing*, biaya dapat digolongkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel, tetapi dalam kenyataannya banyak sekali biaya-biaya yang sulit untuk digolongkan baik dalam biaya tetap maupun dalam biaya variabel, sehingga biaya-biaya ini dapat digolongkan kedalam *biaya semi variabel*. Biaya ini mengalami perubahan, tetapi tidak sebanding dengan perubahan tingkat kegiatan. Biaya-biaya yang termasuk dalam kategori biaya semi variabel antara lain:

- a. Biaya tenaga kerja tak langsung
- b. Biaya pemeliharaan
- c. Biaya peralatan
- d. Biaya bahan mentah tak langsung dan lain-lain.

Pada umumnya pola perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dan perubahan volume kegiatan. Menurut Mulyadi (1991:507) untuk keperluan perencanaan dan pengendalian, baik biaya tetap ataupun biaya variabel harus dipecah lagi sebagai berikut:

1. Biaya Tetap
 - a. Committed Fixed Costs
 - b. Discretionary Fixed Costs
2. Biaya Variabel
 - a. Engineered Variabel Costs
 - b. Discretionary Variabel Costs

1. *Biaya Tetap*

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu. Besar biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode

serta strategi manajemen. Pada umumnya, jika biaya tetap mempunyai proporsi tinggi bila dibandingkan dengan biaya variabel, kemampuan manajemen dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi jangka pendek akan berkurang.

a. Committed Fixed Costs (CFC)

CFC adalah biaya tetap yang dibutuhkan meskipun kegiatan perusahaan berada pada titik yang sangat rendah, termasuk kemungkinan ditutupnya perusahaan untuk sementara waktu. Penyusutan dan gaji para eksekutif adalah contohnya. CFC hanya dapat dikurangi dalam jangka panjang. Sekali manajemen mengambil keputusan untuk mengeluarkan biaya-biaya ini, maka pembebanannya akan meliputi sampai periode yang panjang.

b. Discretionary Fixed Costs (DFC)

DFC adalah biaya tetap yang timbul sebagai akibat dari keputusan manajemen pada periode anggaran tertentu, yang dianggarkan untuk bidang-bidang tertentu. Biaya tersebut bisa dikurangi atau bahkan diberhentikan oleh manajemen apabila tersedia cukup waktu. Biaya periklanan, biaya riset dan penelitian, dan biaya pelatihan karyawan adalah contoh biaya DCF.

2. *Biaya Variabel*

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan volume kegiatan. Biaya variabel per unit konstan dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya bahan baku merupakan contoh biaya variabel yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi.

a. Engineered Variabel Costs (EVC)

Engineered costs adalah biaya yang memiliki hubungan fisik tertentu dengan ukuran kegiatan tertentu. Hampir semua biaya variabel merupakan Engineered costs. EVC merupakan biaya yang antara masukan dan keluarannya mempunyai hubungan erat dan nyata, misalnya : biaya bahan baku.

b. Discretionary Variabel Costs (DVC)

Telah disebutkan diatas bahwa hampir semua biaya variabel merupakan Engineered costs, tetapi ada beberapa biaya variabel yang pantas untuk

dikelompokkan ke dalam DVC. Hal ini disebabkan karena DVC tersebut bersifat variabel, berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan karena manajemen memutuskan kebijakan demikian. Dengan kata lain DVC merupakan biaya yang masukan dan keluarannya memiliki hubungan erat, tetapi tidak nyata.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa penggolongan biaya kedalam biaya tetap dan biaya variabel guna penentuan HPP dan penyajian informasi akuntansi yang bermanfaat untuk perencanaan laba jangka pendek, merupakan salah satu kunci pokok yang membutuhkan ketelitian. Pengetahuan mengenai bagaimana suatu biaya akan berubah dibawah berbagai macam pengaruh merupakan hal yang penting dalam pengambilan keputusan, estimasi biaya dimasa yang akan datang.

e. Penentuan Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung termasuk kedalam jenis biaya variabel yang dalam penentuan harga jual dengan metode *Direct Costing* memegang peranan penting. Penentuan biaya bahan baku didasarkan pada harga masing-masing bahan baku kemudian dikalikan dengan besarnya anggaran produksi masing-masing produk per-tahun. Untuk menghitung biaya tenaga kerja langsung, diperhitungkan dengan banyaknya hari kerja dalam setahun dikalikan tingkat upah per-hari dikalikan jumlah tenaga kerja masing-masing bagian yang kemudian menghasilkan total biaya tenaga kerja langsung per-tahun.

f. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Direct Costing

Dalam metode *Direct costing* pembebanan biaya produk hanya pada biaya produksi yang besarnya tergantung pada volume produksi. Untuk lebih jelasnya pengertian *Direct Costing* adalah: (Mulyadi, 1993:20)

Metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

Jadi dalam perhitungan biaya produksi dengan metode Direct Costing ini biaya yang langsung mempengaruhi terhadap produk pada periode tertentu, seperti biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung serta biaya produksi langsung lainnya.

Direct Costing juga merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga jual. Dalam metode ini dasar biaya yang dipakai hanya biaya variabel saja. Selain itu metode ini sangat tepat sekali untuk digunakan pihak intern perusahaan. Sedangkan metode lain yang berdasarkan pada semua biaya, baik biaya tetap maupun biaya variabel yang disebut dengan metode Full Costing. Metode ini merupakan metode yang kaku dan bila digunakan pada penentuan harga jual maka kadang-kadang barangnya tidak ada. Oleh karena itu, metode Full Costing jarang digunakan perusahaan untuk menentukan harga jual.

Direct Costing sebagai metode Harga Pokok Produksi yang berdasarkan biaya variabel saja mempunyai tujuan sebagai berikut:

- 1) sebagai alat perencanaan laba jangka pendek
- 2) sebagai petunjuk untuk menentukan harga jual
- 3) sebagai dasar pengambilan keputusan manajemen

Setelah mengetahui faktor-faktor dan tujuan dari penentuan harga jual serta pengertian dari Direct Costing, kita bahas mengenai maksud penentuan harga jual dengan metode Direct Costing. Untuk lebih jelasnya dapat dijabarkan dengan formulasi sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = (\text{Biaya produksi variabel} + \text{Biaya lain-lain variabel}) + (\% \text{ yang diharapkan} \times \text{dasar penentuan laba})$$

(Mas'ud, 1991:254)

1.5.5 Peningkatan Profit Margin

Besar kecilnya Profit Margin pada setiap transaksi penjualan menurut Riyanto (1992:31) yakni ditentukan oleh dua faktor antara lain penjualan dan laba usaha. Besarnya laba usaha tergantung dari penjualan dan besarnya biaya yang telah digunakan perusahaan. Untuk mengetahui peningkatan Profit Margin yang

dihasilkan perusahaan dapat dilakukan dengan *Analisis Profit Margin on Sales*. Rasio ini biasanya disebut sebagai margin laba atas penjualan.

Bagi pimpinan perusahaan perhitungan ratio-ratio tertentu akan menghasilkan suatu informasi tentang kelemahan apa yang sedang dihadapi atau kekuatan apa yang dimiliki dalam bidang finansial, sehingga dapat ditentukan cara-cara untuk mengatasinya. Sedangkan bagi calon kreditur, analisis rasio ini dapat dijadikan pegangan apakah wajar untuk memberikan kredit pada perusahaan yang bersangkutan atau tidak.

Salah satu yang digunakan dalam analisis ini adalah *Profit Margin on Sales*. Dimana *Profit Margin on Sales* merupakan perbandingan antara laba dengan penjualan dalam bentuk persentase. Adapun formula dari *Profit Margin on Sales* tersebut adalah sebagai berikut :

$$\text{Margin Laba} = \frac{\text{Laba}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

(Weston & Copeland, 1995:241)

1.6 Operasionalisasi Konsep

Sebagai tindak lanjut dari penguangan-penguangan konsep-konsep diatas, maka perlu dijelaskan lebih lanjut agar dapat diperoleh gambaran lebih kongkrit mengenai konsep-konsep yang akan dioperasionalkan. Adapun konsep-konsep yang perlu dijabarkan atau dioperasionalkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Harga Jual

Harga jual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah uang yang dibebankan oleh pihak CV. Multi Bangunan pada produk genteng press dan beton yang telah dihasilkan, terhitung selama kurun waktu 5 tahun (selama tahun 1998 sampai dengan 2002).

b. Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan merupakan salah satu faktor penunjang perusahaan dalam mewujudkan tujuannya. Pada dasarnya ramalan penjualan merupakan sesuatu

yang dapat kita perkirakan terjadi dimasa yang akan datang dalam menghadapi unsur ketidakpastian. Produk genteng yang dihasilkan oleh CV. Multi Bangunan merupakan suatu produk yang tergolong mempunyai sifat khusus, dimana konsumen memegang peranan penting dan dominan. Berkaitan dengan hal tersebut, maka perusahaan menggunakan metode statistik untuk melihat kondisi penjualan perusahaan yang realistis yaitu dengan menggunakan *Analisis Trend* dengan metode *Least Square*.

c. Metode Direct Costing

Metode Direct Costing ini merupakan metode penentuan Harga Pokok Produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam Harga Pokok Produksi yang terdiri dari: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel. Metode Direct Costing yang dimaksud dalam penelitian ini adalah metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga jual produk genteng pada CV. Multi Bangunan di periode mendatang. Alasan pihak CV. Multi Bangunan menggunakan metode ini untuk penentuan harga jual produk adalah karena metode Direct Costing sesuai dengan karakteristik produk yang telah dihasilkan.

d. Peningkatan Profit Margin

Peningkatan Profit Margin yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seberapa besar peningkatan margin laba yang diperoleh CV. Multi Bangunan atas penjualan produk genteng press dan beton khususnya untuk type Garuda 9, Garuda 11 dan Royal 12 yang dihasilkan pada tahun 2002.

1.7 Metode Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ilmiah dapat digunakan beberapa metode penelitian tertentu, agar penelitian yang dilakukan mempunyai bobot ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan.

1.7.1 Tipe Penelitian

Selaras dengan permasalahan dan tujuan yang diangkat dalam penelitian ini, maka penelitian yang sesuai dan nantinya akan diterapkan oleh peneliti adalah *Deskriptif* dengan menggunakan pendekatan *kuantitatif*. Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Indrianto dan Supono (1996:26) yaitu “penelitian kuat menekankan pada pengujian variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis dengan prosedur statistik dan non statistik”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat ditarik suatu pengertian bahwa analisis kuantitatif dengan prosedur statistik lebih diutamakan pada penyajian angka yang merupakan hasil dari proses statistik. Sedangkan analisis kuantitatif secara non statistik keuangan lebih ditekankan pada penyajian angka yang merupakan data keuangan yang merupakan proses analisis keuangan.

1.7.2 Tahap Persiapan

Tahapan pertama adalah tahap persiapan. Dimana peneliti perlu mempersiapkan diri untuk melakukan penelitian sebelumnya. Adapun yang harus dilakukan oleh peneliti adalah:

a. Menentukan Lokasi Penelitian

Penentuan lokasi penelitian merupakan suatu lokasi atau daerah yang akan diadakan pelaksanaan penelitian oleh peneliti dan diperoleh data yang nantinya dipakai untuk memecahkan suatu permasalahan. Penelitian ini mengambil daerah penelitian di Kecamatan Kranjingan, Kabupaten Jember dengan alasan:

- 1) Lokasi perusahaan yang masih berada di dalam wilayah kota Jember, sehingga kemudahan transportasi untuk menuju ke perusahaan dapat terjangkau.
- 2) Jenis usaha yang dijalankan oleh perusahaan cukup sesuai dengan kriteria penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

b. Observasi Pendahuluan

Langkah selanjutnya adalah observasi pendahuluan dimana peneliti melakukan observasi pendahuluan untuk memperoleh informasi tentang permasalahan apa

yang ada dalam perusahaan tempat penelitian dilakukan, sehingga dapat ditentukan permasalahan dalam penelitian ini.

c. Study Kepustakaan

Guna menambahkan konsep-konsep yang nantinya dipakai sebagai dasar dalam mengadakan penelitian dan juga untuk menambah pengetahuan peneliti tentang teori-teori yang berhubungan dengan pokok permasalahan, maka peneliti mengadakan study kepustakaan.

