



**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL
UNTUK MENCAPI PENJUALAN YANG DIRENCANAKAN
PADA PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO
DI PROBOLINGGO**

SKRIPSI



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh :

Yulli Rahmawati

NIM. 98-1426 E

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM S-1 EXTENSION
UNIVERSITAS JEMBER
2000**

Asal	: Hadiah	Klasifikasi 658.81 RAH a
Terima Tgl:	: 11 SEP 2000	
No. Induk :	10.2.2889	

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL
UNTUK MENCAPAI PENJUALAN YANG DIRENCANAKAN
PADA PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO
DI PROBOLINGGO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : YULLI RAHMAWATI

N. I. M. : 98 - 1426 E

J u r u s a n : MANAJEMEN

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal :

3 JULI 2000

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

Susunan Panitia Penguji

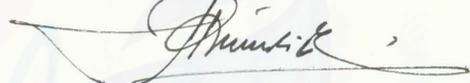
Ketua,



Dra. Diah Yuli S, M.Si

NIP. 131 474 624

Sekretaris,



Tatang Ary G. MBus. Ph.D.

NIP. 130 960 488

Anggota,

Drs. Noor Alie, SU

NIP. 130 345 928

Mengetahui / Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Drs. H. SUKUSNI, M.Sc.

NIP. 130 350 764

P. Markus

TANDA PERSETUJUAN

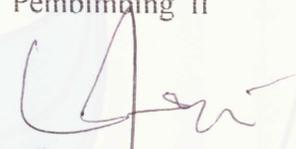
Judul Skripsi : Analisis Penentuan Harga Jual Untuk Mencapai Penjualan
Yang Direncanakan Pada PT. Industri Sandang Simping
Probolinggo
Nama Mahasiswa : Yulli Rahmawati
N I M : 98 - 1426 E
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I


Drs. Noor Alie, SU

NIP. 130 345 928

Pembimbing II


Drs. Markus Apriono

NIP. 131 832 340

MOTTO :

“Pengetahuan adalah kekayaan yang tidak bisa dilenyapkan.
Hanya kematian yang mampu meredupkan lentera pengetahuan dalam dirimu.
Kekayaan yang sebenarnya dari suatu bangsa bukan terletak pada banyaknya emas
dan perak yang terkandung dalam sumber alamnya tetapi terletak pada pengetahuan,
kebijaksanaan dan kejujuran anak-anak bangsanya”.

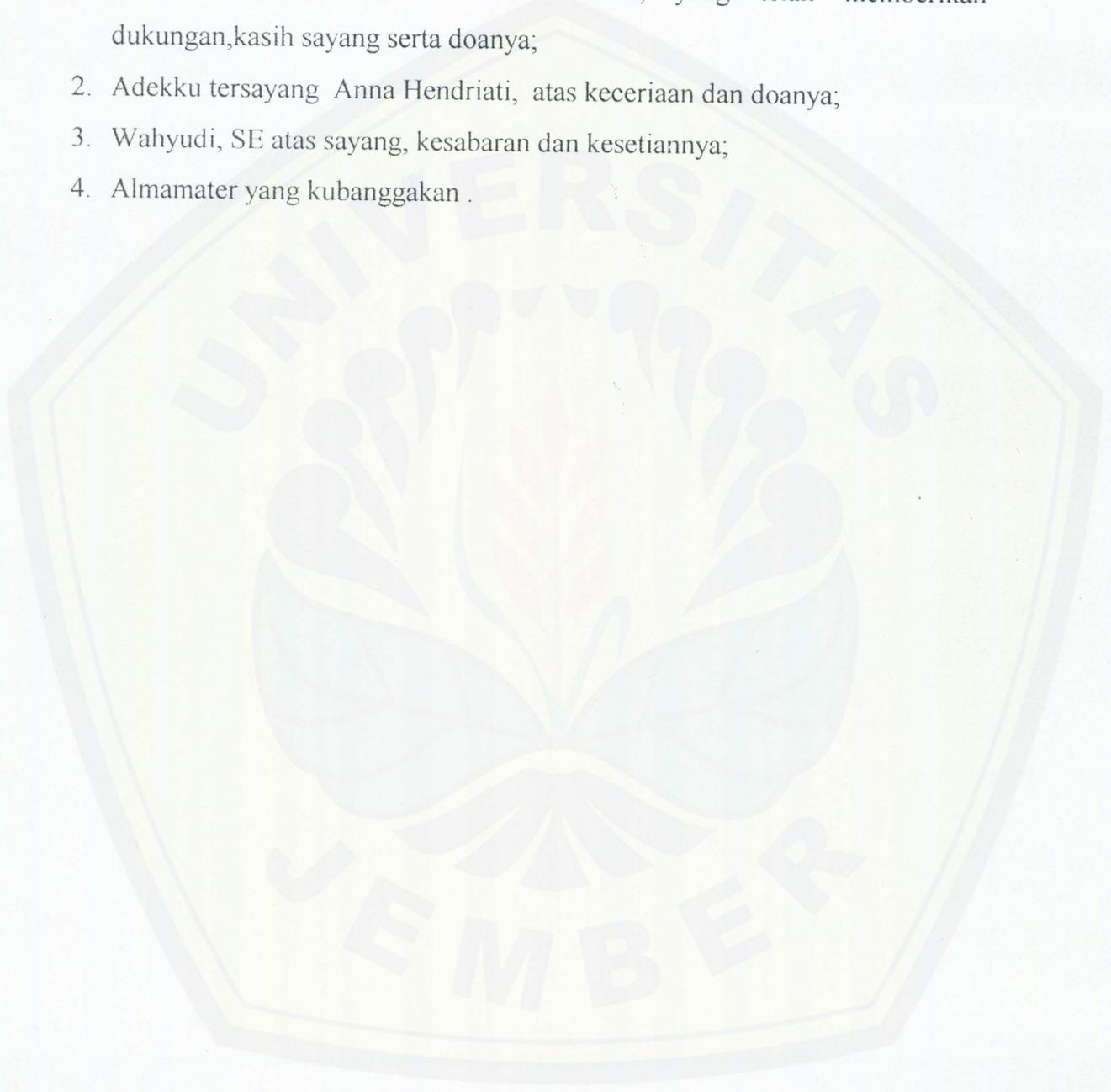
(Kahlil Gibran)

“Bahwa segala sesuatu berangkat dari hal-hal yang sederhana,
hal-hal kecil yang sempit cakupannya.
Manusia tidak bisa mengharapkan sesuatu yang besar,
jika tidak mampu mengatasi hal-hal yang kecil.
Ini adalah suatu ajaran yang universal,
yang nenuntun kita pada cara paling sederhana
untuk memberi nilai atas hidup”.

(Martha Tilaar)

Yang berharga ini kupersembahkan kepada :

1. Bapak dan Ibu Soetomo Md tercinta, yang telah memberikan dukungan, kasih sayang serta doanya;
2. Adekku tersayang Anna Hendriati, atas keceriaan dan doanya;
3. Wahyudi, SE atas sayang, kesabaran dan kesetiannya;
4. Almamater yang kubanggakan .



ABSTRAKSI

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Industri Sandang Simping Probolinggo pada bulan Maret sampai Mei 2000, dengan mengambil judul "Analisis Penentuan Harga Jual Untuk Mencapai Penjualan Yang Direncanakan Pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo. PT. Industri Sandang Simping Probolinggo memproduksi tiga jenis sarung yaitu sarung jenis Al Mukaddam, MHS dan Simping. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui harga jual minimal setiap jenis produk guna menutup biaya sehingga dapat diterima perusahaan dan untuk menentukan harga jual setiap jenis produk guna mencapai penjualan yang direncanakan.

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode pengumpulan data, meliputi metode wawancara, metode observasi dan kepustakaan. Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan suatu wawasan yang mendalam mengenai obyek suatu penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas sebagai dasar pelaksanaan kebijakan dalam pengambilan keputusan. Menurut Gay dan Diehl (1992:235) penelitian seperti ini termasuk penelitian yang bersifat deskriptif (*descriptive research*). Penelitian deskriptif pada dasarnya bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang ada sekarang dan kemudian memprediksi keadaan di masa yang akan datang. Menurut Marzuki (1983:8) yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang hanya melukiskan keadaan obyek atau persoalannya dan tidak mengambil / menarik kesimpulan yang berlaku umum.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa penjualan yang direncanakan pada tahun 2000 yaitu sarung jenis Al Mukaddam sebesar 165.538 lembar sarung, sarung jenis MHS sebesar 222.288 lembar sarung dan sarung jenis Simping sebesar 264.771 lembar sarung. Harga jual minimal untuk sarung jenis Al Mukaddam Rp 8.710, sarung jenis MHS Rp 7.483 dan sarung jenis Simping Rp 6.130. Harga jual yang harus ditetapkan agar dapat mencapai penjualan yang direncanakan yaitu sarung jenis Al Mukaddam Rp 8.727, sarung jenis MHS Rp 7.535 dan sarung jenis Simping Rp 6.175.

Berdasarkan pada hasil analisis dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai penjualan yang direncanakan, maka harga jual yang ditetapkan tahun 2000 untuk sarung jenis Al Mukaddam sebesar Rp 8.727 dengan mempertimbangkan atau menggunakan harga jual minimal sebesar Rp 8.710, sarung jenis MHS sebesar Rp 7.535 dengan mempertimbangkan atau menggunakan harga jual minimal sebesar Rp 7.483 dan sarung jenis Simping sebesar Rp 6.245 dengan mempertimbangkan atau menggunakan harga jual minimal sebesar Rp 6.130.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Penentuan Harga Jual Untuk Mencapai Penjualan Yang Direncanakan Pada PT. Industri Sandang Sumping Probolinggo”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

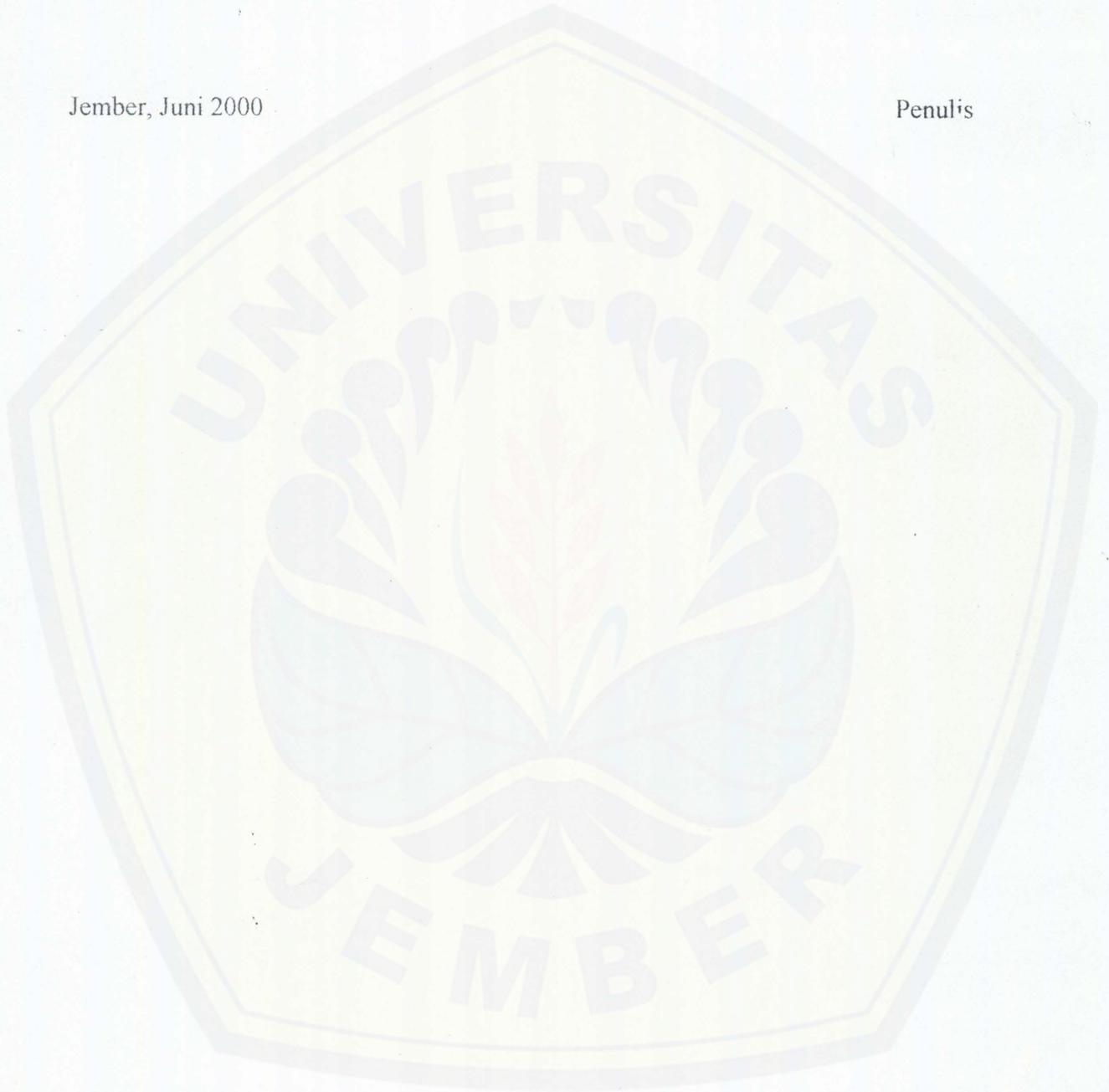
Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran kritik yang sifatnya membangun sehingga dapat menjadikan skripsi ini sempurna. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, petunjuk dan bimbingan dari berbagai pihak, karena itulah penulis ingin menyampaikan terima kasih pada:

1. Drs. Noor Alie, SU dan Drs. Markus Apriono selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini;
2. Dekan dan segenap staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan bekal ilmu pada penulis;
3. Bapak Pimpinan PT. Industri Sandang Sumping Probolinggo;
4. Bapak Nurdin yang telah membantu dalam penelitian;
5. Teman-teman yang selalu memberikan dukungan: Ratih Wijayanti, Eko Hariyanto, Ratna, Mike;
6. Teman-teman Halmahera 12 : Ninuk Irawati, Titin + Retno, Diah (Yayak);
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya hanya Allah yang dapat membalas segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jember, Juni 2000

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Kegunaan Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	4
2.2 Landasan Teori	5
2.2.1 Arti Pentingnya Penetapan Harga	5
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga Jual	6
2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual	7
2.2.4 Prosedur Penentuan Harga Jual	9
2.2.5 Metode Penetapan Harga Jual	11
2.2.5.1 Penetapan Harga Mark Up (Mark Up Pricing) .	11

2.2.5.2	Penetapan Harga Berdasarkan Sasaran Pengembalian.....	13
2.2.5.3	Penetapan Harga Berdasarkan Nilai Yang Diyakini.....	13
2.2.5.4	Penetapan Harga Nilai.....	14
2.2.5.5	Penetapan Harga Berdasarkan Harga Berlaku.....	14
2.2.5.6	Penetapan Harga Penawaran Tertutup.....	14
2.2.6	Anggaran Penjualan.....	14
2.2.7	Metode Trend Least Square.....	16
2.2.8	Penentuan Besarnya Persediaan.....	17
2.2.9	Geometric Mean.....	18
2.2.10	Anggaran Produksi.....	18
2.2.11	Biaya Produksi.....	19
2.2.12	Elastisitas Harga.....	21
III.	METODE PENELITIAN.....	22
3.1	Rancangan Penelitian.....	22
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	22
3.2.1	Metode Wawancara.....	22
3.2.2	Metode Observasi.....	22
3.2.3	Kepustakaan.....	22
3.3	Metode Analisa Data.....	23
3.4	Terminologi.....	27
3.5	Kerangka Pemecahan Masalah.....	28
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	30

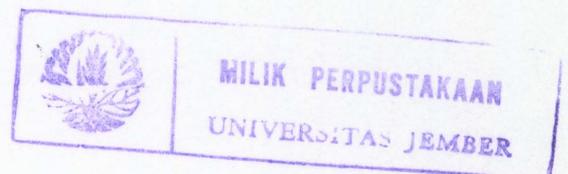
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	30
4.1.2	Struktur Organisasi.....	31
4.1.3	Personalia Perusahaan.....	36
4.1.3.1	Jumlah Tenaga Kerja	36
4.1.3.2	Sistem Upah dan Gaji.....	39
4.1.3.3	Jam Kerja	39
4.1.4	Kegiatan Produksi	40
4.1.4.1	Bahan baku dan Bahan Penolong.....	40
4.1.4.2	Proses Produksi	41
4.1.5	Hasil Produksi	46
4.1.6	Kegiatan Pemasaran	48
4.1.6.1	Daerah Pemasaran dan Saluran Distribusi	48
4.1.6.2	Volume Penjualan dan Harga Jual Sarung	49
4.2	Analisis Data	51
4.2.1	Penentuan Harga Jual Minimal	51
4.2.1.1	Rencana Penjualan	51
4.2.1.2	Anggaran Produksi.....	51
4.2.1.3	Menghitung Harga Pokok Produksi	54
4.2.1.4	Menentukan Besarnya Mark Up	55
4.2.1.5	Menghitung Harga Jual Minimal Yang Dapat Diterima Perusahaan	56
4.2.2	Penetapan Harga Jual	57
4.2.2.1	Analisis Sensitivitas Konsumen Terhadap Harga	58
4.2.2.2	Menghitung Kenaikan Volume Penjualan	59
4.2.2.3	Menghitung Besarnya Persentase Kenaikan Harga	60

4.2.2.4 Menghitung Besarnya Kenaikan Harga.....	61
4.2.2.5 Menghitung Harga Jual Yang Harus Ditetapkan.....	62
4.3 Pembahasan.....	63
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

No.		Halaman
4.1	Jumlah Karyawan PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO	38
4.2	Standar Persentase Kenaikan Bahan Baku Setiap Proses Produksi Menurut Jenis Produk Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO	40
4.3	Perkembangan Harga Bahan Baku Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999 (Rp/Bal).....	40
4.4	Harga Bahan Baku Benang Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999 (Rp/Lembar).....	40
4.5	Hasil Produksi Menurut Jenis Produk pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999 (lembar)..	47
4.6	Harga Pokok Produksi Jenis Al Mukaddam Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999 (Rp)	47
4.7	Harga Pokok Produksi Jenis MHS Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999 (Rp).....	47
4.8	Harga Pokok Produksi Jenis Simping Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999 (Rp)	48
4.9	Volume Penjualan Masing-masing Jenis Sarung Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995- 1999 (lembar)	49

4.10 Volume Penjualan Masing-masing Jenis Sarung Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999 (Rp).....	49
4.11 Harga Jual Persarung Masing-masing Jenis Sarung Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999	50
4.12 Persediaan Awal dan Persediaan Akhir Masing-masing Jenis Sarung Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999 (lembar)	50
4.13 Perhitungan Tingkat Elastisitas Harga Sarung Al Mukaddam Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999.	58
4.14 Perhitungan Tingkat Elastisitas Harga Sarung MHS Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999.	59
4.15 Perhitungan Tingkat Elastisitas Harga Sarung Simping Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 1995-1999.	59



DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Kerangka Pemecahan Masalah.....	28
2. Struktur Organisasi PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO.....	32
3. Peta Proses Produksi Sarung PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO.....	42
4. Proses Finishing II Pada Pabrik II PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
1. Perhitungan Rencana Penjualan Sarung Jenis Al Mukaddam Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	68
2. Perhitungan Rencana Penjualan Sarung Jenis MHS Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	69
3. Perhitungan Rencana Penjualan Sarung Jenis Simping Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	70
4. Perhitungan Tingkat Perputaran Persediaan (ITO) Sarung Jenis Al Mukaddam Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	71
5. Perhitungan Tingkat Perputaran Persediaan (ITO) Sarung Jenis MHS Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000.....	72
6. Perhitungan Tingkat Perputaran Persediaan (ITO) Sarung Jenis Simping Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000.....	73
7. Perhitungan Biaya Bahan Baku Masing-masing Jenis Sarung Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	74
8. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung Jenis Sarung Al Mukaddam Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000.....	78

9. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung Jenis Sarung MHS Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	79
10. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung Jenis Sarung Simping Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	80
11. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Jenis Sarung Al Mukaddam Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	81
12. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Jenis Sarung MHS Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	82
13. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Jenis Sarung Simping Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO tahun 2000	83
14. Perhitungan Mark Up Cost Jenis Sarung Al Mukaddam Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO.....	84
15. Perhitungan Mark Up Cost Jenis Sarung MHS Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO.....	84
16. Perhitungan Mark Up Cost Jenis Sarung Simping Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO.....	84
17. Perhitungan Elastisitas Jenis Sarung Al Mukaddam Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO	85
18. Perhitungan Elastisitas Jenis Sarung MHS Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO.....	86
19. Perhitungan Elastisitas Jenis Sarung Simping Pada PT. INDUSTRI SANDANG SIMPING PROBOLINGGO.....	87

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tujuan suatu perusahaan baik perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan maupun perusahaan yang bergerak dibidang industri adalah untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan hasil usaha yang merupakan indikator berhasil tidaknya manajemen perusahaan diharapkan dapat digunakan untuk menjaga perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang. Berhasil tidaknya suatu perusahaan juga ditandai dengan kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang, baik dalam jangka pendek atau jangka panjang. Dalam hal ini manajemen bertugas untuk merencanakan masa depan perusahaannya sehingga segala kemungkinan dan kesempatan di masa yang akan datang dapat direncanakan dan dapat diatasi. Hal ini mengingat di masa yang akan datang selalu dipenuhi dengan kondisi ketidakpastian.

Masalah yang harus dihadapi oleh pimpinan perusahaan salah satunya adalah menentukan kebijaksanaan harga jual suatu produk. Kebijakan penentuan harga jual dimaksudkan untuk mencari dan menetapkan standart harga yang sesuai dengan kemampuan. Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi market sharenya. Oleh karena itu penentuan harga jual yang kurang tepat seringkali berakibat fatal bagi perusahaan terutama pada masalah keuangannya, misalnya kerugian yang terus menerus atau tertimbunnya barang digudang karena tidak laku dijual.

Pengambilan keputusan ini tidaklah mudah, dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhi dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Seperti dalam kondisi perekonomian yang mengalami kelesuan, sebagai dampak dari krisis berkepanjangan yang melanda Indonesia. Hal ini menuntut para pengusaha khususnya pihak manajemen perusahaan harus berhati-hati dan harus memperhatikan secara

cermat dan teliti. Keputusan mengenai penetapan harga jual juga berkaitan erat dengan penentuan biaya-biaya yang dipergunakan untuk menghasilkan produk tersebut. Untuk itu pihak manajemen perusahaan perlu secara aktif menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan.

1.2 Pokok Permasalahan

PT. Industri Sandang Simping Probolinggo adalah perusahaan yang memproduksi sarung dengan jenis Al Mukaddam, MHS, dan Simping. Saat ini menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan sejenis lainnya dalam menguasai pasar. Oleh karena itu beberapa hal yang menyangkut kebijaksanaan terutama masalah penentuan harga jual menjadi tugas yang berat bagi pimpinan perusahaan, yaitu untuk mengetahui berapa besar harga jual setiap jenis produk dan menentukan harga jual setiap jenis produk guna mencapai penjualan yang direncanakan.

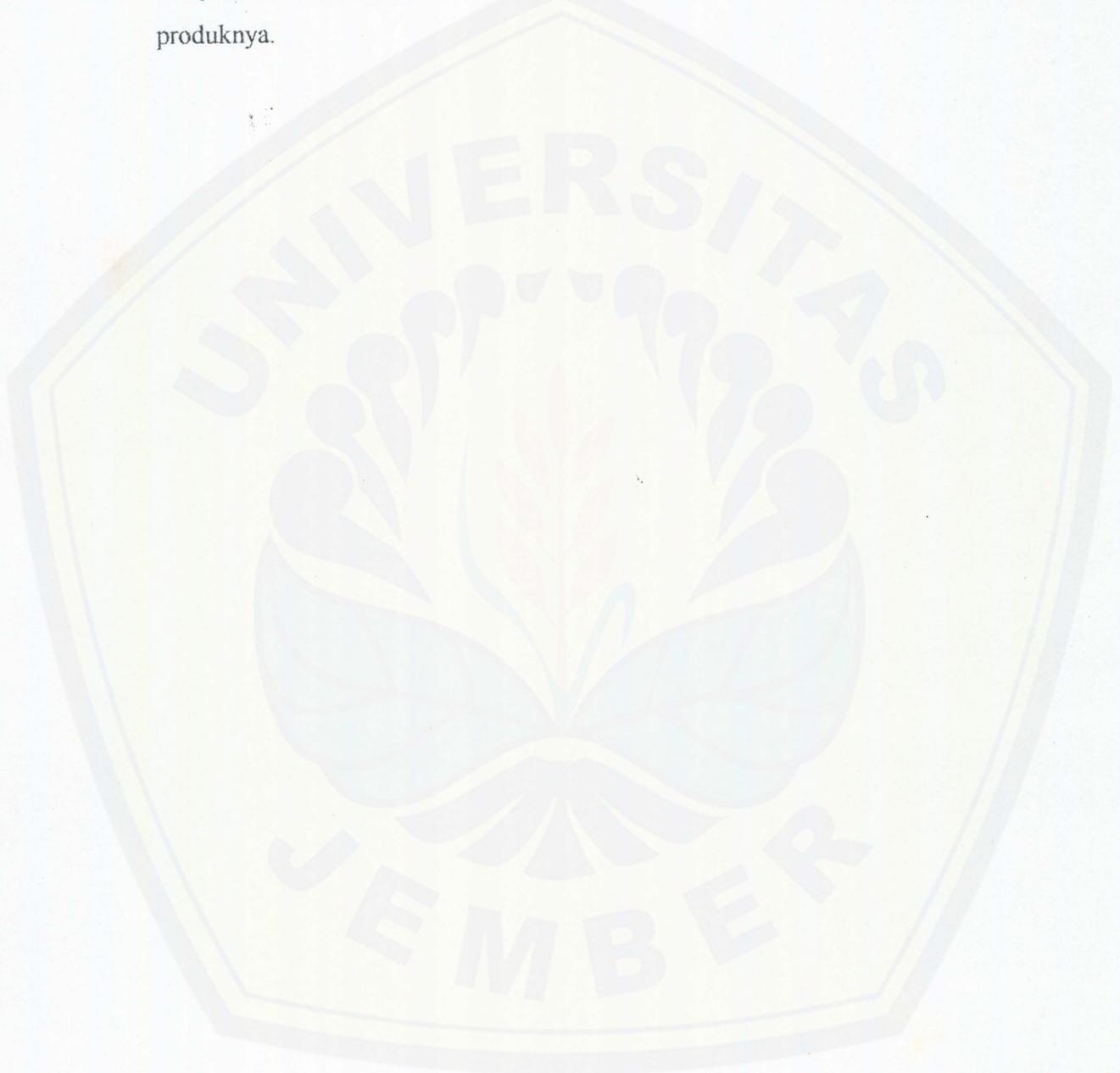
Penetapan harga jual suatu produk dapat dilakukan dengan mengadakan pendekatan terhadap biaya dan segala aktivitas perusahaan. Sehingga perusahaan diharapkan dapat mengambil kebijaksanaan yang efektif dan efisien dalam menetapkan harga jual untuk mencapai penjualan yang direncanakan. Bertitik tolak dari permasalahan di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan adalah seberapa besar harga jual yang harus diterima dan ditetapkan oleh perusahaan agar penjualan yang direncanakan dapat tercapai.