1.7.3 Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data diperlukan dalam rangka memperoleh data yang akurat untuk keberhasilan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berkompeten di dalam perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti mengadakan wawancara langsung berdasarkan pedoman wawancara dengan 4 informan kunci yang terdiri dari:

- 1) Bapak Ali Bob Said, sebagai Pimpinan CV. Multi Bangunan
- 2) Bapak Nabil, sebagai Manajer Pemasaran
- 3) Bapak Suprpto, sebagai Manajer Produksi
- 4) Bapak Eko dan Bapak Usman, sebagai Manajer Keuangan dan bagian Administrasi.

b. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis atas hal-hal yang berhubungan dengan obyek yang diteliti agar diperoleh data yang benar-benar obyektif. Dalam hal ini peneliti mengadakan pengamatan terhadap jalannya proses produksi.

c. Dokumentasi

Peneliti berusaha mengumpulkan data dan dokumentasi yang tersedia pada perusahaan.

1.7.4 Tahap Analisis Data

Dari data yang terkumpul, kemudian dianalisa untuk menetapkan harga jual dengan menggunakan *Metode Direct Costing* yang meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

a. Untuk menentukan tingkat harga jual masing-masing jenis produk pada periode 2002, digunakan langkah sebagai berikut:

1) Memproyeksikan volume penjualan pada periode 2002 untuk masing-masing jenis produk dengan menggunakan metode Trend Least Square formulanya adalah:

$$Y = a + bx$$

Dimana:

Y = peramalan tingkat jual

a = konstanta atau nilai trend pada periode dasar

b = bilangan berubah untuk satu satuan waktu

x = satuan waktu

Untuk menentukan nilai a dan b digunakan rumus:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad \text{untuk } x = 0$$

(Adisaputro dan Asri, 1992:159)

2) Menentukan persediaan akhir periode 2002 dengan asumsi persediaan yang lalu relatif stabil maka untuk menentukan persediaan akhir masing-masing jenis produk dengan menggunakan metode Inventory Turn Over dengan rumus:

$$ITO = \frac{\text{Rencana penjualan per tahun}}{\text{Persediaan rata - rata}}$$

Sedangkan persediaan rata-rata dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

(Adisaputro dan Asri, 1995:195)

3) Menyusun anggaran produksi untuk masing-masing jenis produk tahun 2002 dengan rumus:

Tingkat Penjualan	xxx
Tingkat Persediaan Akhir	$\frac{\text{xxx}}{\text{xxx}}$ +
Jumlah	xxx
Tingkat Persediaan Awal	$\frac{\text{xxx}}{\text{xxx}}$ -
Tingkat Produksi	xxx

(Adisaputro, 1995:183)

4) Memproyeksikan biaya semi variabel pada periode 2002 dengan rumus:

$$Y = a + bx$$

Dimana:

Y = peramalan biaya variabel

a = konstanta atau nilai trend pada periode dasar

b = bilangan perubah untuk satu satuan waktu

x = satuan waktu

Untuk menentukan nilai a dan b digunakan rumus:

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2} \quad \text{untuk } x = 0$$

(Adisaputro dan Asri, 1992:159)

Dari peramalan biaya variabel ini juga akan dihasilkan komponen biaya tetap biaya variabel sebagai acuan untuk perhitungan harga jual.

5) Mengalokasikan biaya variabel untuk masing-masing jenis produk tahun 2002.

Dimana untuk menghitung BOP variabel rumusnya adalah:

BOP Variabel	
Biaya bahan penolong	xxx
Biaya listrik dan air	xxx
Biaya perbaikan dan pemeliharaan	xxx
Total BOP Variabel	xxx

Sedangkan untuk menghitung biaya komersial variabel rumusnya adalah:

Biaya Komersial Variabel	
Biaya pemasaran	xxx
Biaya administrasi dan umum	xxx +
Total Biaya Komersial Variabel	<u>xxx</u>

(Mulyadi, 1991:148)

- 6) Menghitung besarnya BOP variabel, Biaya Komersial Variabel, biaya bahan baku, dan biaya tenaga kerja langsung dengan berdasar pada anggaran produksi tahun 2002 yang pada akhirnya akan menghasilkan total biaya variabel tahun 2002.
- 7) Menentukan harga jual untuk masing-masing jenis produk setelah semua informasi yang diperlukan tersedia dengan menggunakan metode Direct Costing formulanya sebagai berikut

$$\text{Harga Jual} = (\text{Biaya produksi variabel} + \text{Biaya lain-lain variabel}) + (\% \text{ yang diharapkan} \times \text{dasar penentuan laba})$$

(Mas'ud, 1991:254)

Dimana dasar penentuan labanya adalah total biaya variabel. Sedangkan untuk mencari % yang diharapkan maka dicari dengan menggunakan Mark Up dengan rumus:

$$\text{Mark Up} = \frac{\text{biaya tetap} + (Y \% \times \text{aktiva})}{\text{biaya variabel}}$$

Dimana Y % adalah laba tahun 2001 dibagi investasi (aktiva) 2002

- b. Untuk menentukan peningkatan Profit Margin pada masing-masing type produk genteng press dan beton digunakan Analisis Profit Margin on Sales. Perhitungan dilakukan pada periode 2001 dan 2002 agar dapat mengetahui ada atau tidaknya

peningkatan Profit Margin pada periode 2002, dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{ProfitMargin} = \frac{\text{Laba}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

(Weston & Copeland, 1995:241)

1.7.5 Tahap Penarikan Kesimpulan

Setelah data dianalisis, dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan yang sesuai dengan permasalahan yang diajukan. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan secara *deduktif* yaitu penarikan kesimpulan yang berdasarkan hal-hal yang umum ke dalam yang khusus, sebab peneliti berpedoman pada teori-teori yang terdapat pada literatur serta disesuaikan dengan perusahaan yang menjadi obyek penelitian. Dengan metode-metode yang peneliti gunakan, diharapkan agar masalah yang telah dirumuskan sebelumnya dapat dengan mudah untuk dipecahkan.



II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

CV. Multi Bangunan – Jember ini berdiri sejak tahun 1990 dan didirikan oleh Bapak Ali Bob Said. Perusahaan ini terletak di jalan Letjen. Sutoyo 133 Desa Kranjangan, Tegalbesar – Jember. Dalam rangka memenuhi permintaan pasar, perusahaan berdasarkan Surat Ijin Untuk Perusahaan (SIUP) No. 182/13-8/PK/X/1992/PB yang disahkan oleh Dr. Arijanto Awal. Pada perkembangannya seiring dengan mulai diterimanya produk yang dihasilkan perusahaan melalui konsumen, serta ditunjang dengan kualitas yang memadai maka permintaan terhadap produk perusahaan juga mengalami peningkatan. Sehingga perusahaan mulai berpikir untuk mengembangkan usaha yang telah dikelolanya, dengan ijin HO : 403/004-HO/436.51/1997 pada luas tanah 2000 m².

Perusahaan ini berdiri karena keinginan Bapak Ali untuk memanfaatkan lahan yang dimilikinya. Setelah melakukan berbagai macam penelitian dan pengamatan, maka pemilik perusahaan memutuskan untuk membuka usaha yang bergerak dalam bidang pembuatan bahan bangunan. Selain itu Bapak Ali juga sudah berpengalaman sewaktu bekerja pada perusahaan yang sejenis.

Pada pertengahan tahun 1997, CV. Multi Bangunan mengalami penurunan permintaan, karena bangsa Indonesia sedang mengalami krisis ekonomi dan menyebabkan banyaknya proyek perumahan dari para kontraktor yang ditangguhkan. Tetapi pada pertengahan tahun 1998 perusahaan kembali mengalami peningkatan volume penjualan dan mampu menjaga kualitas dari produk yang dihasilkan.

Dimana tahun 1997, banyak perusahaan yang sebelumnya jaya menjadi bangkrut atau gulung tikar, sehingga mengakibatkan banyak tenaga kerja yang di-PHK (Pemutusan Hubungan Kerja) karena ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya untuk membayar pegawai/karyawan serta perusahaan mengalami penurunan permintaan. Dalam keadaan seperti itu merupakan suatu kebanggaan bagi CV. Multi Bangunan karena masih mampu bertahan dan tidak melakukan PHK terhadap para karyawannya. Dampak krisis menyebabkan

perusahaan kehilangan hampir 50% omzet penjualan dalam bentuk unit dari tahun-tahun sebelumnya. CV. Multi Bangunan dapat bertahan karena kebijaksanaan harga yang telah ditetapkan masih terjangkau oleh konsumen dan cukup menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

Penentuan lokasi perusahaan merupakan hal yang sangat menentukan bagi kelancaran proses produksi dan pemasaran. Ada beberapa pertimbangan yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menentukan lokasi usahanya, antara lain :

a. Faktor Bahan Baku

Bahan baku merupakan hal terpenting dalam proses produksi. Apabila suatu perusahaan tidak didukung oleh bahan baku yang tidak memadai, maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam melakukan proses produksi dan aktivitas lainnya. Disamping itu apabila bahan baku yang diperoleh kurang begitu baik, maka mutu atau kualitas dari produk yang dihasilkan juga akan mengalami penurunan. CV. Multi Bangunan dalam memproduksi genteng menggunakan bahan-bahan sebagai berikut :

- 1) Semen
- 2) Mild Putih
- 3) Flay Ash
- 4) Pasir

Untuk mendapatkan bahan-bahan tersebut cukup diperoleh dari dalam kota Jember sendiri dengan jalan langsung menghubungi penyalurnya. Jadi bahan baku dapat dijamin kelancarannya.

b. Faktor Lingkungan dan Tenaga Kerja

Salah satu faktor penting lainnya dalam menunjang keberhasilan suatu usaha adalah faktor penduduk dan lingkungan sekitar perusahaan didirikan. Suatu usaha akan berjalan lancar apabila didukung oleh lingkungan dan masyarakat sekitar, apabila penduduk didaerah tersebut tidak merasa keberatan dengan keberadaan perusahaan maka secara tidak langsung perusahaan akan mendapat perlindungan dari lingkungan sekitarnya. Akan tetapi semua itu tergantung pada pendekatan yang dilakukan oleh pemilik perusahaan, serta usaha yang dilakukan hendaknya tidak mengganggu

masyarakat sekitar. Pendekatan yang dilakukan oleh pihak perusahaan yaitu memanfaatkan tenaga masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja, sehingga perusahaan turut serta membantu menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.

c. Faktor Pemasaran

Mengenai pemasaran produk bila dikaitkan dengan lokasi perusahaan, maka lokasi perusahaan cukup mendukung usaha pemasarannya. Perusahaan ini terletak di daerah yang tidak terlalu jauh dari perkotaan, dimana masih banyak dibangun gedung-gedung dan bangunan lain yang membutuhkan adanya produksi genteng. Selain itu Bapak Ali sendiri yang mengadakan pendekatan terhadap pihak-pihak yang berkaitan dengan usaha yang dijalankannya, beliau juga menitipkan beberapa contoh genteng di toko-toko yang bekerja sama dengan pihak perusahaan. Dalam hal ini sudah ada beberapa toko yang menjadi relasi kerja, hal tersebut terbukti dengan adanya peningkatan penjualan dari tahun ke tahun.

Sejalan dengan semakin meningkatnya permintaan atas genteng beton, perusahaan menambah jumlah tenaga kerja yang ada serta jumlah mesin penggiling (*mixer*) yang dimiliki oleh perusahaan. Dengan beraneka jenis produk yang dihasilkan, cukup membuat perusahaan berusaha untuk meningkatkan volume penjualan dan memperbaiki tingkat keuntungannya.

Pemilik menyadari bahwa pasar terbesar perusahaan adalah wilayah kabupaten Jember dan wilayah Besuki. Pada awal tahun 1996 sejalan dengan meningkatnya kualitas produk, perusahaan sudah memulai memasuki wilayah Bali, Surabaya dan Gresik.