1.3 Tujuan penelitian

- a. untuk mengetahui harga jual minimal setiap jenis produk guna menutup biaya sehingga dapat diterima perusahaan.
- b. untuk menentukan harga jual setiap jenis produk guna mencapai penjualan yang direncanakan.

1.4 Kegunaan penelitian

penelitian diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan bagi perusahaan maupun bagi para pembaca menetapkan kebijaksanaan penentuan harga jual produk serta menilai perkembangan produknya.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Santo Adi Wijoyo (1999:94) yang berjudul “Analisis Penetapan Harga Jual Sebagai Usaha Mencapai Penjualan Yang Direncanakan Pada PT. Nafu di Banyuwangi”. Berdasarkan hasil analisis dengan metode *Least Square* dan penetapan harga yang berorientasi pada biaya (*cost oriented pricing*) dapat diketahui bahwa untuk mencapai penjualan yang direncanakan, maka harga jual yang ditetapkan tahun 1999 untuk kaleng jenis RECT 189 gram sebesar Rp 251, dengan menggunakan batasan harga jual minimal sebesar Rp 245. Sedangkan harga jual untuk kaleng jenis RECT 340 gram sebesar Rp 295 dengan menggunakan batasan harga jual minimal sebesar Rp 291.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Diah Renita Fahdalia (1999:96) dengan judul “Analisis Penentuan Harga Jual Untuk Mencapai Penjualan Yang Direncanakan Pada PT. Sandang Kusuma Indonesia”. Penelitian ini menggunakan analisis Trend Sekuler Linier, menemukan bahwa PT. Sandang Kusuma Indonesia untuk mencapai penjualan yang direncanakan harus menaikkan harga jual sarung. Untuk sarung jenis HSI sebesar Rp 16.000, jenis HNT sebesar Rp 16.500, dan jenis Putih Super sebesar Rp 16.000.

Persamaan dari kedua penelitian diatas, yaitu sama-sama bertujuan untuk mencapai penjualan yang direncanakan. Berdasarkan hasil analisis dari kedua penelitian tersebut, harga jual produk dan volume penjualan naik sesuai dengan yang diharapkan. Perbedaan dari kedua penelitian tersebut yaitu; penelitian yang dilakukan oleh Santo Adi Wijoyo, selain menggunakan metode *Least Square* juga menggunakan pendekatan terhadap biaya (*mark up on cost*) dan elastisitas. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Diah Renita Fahdalia menggunakan analisis Trend Sekuler Linier, hanya menghitung harga jual dan kenaikan volume penjualan saja tanpa memperhitungkan biaya-biaya yang diperlukan dalam produksi.

Berdasarkan kedua penelitian diatas, kesimpulan yang dapat diambil yaitu untuk menentukan harga jual suatu produk lebih baik menggunakan analisis dengan metode *Least Square* dan penetapan harga yang berorientasi pada biaya (*cost oriented pricing*). Penetapan harga yang berorientasi pada biaya (*cost oriented pricing*) adalah penetapan harga dengan menjadikan biaya yang telah dikeluarkan sebagai dasar penetapan. Biaya atau harga pokok merupakan suatu titik tertentu yang tidak boleh dilanggar apabila perusahaan tidak ingin mendapatka kerugian.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Arti Pentingnya Penetapan Harga

Harga merupakan elemen pokok dalam bauran pemasaran yang dapat diubah oleh seorang pemasar atau manajemen perusahaan guna bereaksi terhadap perubahan-perubahan dalam permintaan atau terhadap tindakan-tindakan para pesaing. Harga juga perlu diperhatikan karena harga akan langsung mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang dicapai oleh perusahaan. Kebijakan perencanaan produk, penyaluran barang maupun penggunaan media promosi yang baik tidak akan menghasilkan sesuatu bila kebijaksanaan tentang harga tidak ikut diperhatikan. Kebijakan harga ini antara lain mencakup (Swastha dan Asri, 1990:279) :

- a. berapa harga yang ditetapkan untuk suatu produk tertentu
- b. fleksibilitas harga tersebut
- c. kebijaksanaan harga pada setiap tahap dalam *product life cycle*
- d. kepada siapa dan berapa besar potongan harga diberikan

Penetapan harga yang dilakukan atas dasar pertimbangan non strategis yang sering dilakukan oleh perusahaan-perusahaan adalah kurang tepat, memang harga dalam hal ini merupakan salah satu elemen daya saing, tetapi perlu disadari bahwa harga sebagai elemen daya saing tidak mungkin bisa berdiri sendiri dalam menghadapi persaingan yang ketat. Oleh karena itu memerlukan suatu pendekatan yang sistematis yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu penetapan harga yang tepat. Menurut Swastha dan Irawan (1990:241) harga adalah

penetapan harga yang tepat. Menurut Swastha dan Irawan (1990:241) harga adalah jumlah uang (ditambah produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi produk dan pelayanannya.

Dari pengertian harga diatas diketahui bahwa seorang pembeli untuk mendapatkan sejumlah produk dan pelayanannya perlu menyerahkan sejumlah uang sebagaimana telah ditetapkan oleh penjual.

2.2.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Perusahaan dalam menetapkan harga jual pada umumnya mempunyai beberapa tujuan antara lain :

1. Meningkatkan penjualan

dengan menentukan harga jual yang tepat diharapkan dapat mencapai target penjualan yang telah direncanakan oleh perusahaan sehingga perusahaan tidak dapat merugi akibat adanya barang yang tidak terjual. Hal ini perlu dipertimbangkan karena barang yang tidak laku terjual dapat meningkatkan biaya gudang.

2. Mendapatkan laba maximal

Dalam praktek terjadinya harga memang ditentukan oleh penjual/pembeli makin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi, dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan laba maksimal sesuai dengan kondisi yang ada.

3. Mendapatkan pengembalian (*rate of return*) investasi yang ditergetkan /pengembalian pada penjualan bersih

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk pengembalian investasi hanya bisa diambil dari laba yang diperoleh perusahaan, dan laba hanya bisa diperoleh bilamana harga jual lebih besar dari total biaya seluruhnya.

4. Mencegah atau mengurangi persaingan
Hal ini dapat diketahui jika penjualan menawarkan barang dengan harga yang sama. Hal ini dapat diantisipasi oleh perusahaan dengan cara menetapkan harga yang sama, di atas ataupun di bawah harga pesaing sesuai dengan keadaan yang ada.
5. Mempertahankan atau memperbaiki market share
Harga jual perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan memperbaiki market share disesuaikan dengan keadaan yang ada. Strategi penetapan harga sering digunakan oleh perusahaan dalam meraih pasar baru atau mempertahankan posisinya dalam pasar (Basu Swastha dan Irawan, 1990:242).

2.2.3 Faktor faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Tingkat harga yang terjadi dalam kenyataan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti (Swastha dan Irawan, 1990:242):

a. Keadaan perekonomian

Tingkat harga yang berlaku dipengaruhi oleh keadaan perekonomian misalnya: krisis ekonomi yang melanda perekonomian Indonesia yang dimulai pertengahan tahun 1997 hingga bulan Agustus 1998 belum memperlihatkan tanda-tanda kebangkitan. Hal ini tampak dari indikator depresiasi mata uang rupiah terhadap US\$ bulan ini masih berkisar antara Rp 10.000 hingga Rp 12.500. Terjadilah reaksi-reaksi dikalangan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis. Reaksi spontan terhadap krisis ekonomi adalah adanya kenaikan harga-harga.

b. Penawaran dan permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya harga yang lebih tinggi mendorong, jumlah yang ditawarkan lebih besar.

c. Elastisitas permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penetapan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penetapan harganya tetapi juga mempengaruhi volume penjualan ini berbanding terbalik artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

d. Pesaingan

Harga jual beberapa macam barang dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Macam-macam persaingan yaitu :

1. Persaingan sempurna

Dalam persaingan ini penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi pada pembeli yang lain.

2. Persaingan tidak sempurna

Untuk barang-barang yang dihasilkan dari pabrik (barang-barang manufaktur) dengan merk tertentu kadang-kadang mengalami kesulitan dalam pemasarannya. Hal ini disebabkan karena harganya lebih tinggi dari barang sejenis merk lain. Keadaan ini disebut persaingan tidak sempurna, dimana barang tersebut telah dibedakan dengan memberikan merk.

3. Oligopoli

Dalam keadaan oligopoli beberapa penjual menguasai pasar sehingga harga yang ditetapkan dapat lebih tinggi daripada kalau dalam persaingan sempurna.

4. Monopoli

Dalam keadaan monopoli jumlah penjual yang ada dipasar hanya satu sehingga penetapan harga sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti : permintaan barang yang bersangkutan, harga barang-barang substitusi, peraturan harga dari pemerintah.

e. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam menetapkan harga sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi, maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan.

f. Tujuan Perusahaan

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan yang lain.

g. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga serta praktek-praktek lain yang mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

2.2.4 Prosedur Penentuan Harga Jual

Prosedur penentuan harga jual adalah tahap-tahap penentuan harga jual yang harus dilalui oleh perusahaan. Adapun tahap-tahapnya (Supriyono, 1991:332).

1. Mengestimasi permintaan untuk barang tersebut

Dalam tahap ini penjualan membuat estimasi permintaan barang secara total. Pengestimasi permintaan dapat dilakukan dengan cara:

- a. menentukan harga yang diharapkan (*expected value*), yaitu harga yang diharapkan dapat diterima oleh konsumen
- b. mengestimasi volume penjualan pada berbagai tingkat harga. Hal ini menyangkut tentang masalah elastisitas permintaan suatu barang. Barang yang mempunyai perminatraan elastis biasanya akan diberikan harga lebih rendah daripada harga yang mempunyai permintaan inelastis.

2. Mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan.

Kondisi persaingan sangat dipengaruhi oleh kebijaksanaan penentuan harga jual. Oleh karena itu penjual perlu mengetahui reaksi pesaing yang terjadi di pasar serta penyebabnya. Adapun sumber-sumber persaingan berasal dari:

- a. barang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain
 - b. barang pengganti atau substitusi
 - c. barang-barang lain yang dibuat oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen
3. Menentukan *market share* yang diharapkan.
Perusahaan yang agresif selalu menginginkan *market share* yang lebih luas. *Market share* yang diharapkan tersebut akan dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi dan mudahnya memasuki persaingan.
 4. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar.
Perusahaan dapat memilih di antara dua macam strategi harga, yaitu:

- a. *skim the cream pricing*

Merupakan strategi penetapan harga yang setinggi-tingginya. Harga yang tinggi tersebut untuk menutup biaya penelitian, pengembangan dan promosi. Strategi ini sesuai untuk barang baru sebab:

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



b. *Penetration pricing*

Merupakan strategi penetapan harga yang serendah-rendahnya yang bertujuan mencapai volume penjualan sebesar-besarnya dalam waktu yang relatif singkat.

5. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

Prosedur penentuan harga jual ini mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat pada barang, sistem distribusi, program promosinya. Perusahaan tidak dapat menentukan harga suatu barang tanpa mempertimbangkan barang lain yang dijualnya (Swastha dan Irawan, 1990:247).

2.2. 5 Metode Penetapan Harga Jual

Faktor yang terpenting dalam penetapan harga jual adalah besarnya biaya produksi dari pembuatan produk tersebut. Selain itu harga jual juga harus disesuaikan dengan jenis perusahaan, produk dan pasarnya. Metode yang bisa digunakan untuk menentukan tingkat harga jual adalah sebagai berikut (Kotler, 1994:589) :

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

Penetapan harga yang berorientasi pada biaya (*cost oriented pricing*) adalah penetapan harga dengan menjadikan biaya yang telah dikeluarkan sebagai dasar penetapan. Biaya atau Harga Pokok merupakan suatu titik tertentu yang tidak boleh dilanggar apabila perusahaan tidak ingin mendapatkan kerugian.

Penetapan harga yang berorientasi pada biaya dapat dijalankan dengan metode mark up pricing. Banyak perusahaan memakai metode ini dalam menetapkan harga jual barang mereka. Harga jual ditetapkan dengan cara menambah suatu prosentase tertentu pada total biaya persatuan barang. Mark up dalam hal ini dapat didefinisikan sebagai jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual (Swastha dan Irawan, 1990:256). Besarnya mark up yang ditentukan ada dua macam, yaitu :

- a. Mark up yang ditentukan dari persentase biaya produk

Jika mark up ditentukan dari biaya produknya, maka persentase mark up tersebut harus dikalikan dengan biaya produk kemudian ditambahkan pada biaya produk. Dengan demikian akan di dapatkan sejumlah rupiah sebagai harga jual dengan rumus :

$$\begin{aligned}\text{Harga jual} &= \text{Biaya produk} + \text{mark up} \\ &= \text{Biaya produk} + (\% \text{mark up} \times \text{biaya produk})\end{aligned}$$

- b. Mark up yang ditentukan dari harga jual

Mark up yang ditentukan dari harga jual adalah lebih kompleks karena tidak dikalikan dengan biayanya. Harga jual ditentukan dari biaya dibagi dengan satu dikurangi persentase mark up, sehingga dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Harga Jual} = \frac{\text{Biaya}}{(1 - \% \text{Mark up})}$$

Penetapan harga dengan metode mark up pricing banyak digunakan karena beberapa alasan (Kotler, 1994: 591) :

- a. Penjual lebih pasti mengenai biayanya daripada permintaannya. Dengan mengaitkan harga dengan biaya, penjual menyederhanakan penetapan harganya, mereka tidak perlu sering melakukan penyesuaian harga dengan berubahnya permintaan.
- b. Jika semua perusahaan dalam industri tersebut menggunakan metode ini, harga akan cenderung sama, Persaingan harga karenanya akan minimal, yang tidak akan terjadi jika perusahaan memperhatikan perubahan permintaan dalam penetapan harganya.
- c. Banyak orang merasa bahwa penetapan harga dengan menambahkan ke biaya adalah lebih adil baik bagi pembeli maupun penjual. Penjual tidak mengambil keuntungan dari pembeli ketika permintaan pembeli sedang tinggi, tetapi penjual tetap memperoleh pengembalian yang layak atas investasinya.