2.2 Organisasi Perusahaan

2.2.1 Struktur Organisasi

Efektif atau tidaknya suatu organisasi, tergantung pada sejauh mana struktur organisasi tersebut dapat mendorong atau mendukung usaha untuk membantu dalam mengatur dan mengarahkan usaha dari organisasi secara sistematis, sehingga tugas dari masing-masing bagian dapat terkoordinasi dan sejalan dengan

tujuan perusahaan. Agar tidak terjadi kesalahan atau tumpang tindih dalam melaksanakan tugas, maka diperlukan adanya struktur organisasi yang sistematis. Bentuk daripada struktur organisasi setiap perusahaan berbeda-beda tergantung dari keadaan perusahaan yang bersangkutan serta wewenang dan tanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya.

CV. Multi Bangunan memiliki struktur organisasi yang menjelaskan gambaran tugas dan tanggung jawab secara sederhana, dimana pimpinan perusahaan atau pemilik mempunyai wewenang penuh dalam kelangsungan hidup perusahaan. Masing-masing bagian dalam perusahaan diharapkan untuk dapat saling bekerjasama dengan bagian yang lain untuk mempermudah pencapaian tujuan. Secara skematis, struktur organisasi CV. Multi Bangunan dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 1. Struktur Organisasi CV. Multi Bangunan – Jember
Sumber Data : CV. Multi Bangunan

2.2.2 Job Description

Berdasarkan skematis struktur organisasi diatas, maka apa yang menjadi tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

a. Pimpinan (Direktur)

Tugas :

- 1) Mengawasi jalannya perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan sesuai dengan maksud didirikannya perusahaan

2) Membuat perencanaan dan pengambilan keputusan bersama

Wewenang :

- a) Menerima karyawan
- b) Memberhentikan karyawan

Tanggung jawab :

- (1) Bertanggung jawab terhadap maju-mundurnya perusahaan baik dalam bidang operasional, finansial dan fasilitas yang ada
- (2) Membuat kebijaksanaan perusahaan
- (3) Mengelola manajemen perusahaan dengan baik

b. Bagian Administrasi dan Keuangan

Tugas :

- 1) Melakukan pencatatan atas semua kejadian yang berhubungan dengan proses produksi perusahaan
- 2) Melakukan pembayaran semua kewajiban perusahaan maupun menagih atas piutang perusahaan yang telah jatuh tempo
- 3) Melakukan pencatatan atas semua pengeluaran baik dalam rupiah atau unit
- 4) Menentukan tingkat harga jual perusahaan terhadap produk yang dihasilkan

Tanggung jawab :

- a) Bertanggung jawab atas keluar masuknya aktiva lancar perusahaan selama satu periode waktu tertentu

c. Bagian Produksi

Tugas :

- 1) Membuat rencana kegiatan dan anggaran pelaksanaan aktifitas produksi
- 2) Mengkoordinasikan dan mengarahkan seluruh kegiatan bagian dalam perusahaan yang berhubungan dengan perencanaan/pengendalian proses produksi
- 3) Membuat laporan pertanggungjawaban keuangan pada pimpinan perusahaan dengan berkesinambungan (secara harian, mingguan, bulanan dan tahunan)
- 4) Bertugas melaksanakan pemindahan produk jadi ke gudang

Tanggung jawab :

- a) Bertanggungjawab pada pimpinan perusahaan tentang permasalahan produksi
- b) Bertanggungjawab atas kelancaran distribusi pemindahan hasil produksi dan memberikan laporan tentang pemindahan produk jadi
- c) Bertanggungjawab atas kesiapan mesin dan peralatan produksi
- d. Bagian Pemasaran

Tugas :

- 1) Dapat mengetahui keadaan pasar terhadap produk yang dihasilkan dibanding dengan produk lain yang sejenis
- 2) Merencanakan dan mengkoordinir kegiatan pemasaran
- 3) Mengembangkan daerah pemasaran yang baru dan memantapkan daerah baru yang sudah ada menjadi pasar potensial
- 4) Mencari saluran distribusi demi kelancaran pemasaran hasil produksi

Tanggung jawab :

- a) Bertanggung jawab terhadap masalah pemasaran produk perusahaan

2.3 Ketenaga Kerjaan dan Sistem Penggajian

2.3.1 Jumlah Tenaga Kerja Perusahaan

Pelaksanaan dari aktivitas produksi selain memerlukan mesin dan bahan baku, perusahaan juga membutuhkan sumber daya manusia untuk mengoperasikan dan menyempurnakan kegiatan proses produksi. Dalam usahanya, CV. Multi Bangunan menggunakan tenaga kerja sebanyak 57 orang dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 2. Perincian Tenaga Kerja CV. Multi Bangunan Periode 2001

No.	Keterangan	Jumlah (orang)
1.	Pimpinan Perusahaan	1
2.	Bagian Administrasi dan Keuangan	2
3.	Bagian Produksi	53
4.	Bagian Pemasaran	1
Jumlah Total Tenaga Kerja		57

Sumber Data : CV. Multi Bangunan

Tenaga kerja yang digunakan oleh CV. Multi Bangunan, sebagian besar merupakan tenaga kerja yang berasal dari lingkungan sekitar perusahaan, sebab di

daerah tersebut masih banyak tenaga potensial yang menganggur. Tenaga kerja langsung yang terlibat dalam proses produksi adalah lulusan Sekolah Dasar (SD). Karena dalam pembuatannya tidak terlalu sulit dan sudah dibantu oleh mesin serta dibutuhkan ketrampilan. Sedangkan untuk tenaga kerja di kantor dibutuhkan pengetahuan khusus dan keahlian manajemen yang baik untuk menunjang proses produksi.

2.3.2 Hari Kerja dan Jam Kerja

Jadwal kerja yang dimiliki oleh perusahaan diatur sedemikian rupa, agar tidak mengganggu jalannya proses produksi. Jadwal kerja yang ditentukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

a. Hari Senin s/d Kamis dan Sabtu :

Kerja : 07.00 – 12.00

Istirahat : 12.00 – 13.00

Kerja : 13.00 – 16.00

b. Hari Jum'at :

Kerja : 07.00 – 11.00

Istirahat : 11.00 – 12.30

Kerja : 12.30 – 16.00

c. Hari Minggu tidak ada proses produksi

2.3.3 Pengaturan Sistem Gaji, Upah dan Kesejahteraan Karyawan

Sesuai dengan kedudukan, tugas dan pekerjaan, maka pembayaran gaji dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

a. Pembayaran Gaji Bulanan

Pembayaran gaji perbulan yang ditujukan kepada tenaga kerja tetap pada bagian administrasi dan umum serta bagian pemasaran.

b. Pembayaran Upah Harian

Pembayaran ditujukan kepada tenaga kerja langsung dalam proses produksi, besarnya sesuai dengan ketentuan Upah Minimum Regional (UMR) yang sedang berlaku. Adapun besarnya pemberian upah kepada tenaga kerja langsung yang diberikan oleh perusahaan selama periode tahun 2001 sebagai berikut :

Tabel 3. Pemberian Upah Tenaga Kerja Langsung Tahun 2001 (Rupiah)

No.	Kelompok Kerja	Jumlah TK	Jam Kerja	Upah Per-Hari	Jumlah
1.	Pengolahan Tanah	10	300	7.500	22.500.000
2.	Pencetakan Genteng	25	300	6.500	48.750.000
3.	Penjemuran	5	300	6.500	9.750.000
4.	Pembakaran	8	300	8.500	20.400.000
5.	Penggudangan	5	300	7.500	11.250.000
Total		53			112.650.000

Sumber Data : CV. Multi Bangunan- Jember

Sebagai salah satu alat untuk memotivasi karyawan dalam bekerja, perusahaan memberikan semangat kepada tenaga kerja pada semua bagian yang ada di perusahaan dengan memberikan fasilitas sebagai berikut :

- 1) Setiap Hari Raya Idul Fitri, semua karyawan mendapatkan tunjangan yang berupa uang
- 2) Bagi karyawan yang beragama Islam diberikan waktu untuk menjalankan ibadah pada saat-saat ibadahnya
- 3) Pada tenaga kerja bagian produksi mendapatkan seragam kerja berupa kaos dan topi

2.4 Aspek Produksi

Produksi dapat diartikan sebagai proses untuk mengkombinasikan dan mengkoordinasikan bahan-bahan dan tenaga kerja (input, faktor-faktor, sumber-sumber atau jasa produksi), untuk menciptakan barang atau jasa (output). Dalam kehidupan sehari-hari kegiatan produksi merupakan suatu kegiatan yang mengakibatkan adanya penambahan faedah atau kegunaan.

Kegiatan yang dilakukan oleh CV. Multi Bangunan bersifat kontinyu atau terus-menerus. Untuk terlaksananya semua itu diperlukan adanya suatu perencanaan dalam memproduksi barang. Untuk menjamin kualitas maupun kelancaran proses produksinya, CV. Multi Bangunan menggunakan beberapa bahan baku untuk proses produksi yang terdiri dari :

a. Bahan Baku Utama

Merupakan bahan-bahan yang menjadi bahan-bahan dasar pembuatan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Bahan baku tersebut antara lain :

- 1) Semen
- 2) Fly Ash
- 3) Mild Putih
- 4) Pasir

b. Bahan Baku Pembantu

Yaitu bahan yang digunakan untuk melengkapi proses pembuatan produk untuk menjadi produk yang lebih baik. Bahan-bahan yang digunakan antara lain :

1) Solar

Digunakan untuk mempercepat penyelesaian produk yang akan dihasilkan, agar mesin yang digunakan dapat berjalan dengan lancar dan tidak menghambat proses produksi.

2) Malam

Digunakan sebagai bahan penyampur agar mendapatkan bentuk yang lebih baik.

2.4.1 Fasilitas Produksi

Fasilitas produksi yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas produksinya adalah :

a. Mixer

Berupa mesin pengaduk bahan baku utama yang digunakan untuk mencampur semua bahan yang telah disiapkan. Pada awal tahun 1993, CV. Multi Bangunan mempunyai 2 unit mesin mixer, sedangkan saat ini sudah ada 5 unit mesin mixer yang digunakan oleh perusahaan.

b. Mesin Cetak/Press

Berupa mesin cetak atau peralatan untuk mencetak bahan-bahan yang telah dicampur pada mixer. Pada saat ini CV. Multi Bangunan mempunyai 8 buah mesin cetak.

c. Rak Kayu

Berfungsi sebagai tempat pendingin barang setengah jadi, dengan tujuan agar bahan yang sudah dicetak tidak rusak dan menjadi agak keras.

d. Ayakan

Digunakan sebagai alat penyaring bahan baku pasir dan semen sebelum melalui proses produksi lebih lanjut.

e. Bak Perendaman

Digunakan untuk merendam genteng yang telah ada dirak kayu berupa bak yang berukuran $2 \times 2 \text{ m}^2$, sebanyak 12 buah dengan ukuran yang sama.

2.4.2 Proses Produksi

Setiap perusahaan yang menghasilkan barang akan melakukan kegiatan produksi secara kontinyu. Dalam proses produksi, perusahaan harus memperhatikan seluruh jadwal kerja dan aktivitasnya agar tidak mengganggu proses produksi perusahaan.

Proses produksi merupakan nadi kehidupan perusahaan, dimana proses produksi yang baik dapat menjadi kelancaran perusahaan. Proses produksi yang digunakan oleh CV. Multi Bangunan yaitu proses produksi secara terus menerus dan berurutan mulai penyiapan bahan baku sampai pada barang jadi (Gambar 2).

Mekanisme proses produksi pada CV. Multi Bangunan adalah sebagai berikut :

a. Penyiapan Bahan Baku

Pada tahap ini yang dilakukan pertama kali adalah penyiapan bahan baku utama yang terdiri dari semen, mild putih, flay ash, dan pasir. Diantara bahan baku utama tersebut, yang melalui proses pengayakan terlebih dahulu, adalah semen dan pasir. Proses pengayakan yaitu suatu kegiatan yang bertujuan untuk memisahkan bahan baku yang kasar dengan yang

halus. Hasil pengayakan bahan baku semen dan pasir yang sudah halus tersebut digunakan dalam proses produksi.

b. Pencampuran/Mixing

Setelah diperoleh semen dan pasir yang halus kemudian diadakan pencampuran yang terdiri atas semen, flay ash, mild putih dan pasir. Setelah tercampur rata dilakukan pengayakan untuk kedua kalinya guna menghasilkan pencampuran bahan baku yang benar-benar halus dan siap untuk dipakai dalam proses produksi. Setelah itu pencampuran dilakukan dengan menggunakan mesin mixer kemudian ditambahkan air secukupnya. Selanjutnya dengan mixer tersebut dilakukan pengadukan bahan sampai menjadi adonan yang siap dicetak.

c. Pencetakan

Setelah bahan baku menjadi adonan yang siap cetak kemudian dilakukan pengepressan dengan mesin press genteng untuk membentuk bahan baku menjadi genteng beton press.