2.2.5.2 Penetapan harga berdasarkan sasaran pengembalian

Perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atau investasi yang diinginkan (ROI). Harga untuk memperoleh pengembalian tersebut dihitung dengan rumus (Kotler, 1994:591) :

$$\text{Harga} = \text{Biaya Perunit} + \frac{\text{ROI} \times \text{Modal yang diinvestasikan}}{\text{Unit terjual}}$$

Penetapan harga berdasarkan sasaran pengembalian cenderung mengabaikan elastisitas harga dan harga pesaing. Produsen seharusnya mempertimbangkan berbagai harga dan memperkirakan pengaruhnya pada volume penjualan dan labanya. Produsen juga seharusnya mencari cara untuk menurunkan biaya tetap atau biaya variabelnya, karena biaya yang lebih rendah akan menurunkan volume titik impas yang diperlukan.

2.2.5.3 Penetapan harga berdasarkan nilai yang diyakini

Perusahaan melihat pandangan pembeli atas nilai produknya, bukan biaya penjual, sebagai kunci penetapan harganya. Mereka menggunakan variabel-variabel bukan harga dalam bauran pemasaran untuk membentuk nilai yang diyakini dalam pikiran pembeli, harga ditetapkan untuk menangkap nilai yang diyakini tersebut.

Penetapan harga berdasarkan nilai yang diyakini sesuai dengan pemikiran penempatan produk. Perusahaan mengembangkan konsep produk untuk pasar sasaran tertentu dengan mutu dan harga yang telah direncanakan. Kemudian manajemen memperkirakan volume yang diharapkan terjual pada harga tersebut. Perkiraan ini menunjukkan kapasitas pabrik yang dibutuhkan, investasil, dan biaya perunit. Manajemen kemudian menyimpulkan apakah produk tersebut akan menghasilkan laba yang memuaskan pada harga dan biaya yang direncanakan. Jika jawabannya adalah ya, perusahaan akan melanjutkan pengembangan produk. Jika sebaliknya, maka perusahaan akan membatalkannya.

2.2.5.4 Penetapan harga nilai

Beberapa perusahaan menggunakan penetapan harga nilai dimana mereka menetapkan harga rendah untuk penawaran bermutu tinggi. Penetapan harga nilai bukan sekedar menurunkan harga produk dibandingkan pesaing-pesaingnya. Ini merupakan masalah rekayasa operasi perusahaan untuk benar-benar menjadi produsen berbiaya rendah tanpa mengorbankan mutu, dan untuk menurunkan harganya untuk menarik sejumlah besar pelanggan yang menyadari nilai.

2.2.5.5 Penetapan harga berdasarkan harga berlaku

Dalam metode ini perusahaan mendasarkan harganya pada harga pesaing dan kurang memperhatikan biaya atau permintaannya. Perusahaan dapat mengenakan harga yang sama, lebih tinggi atau lebih rendah dari pesaing utamanya. Penetapan harga ini berlaku jika biaya sulit diukur atau tanggapan pesaing tidak pasti.

2.2.5.6 Penetapan harga penawaran tertutup

Penetapan harga yang kompetitif umum digunakan jika perusahaan melakukan penawaran atas suatu proyek. Perusahaan mendasarkan harganya berdasarkan harapannya mengenai bagaimana penetapan harga pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan. Perusahaan ingin memenangkan kontrak tersebut dan untuk mengang membutuhkan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing-pesaingnya.

Namun perusahaan tidak dapat menetapkan harga di bawah suatu tingkat tertentu. Ia tidak dapat menetapkan harga di bawah biayanya tanpa membahayakan posisinya sendiri. Sebaliknya semakin tinggi perusahaan menetapkan harga dia atas biaya, semakin kecil peluangnya untuk memenangkan kontrak.

2.2.6 Anggaran Penjualan

Anggaran penjualan adalah anggaran yang merencanakan secara lebih terperinci tentang penjualan perusahaan selama periode yang akan datang, yang di dalamnya meliputi rencana tentang jenis (kualitas) barang, jumlah (kuantitas) barang,

harga barang, waktu penjualan serta tempat penjualan. Anggaran penjualan berguna sebagai dasar penyusunan semua anggaran perusahaan, sebab bagi perusahaan yang menghadapi pasar persaingan anggaran ini harus disusun paling awal dari semua anggaran yang ada dalam perusahaan.

Suatu anggaran dapat berfungsi dengan baik apabila taksiran yang termuat di dalamnya cukup akurat, sehingga tidak jauh berbeda dengan realisasinya nanti. Untuk dapat melakukan penaksiran secara lebih akurat diperlukan berbagai data, informasi dan pengalaman yang merupakan faktor-faktor yang harus dipertimbangkan di dalam menyusun anggaran. Menurut sifatnya cara melakukan penaksiran dapat dibagi dua:

a. *Statistical Method*, yaitu cara penaksiran yang menitikberatkan pada perhitungan angka dengan menggunakan metode statistika. Dengan cara ini diharapkan sejauh mungkin dapat dihilangkan unsur-unsur subyektifitas seseorang sehingga hasil taksirannya lebih dapat dipertanggungjawabkan. Beberapa cara penaksiran yang bersifat kuantitatif, antara lain :

1. mendasarkan diri pada data historis dari satu variabel saja, yaitu variabel yang akan ditaksir itu sendiri, misalnya :

- (a) metode trend bebas
- (b) metode trend setengah rata-fara
- (c) metode trend moment
- (d) metode least square
- (e) metode kuadrat

2. mendasarkan diri pada data historis dari variabel yang akan ditaksir serta hubungannya dengan data historis dari variabel lain yang diduga mempunyai pengaruh kuat terhadap perkembangan variabel yang ditaksir tersebut, misalnya :

- (a) metode regresi tunggal
- (b) metode regresi berganda

- b. *Non statistical method*, yaitu cara penaksiran yang menitikberatkan pada pendapat seseorang. Cara ini mempunyai kelemahan yang menonjol yaitu pendapat seseorang sering kali diwarnai oleh hal-hal yang bersifat subyektif, dengan demikian ketepatan hasil taksirannya menjadi diragukan.

2.2.7 Metode Trend Least Square

Metode *Least Square* merupakan penyederhanaan dari metode moment yang menggunakan cara perhitungan statistika dan matematika tertentu untuk mengetahui fungsi garis lurus sebagai pengganti garis patah-patah yang dibentuk oleh data historis perusahaan. Dengan demikian pengaruh unsur subyektif dapat dihindarkan. Metode trend moment menggunakan rumus :

$$\sum Y = n \cdot a + b \cdot \sum X$$

$$\sum XY = a \cdot \sum X + b \cdot \sum X^2$$

Sedangkan *Least Square* menyederhanakan rumus tersebut dengan cara mengusahakan sedemikian rupa supaya jumlah parameter X sama dengan nol ($X=0$), sehingga rumusnya menjadi sederhana yaitu :

$$\sum Y = n \cdot a \quad \text{atau} \quad a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$\sum XY = b \cdot \sum X^2 \quad \text{atau} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Apabila parameter X dimasukkan kedalam fungsi garis lurus tersebut, maka didapatkan nilai trend serta nilai taksiran untuk tahun-tahun yang akan datang. Aturan penggunaan parameter X untuk data historis yang berjumlah ganjil yaitu jarak antar waktu diberi nilai satuan (0,1,2,...dan..., -2,-1,0). Sedangkan parameter X untuk data historis yang berjumlah genap sedikit berbeda, agar tetap dapat memenuhi persyaratan $X=0$ yaitu jarak antar waktu diberi nilai dua satuan (1,3,5,...dan..., -5,-3,-1).

2.2.8 Penentuan Besarnya Persediaan

Untuk perusahaan industri, persediaan dapat dikelompokkan menjadi tiga tipe persediaan bahan mentah, persediaan barang dalam proses dan persediaan barang jadi. Persediaan tersebut sering merupakan bagian yang cukup besar dari keseluruhan aktiva lancar, karenanya diperlukan perhatian yang seksama untuk mengelolanya.

Dalam memperkirakan besarnya persediaan barang atau bahan mentah setiap bulannya, dapat dilakukan dengan cara :

- a. Disesuaikan dengan kebutuhan bulanan

Apabila kebutuhan akan bahan atau barang setiap bulan sama, maka digunakan *Monthly Average* (rata-rata bulanan) atau rata-rata sedehana. Apabila kebutuhan bahan setiap bulannya tidak sama (bergelombang) maka dipakai *Moving Monthly Average*.

- b. Dengan menentukan terlebih dahulu batas maksimum dan minimum persediaan

Cara ini lebih mudah dilaksanakan perusahaan-perusahaan yang sudah berpengalaman atau berkali-kali menjual barang yang sama pada tahun-tahun sebelumnya, dengan pengalamannya dimasa lalu mereka dapat menentukan berapa batas maksimum dan berapa batas minimum persediaan yang harus diperhatikan. Bagi perusahaan yang belum berpengalaman dalam menjual suatu barang sukar untuk memperkirakan berapa batas maksimum dan bats minimum persediaan.

- c. Menghitung *Inventory Turn Over* (tingkat perputaran persediaan)

Banyak perusahaan mengambil ITO sebagai dasar dalam menetapkan persedian barang atau bahan. ITO dapat dihitung dengan rumus (Adisaputro dan Asri, 1992:195) :

$$\text{ITO} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan awal} + \text{Persediaan akhir}}$$

2.9 Geometric Mean

Apabila kita menghadapi kuantita yang mengalami perubahan tiap periode dan ingin pula mengetahui berapa besarnya tingkat perubahan itu tiap periode, maka jawaban yang dihitung berdasarkan rata-rata hitung adalah keliru. Kita membutuhkan ukuran nilai sentral yang lain yaitu rata-rata ukur (*Geometric Mean*) yang disingkat Gm.

Geometric mean ini umumnya digunakan untuk mengatur tingkat perubahan (*rate of change*) atau merata-ratakan serangkaian data dengan tujuan untuk mengurangi bias yang disebabkan oleh komponen X_i yang ekstrem.

Geometric mean suatu rangkain data adalah akar pangkat n dari hasil pembagian nilai data terakhir dengan nilai data awal. Dirumuskan menjadi :

$$G m = \sqrt[n]{\frac{X_n}{X_0}}$$

Geometric mean mempunyai beberapa kebaikan :

- a. pada data yang bersifat ukur, rata-rata ukur lebih mewakili daripada rata-rata hitung
- b. rata-rata ukur nilainya sangat tergantung pada nilai data individual, artinya perubahan pada salah satu nilai data akan mempengaruhi nilai rata-rata ukurnya

2.2.10 Anggaran Produksi

Untuk mengetahui rencana produksi pada periode yang akan datang, perlu dibuat anggaran produksi yang akan didasarkan pada ramalan penjualan yang telah dibuat untuk periode yang sama. Perencanaan produksi mencakup masalah yang berhubungan dengan penentuan tingkat produksi yang dikehendaki, penggunaan fasilitas produksi dan tingkat persediaan barang jadi.

Jumlah barang yang telah direncanakan untuk dijual yang berhubungan dengan kebutuhan tingkat produksi dan persediaan, akan menghasilkan jumlah barang yang harus diproduksi oleh perusahaan menurut waktu dan jenis barangnya.

Anggaran produksi adalah suatu perencanaan atau volume barang yang diproduksi oleh perusahaan agar sesuai dengan volume atau tingkat penjualan yang telah

direncanakan (Adisaputro dan Asri, 1992:181). Adapun dalam menentukan anggaran produksi menggunakan rumus :

Penjualan	XXX
Persediaan akhir	XXX +
Jumlah	<u>XXX</u>
Persediaan awal	XXX -
Anggaran produksi	<u>XXX</u>

Tujuan dari penyusunan anggaran produksi adalah :

- menunjang kegiatan penjualan sehingga barang dapat disediakan sesuai dengan yang telah direncanakan
- menjaga tingkat persediaan yang memadai, artinya tingkat persediaan yang tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil
- mengatur produksi sedemikian rupa sehingga biaya produksi barang yang dihasilkan akan dapat ditentukan seminimal mungkin.

2.2.11 Biaya Produksi

Biaya produksi yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan setiap waktu berbeda-beda, hal ini tergantung pada banyaknya produk yang dihasilkan oleh setiap perusahaan. Untuk lebih jelasnya jenis-jenis biaya produksi dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Biaya bahan baku

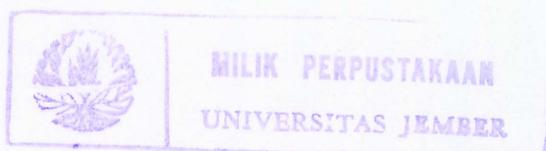
pada dasarnya biaya bahan baku ini dibagi menjadi (Supriyono, 1992:20) :

1. Biaya bahan baku langsung (*Direct Material*)

yaitu harga perolehan dari bahan baku yang dipakai dalam pengolahan produk

2. Biaya bahan penolong

yaitu harga perolehan bahan penolong yang dipakai dalam pengolahan produk, dimana dalam menghitung harga pokok produk biaya bahan penolong diperlakukan sebagai elemen BOP.



b. Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja dapat didefinisikan sebagai *semua karyawan perusahaan yang memberikan jasa kepada perusahaan* (Supriyono, 1992:20). Dengan demikian tenaga kerja dengan keahlian yang dimiliki akan mendapat sejumlah balas jasa yang sesuai, sedangkan pengertian biaya tenaga kerja dapat didefinisikan sebagai *balas jasa yang diberikan oleh suatu instansi (baik lembaga-lembaga pemerintahan maupun badan-badan usaha) kepada semua orang yang dipekerjakan (karyawan) pada instansi yang bersangkutan* (Supriyono, 1992:20). Sesuai dengan definisi diatas biaya tenaga kerja dalam perusahaan industri dibagi menjadi tiga bagian yaitu :

1. Biaya tenaga kerja pabrik atau produksi

- a. Biaya tenaga kerja langsung (*direct Labour*), yaitu balas jasa yang diberikan pada karyawan pabrik yang manfaatnya dapat diidentifikasi atau dapat diikuti jejaknya dengan melihat jumlah unit yang dihasilkan perusahaan.
- b. Biaya tenaga kerja tidak langsung (*Indirect Labour*), adalah balas jasa yang diberikan pada karyawan pabrik yang manfaatnya tidak dapat diidentifikasi atau tidak dapat diikuti jejaknya pada produk tertentu. Biaya ini merupakan elemen BOP.

2. Biaya tenaga kerja pada bagian pemasaran

3. Biaya tenaga kerja pada bagian administrasi dan umum

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya ini adalah biaya umum yang tidak termasuk dalam biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, yang elemennya dapat digolongkan ke dalam (Supriyono, 1992: 21) :

1. Biaya bahan baku penolong
2. Biaya tenaga kerja tidak langsung

3. Penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik
4. Reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik
5. Biaya listrik dan air pabrik
6. Biaya asuransi pabrik dan biaya overhead pabrik lainnya

2.2.12 Elastisitas Harga

Aspek yang perlu diperhatikan dalam analisa permintaan adalah efek perubahan harga terhadap jumlah permintaan atau sering disebut dengan elastisitas harga (*price elasticity of demand*). Mengetahui elastisitas ini adalah hal yang penting bagi perusahaan. Harga merupakan faktor yang berada di luar kekuatan perusahaan, dengan mengetahui hubungan keduanya, maka dapat diketahui efek perubahan harga terhadap permintaan.

Sensitivitas konsumen terhadap harga dapat diukur dengan membagi antara persentase perubahan jumlah unit yang dijual dengan persentase perubahan harganya. Perbandingan atau ratio ini disebut elastisitas harga dan dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Swastha dan Irawan, 1990:277) :

$$E = \frac{(Q_2 - Q_1) / Q_1}{(P_2 - P_1) / P_1} = \frac{\Delta Q / Q_1}{\Delta P / P_1} = \frac{\Delta Q \times P_1}{\Delta P \times Q_1}$$

Elastisitas harga ini hampir selalu negatif karena perubahan pada kuantitas yang dijual selalu berlawanan dengan perubahan harga. Sedangkan karakteristik elastisitas permintaan adalah :

- a. Jika permintaan inelastis, maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada volume penjualannya.
- b. Jika permintaan elastis, maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan volume penjualan dalam perbandingan yang lebih besar.
- c. Jika permintaan bersifat elastis uniter, maka perubahan harga akan menyebabkan terjadinya perubahan jumlah yang dijual dalam proporsi yang sama.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan suatu wawasan yang mendalam mengenai obyek suatu penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas sebagai dasar pelaksanaan kebijakan dalam pengambilan keputusan. Menurut Gay dan Diehl (1992:14) penelitian seperti ini termasuk penelitian yang bersifat deskriptif (*descriptive research*). Penelitian deskriptif pada dasarnya bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang ada sekarang dan kemudian memprediksi keadaan di masa yang akan datang. Menurut Marzuki (1983:8) yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang hanya melukiskan keadaan obyek atau persoalannya dan tidak mengambil / menarik kesimpulan yang berlaku umum.

3.2 Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Metode Wawancara

yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pimpinan perusahaan dan pihak-pihak yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti demi terpenuhinya data-data yang diperlukan.

3.2.2 Metode Observasi

yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung pada obyek perusahaan yang berkaitan dengan permasalahan-permasalahan yang diteliti.

3.2.3 Kepustakaan

yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku literatur yang erat hubungannya dengan objek yang diteliti.

3.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan meliputi langkah-langkah :

- a. untuk mengetahui harga jual minimal setiap jenis produk guna menutup biaya sehingga dapat diterima perusahaan dilakukan perhitungan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Rencana penjualan pada periode yang akan datang (2000) menggunakan tren linear dengan metode *least square*, metode ini merupakan penyederhanaan dari metode moment yang menggunakan cara perhitungan statistika dan matematika tertentu. Maka dari itu pengaruh unsur subyektif dapat dihindarkan, formulanya adalah (Adisaputro & Asri, 1992:158) :

$$Y' = a + bX$$

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

Y' = penjualan yang direncanakan tahun 2000

Y = jumlah penjualan

n = jumlah data

a = bilangan konstan yang merupakan titik potong dengan sumbu vertikal pada gambar jika nilai $x=0$

b = slope yaitu koefisien kecondongan garis

x = parameter pengganti waktu

2. Tingkat perputaran persediaan (ITO)

Analisis ini digunakan untuk menentukan jumlah estimasi persediaan akhir barang jadi pada masa yang akan datang (2000), langkah-langkahnya :

- a. menghitung ITO setiap periode dengan formula (Adisaputro dan Asri, 1992:95) :

$$\text{ITO} = \frac{\text{penjualan}}{\frac{\text{persediaan awal} + \text{persediaan akhir}}{2}}$$

b. menghitung ITO tahun 2000

langkah I yaitu :

menghitung tingkat pertumbuhan persediaan rata-rata pertahun (Dajan, 1993:152)

$$G_m = \sqrt[n]{\frac{X_n}{X_0}}$$

G_m = rata-rata ukur

X_n = nilai periode ke n

X_0 = nilai periode dasar

n = jumlah periode kenaikan

Langkah II yaitu :

menentukan ITO tahun 2000

$$X_n = G_m^n \times X_0$$

c. menghitung estimasi persediaan akhir barang jadi pada masa yang akan datang (2000) :

$$\text{Persediaan akhir} = \frac{\text{penjualan} \times 2 - \text{persediaan awal} \times \text{ITO 2000}}{\text{ITO 2000}}$$

3. Anggaran produksi

untuk menentukan besarnya produksi pada masa yang akan datang (2000) :

Penjualan	xxx
Persediaan akhir	xxx +
Jumlah	xxx
Persediaan awal	xxx -
Anggaran produksi	xxx

4. Analisis biaya produksi

untuk mengetahui rencana biaya produksi perlu dihitung biaya produksi :

a. Rencana biaya bahan baku

1. menghitung harga bahan baku persatuan dengan metode geometrik mean.

2. menghitung kebutuhan bahan baku dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Kebutuhan bahan baku} = \text{anggaran produksi} \times \text{kuantitas standatr pemakaian bahan baku}$$

3. menghitung rencana biaya bahan baku dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Biaya bahan baku} = \text{kebutuhan bahan baku} \times \text{harga bahan baku per satuan}$$

b. Rencana biaya tenaga kerja langsung

untuk menghitung rencana biaya TKL digunakan :

1. meghitung upah persatuan dengan metode geometrik mean

2. menghitung rencana biaya TKL dengan formula :

$$\text{Biaya TKL} = \text{anggaran produksi} \times \text{upah persatuan}$$

c. Rencana biaya overhead pabrik

untuk menghitung rencana BOP digunakan langkah-langkah :

1. meghitung tarif BOP persatuan dengan metode geometrik mean

2. menghitung rencana BOP dengan formula (Mulyadi, 1991:214) :

$$\text{BOP} = \text{anggaran produksi} \times \text{tarif BOP persatuan}$$

5. Menghitung harga pokok produksi

untuk menghitung total biaya produksi (Mulyadi, 1993:19) :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya TKL	xxx
BOP	xxx +
Harga pokok produksi	xxx

(total biaya produksi)

6. Menentukan besarnya Mark Up tahun 2000

dengan asumsi Mark Up tahun 2000 sama dengan rata-rata Mark Up tahun sebelumnya (Dajan, 1991::20) :

$$X = (X_1 + X_2 + \dots + X_n) / n$$

X = rata-rata Mark Up

X = Mark Up

n = periode

7. Menghitung harga jual minimal tiap jenis produk guna menutup biaya sehingga dapat diterima perusahaan, digunakan metode Mark Up Pricing (Swastha dan Irawan, 1990:257) :

Harga jual = biaya produksi + Mark Up

= biaya produksi + (% Mark UP x biaya produk)

- b. menetapkan harga jual setiap jenis produk agar dapat mencapai penjualan yang direncanakan menggunakan analisa data dengan langkah sebagai berikut :

1. Analisis sensitifitas konsume terhadap harga dengan formula (Swastha dan Irawan, 1990:277) :

$$E = \frac{(Q_2 - Q_1) / Q_1}{(P_2 - P_1) / P_1} = \frac{\Delta Q / Q_1}{\Delta P / P_1} = \frac{\Delta Q \times P_1}{\Delta P \times Q_1}$$

E = elastisitas harga

ΔQ = perubahan kuantitas permintaan

ΔP = perubahan harga

P1 = harga mula-mula

Q1 = kuantitas permintaan mula-mula

2. Menghitung harga jual yang harus ditetapkan, berdasarkan ketentuan apabila $E < 1$ strategi yang dipilih adalah penurunan harga dan apabila $E > 1$ strategi yang dipilih adalah menaikkan harga.

Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

- (a) menghitung kenaikan volume penjualan dengan cara menghitung selisih penjualan tahun 1999 dengan penjualan tahun 1998.

- (b) menghitung besarnya prosentase penurunan atau kenaikan harga dengan formula (Swastha dan Irawan, 1990:280) :

$$\% \text{ penurunan/kenaikan harga} = \frac{\text{kenaikan volume penjualan}}{E \times \text{penjualan sebelum harga diturunkan/dinaikkan}}$$

(c) menghitung besarnya penurunan/kenaikan harga dengan formula (Swastha dan Irawan, 1990:280) :

$$\text{penurunan/kenaikan harga} = \% \text{ penurunan harga} / \% \text{ kenaikan harga} \times \text{mula-mula}$$

(d) menghitung harga jual yang harus ditetapkan dengan formula :

$$\text{Harga jual} = \text{harga jual mula-mula} + \text{besarnya penurunan/kenaikan harga}$$

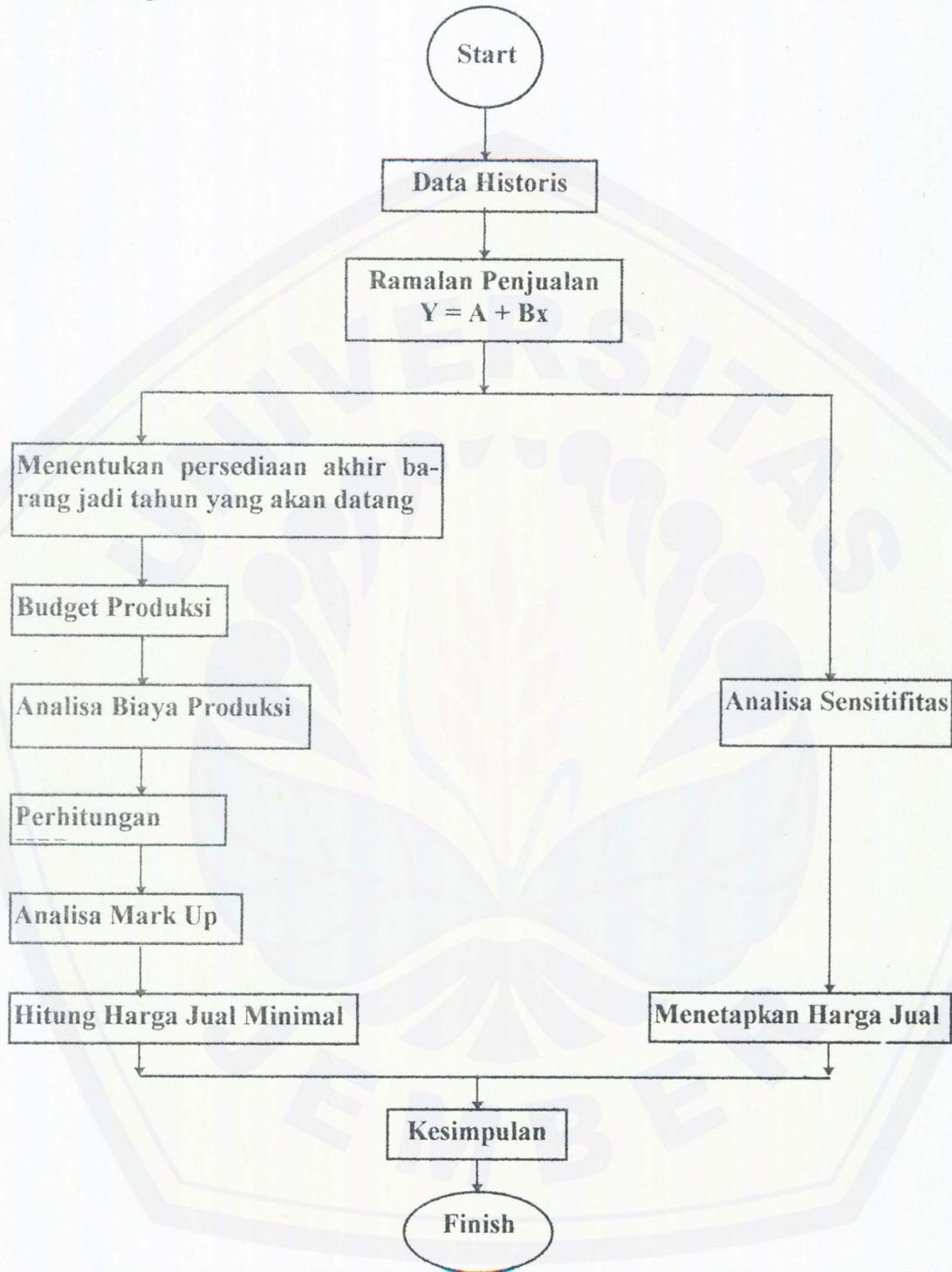
3.4 Terminologi

Untuk menghindari adanya perbedaan dalam menanggapi masalah ini maka perlu batasan pengertian sebagai berikut :

- a. Analisis adalah suatu penilaian atau studi pendalama terhadap suatu masalah atau keadaan tertentu untuk menentukan pentingnya masalah tersebut (Mulyadi, 1991:61).
- b. Harga jual adalah harga yang ditentukan untuk penjual atau produsen berdasarkan pada biaya perunit ditambah dengan suatu jumlah tertentu untuk laba yang diinginkan pada unit tersebut (Basu Swastha dan Irawan, 1990:154).
- c. Mark Up adalah jumlah rupiah yang ditambah pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual (Basu Swastha dan Irawan, 1990:256).
- d. MUC (*Mark Up on Cost*) adalah mark up yang didasarkan pada biaya (Basu Swastha dan Irawan, 1990:256).