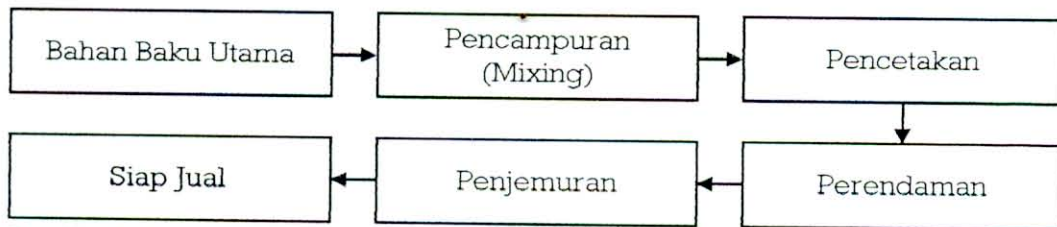
d. Perendaman

Setelah proses produksi selesai, langkah selanjutnya adalah melakukan perendaman. Hal ini dilakukan agar kualitas produk menjadi baik dan menambah kekuatan genteng. Sebelum melalui proses perendaman, terlebih dahulu produk setengah jadi tersebut diangin-anginkan selama kurang lebih 15 jam. Proses selanjutnya adalah melakukan perendaman terhadap produk setengah jadi tersebut selama tiga hari.

e. Penjemuran

Setelah direndam selama beberapa hari sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, genteng diangkat dari bak perendaman dan dijemur dibawah sinar matahari langsung selama kurang lebih dua minggu. Setelah melalui proses penjemuran, baru kemudian produk genteng siap untuk dijual dan dipasarkan pada konsumen.

Berikut ini skematis tehnik pengolahan dan pembuatan genteng dari saat bahan baku diproduksi sampai dengan produk siap untuk dijual dan dipasarkan.



Gambar 2. Bagan Proses Produksi CV. Multi Bangunan
Sumber Data : CV. Multi Bangunan – Jember

2.4.3 Produk Yang Dihasilkan

Berdasarkan data-data pada tahap produksi tersebut diatas, maka CV. Multi Bangunan dalam memenuhi permintaan pasarnya telah memproduksi berbagai jenis atau type genteng sebagai berikut :

Tabel 4. Volume Produksi Menurut Jenis Produk Periode 1998 – 2001 (unit)

Tahun	Semester	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
1998	I	37.000	52.000	48.000
	II	39.000	52.000	49.000
1999	I	37.000	50.000	48.000
	II	35.000	48.000	49.000
2000	I	40.000	48.000	44.000
	II	42.000	50.000	44.000
2001	I	43.000	53.000	48.000
	II	47.000	54.000	50.000

Sumber Data : CV. Multi Bangunan - Jember

2.5 Aspek Pemasaran

Dalam bidang pemasaran, CV. Multi Bangunan menjalankan usaha promosi untuk menjangkau konsumen dengan jalan :

- a. Memasang iklan pada *Yellow Pages* di buku petunjuk Telkom yang memberikan informasi tentang produk dan lokasi perusahaan
- b. Ikut serta berpartisipasi dalam pemasaran dagang dengan memberikan informasi tertulis tentang produk melalui brosur dan contoh produk yang dihasilkan oleh perusahaan pada stand pameran.

2.5.1 Saluran Distribusi

Penggunaan saluran distribusi yang ada di perusahaan akan menunjang kelancaran arus barang dari produsen ke konsumen akhir. Pemasaran produk pada CV. Multi Bangunan dilakukan melalui dua macam saluran distribusi, seperti bagan berikut ini :



Gambar 4. Saluran Distribusi CV. Multi Bangunan
Sumber Data : CV. Multi Bangunan

Dua macam saluran distribusi yang digunakan oleh CV. Multi Bangunan dalam memasarkan produknya, yaitu :

a. Produsen – Konsumen

Dalam saluran ini perusahaan menjual secara langsung hasil produksinya pada konsumen akhir tanpa melalui perantara.

b. Produsen – Distributor Industri – Konsumen

Dalam saluran ini perusahaan menjual produksinya melalui distributor, kemudian disalurkan pada konsumen akhir. Saluran distribusi tersebut digunakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memperluas daerah pemasaran khususnya untuk daerah luar kota Jember.

2.5.2 Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran adalah daerah yang digunakan untuk memasarkan produk suatu perusahaan. Luas daerah pemasaran akan sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan untuk mengembangkan produknya. Semakin luas daerah pemasaran suatu perusahaan, maka perusahaan akan semakin mempunyai banyak kesempatan untuk mengenalkan dan menjual hasil produksi kepada masyarakat atau konsumen yang telah menjadi sasaran. Hal tersebut mengakibatkan perusahaan lebih banyak mempunyai kesempatan bersaing dengan produk lain yang sejenis.

Daerah-daerah yang telah dicapai oleh CV. Multi Bangunan dalam memasarkan produknya meliputi wilayah :

- a. Daerah Besuki
- b. Kabupaten Jember
- c. Surabaya
- d. Bali

2.5.3 Perkembangan Harga Jual

Perlu diketahui pula mengenai perkembangan harga jual masing-masing produk dari tahun 1998 – 2001 :

Tabel 5. Perkembangan Harga Jual Periode 1998 – 2001 (rupiah)

Tahun	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
1998	1.000	950	900
1999	1.100	1.000	950
2000	1.200	1.100	1.000
2001	1.250	1.150	1.100

Sumber Data : CV. Multi Bangunan - Jember

Perusahaan dalam menentukan harga jual didasarkan pada besarnya Harga Pokok Penjualan (HPP) ditambah dengan keuntungan yang diharapkan. Namun demikian penetapan harga jual tersebut tidak terlepas dari harga perusahaan pesaing.

2.6 Aspek Keuangan

Laporan Rugi - Laba dari masing-masing tipe produk genteng pada CV. Multi Bangunan selama periode tahun 2001 adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Laporan Rugi Laba CV. Multi Bangunan Tahun 2001

Keterangan	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
Hasil penjualan	110.500.000	123.510.000	109.450.000
HPP	70.966.250	49.347.350	53.628.600
Contribution Margin	39.533.750	74.162.650	55.821.400
Biaya-biaya :			
By. Listrik dan Air	3.800.500	1.900.000	3.343.800
By. Perbaikan dan Pemeliharaan	1.500.400	978.000	1.397.700
By. Pemasaran	3.256.100	1.268.700	2.452.200
By. Administrasi dan Umum	2.860.500	1.246.500	1.836.400
Jumlah	11.417.500	5.393.200	9.030.100
Laba	28.116.250	68.769.450	46.791.300

Sumber Data : CV. Multi Bangunan - Jember

2.7 Biaya-Biaya Yang Digunakan

Dalam melakukan tindakan proses produksi, perusahaan membutuhkan biaya-biaya sebagai modal awal untuk membeli baha-bahan yang akan digunakan untuk proses produksi tersebut. Adapun data anggaran biaya perusahaan yang telah dikeluarkan selama tahun 1998 sampai dengan tahun 2001 untuk masing-masing semester sebagai berikut :

Tabel 7. Data Biaya Bahan Baku Per-Semester Periode 1998 – 2001 (rupiah)

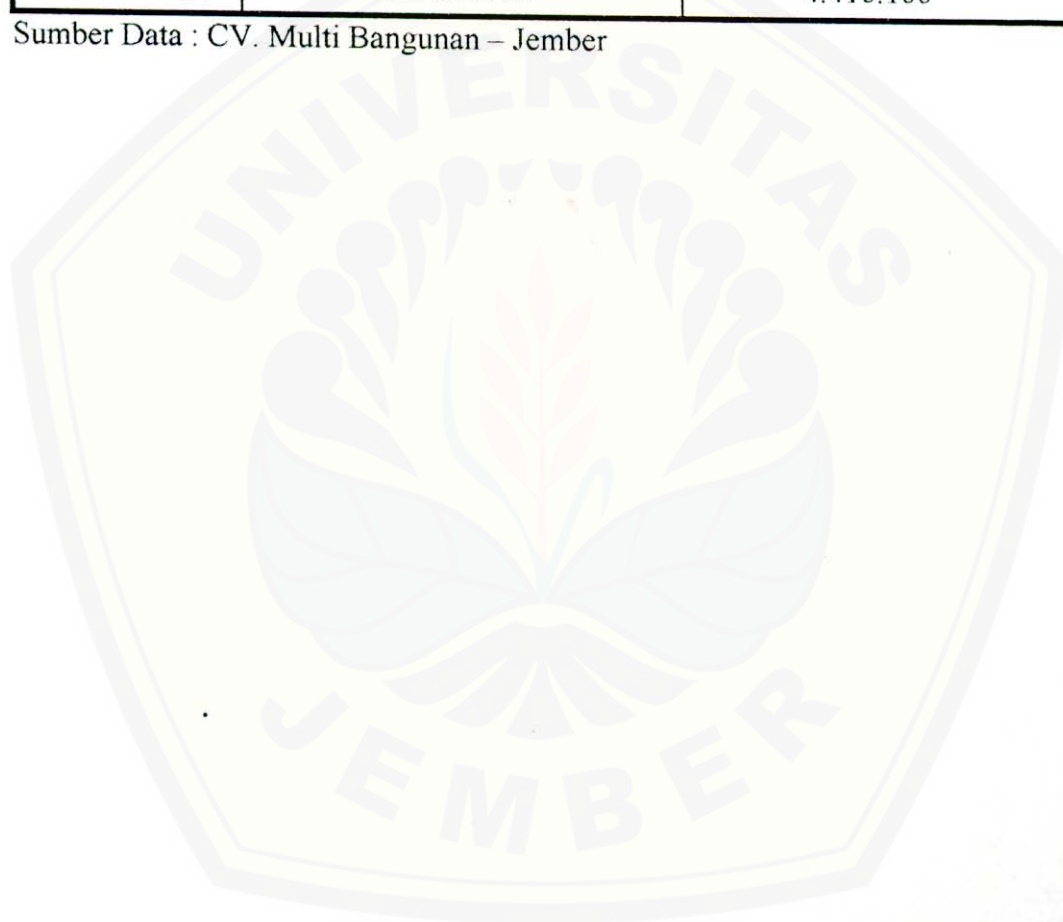
Tahun	Semen	Flay Ash	Mil Putih	Pasir	
1998	I	9.097.500	4.093.900	2.729.200	5.685.900
	II	9.576.300	4.309.300	2.872.900	5.985.200
1999	I	10.534.000	3.740.100	3.160.200	6.284.400
	II	10.047.800	4.525.600	3.012.700	6.614.800
2000	I	10.542.300	4.747.900	3.164.700	7.231.100
	II	11.490.100	5.171.200	3.447.400	6.583.700
2001	I	11.012.000	4.955.700	3.591.100	6.883.000
	II	11.970.400	5.384.700	3.303.800	7.481.500

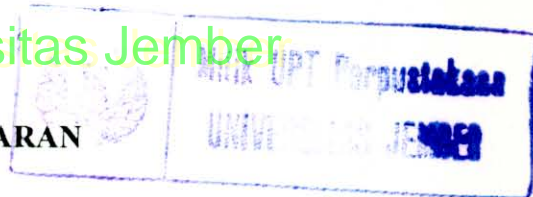
Sumber Data : CM. Multi Bangunan - Jember

Tabel 8. Data Biaya Bahan Penolong Per-Semester Per. 1998 – 2001 (rupiah)

Tahun		Solar	Malam
1998	I	7.944.200	3.643.100
	II	8.362.300	3.834.800
1999	I	8.780.500	4.026.600
	II	9.191.200	4.214.400
2000	I	9.206.200	4.606.300
	II	10.034.800	4.218.300
2001	I	9.616.700	4.793.600
	II	10.452.900	4.410.100

Sumber Data : CV. Multi Bangunan – Jember





4.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan perhitungan secara terperinci dari data-data yang tersedia pada analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan metode Direct Costing, maka penetapan harga jual per-unit tiap type genteng untuk tahun 2002 adalah sebagai berikut:
 - a. Harga jual genteng type Garuda 9 pada tahun 2001 sebesar Rp1.250,- per unit, pada tahun 2002 berubah menjadi Rp. 1.150,- per unit.
 - b. Harga jual genteng type Garuda 11 pada tahun 2001 sebesar Rp1.150,- per unit, pada tahun 2002 berubah menjadi Rp. 1.350,- per unit.
 - c. Harga jual genteng type Royal 12 pada tahun 2001 sebesar Rp1.100,- per unit, pada tahun 2002 berubah menjadi Rp. 1.250,- per unit.
2. Peningkatan Profit Margin dari tiap type genteng dengan harga jual yang telah ditetapkan pada tahun 2002 berdasarkan analisis Profit Margin on Sales menunjukkan : Profit Margin genteng Garuda 9 pada tahun 2001 sebesar 25,40 % dan pada tahun 2002 mengalami peningkatan menjadi 30,30 %, Profit Margin Garuda 11 pada tahun 2001 sebesar 55,66 % dan pada tahun 2002 mengalami peningkatan menjadi 56,40 %, Profit Margin Royal 12 pada tahun 2001 sebesar 42,75 % dan pada tahun 2002 mengalami peningkatan menjadi 46,60 %. Dengan adanya peningkatan Profit Margin tersebut berarti semakin besar kemungkinan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang diharapkan pada tahun 2002.

4.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti memberi saran dan usulan, agar perusahaan tetap menjaga dan berusaha mencapai tingkat penjualan yang ditargetkan sebelumnya, dengan maksud perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidupnya. Disamping itu dalam menetapkan harga jual sebaiknya perusahaan menggunakan analisis seperti diatas, sehingga akan didapatkan peningkatan Profit Margin yang telah ditargetkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan dan Marwan Asri. 1990. *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE UGM;
- Mulyadi, Drs M Sc. 1991. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN;
- . 1993. *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat Dan Rekayasa*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN;
- Mas'ud, Drs Mc. 1991. *Akuntansi Manajemen*. Edisi Revisi. Yogyakarta: BPFE UGM;
- Riyanto, Bambang. 1992. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada;
- Swasta, Basu DH. 1985. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty;
- . 1990. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty;
- Sugiri, Slamet Drs. 1994. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN;
- Weston, J. Fred dan Thomas E. Copeland. 1995. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kesembilan. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Universitas Jember. 1998. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Badan Penerbit Universitas Jember;

Lampiran I. CV. Multi Bangunan Perhitungan Ramalan Penjualan Tahun 2002 Untuk Masing-masing Type

1. Type Garuda 9

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	36.850	-7	-257.950	49
	II	38.200	-5	-191.000	25
1999	I	37.350	-3	-112.050	9
	II	34.214	-1	-34.214	1
2000	I	41.588	1	41.588	1
	II	42.350	3	127.050	9
2001	I	42.100	5	210.500	25
	II	46.300	7	324.100	49
TOTAL		318.952		108.024	168

Sumber Data : Tabel 1 data diolah

Perhitungan ramalan penjualan produk genteng type Garuda 9 tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{318.952}{8} = 39.869$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{108.024}{168} = 643$$

$$Y = 39.869 + 643 (X)$$

Semester I

$$Y = 39.869 + 643 (9) = 45.656 \text{ unit}$$

Semester II

$$Y = 39.869 + 643 (11) = 46.942 \text{ unit}$$

2. Type Garuda 11

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	51.600	-7	-361.200	49
	II	51.850	-5	-259.250	25
1999	I	50.400	-3	-151.200	9
	II	48.732	-1	-48.732	1
2000	I	46.468	1	46.468	1
	II	49.550	3	148.650	9
2001	I	52.600	5	263.000	25
	II	54.800	7	383.600	49
TOTAL		406.000		21.336	168

Sumber Data : Tabel 1 data diolah

Perhitungan ramalan penjualan produk genteng type Garuda 11 tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{406.000}{8} = 50.750$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{21.336}{168} = 127$$

$$Y = 50.750 + 127 (X)$$

Semester I

$$Y = 50.750 + 127 (9) = 51.893 \text{ unit}$$

Semester II

$$Y = 50.750 + 127 (11) = 52.147 \text{ unit}$$

3. Type Royal 12

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	48.100	-7	-336.700	49
	II	48.700	-5	-243.500	25
1999	I	47.650	-3	-142.950	9
	II	46.342	-1	-46.342	1
2000	I	44.210	1	44.210	1
	II	46.050	3	138.150	9
2001	I	48.300	5	241.500	25
	II	51.200	7	358.400	49
TOTAL		380.552		12.768	168

Sumber Data : Tabel 1 data diolah

Perhitungan ramalan penjualan produk genteng type Royal 12 tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{380.552}{8} = 47.569$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{12.768}{168} = 76$$

$$Y = 47.569 + 76 (X)$$

Semester I

$$Y = 47.569 + 76 (9) = 48.253 \text{ unit}$$

Semester II

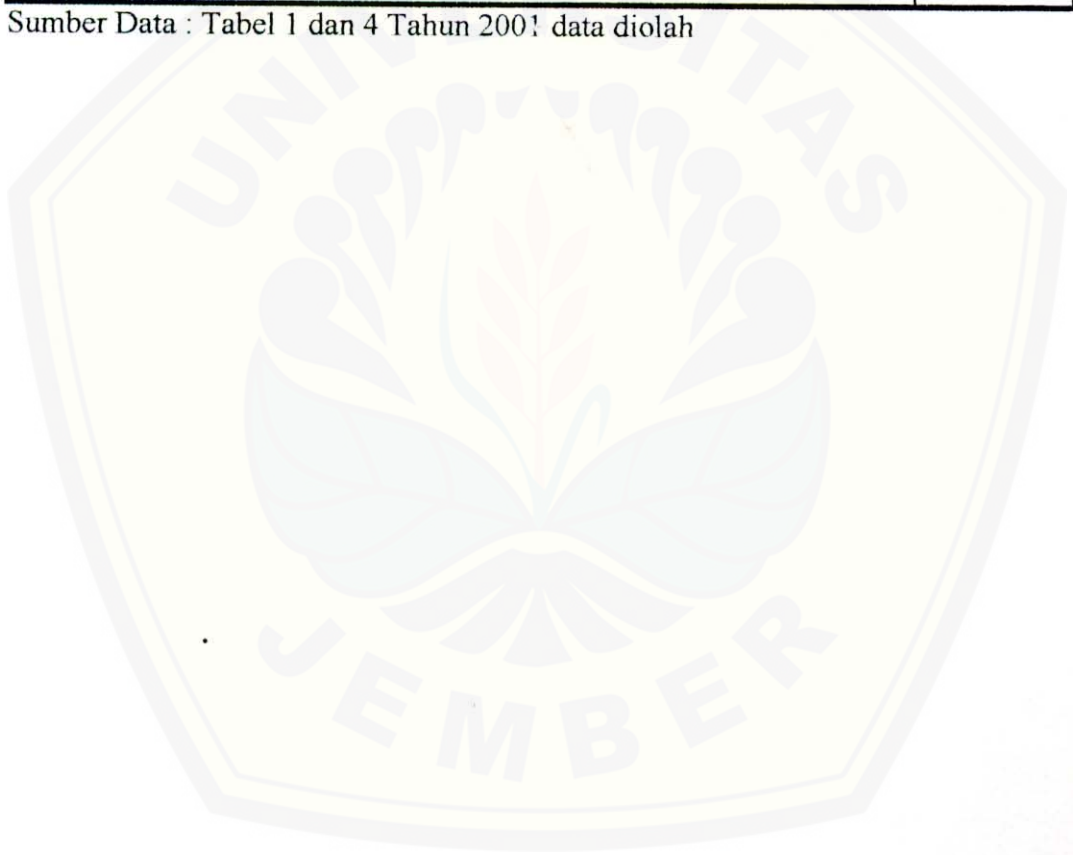
$$Y = 47.569 + 76 (11) = 48.405 \text{ unit}$$

Lampiran 2. CV. Multi Bangunan Anggaran Produksi Periode Tahun 2001

(unit)

Type	Smt	Penjualan	Persd. Akhir	Barang Tersedia	Persd. Awal	Produksi
Garuda 9	I	42.100	3.000	45.100	2.100	43.000
	II	46.300	3.700	50.000	3.000	47.000
Garuda 11	I	52.600	3.600	56.200	3.200	53.000
	II	54.800	2.800	57.600	3.600	54.000
Royal 12	I	48.300	2.100	50.400	2.400	48.000
	II	51.200	900	52.100	2.100	50.000
Jumlah						295.000

Sumber Data : Tabel 1 dan 4 Tahun 2001 data diolah



Lampiran 3. CV. Multi Bangunan Perhitungan Ramalan Biaya Lain-lain Tahun 2002

Rincian Biaya Lain-Lain Periode 1998 – 2001

Tahun	Smt	Listrik dan Air	Perbaikan dan Pemeliharaan	Pemasaran	Administrasi dan Umum
1998	I	4.189.500	1.795.500	3.231.900	2.753.400
	II	3.713.900	1.591.600	2.865.000	2.440.500
1999	I	3.355.100	1.372.500	2.588.200	2.204.800
	II	3.199.000	1.436.600	2.471.200	2.137.500
2000	I	4.298.400	1.689.200	3.312.600	2.825.500
	II	3.936.600	1.840.500	3.036.900	2.586.900
2001	I	4.710.600	2.018.800	3.343.100	3.095.500
	II	4.333.700	1.857.300	3.633.900	2.847.900

Sumber Data : CV. Multi Bangunan - Jember

1. Biaya Listrik dan Air

Tahun	Smt	Y	X	XY	X ²
1998	I	4.189.500	-7	-29.326.500	49
	II	3.713.900	-5	-18.569.500	25
1999	I	3.355.100	-3	-10.065.300	9
	II	3.199.000	-1	-3.199.000	1
2000	I	4.298.400	1	4.298.400	1
	II	3.936.600	3	11.809.800	9
2001	I	4.710.600	5	23.553.000	25
	II	4.333.700	7	30.335.900	49
TOTAL		31.736.800		8.836.800	168

Perhitungan biaya listrik dan air per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{31.736.800}{8} = 3.967.100$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{8.836.800}{168} = 52.600$$

$$Y = 3.967.100 + 52.600 (X)$$

Semester I

$$Y = 3.967.100 + 52.600 (9) = \text{Rp. } 4.440.500 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 3.967.100 + 52.600 (11) = \text{Rp. } 4.545.700 \text{ ,-}$$

2. Biaya Perbaikan dan Pemeliharaan

Tahun	Smt	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.795.500	-7	-12.568.500	49
	II	1.591.600	-5	-7.958.000	25
1999	I	1.372.500	-3	-4.117.500	9
	II	1.436.600	-1	-1.436.600	1
2000	I	1.689.200	1	1.689.200	1
	II	1.840.500	3	5.521.500	9
2001	I	2.018.800	5	10.094.000	25
	II	1.857.300	7	13.001.100	49
TOTAL		13.602.000		4.225.200	168

Perhitungan biaya listrik dan air per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{13.602.000}{8} = 1.700.250$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{4.225.200}{168} = 25.150$$

$$Y = 1.700.250 + 25.150 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.700.250 + 25.150 (9) = \text{Rp. } 1.926.600 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 1.700.250 + 25.150 (11) = \text{Rp. } 1.976.900 \text{ ,-}$$

3. Biaya Pemasaran

Tahun	Smt	Y	X	XY	X ²
1998	I	3.231.900	-7	-22.623.300	49
	II	2.865.000	-5	-14.325.000	25
1999	I	2.588.200	-3	-7.764.600	9
	II	2.471.200	-1	-2.471.200	1
2000	I	3.312.600	1	3.312.600	1
	II	3.036.900	3	9.110.700	9
2001	I	3.343.100	5	16.715.500	25
	II	3.633.900	7	25.437.300	49
TOTAL		24.482.800		7.392.000	168