3.5 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 1 : Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan :

- a. meramalkan penjualan tahun yang akan datang berdasarkan data historis perusahaan.
- b. sebelum menentukan budget produksi yang akan datang dicari lebih dulu nilai persediaan akhir untuk tahun yang akan datang.
- c. setelah diketahui besarnya ramalan penjualan dan nilai persediaan akhir tahun yang akan datang, dapat diketahui besarnya anggaran produksi.
- d. melakukan analisa biaya produksi untuk menghitung biaya-biaya produksi pada masa yang akan datang.
- e. menghitung HPP sehingga akan diketahui total biaya produksi.
- f. dilakukan analisis Mark Up dimana Mark Up merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual.
- g. menghitung harga jual minimal setiap jenis produk yang dapat diterima perusahaan dengan metode Mark Up Pricing.
- h. untuk menetapkan harga jual yang dapat mencapai penjualan yang direncanakan dilakukan dengan membagi prosentase perubahan jumlah unit yang dijual dengan prosentase perubahan harganya.
- i. menetapkan harga jual yang dapat mencapai penjualan yang direncanakan dengan mempertimbangkan elastisitasnya.
- j. kesimpulan.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada tanggal 30 Agustus 1945 H. Syahroni mendirikan perusahaan perseorangan dengan nama Perusahaan Tenun Siping yang berlokasi di daerah Lawang Desa Turi Rejo Kabupaten Malang, dengan surat izin No 73/HD/BPH atas nama H. Syahroni. Perusahaan ini masih menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin.

Pada tahun 1950 Perusahaan Tenun Siping dijual kepada H. Mohammad Haniman dari Probolinggo. Sejak dimiliki oleh Bapak H. Mohammad Haniman perusahaan ini mengalami kemajuan, ini dapat dilihat dari omset penjualan yang terus meningkat dan jenis peralatan yang dipakai. Alat tenun yang dipakai adalah Alat Tenun Mesin (ATM).

Untuk mengembangkan usahanya, pada tanggal 6 Januari 1965 H. Mohammad Haniman mendirikan perusahaan tenun di Probolinggo yang bernama Perusahaan Tenun Sapudi yang berlokasi di kecamatan Mayangan Kota Madya Probolinggo dengan surat izin No 4041/1553/DT/I/Dep. Perindustrian Tingkat I Jawa Timur atas nama Farida Haniman.

Perusahaan Tenun Siping yang berlokasi Di Lawang Kabupaten Malang dan perusahaan tenun Sapudi yang berlokasi di Probolinggo digabung menjadi satu pada tanggal 10 Mei 1969, badan usaha hasil penggabungan ini berbentuk perseroan terbatas yang bernama PT. Industri Sandang Siping yang berlokasi di kecamatan Mayangan Kota Madya Probolinggo. Perseroan ini merupakan perseroan tertutup artinya saham-sahamnya berasal dari keluarga sendiri.

Pada akhir tahun 1994 PT. Industri Sandang Siping menjual sebagian sahamnya kepada Bapak H. Abdurachman Bawasir yang juga bertindak sebagai distributor. Sehingga sampai tahun 1998 saham PT. Industri Sandang Siping

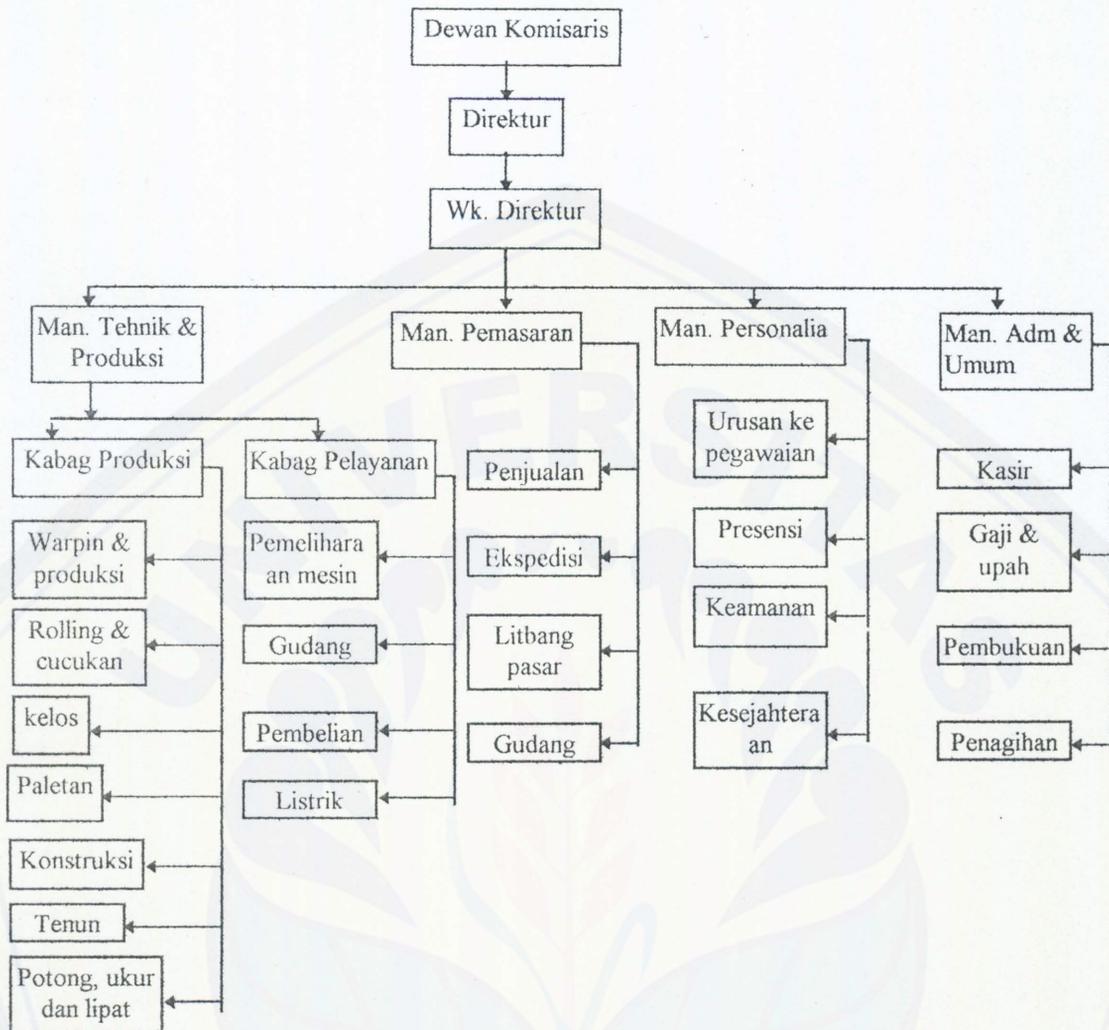
dimiliki oleh dua keluarga yaitu Bapak H. Mohammad Haniman dan H. Abdurachman Bawasir.

Pada bulan Januari 1998 Bapak H. Mohammad Haniman meninggal dunia dan sebagai pengganti pimpinan perusahaan digantikan oleh pترanya yaitu Bapak H. Mustofa. Perusahaan ini terus mengalami kemajuan sampai saat ini.

4.1.2 Struktur Organisasi

Setiap organisasi selalu memiliki suatu hirarki, yang artinya dalam organisasi selalu terdapat apa yang dinamakan aspek atasan-bawahan. Kerjasama ini berlangsung secara teratur berdasarkan aturan dan prinsip tertentu yang dilakukan oleh sekelompok orang berdasarkan perjanjian untuk bekerjasama. Jadi dalam mendukung tercapainya tujuan perusahaan sangatlah penting disusun struktur organisasi secara tepat sesuai kebutuhan sebab dapat diketahui tugas, wewenang dan tanggung jawab dari setiap karyawan perusahaan.

Struktur organisasi yang dipakai oleh PT. Industri Sandang Simpang adalah struktur organisasi garis, karena antara pimpinan perusahaan dan bawahannya merupakan satu garis lurus, karena masing-masing bertanggung jawab kepada top manajer dan semakin ke bawah wewenang serta tanggung jawab anggota semakin kecil. Secara hirarkis struktur organisasi PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo terdapat pada gambar berikut ini :



Gambar 2 : Struktur Organisasi PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

Sumber data : PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

Tata kerja organisasi PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo secara umum adalah:

1. Dewan Komisaris

- memilih dan mengangkat serta memperhatikan direktur
- setiap periode tertentu meminta pertanggung jawaban direktur
- menilai, mengawasi segala tindakan direktur dalam menjalankan tugasnya

- memberikan pandangan-pandangan secara garis besar apa yang seharusnya dilakukan direktur
- bertanggung jawab atas kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan

2. Direktur

- menetapkan kebijaksanaan umum perusahaan bersama-sama dengan staf dalam rangka mencapai tujuan perusahaan
- bertanggung jawab terhadap kebijakan perusahaan
- merencanakan pengembangan/kegiatan perusahaan
- bertanggung jawab terhadap dewan komisaris
- membina koordinasi dan kerjasama yang baik diantara semua bagian
- mengarahkan, mengawasi dan meminta pertanggung jawaban para bawahan
- atas tugas yang telah dibebankan kepadanya
- mewakili perusahaan dalam mengadakan hubungan keluar dan mewakili
- para persero untuk hubungan keluar maupun kedalam

3. Wakil Direktur

- membantu direktur dalam menjalankan tugas sehari-hari dan dalam mengawasi pelaksanaan kebijaksanaan yang telah ditetapkan
- mengambil tindakan perbaikan jika dalam kebijaksanaan perusahaan terdapat kesalahan dan penyimpangan
- menerima saran dari bawahan untuk kepentingan perusahaan dan bilamana saran tersebut cukup beralasan selanjutnya akan diteruskan pada direktur
- meminta pertanggungjawaban dari kepala bagian
- bertanggung jawab pada direktur dalam mengemban tugas yang dibebankan

4. Manajer Tehnik dan Produksi

- mengadakan perencanaan, persiapan, pelaksanaan dan pengawasan berkaitan dengan bidang produksi dan pekerjaannya
- menetapkan kebijaksanaan dibidang produksi dalam rangka menunjang kebijaksanaan perusahaan
- mengatur fasilitas-fasilitas yang diperlukan oleh karyawan dalam melaksanakan tugasnya
- mengadakan pengawasan secara keseluruhan didalam perusahaan
- membantu direktur dalam memikirkan dan merumuskan kabijaksanaan tehnik dan produksi serta melaksanakan kebijakan tertentu

Guna memudahkan tugasnya, dibantu oleh dua kepala bagian :

a. Kepala Bagian Produksi

- bertanggungjawab terhadap bagian yang dipimpinnya
- menjalin hubungan baik dan harmonis baik vertikal maupun horisontal

Kepala bagian produksi dibantu oleh bagian warpin dan produksi, rolling dan cucukan, kelos, paletan, konstruksi, tenun, potong dan ukur serta lipat.

Dimana tugas dan tanggungjawabnya :

- bertanggungjawab terhadap seksi yang dipimpinnya
- bertanggungjawab terhadap manajer tehnik dan produksi

b. Kepala Bagian Pelayanan

- bertanggungjawab terhadap bagian yang dipimpinnya
- menjalin hubungan baik dan harmonis baik vertikal maupun horisontal

Kepala bagian pelayanan dibantu oleh bagian pemeliharaan mesin, gudang, pembalian, listrik.

Dimana tugas dan tanggungjawabnya :

- bertanggungjawab terhadap seksi yang dipimpinnya
- bertanggungjawab terhadap manajer tehnik dan produksi

5. Manajer Pemasaran

- membantu, memikirkan, merumuskan dan melaksanakan kebijaksanaan dalam bidang pemasaran hasil produksi
- memberikan bimbingan, mengkoordinir dan melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan tugas yang didelegasikan
- memasarkan hasil produksi dan mencari pesanan-pesanan baru serta berusaha memperluas daerah pemasaran
- melakukan sales promotion guna meningkatkan volume penjualan

Guna memudahkan tugasnya, dibantu oleh:

- bagian penjualan
- bagian ekspedisi
- bagian litbang pasar
- bagian gudang

Dimana tugas dan tanggungjawabnya :

- bertanggungjawab terhadap seksi yang dipimpinnya
- bertanggungjawab terhadap manajer pemasaran

6. Manajer Personalia

- membantu direktur dalam memikirkan, merumuskan dan melaksanakan kebijaksanaan didalam bidang kepegawaian dan keamanan perusahaan
- memberi bimbingan, mengkoordinir dan melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan wewenang yang didelegasikan
- mengusahakan dan menjaga suasana kerjasama yang sebaik-baiknya
- mempelajari sumber-sumber tenaga kerja yang dianggap baik dan efisien serta sesuai bagi perusahaan

Guna memudahkan tugasnya, dibantu oleh:

- bagian urusan kepegawaian
- bagian presensi

- bagian keamanan
- bagian kesejahteraan

Dimana tugas dan tanggungjawabnya :

- bertanggungjawab terhadap seksi yang dipimpinnya
- bertanggungjawab terhadap manajer personalia

7. Manajer Administrasi dan Umum

- menetapkan kebijaksanaan dibidang keuangan dalam rangka menunjang kebijaksanaan perusahaan
- mengadakan persiapan, perencanaan, pelaksanaan serta pengawasan yang berkaitan dengan masalah keuangan perusahaan
- memberikan laporan periodik kepada pimpinan tentang keuangan perusahaan perusahaan, aktivitas penjualan serta hutang piutang perusahaan

Guna memudahkan tugasnya, dibantu oleh:

- bagian kasir
- bagian gaji dan upah
- bagian pembukuan
- bagian penagihan

Dimana tugas dan tanggungjawabnya :

- bertanggungjawab terhadap seksi yang dipimpinnya
- bertanggungjawab terhadap manajer administrasi dan umum

4.1.3 Personalia Perusahaan

4.1.3.1 Jumlah Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang ada di PT. Industri Sandang Simping Probolinggo dapat dibagi menjadi dua yaitu :

1. Tenaga kerja tidak langsung

Yaitu tenaga kerja yang secara tidak langsung ikut dalam kegiatan proses produksi, seperti tenaga administrasi.