Perhitungan biaya listrik dan air per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{24.482.800}{8} = 3.060.350$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{7.392.000}{168} = 44.000$$

$$Y = 3.060.350 + 44.000 (X)$$

Semester I

$$Y = 3.060.350 + 44.000 (9) = \text{Rp. } 3.456.350 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 3.060.350 + 44.000 (11) = \text{Rp. } 3.544.350 \text{ ,-}$$

4. Biaya Administrasi dan Umum

Tahun	Smt	Y	X	XY	X ²
1998	I	2.753.400	-7	-19.273.800	49
	II	2.440.500	-5	-12.202.500	25
1999	I	2.204.800	-3	-6.614.400	9
	II	2.137.500	-1	-2.137.500	1
2000	I	2.825.500	1	2.825.500	1
	II	2.586.900	3	7.760.700	9
2001	I	3.095.500	5	15.477.500	25
	II	2.847.900	7	19.935.300	49
TOTAL		20.892.000		5.770.800	168

Perhitungan biaya listrik dan air per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{20.892.000}{8} = 2.611.500$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{5.770.800}{168} = 34.350$$

$$Y = 2.611.500 + 34.350 (X)$$

Semester I

$$Y = 2.611.500 + 34.350 (9) = \text{Rp. } 2.920.650 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 2.611.500 + 34.350 (11) = \text{Rp. } 2.989.350 \text{ ,-}$$

Adapun pengalokasian untuk biaya tetap dan variabel periode tahun 2002 adalah sebagai berikut :

a. Biaya Tetap Per-Semester Tahun 2002 (Rupiah)

Semester	Listrik – Air	Perbaikan	Pemasaran	Adm. - Umum
I	3.967.100	1.700.250	3.060.350	2.611.500
II	3.967.100	1.700.250	3.060.350	2.611.500
TOTAL	7.934.200	3.400.500	6.120.700	5.223.000

b. Biaya Variabel Per-Semester Tahun 2002 (Rupiah)

SMT	Listrik – Air	Perbaikan	Pemasaran	Adm. - Umum
I	473.400	226.350	396.000	309.150
II	578.600	276.650	484.000	377.850
TOTAL	1.052.000	503.000	880.000	687.000

Lampiran 4. CV. Multi Bangunan Rincian Biaya Variabel Per-Unit Periode 2002

(Rupiah)

Jenis Biaya	Total Biaya Variabel	Anggaran Produksi	Biaya Var Per-Unit
	(a)	(b)	(a/b)
Biaya Listrik dan Air	1.052.000	293.550	3,58
Biaya Perbaikan dan Pemeliharaan	503.000	293.550	1,71
Biaya Pemasaran	880.000	293.550	3,00
Biaya Administrasi Umum	687.000	293.550	2,34

Sumber Data : Lampiran 3 dan Tabel 11 data diolah

CV. Multi Bangunan Biaya Variabel Per-Type Periode 2002

(Rupiah)

Jenis Biaya	Biaya Variabel Per-Unit	Garuda 9		Garuda 11		Royal 12	
		Prod.	Biaya	Prod.	Biaya	Prod.	Biaya
	(a)	(b)	(a x b)	(c)	(a x c)	(d)	(a x d)
Listrik dan Air	3,58	91.522	327.987	104.039	372.845	97.990	351.168
Perb. & Pemel.	1,71	91.522	156.823	104.039	178.271	97.990	167.906
Pemasaran	3,00	91.522	274.362	104.039	311.886	97.990	208.390
Adm. Umum	2,34	91.522	214.190	104.039	118.256	97.990	229.327

Sumber Data : Tabel 13 data diolah

Hanya sebagai pemberitahuan tanpa perlu dicantumkan dalam skripsi ini, peneliti telah menghitung dan menetapkan besarnya Biaya Variabel untuk tahun 2002 adalah sebagai berikut :

Garuda 9 = Rp. 789,-

Garuda 11 = Rp. 561,-

Royal 12 = Rp. 645,-

Lampiran 5. CV. Multi Bangunan Anggaran Biaya Bahan Penolong Per-Unit Tahun 2002

Rincian Biaya Bahan Penolong Solar Periode Tahun 1998 – 2001

Tahun	Semester	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
1998	I	3.586.400	1.564.800	2.793.000
	II	3.569.250	1.598.700	3.194.350
1999	I	3.889.500	1.265.700	3.625.300
	II	3.807.650	1.982.450	3.401.100
2000	I	3.862.500	1.598.000	3.745.700
	II	4.156.000	1.860.000	4.018.800
2001	I	3.980.500	1.984.500	3.651.700
	II	4.925.000	1.976.250	3.551.650

Sumber Data : Tabel 8 data diolah

1. Type Garuda 9

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	3.586.400	-7	-25.104.800	49
	II	3.569.250	-5	-17.846.250	25
1999	I	3.889.500	-3	-11.668.500	9
	II	3.807.650	-1	-3.807.650	1
2000	I	3.862.500	1	3.862.500	1
	II	4.156.000	3	12.468.000	9
2001	I	3.980.500	5	19.902.500	25
	II	4.925.000	7	34.475.000	49
TOTAL		31.776.800		12.280.800	168

Perhitungan Biaya Bahan Penolong Solar untuk type Garuda 9 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{31.776.800}{8} = 3.972.100$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{12.280.800}{168} = 73.100$$

$$Y = 3.972.100 + 73.100 (X)$$

Semester I

$$Y = 3.972.100 + 73.100 (9) = \text{Rp. } 4.630.000 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 3.972.100 + 73.100 (11) = \text{Rp. } 4.776.200 \text{ ,-}$$

2. Type Garuda 11

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.564.800	-7	-10.953.600	49
	II	1.598.700	-5	-7.993.500	25
1999	I	1.265.700	-3	-3.797.100	9
	II	1.982.450	-1	-1.982.450	1
2000	I	1.598.000	1	1.598.000	1
	II	1.860.000	3	5.580.000	9
2001	I	1.984.500	5	9.922.500	25
	II	1.976.250	7	13.833.750	49
TOTAL		13.830.400		6.207.600	168

Perhitungan Biaya Bahan Penolong Solar untuk type Garuda 11 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{13.830.400}{8} = 1.728.800$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{6.207.600}{168} = 36.950$$

$$Y = 1.728.800 + 36.950 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.728.800 + 36.950 (9) = \text{Rp. } 2.061.350 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 1.728.800 + 36.950 (11) = \text{Rp. } 2.135.250 \text{ ,-}$$

3. Type Royal 12

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	2.793.000	-7	-19.551.000	49
	II	3.194.350	-5	-15.971.750	25
1999	I	3.625.300	-3	-10.875.900	9
	II	3.401.100	-1	-3.401.100	1
2000	I	3.745.700	1	3.745.700	1
	II	4.018.800	3	12.056.400	9
2001	I	3.651.700	5	18.258.500	25
	II	3.551.650	7	24.861.550	49
TOTAL		27.981.600		9.122.400	168

Perhitungan Biaya Bahan Penolong Solar untuk type Royal 12 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{27.981.600}{8} = 3.497.700$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{9.122.400}{168} = 54.300$$

$$Y = 3.497.700 + 54.300 (X)$$

Semester I

$$Y = 3.497.700 + 54.300 (9) = \text{Rp. } 3.986.400 \text{ ,-}$$

Semester II .

$$Y = 3.497.700 + 54.300 (11) = \text{Rp. } 4.095.000 \text{ ,-}$$

Rincian Biaya Bahan Penolong Malam Periode Tahun 1998 – 2001

Tahun	Semester	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
1998	I	1.560.400	985.600	1.097.100
	II	1.254.600	1.200.000	1.380.200
1999	I	1.548.200	984.600	1.493.800
	II	1.640.100	1.201.800	1.372.500
2000	I	1.861.600	1.124.400	1.620.300
	II	1.956.000	864.200	1.398.100
2001	I	1.854.200	1.050.000	1.889.400
	II	2.100.500	1.040.200	1.269.400

Sumber Data : Tabel 8 data diolah

1. Type Garuda 9

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.560.400	-7	-10.922.800	49
	II	1.254.600	-5	-6.273.000	25
1999	I	1.548.200	-3	-4.644.600	9
	II	1.640.100	-1	-1.640.100	1
2000	I	1.861.600	1	1.861.600	1
	II	1.956.000	3	5.868.000	9
2001	I	1.854.200	5	9.271.000	25
	II	2.100.500	7	14.703.500	49
TOTAL		13.775.600		8.223.600	168

Perhitungan Biaya Bahan Penolong Malam untuk type Garuda 9 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{13.775.600}{8} = 1.721.950$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{8.223.600}{168} = 48.950$$

$$Y = 1.721.950 + 48.950 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.721.950 + 48.950 (9) = \text{Rp. } 2.162.500 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 1.721.950 + 48.950 (11) = \text{Rp. } 2.260.400 \text{ ,-}$$

2. Type Garuda 11

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	985.600	-7	-6.899.200	49
	II	1.200.000	-5	-6.000.000	25
1999	I	984.600	-3	-2.953.800	9
	II	1.201.800	-1	-1.201.800	1
2000	I	1.124.400	1	1.124.400	1
	II	864.200	3	2.592.600	9
2001	I	1.050.000	5	5.250.000	25
	II	1.040.200	7	7.281.400	49
TOTAL		8.450.800		-806.400	168

Perhitungan Biaya Bahan Penolong Malam untuk type Garuda 11 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{8.450.800}{8} = 1.056.350$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{-806.800}{168} = -4.800$$

$$Y = 1.056.350 - 4.800 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.056.350 - 4.800 (9) = \text{Rp. } 1.013.150 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 1.056.350 - 4.800 (11) = \text{Rp. } 1.003.550 \text{ ,-}$$

3. Type Royal 12

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.097.100	-7	-7.679.700	49
	II	1.380.200	-5	-6.901.000	25
1999	I	1.493.800	-3	-4.481.400	9
	II	1.372.500	-1	-1.372.500	1
2000	I	1.620.300	1	1.620.300	1
	II	1.398.100	3	4.194.300	9
2001	I	1.889.400	5	9.447.000	25
	II	1.269.400	7	8.885.800	49
TOTAL		11.520.800		3.712.800	168

Perhitungan Biaya Bahan Penolong Malam untuk type Royal 12 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{11.520.800}{8} = 1.440.100$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{3.712.800}{168} = 22.100$$

$$Y = 1.440.100 + 22.100 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.440.100 + 22.100 (9) = \text{Rp. } 1.639.000 \text{ ,-}$$

Semester II .

$$Y = 1.440.100 + 22.100 (11) = \text{Rp. } 1.683.200 \text{ ,-}$$

Lampiran 6. CV. Multi Bangunan Anggran Biaya Bahan Baku Per-Unit Tahun 2002

Rincian Biaya Bahan Baku Semen Periode Tahun 1998 – 2001

Tahun	Semester	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
1998	I	3.654.800	2.168.700	3.274.000
	II	3.882.500	2.556.700	3.137.100
1999	I	4.122.600	2.894.200	3.517.200
	II	4.256.000	2.751.100	3.040.700
2000	I	4.288.600	2.853.600	3.400.100
	II	4.855.100	2.759.600	3.875.400
2001	I	4.921.600	2.540.100	3.550.300
	II	4.259.600	3.650.400	4.060.400
TOTAL		34.240.800	22.174.400	27.855.200

Sumber Data : Tabel 7 data diolah

1. Type Garuda 9

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	3.654.800	-7	-25.583.600	49
	II	3.882.500	-5	-19.412.500	25
1999	I	4.122.600	-3	-12.367.800	9
	II	4.256.000	-1	-4.256.000	1
2000	I	4.288.600	1	4.288.600	1
	II	4.855.100	3	14.565.300	9
2001	I	4.921.600	5	24.608.000	25
	II	4.259.600	7	29.817.200	49
TOTAL		34.240.800		11.659.200	168

Perhitungan Biaya Baku Semen untuk type Garuda 9 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{34.240.800}{8} = 4.280.100$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{11.659.200}{168} = 69.400$$

$$Y = 4.280.100 + 69.400 (X)$$

Semester I

$$Y = 4.280.100 + 69.400 (9) = \text{Rp. } 4.904.700 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 4.280.100 + 69.400 (11) = \text{Rp. } 5.043.500 \text{ ,-}$$