2. Tenaga kerja langsung

Tenaga kerja yang secara langsung ikut dalam kegiatan proses produksi dari bahan mentah sampai barang jadi, seperti :

- a. karyawan operator mesin tenun
- b. karyawan operator mesin relling
- c. karyawan operator mesin kelos
- d. karyawan operator mesin palet
- e. karyawan operator mesin scheer boom
- f. karyawan operator mesin penganjian
- g. karyawan operator mesin press
- h. karyawan operator mesin cucuk

karyawan bagian inspecting dan finishing

Adapun jumlah karyawan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1 Jumlah Karyawan PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

No	Karyawan	Jumlah	Total
1	Bulanan		
	- Laki-laki	62 orang	75 orang
	- Perempuan	13 orang	
2	Borongan		
	- Operator iwama utara A	34 orang	233 orang
	- Operator iwama utara B	34 orang	
	- Operator iwama utara C	22 orang	
	- Operator iwama selatan A	15 orang	
	- Operator iwama selatan B	15 orang	
	- Operator sakamoto A	10 orang	
	- Operator sakamoto B	10 orang	
	- Operator Toyota A	17 orang	
	- Operator Toyota B	17 orang	
	- Cucukan	12 orang	
	- Kelos A	17 orang	
	- Kelos B	17 orang	
	- Relling	8 orang	
	- Lipat sarung	5 orang	
3	Harian		
	- Dyering	8 orang	188 orang
	- Scheer boom kanji	13 orang	
	- Scherr boom	6 orang	
	- Palet A	10 orang	
	- Palet B	10 orang	
	- Palet C	8 orang	
	- Inspecting I	30 orang	
	- Inspecting II	53 orang	
	- Montir	23 orang	
	- Pembantu umum I	25 orang	
- Pembantu umum II	2 orang		
Jumlah			497 orang

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

4.1.3.2 Sitem Upah dan Gaji

Sistem pengupahan pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

a. Upah bulanan (gaji)

Yaitu upah atau gaji yang diberikan kepada karyawan bagian kantor dan dibayarkan setiap satu bulan sekali.

b. Upah harian dan borongan

Yaitu upah yang diberikan kepada karyawan bagian produksi, besarnya upah yang diterima berdasarkan hasil produksi yang dicapai dan apabila hasil produksi melebihi hasil standart yang ditetapkan akan mendapat premi. Untuk upah harian dibayarkan dua minggu sekali dan upah borongan satu minggu sekali.

4.1.3.3 Jam Kerja

Pembagian jam kerja pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Jam kerja tenaga kerja tak langsung (bagian kantor)

a. Untuk hari Senin sampai hari Jum'at, mulai jam 07.00 sampai 16.00. Jam istirahatnya jam 12.00 sampai 13.00, kecuali untuk hari Jum'at istirahat mulai jam 11.00 sampai 13.00.

b. Untuk hari Sabtu, jam kerja mulai 07.00 sampai jam 15.00.

Jam istirahatnya mulai jam 12.00 sampai 13.00.

2. Jam kerja tenaga kerja langsung

Untuk tenaga kerja langsung pembagian jam kerjanya dibagi menjadi tiga shift

a. Shift A, untuk hari Senin sampai hari Sabtu jam 06.45 sampai 14.45.

Jam istirahat jam 11.00 sampai 12.30 (sesuai dengan waktu sholat jum'at).

b. Shift B, untuk hari Senin sampai hari Sabtu jam 14.45 sampai 22.45.

Lamanya waktu istirahat 30 menit.

c. Shift C, untuk hari Senin sampai hari Sabtu jam 22.45 sampai 06.45.

Lamanya waktu istirahat 30 menit.



4.1.4 Kegiatan Produksi

4.1.4.1 Bahan Baku dan Bahan Penolong

Dalam menghasilkan sarung PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo selama ini menggunakan dua bahan baku, yaitu :

a. Direct Material

Direct Material adalah bahan baku yang langsung digunakan dalam proses produksi untuk memproduksi barang jadi, dimana bahan tersebut nampak pada barang jadi.

Tabel 4.2 Standart Persentase pemakaian Bahan Baku Pada Setiap Proses Produksi Menurut Jenis Produk Pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo.

Bahan Baku yang digunakan	Proporsi Penggunaan (%)		
	Al Mukaddam	MHS	Simping
Benang Type TR-45	0,31	0,25	0,22
Benang Type TR-30	0,24	0,20	0,150
Benang Type TR-20	0,16	0,18	0,130

Sumber : PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

Tabel 4.3 Perkembangan Harga Bahan Baku Pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo Tahun 1995-1999 (Rp/bal).

Bahan baku	1995	1996	1997	1998	1999
Benang Type TR-45	1.075.000	1.100.000	1.150.000	1.150.000	1.200.000
Benang Type TR-30	975.000	1.000.000	1.000.000	1.075.000	1.100.000
Benang Type TR-20	915.000	925.000	930.000	940.000	950.000

Sumber : PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

1 bal benang menghasilkan 300 lembar sarung.

Tabel 4.4 Harga Bahan Baku Benang Pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo Tahun 1995-1999 (Rp/lembar)

Bahan baku	1995	1996	1997	1998	1999
Benang Type TR-45	3.583	3.666	3.833	3.833	4.000
Benang Type TR-30	3.250	3.333	3.333	3.583	3.666
Benang Type TR-20	3.050	3.083	3.100	3.133	3.166

Sumber : PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo

b. Indirect Material

Jenis Indirect Material yang digunakan untuk memproduksi kain sarung yaitu :

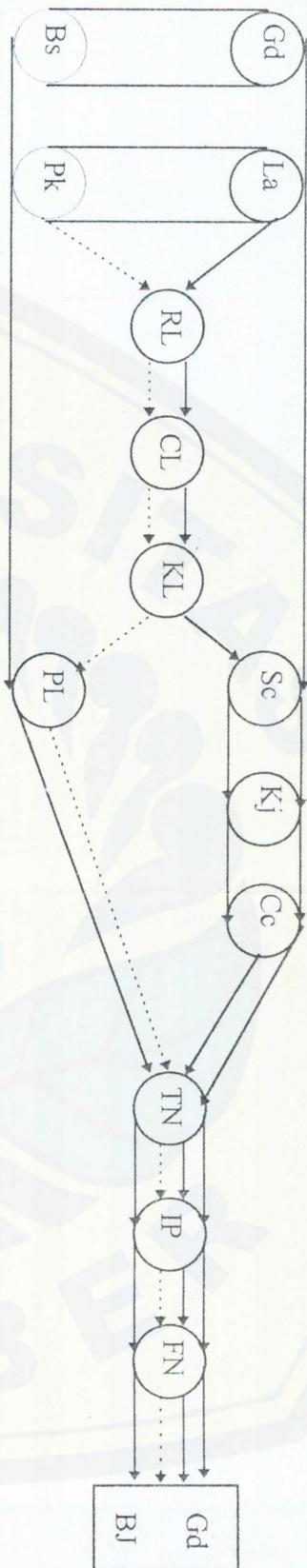
- Hidro Sulfit
- Caustic Soda
- Garam dapur

Sedangkan cat yang digunakan adalah :

- Cat indenthern, Blue RSM, Breen B
- Violet
- Naptol, AS.G, AS.BO, AS.BR,AS
- Silver

4.1.4.2 Proses Produksi

Kegiatan proses produksi dari bahan mentah sampai menjadi barang jadi yang siap dipasarkan yang dilakukan PT. Industri Sandang Simping Probolinggo dapat dilihat pada gambar proses produksi sarung berikut ini :



Ket :

- | | | | |
|-------|---------------------|-------|----------------------|
| Gd BB | : Gudang Bahan Baku | Kj | : Kanjian |
| Ls | : Benang Lunai | Cc | : Cucekan |
| Pk | : Benang Pakan | TN | : Tenun |
| CL | : Celupan | Ip | : Inspeking |
| KL | : Kelosan | FN | : Finishing |
| PL | : Paletan | RL | : Relling |
| So | : Sohear | Gd BJ | : Gudang Barang Jadi |

Gambar 3 : Peta Proses Produksi Sarung PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Keterangan proses produksi sarung PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo :

c. Mesin Relling

Benang lusi dan benang pakan yang masih berbentuk cones, dalam hal ini diuraikan dulu melalui mesin relling untuk dijadikan benang yang berbentuk ukelan.

d. Pencelupan

Dari mesin relling benang yang sudah berbentuk ukelan masuk ke bagian pencelupan. Pada proses ini benang dimasukkan ke dalam zat pewarna yang sudah dicampur air selama 15 menit dan benang dikeringkan dengan menggunakan alat pengering serta dibawah sinar matahari.

e. Mesin Kelos

Benang yang masi berbentuk ukelan dan sudah berwarna diproses menjadi benang yang berbentuk kelosan.

f. Scheer Boom dar. Pemaletan

1. Pada bagian ini benang yang sudah berbentuk kelos dibagi menjadi dua, yaitu untuk benang lusi masuk ke bagian scheer boom, bertujuan untuk menentukan corak sarung.

2. Untuk benang pakan masuk bagian pemaletan, pada bagian ini benang digulung menjadi gulungan kecil berbentuk palet yang dapat dimasukkan kedalam sekoci mesin tenun.

g. Proses penganjian

Proses ini hanya untuk benang lusi. Benang lusi yang sudah diproses dibagian scheer boom dimasukkan de mesin penganjian dan benang ini akan keluar sudah dalam bentuk kering. Proses ini bertujuan agar benang lusi lebih kuat dan mempunyai warna yang terang.

h. Pencucukan

Pada proses ini benang lusi dimasukkan kedalam sisir-sisir mesin tenun satu persatu. Dalam proses ini menggunakan tenaga manusia.

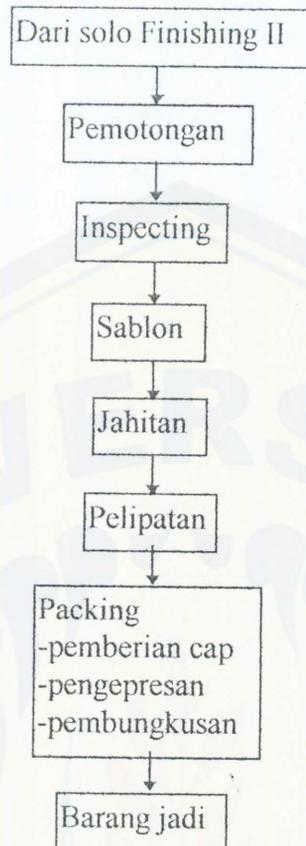
i. Mesin tenun

Benang lusi yang sudah dimasukkan kedalam sisir-sisir mesin tenun dimasukkan ke mesin tenun. Demikian juga dengan benang pakan yang sudah berbentuk palet dimasukkan ke dalam sekoci mesin tenun kemudian keduanya sama-sama diproses menjadi sarung.

j. Inspecting/Finishing I

Dari mesin tenun sarung masuk ke bagian inspecting (pemeriksaan). Pada bagian ini sarung diperiksa mengenai kondisi sarung apakah ada cacat atau tidak apabila keadaan sarung sudah baik maka sarung dikirim ke tahap finishing II yaitu di Solo. Pada finishing II ini sarung dibuat menjadi lebih lentur, halus, tidak berbulu dan mempunyai warna yang terang. Dari finishing II di Solo ini sarung masuk ke finishing II di pabrik II Mayangan PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo. Untuk lebih jelasnya mengenai finishing II dapat dilihat pada gambar berikut ini :





Gambar 3 : Proses finishing II Pada Pabrik II PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo

Sumber data : PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo

Keterangan pelaksanaan proses finishing II

a. Pemotongan

Pada proses ini sarung yang sudah selesai dari finishing II disolo dipotong menjadi lembaran sarung.

b. Inspecting

Pada proses ini sarung lembaran dikontrol apakah ada cacatnya atau tidak dan juga untuk menentukan kualitas sarung, yaitu ; kualitas "A", kualitas "B", kualitas "C" C1, C2, dan C3.

c. Sablon

Pada proses ini sarung diberi merk dengan cara disablon, warna sablon putih.

d. Jahitan

Pada proses ini sarung yang sudah disablon dijahit menjadi sarung yang dapat dipakai.

e. Pelipatan dan pemberian cap

Pada proses pelipatan, sarung dilipat menjadi lipatan besar dan lipatan kecil serta diberi cap dari kertas yang ditempelkan pada sarung.

f. Pengepresan dan pengepakan

Sarung yang sudah dilipat dan diberi cap dimasukkan ke dalam mesin pengepresan. Ini bertujuan agar lipatan sarung tidak terlalu tebal. Kemudian sarung dibungkus dengan plastik yang sudah ada merknya dan dipak dengan cara dimasukkan ke dalam kardus. Setiap kardus berisi 10 sarung dalam berbagai corak.

g. Gudang barang jadi

Sarung yang sudah siap dipasarkan masuk gudang barang jadi untuk menunggu pengiriman ke distributor.