2. Type Garuda 11

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	2.168.700	-7	-15.180.900	49
	II	2.556.700	-5	-12.783.500	25
1999	I	2.894.200	-3	-8.682.600	9
	II	2.751.100	-1	-2.751.100	1
2000	I	2.853.600	1	2.853.600	1
	II	2.759.600	3	8.278.800	9
2001	I	2.540.100	5	12.700.500	25
	II	3.650.400	7	25.552.800	49
TOTAL		22.174.400		9.987.600	168

Perhitungan Biaya Baku Semen untuk type Garuda 11 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{22.174.400}{8} = 2.771.800$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{9.987.600}{168} = 59.450$$

$$Y = 2.771.800 + 59.450 (X)$$

Semester I

$$Y = 2.771.800 + 59.450 (9) = \text{Rp. } 3.306.850 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 2.771.800 + 59.450 (11) = \text{Rp. } 3.425.750 \text{ ,-}$$

3. Type Royal 12

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	3.274.000	-7	-22.918.000	49
	II	3.137.100	-5	-15.685.500	25
1999	I	3.517.200	-3	-10.551.600	9
	II	3.040.700	-1	-3.040.700	1
2000	I	3.400.100	1	3.400.100	1
	II	3.875.400	3	11.626.200	9
2001	I	3.550.300	5	17.751.500	25
	II	4.060.400	7	28.422.800	49
TOTAL		27.855.200		9.004.800	168

Perhitungan Biaya Baku Semen untuk type Royal 12 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{27.885.200}{8} = 3.481.900$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{9.004.800}{168} = 53.600$$

$$Y = 3.481.900 + 53.600 (X)$$

Semester I

$$Y = 3.481.900 + 53.600 (9) = \text{Rp. } 3.964.300 \text{ ,-}$$

Semester II ·

$$Y = 3.481.900 + 53.600 (11) = \text{Rp. } 4.071.500 \text{ ,-}$$

Rincian Biaya Bahan Baku Flay Ash Periode Tahun 1998 – 2001

Tahun	Semester	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
1998	I	1.780.500	1.005.600	1.307.800
	II	1.795.600	1.145.000	1.368.700
1999	I	1.559.800	954.000	1.226.300
	II	1.766.300	1.231.300	1.528.000
2000	I	1.987.900	1.327.900	1.432.100
	II	2.015.200	1.236.000	1.920.000
2001	I	1.842.600	1.325.100	1.788.000
	II	2.154.900	1.368.700	1.861.100
TOTAL		14.902.800	9.593.600	12.432.000

Sumber Data : Tabel 7 data diolah

1. Type Garuda 9

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.780.500	-7	-12.463.500	49
	II	1.795.600	-5	-8.978.000	25
1999	I	1.559.800	-3	-4.679.400	9
	II	1.766.300	-1	-1.766.300	1
2000	I	1.987.900	1	1.987.900	1
	II	2.015.200	3	6.045.600	9
2001	I	1.842.600	5	9.213.000	25
	II	2.154.900	7	15.084.300	49
TOTAL		14.902.800		4.443.600	168

Perhitungan Biaya Baku Flay Ash untuk type Garuda 9 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{14.902.800}{8} = 1.862.850$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{12.432.000}{168} = 26.450$$

$$Y = 1.862.850 + 26.450 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.862.850 + 26.450 (9) = \text{Rp. } 2.100.900 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 1.862.850 + 26.450 (11) = \text{Rp. } 2.153.800 \text{ ,-}$$

2. Type Garuda 11

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.005.600	-7	-7.039.200	49
	II	1.145.000	-5	-5.725.000	25
1999	I	954.000	-3	-2.862.000	9
	II	1.231.300	-1	-1.231.300	1
2000	I	1.327.900	1	1.327.900	1
	II	1.236.000	3	3.708.000	9
2001	I	1.325.100	5	6.625.500	25
	II	1.368.700	7	9.580.900	49
TOTAL		9.593.600		4.384.800	168

Perhitungan Biaya Baku Fly Ash untuk type Garuda 11 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{9.593.600}{8} = 1.199.200$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{4.384.800}{168} = 26.100$$

$$Y = 1.199.200 + 26.100 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.199.200 + 26.100 (9) = \text{Rp. } 1.434.100 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 1.199.200 + 26.100 (11) = \text{Rp. } 1.486.300 \text{ ,-}$$

3. Type Royal 12

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.307.800	-7	-9.154.600	49
	II	1.368.700	-5	-6.843.500	25
1999	I	1.226.300	-3	-3.678.900	9
	II	1.528.000	-1	-1.528.000	1
2000	I	1.432.100	1	1.432.100	1
	II	1.920.000	3	5.760.000	9
2001	I	1.788.000	5	8.940.000	25
	II	1.861.100	7	13.027.700	49
TOTAL		12.432.000		7.954.800	168

Perhitungan Biaya Baku Flay Ash untuk type Royal 12 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{12.432.000}{8} = 1.554.000$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{7.954.800}{168} = 47.350$$

$$Y = 1.554.000 + 47.350 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.554.000 + 47.350 (9) = \text{Rp. } 1.980.150 \text{ , -}$$

Semester II

$$Y = 1.554.000 + 47.350 (11) = \text{Rp. } 2.074.850 \text{ , -}$$

Rincian Biaya Bahan Baku Mild Putih Periode Tahun 1998 – 2001

Tahun	Semester	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
1998	I	1.058.200	756.500	914.500
	II	1.123.000	812.000	937.900
1999	I	1.169.300	936.700	1.054.200
	II	1.123.000	902.500	987.200
2000	I	1.201.900	927.200	1.035.600
	II	1.357.000	963.000	1.127.400
2001	I	1.435.600	985.600	1.169.900
	II	1.459.600	822.900	1.021.300
TOTAL		9.927.600	7.106.400	8.248.000

Sumber Data : Tabel 7 data diolah

1. Type Garuda 9

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.058.200	-7	-7.407.400	49
	II	1.123.000	-5	-5.615.000	25
1999	I	1.169.300	-3	-3.507.900	9
	II	1.123.000	-1	-1.123.000	1
2000	I	1.201.900	1	1.201.900	1
	II	1.357.000	3	4.071.000	9
2001	I	1.435.600	5	7.178.000	25
	II	1.459.600	7	10.217.200	49
TOTAL		9.927.600		5.014.800	168

Perhitungan Biaya Baku Mild Putih untuk type Garuda 9 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{9.927.600}{8} = 1.240.950$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{5.014.800}{168} = 29.850$$

$$Y = 1.240.950 + 29.850 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.240.950 + 29.850 (9) = \text{Rp. } 1.509.600 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 1.240.950 + 29.850 (11) = \text{Rp. } 1.569.300 \text{ ,-}$$

2. Type Garuda 11

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	756.500	-7	-5.295.500	49
	II	812.000	-5	-4.060.000	25
1999	I	936.700	-3	-2.810.100	9
	II	902.500	-1	-902.500	1
2000	I	927.200	1	927.200	1
	II	963.000	3	2.889.000	9
2001	I	985.600	5	4.928.000	25
	II	822.900	7	5.760.300	49
TOTAL		7.106.400		1.436.400	168

Perhitungan Biaya Baku Mild Putih untuk type Garuda 11 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{7.106.400}{8} = 888.300$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{1.436.400}{168} = 8.550$$

$$Y = 888.300 + 8.550 (X)$$

Semester I

$$Y = 888.300 + 8.550 (9) = \text{Rp. } 965.250 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 888.300 + 8.550 (11) = \text{Rp. } 982.350 \text{ ,-}$$

3. Type Royal 12

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	914.500	-7	-6.401.500	49
	II	937.900	-5	-4.689.500	25
1999	I	1.054.200	-3	-3.162.600	9
	II	987.200	-1	-987.200	1
2000	I	1.035.600	1	1.035.600	1
	II	1.127.400	3	3.382.200	9
2001	I	1.169.900	5	5.849.500	25
	II	1.021.300	7	7.149.100	49
TOTAL		8.248.000		2.175.600	168

Perhitungan Biaya Baku Mild Putih untuk type Royal 12 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{8.248.000}{8} = 1.031.000$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{2.175.600}{168} = 12.950$$

$$Y = 1.031.000 + 12.950 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.031.000 + 12.950 (9) = \text{Rp. } 1.147.550 \text{ ,-}$$

Semester II .

$$Y = 1.031.000 + 12.950 (11) = \text{Rp. } 1.173.450 \text{ ,-}$$

Rincian Biaya Bahan Baku Pasir Periode Tahun 1998 – 2001

Tahun	Semester	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
1998	I	2.690.000	1.026.000	1.969.900
	II	2.740.500	1.120.500	2.124.200
1999	I	2.915.000	1.185.000	2.184.400
	II	2.557.500	1.243.400	2.813.900
2000	I	2.898.800	1.939.400	2.392.900
	II	2.735.800	1.796.200	2.051.700
2001	I	2.684.000	1.956.200	2.242.800
	II	2.954.000	2.050.100	2.477.400
TOTAL		22.175.600	12.316.800	18.257.200

Sumber Data : Tabel 7 data diolah

1. Type Garuda 9

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	2.690.000	-7	-18.830.000	49
	II	2.740.500	-5	-13.702.500	25
1999	I	2.915.000	-3	-8.745.000	9
	II	2.557.500	-1	-2.557.500	1
2000	I	2.898.800	1	2.898.800	1
	II	2.735.800	3	8.207.400	9
2001	I	2.684.000	5	13.420.000	25
	II	2.954.000	7	20.678.000	49
TOTAL		22.175.600		1.369.200	168

Perhitungan Biaya Baku Pasir untuk type Garuda 9 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{22.175.600}{8} = 2.771.950$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{1.369.200}{168} = 8.150$$

$$Y = 2.771.950 + 8.150 (X)$$

Semester I

$$Y = 2.771.950 + 8.150 (9) = \text{Rp. } 2.845.300 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 2.771.950 + 8.150 (11) = \text{Rp. } 2.861.600 \text{ ,-}$$

2. Type Garuda 11

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.026.000	-7	-7.182.000	49
	II	1.120.500	-5	-5.602.500	25
1999	I	1.185.000	-3	-3.555.000	9
	II	1.243.400	-1	-1.243.400	1
2000	I	1.939.400	1	1.939.400	1
	II	1.796.200	3	5.388.600	9
2001	I	1.956.200	5	9.781.000	25
	II	2.050.100	7	14.350.700	49
TOTAL		12.316.800		13.876.800	168

Perhitungan Biaya Baku Pasir untuk type Garuda 11 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{12.316.800}{8} = 1.539.600$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{13.876.800}{168} = 82.600$$

$$Y = 1.539.600 + 82.600 (X)$$

Semester I

$$Y = 1.539.600 + 82.600 (9) = \text{Rp. } 2.283.000 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 1.539.600 + 82.600 (11) = \text{Rp. } 2.446.200 \text{ ,-}$$

3. Type Royal 12

Tahun	Semester	Y	X	XY	X ²
1998	I	1.969.900	-7	-13.789.300	49
	II	2.124.200	-5	-10.621.000	25
1999	I	2.184.400	-3	-6.553.200	9
	II	2.813.900	-1	-2.813.900	1
2000	I	2.392.900	1	2.392.900	1
	II	2.051.700	3	6.155.100	9
2001	I	2.242.800	5	11.214.000	25
	II	2.477.400	7	17.341.800	49
TOTAL		18.257.200		3.326.400	168

Perhitungan Biaya Baku Pasir untuk type Royal 12 per-semester tahun 2002 sebagai berikut :

$$Y = a + b(X)$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{18.257.200}{8} = 2.282.150$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{3.326.400}{168} = 19.800$$

$$Y = 2.282.150 + 19.800 (X)$$

Semester I

$$Y = 2.282.150 + 19.800 (9) = \text{Rp. } 2.460.350 \text{ ,-}$$

Semester II

$$Y = 2.282.150 + 19.800 (11) = \text{Rp. } 2.499.950 \text{ ,-}$$

Lampiran 7. CV. Multi Bangunan Rincian Biaya-Biaya Variabel Keseluruhan Periode Tahun 2001

a. Biaya Bahan Baku

Nama Bahan	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
Semen	9.181.200	6.190.500	7.610.700
Flay Ash	3.997.500	2.693.800	3.649.100
Mild Putih	2.895.200	1.808.500	2.191.200
Pasir	5.638.000	4.006.300	4.720.200
Jumlah	21.711.900	14.699.100	18.171.200

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Nama Biaya	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
Tebaga Kerja Langsung	37.550.000	37.550.000	37.550.000
Jumlah	37.550.000	37.550.000	37.550.000

c. Biaya Overhead Pabrik Variabel

Nama Biaya	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
Biaya Bahan Penolong	12.860.200	6.050.950	10.362.150
Biaya Listrik & Air	3.014.767	3.014.767	3.014.767
Biaya Perbaikan	1.292.033	1.292.033	1.292.033
Jumlah	17.167.000	10.357.750	14.668.950

d. Biaya Komersial Variabel

Nama Biaya	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
Biaya Pemasaran	2.325.667	2.325.667	2.325.667
Biaya Administrasi Umum	1.981.133	1.981.133	1.981.133
Jumlah	4.306.800	4.306.800	4.306.800

e. Biaya Variabel Tahun 2001

Nama Biaya	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
Bahan Baku	21.711.900	14.699.100	18.171.200
Tenaga Kerja Langsung	37.550.000	37.550.000	37.550.000
BOP Variabel	17.167.000	10.357.750	14.668.950
Komersial Variabel	4.306.800	4.306.800	4.306.800
Jumlah	80.735.700	66.913.650	74.696.950

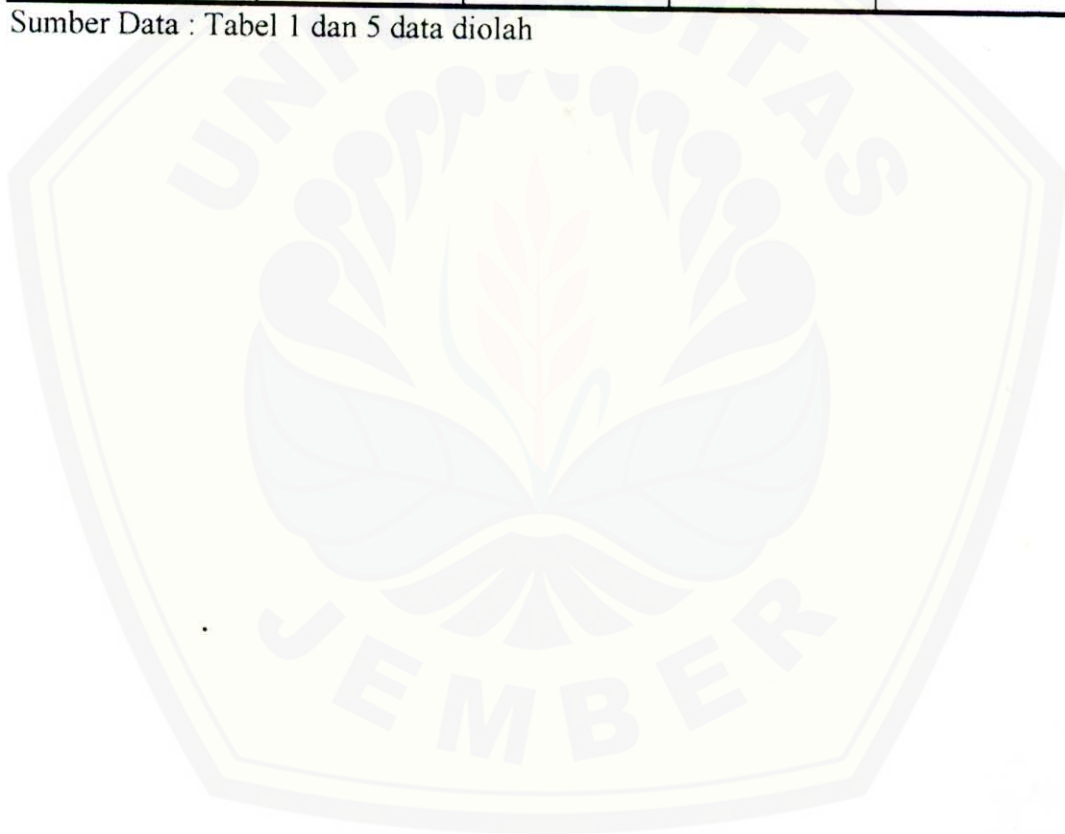
Sumber Data : CV. Multi Bangunan – Jember

Lampiran 8. CV. Multi Bangunan Volume Penjualan Periode Tahun 1998-2001

(Rupiah)

Tahun	Smt	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12	Total
1998	I	36.850.000	49.020.000	43.290.000	129.160.000
	II	38.200.000	49.257.500	43.830.000	131.287.500
1999	I	41.085.000	50.400.000	45.267.500	136.752.500
	II	37.635.400	48.732.000	44.024.900	130.392.300
2000	I	49.905.600	51.114.800	44.210.000	145.230.400
	II	50.820.000	54.505.000	46.050.000	151.375.000
2001	I	52.625.000	60.490.000	53.130.000	166.245.000
	II	57.875.000	63.020.000	56.320.000	177.215.000

Sumber Data : Tabel 1 dan 5 data diolah



Lampiran 9. CV. Multi Bangunan Aktiva Perusahaan Periode Tahun 2001

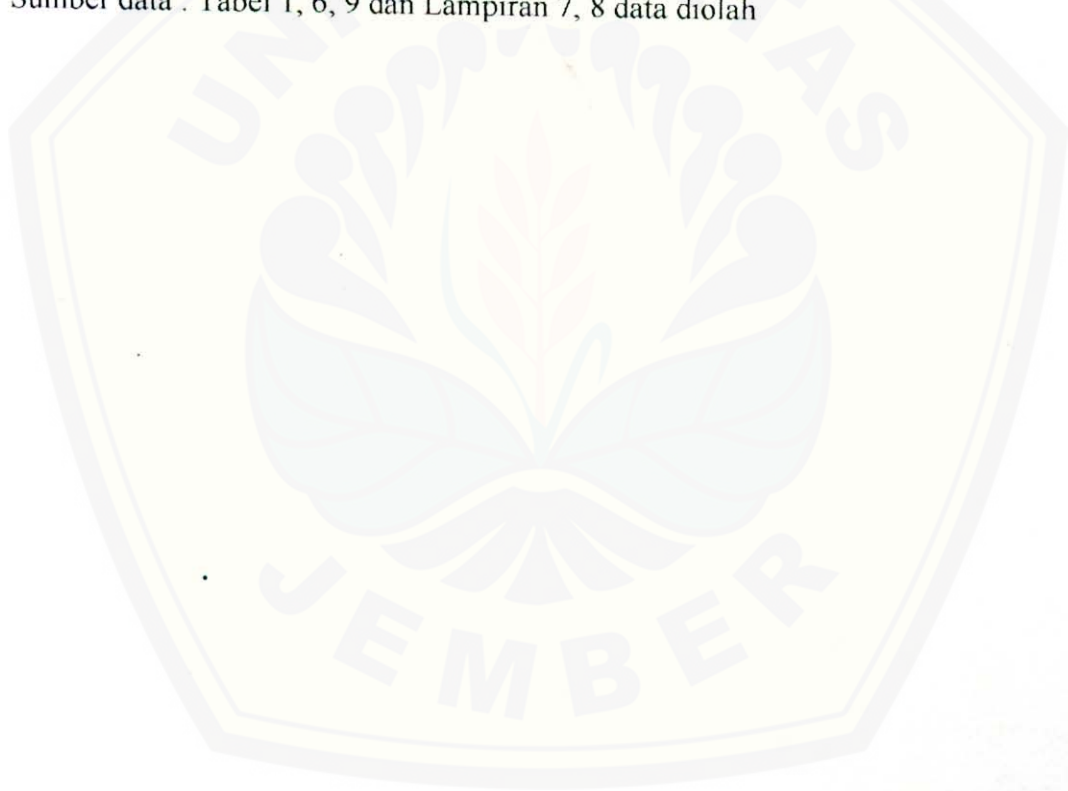
Aktiva	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
Aktiva Lancar			
Kas	4.895.000	4.307.600	1.713.250
Bank	15.100.000	13.288.000	5.285.000
Piutang Dagang	2.100.000	1.848.000	735.000
Persediaan	15.300.000	13.464.000	5.355.000
Jumlah	37.395.000	32.907.600	13.088.250
Aktiva Tetap			
Tanah	100.000.000	35.000.000	50.000.000
Bangunan	45.000.000	15.750.000	22.500.000
Mesin	48.000.000	16.800.000	24.000.000
Peralatan	7.000.000	2.450.000	3.500.000
Akumulasi Penyusutan	4.000.000	1.400.000	2.000.000
Jumlah	196.000.000	68.600.000	98.000.000
Total Aktiva	233.295.000	101.507.600	111.088.250

Sumber Data : CV. Multi Bangunan – Jember

Lampiran 10. CV. Multi Bangunan Laporan Rugi Laba Tahun 2002

Keterangan	Garuda 9	Garuda 11	Royal 12
Hasil Penjualan	106.156.934	136.257.330	118.482.423
HPP	73.027.008	58.402.300	62.300.205
Contribution Margin	33.129.926	77.855.030	56.181.921
Biaya Listrik dan Air	237.987	372.845	351.168
Biaya Perbaikan	156.823	178.271	167.906
Biaya Pemasaran	274.362	311.886	208.390
Biaya Administrasi Umum	214.190	118.256	229.327
Jumlah Biaya-Biaya	973.362	981.258	956.791
Laba Bersih	32.156.564	76.873.772	55.225.130g

Sumber data : Tabel 1, 6, 9 dan Lampiran 7, 8 data diolah





Nomor : 701/J25.3.1/PL.5/2002
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin melaksanakan Penelitian

27 Juni 2002

Kepada : Yth. Sdr. Pemimpin
CV. MULTI BANGUNAN
di -
JEMBER.

Menunjuk surat pengantar dari Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember No. 1965/J25.1.2/PL 5/2002 tanggal 25 Juni 2002, perihal ijin penelitian mahasiswa :

Nama / NIM : FERY NUR ANDAYANI / 98-2215
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik / Ilmu Administrasi Niaga
Alamat : Jl. Kalimantan I / 94 Jember.
Judul Penelitian : Penentuan Harga Jual Dengan Metode Direct Cost Pricing Dalam Meningkatkan Laba Pada C.V. Multi Bangunan Di Kabupaten Jember.
Lokasi : Desa Kranjingan, Kabupaten Jember.
Lama Penelitian : 1 (satu) bulan.

Maka kami mohon dengan hormat bantuan serta perkenan saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa bersangkutan dalam melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul di atas.

Demikian atas kerjasama dan bantuan saudara disampaikan terima kasih.



NIP. 151 131 022

Tembusan Kepada Yth. :

1. Sdr. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember
2. Mahasiswa ybs.
3. Arsip.



CV. MULTI BANGUNAN

Genteng Beton, Paving Stones, Grass Block Eternit dan Leveransir

Jl. Letjen. Sutoyo No. 133 Telp. (0331) 332620 Fax. (0331) 333020
Jember – Jawa Timur

Jember, 5 Agustus 2002

No. : 054/MB/VIII/2002

Lamp. : -

Perihal : Ijin Penelitian

Kepada Yth. : **KETUA LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)**
UNIVERSITAS JEMBER
di
JEMBER



Dengan hormat,

Atas nama Pimpinan Perusahaan CV. Multi Bangunan – Jember, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Fery Nur Andayani**

NIM : **98 – 2215**

Jurusan : **Administrasi Niaga (ADNI)**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UNIVERSITAS JEMBER

Lama Penelitian : **1 (satu) bulan**

Diperkenankan untuk melakukan penelitian/riset di perusahaan kami dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Sarjana Strata Satu**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sesuai dengan keperluannya.

CV. MULTI BANGUNAN

Pimpinan

CV. Multi Bangunan
Jl. Letjen. Sutoyo No. 133
Jember – Jawa Timur
Bob Said
BOB SAID