4.1.5 Hasil Produksi

Produk yang dihasilkan PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo saat ini berupa sarung dengan berbagai corak dan merk. Adapun perkembangan produksi sarung yang diproduksi oleh PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo selama tahun 1995-1999 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.5 Hasil Produksi Menurut Jenis Produk Pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 1995-1999 (lembar).

Jenis Produk (Merk)	1995	1996	1997	1998	1999
Al Mukaddam	138.697	140.276	145.535	151.903	159.162
MHS	162.555	171.464	184.010	197.646	209.282
Simping	192.733	204.376	217.699	233.146	248.628
Jumlah	493.985	516.116	547.244	582.695	617.072

Sumber : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Sedangkan informasi mengenai harga pokok produksi tiap jenis sarung dari tahun 1995 sampai tahun 1999 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.6 Harga Pokok Produksi Sarung Jenis Al Mukaddam pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 1995 - 1999 (rupiah)

Keterangan	Tahun				
	1995	1996	1997	1998	1999
Biaya Bahan Baku	331.249.302	349.125.516	370.914.340	401.997.060	429.491.941
Biaya TKL	246.207.040	267.043.750	298.584.688	348.301.231	374.715.233
B.O.P	349.070.762	369.981.014	391.441.122	407.218.167	459.698.268
H.P Produksi	926.457.104	986.140.280	1.060.950.150	1.167.526.458	1.263.905.442
Produksi (lembar)	138.697	140.276	145.535	151.903	159.162
H.P Produksi/lembar	6.680	7.030	7.290	7.686	8.041

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Tabel 4.7 Harga Pokok Produksi Sarung Jenis MHS pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 1995 - 1999 (rupiah)

Keterangan	Tahun				
	1995	1996	1997	1998	1999
Biaya Bahan Baku	312.633.400	355.778.912	401.373.355	441.374.183	491.621.112
Biaya TKL	228.117.487	268.198.075	321.209.703	383.245.606	424.753.077
B.O.P	339.159.328	377.405.777	402.270.072	453.754.539	520.461.581
H.P Produksi	879.910.215	1.001.382.764	1.124.853.130	1.278.374.328	1.461.834.770
Produksi (lembar)	162.555	171.646	184.010	197.646	209.282
H.P Produksi/lembar	5.413	5.834	6.113	6.468	6.985

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Tabel 4.8 Harga Pokok Produksi Sarung Jenis Simpung pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo Tahun 1995 - 1999 (rupiah)

Keterangan	Tahun				
	1995	1996	1997	1998	1999
Biaya Bahan Baku	277.733.895	313.953.189	371.560.476	432.213.946	486.196.392
Biaya TKL	209.267.340	248.712.116	294.161.117	349.447.606	400.106.173
B.O.P	323.283.661	358.048.575	393.587.587	447.251.014	509.743.655
H.P Produksi	810.284.896	920.713.880	1.049.309.180	1.228.912.566	1.396.046.220
Produksi (lembar)	192.733	204.376	217.699	233.146	248.628
H.P Produksi/lembar	4.204	4.505	4.820	5.271	5.615

Sumber data : PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo

4.1.6 Kegiatan Pemasaran

4.1.6.1 Daerah Pemasaran dan Saluran Distribusi

Dalam pemasaran hasil produksi PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo meliputi pasar dalam negeri dan pasar luar negeri. Sebagian besar kegiatan pemasaran dilakukan oleh distributor tunggal PT. Irama Minasari Surabaya. Disamping itu PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo juga melayani pembelian yang dilakukan oleh penduduk sekitar pabrik dalam jumlah tertentu, adapun pembagian daerah pemasarannya adalah :

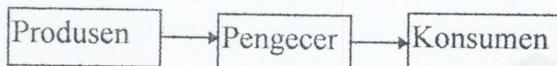
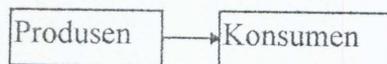
1. Daerah pemasaran dalam negeri
 - a. Daerah Jawa Timur, meliputi Surabaya, Madiun dan sekitarnya.
 - b. Daerah Jawa Tengah, meliputi Solo, Yogyakarta dan sekitarnya.
 - c. Daerah Jawa Barat, meliputi Bandung dan Jakarta.

2. Daerah pemasaran luar negeri

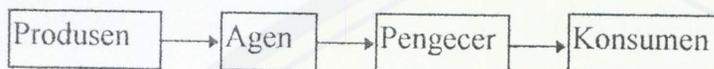
Daerah pemasaran luar negeri adalah negara-negara Timur Tengah dan negara Afrika.

Untuk memasarkan hasil produksinya PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo menggunakan saluran distribusi sebagai berikut :

1. Untuk daerah pemasaran yang dekat dengan lokasi pabrik



2. Untuk daerah pemasaran yang jauh dengan lokasi pabrik



4.1.6.2 Volume Penjualan dan Harga Jual Sarung

Perkembangan volume penjualan masing-masing jenis sarung yang dihasilkan PT. Industri Sandang Simping Probolinggo dari tahun 1995 sampai dengan tahun 1999 mengalami fluktuasi sesuai dengan permintaan konsumen. Volume penjualan tiap jenis sarung yang dihasilkan PT. Industri Sandang Simping Probolinggo dari tahun 1995 sampai dengan tahun 1999 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.9 Volume Penjualan Masing-Masing Jenis Sarung pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 1995 - 1999 (lembar)

Tahun	Jenis Sarung		
	Al Mukaddam	MHS	Simping
1995	135.634	159.466	192.703
1996	141.857	173.977	203.494
1997	146.772	185.633	218.553
1998	151.536	195.842	235.710
1999	161.069	210.530	250.795
Jumlah	736.868	925.448	1.101.255

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Tabel 4.10 Volume Penjualan Menurut Jenis Produk Pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 1995-1999 (rupiah).

Tahun	Al Mukaddam	MHS	Simping	Jumlah
1995	976.564.800	908.956.200	867.163.500	2.752.684.500
1996	1.063.927.500	1.061.259.700	966.596.500	3.091.783.700
1997	1.137.483.000	1.188.051.200	1.114.620.300	3.440.154.500
1998	1.212.288.000	1.321.933.500	1.296.405.000	3.830.626.500
1999	1.369.086.500	1.515.816.000	1.467.150.750	4.350.053.250

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

Adapun harga jual yang ditetapkan oleh PT. Industri Sandang Simping Probolinggo untuk tiap jenis sarung dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.11 Harga jual Persarung Masing-Masing Jenis Sarung pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 1995 - 1999

Tahun	Jenis Sarung		
	Al Mukaddam	MHS	Simping
1995	7.200	5.700	4.500
1996	7.500	6.100	4.750
1997	7.750	6.400	5.100
1998	8.000	6.750	5.500
1999	8.500	7.200	5.850

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

PT. Industri Sandang Simping Probolinggo dalam menangani kelebihan produk adalah dengan cara mentimpan di gudang, yang pelaksanaan penjualannya menunggu produk berikutnya. Untuk memperjelas persediaan barang jadi maka disajikan data mengenai persediaan awal dan persediaan akhir dari masing-masing jenis sarung.

Tabel 4.12 Persediaan Awal dan Persediaan Akhir Masing-Masing Jenis Sarung pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 1995 - 1999 (lembar)

Tahun	Jenis Sarung					
	Al Mukaddam		MHS		Simping	
	Pers. Awal	Pers. Akhir	Pers. Awal	Pers. Akhir	Pers. Awal	Pers. Akhir
1995	4.820	7.883	5.721	8.810	9.210	9.240
1996	7.883	7.302	8.810	6.297	9.240	10.122
1997	7.302	6.065	6.297	4.674	10.122	9.268
1998	6.065	6.432	4.674	6.478	9.268	6.704
1999	6.432	4.525	6.478	5.230	6.704	4.527

Sumber data : PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

4.2 Analisa Data

4.2.1 Penentuan Harga Jual Minimal

Perusahaan di dalam kebijaksanaan tentang penetapan harga jual produk, sebaiknya juga mempertimbangkan tingkat harga jual minimal yang dapat diterima oleh perusahaan. Untuk menentukan harga jual minimal yang dapat diterima oleh perusahaan diperlukan langkah-langkah sebagai berikut :

4.2.1.1 Rencana Penjualan

Rencana penjualan sarung jenis AI Mukaddam, MHS dan Simping untuk tahun 2000 pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo, mendasarkan diri pada data historis penjualan selama 5 tahun terakhir, yaitu mulai tahun 1995 sampai dengan tahun 1999. Analisa yang digunakan untuk merencanakan penjualan tahun 2000 adalah Trend Linier dengan Metode Least Square.

Besarnya rencana penjualan tahun 2000 ketiga jenis produk sarung yang dihasilkan PT. Industri Sandang Simping Probolinggo berdasarkan perhitungan pada lampiran 1, 2 dan 3 adalah :

- a. Sarung jenis AI Mukaddam = 165.538 lembar sarung
- b. Sarung jenis MHS = 222.288 lembar sarung
- c. Sarung jenis Simping = 264.771 lembar sarung

4.2.1.2 Anggaran Produksi

Anggaran produksi merupakan jumlah produk yang akan diproduksi oleh perusahaan untuk memenuhi rencana penjualan. Hal ini dapat dihitung dengan memperhatikan volume penjualan yang akan dicapai dan juga memperhatikan persediaan awal dan persediaan akhir produk jadi.

Penentuan besarnya anggaran produksi sarung jenis AI Mukaddam, MHS dan Simping untuk tahun 2000 pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo diperlukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Perhitungan Tingkat Perputaran Pesediaan (ITO)

Formula untuk menghitung tingkat perputaran persediaan (ITO) adalah :

$$\text{ITO} = \frac{\text{Rencana Penjualan}}{\frac{\text{Persediaan Awal} + \text{Persediaan Akhir}}{2}}$$

Adapun perhitungan tingkat perputaran persediaan (ITO) kedua jenis produk sarung untuk tahun 2000 pada PT. Industri Sandang Samping Probolinggo, berdasarkan pada perhitungan lampiran 4, 5 dan 6 adalah :

- 1). Sarung jenis AI Mukaddam = 32,98 kali
- 2). Sarung jenis MHS = 40,68 kali
- 3). Sarung jenis Samping = 54,00 kali

b. Perhitungan Persediaan Akhir

1) AI Mukkadam

$$\begin{aligned} \text{Persediaan Akhir} &= \frac{165.538 \times 2 - 4.525 \times 32,98}{32,98} \\ &= \frac{331.076 - 149.234,5}{32,98} \\ &= 5.513,7 \\ &= 5.514 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi persediaan akhir sarung jenis AI Mukaddam untuk tahun 2000 adalah 5.514 lembar sarung.

2) MHS

$$\begin{aligned} \text{Persediaan Akhir} &= \frac{222.288 \times 2 - 5.230 \times 40,68}{40,68} \\ &= \frac{444.576 - 212.756,4}{40,68} \\ &= 5.698,61 \\ &= 5.699 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi persediaan akhir sarung jenis MHS untuk tahun 2000 adalah 5.699 lembar sarung.

3) Simping

$$\begin{aligned}
 \text{Persediaan Akhir} &= \frac{264.771 \times 2 - 4.527 \times 54,00}{54,00} \\
 &= \frac{529.542 - 244.458}{54,00} \\
 &= 5.279,33 \\
 &= 5.279 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

Jadi persediaan akhir sarung jenis Simping untuk tahun 2000 adalah 5.279 lembar sarung.

c. Penyusunan Anggaran Produksi

Anggaran Produksi Sarung Jenis AI- Mukkadam, MHS dan Simping untuk tahun 2000 pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo

1. AI- Mukkadam

Penjualan	165.538
Persediaan Akhir	5.514
Jumlah	<u>171.052</u>
Persediaan Awal	4.525
Anggaran Produksi	<u>166.527</u>

Jadi anggaran produksi saruk jenis AI-Mukkadam untuk tahun 2000 adalah sebesar 166.527 lembar sarung.

2. MHS

Penjualan	222.288
Persediaan Akhir	5.699
Jumlah	<u>227.987</u>
Persediaan Awal	5.230
Anggaran Produksi	<u>222.757</u>

Jadi anggaran produksi saruk jenis MHS untuk tahun 2000 adalah sebesar 222.757 lembar sarung.



3. Simping

Penjualan	264.771
Persediaan Akhir	5.279
Jumlah	<u>270.050</u>
Persediaan Awal	4.527
Anggaran Produksi	<u>265.523</u>

Jadi anggaran produksi saruk jenis Simping untuk tahun 2000 adalah sebesar 265.523 lembar sarung.

4.2.1.3 Menghitung Harga Pokok Produksi

Untuk menghitung biaya produk persatuan dibuat suatu laporan harga pokok produksi. Adapun laporan harga pokok produksi berdasarkan berdasarkan lampiran 7, 8, 9, 10, 11, 12 dan 13 adalah :

1. Sarung Jenis Al-Mukkadam

Biaya Bahan Baku	448.423.326
Biaya Tenaga Kerja Langsung	420.730.466
Biaya Overhead Pabrik	497.811.026 +
Harga Pokok Produksi	<u>1.366.964.818</u>

$$\begin{aligned}
 \text{HP Produksi Perlembar sarung} &= \frac{\text{Harga Pokok Produksi}}{\text{Anggaran Produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp 1.366.964.818}}{166.527} \\
 &= \text{Rp8.208,67}
 \end{aligned}$$

Jadi HP Produksi perlembar sarung untu sarung jenis Al Mukaddam tahun 2000 adalah Rp 8.208,67 perlembar sarung.

2. Sarung Jenis MHS

Biaya Bahan Baku	525.453.662
Biaya Tenaga Kerja Langsung	485.481.061
Biaya Overhead Pabrik	585.788.538 +
Harga Pokok Produksi	<u>1.596.723.261</u>

$$\begin{aligned} \text{HP Produksi Perlembar sarung} &= \frac{\text{Harga Pokok Produksi}}{\text{Anggaran Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp 1.596.723.261}}{222.757} \\ &= \text{Rp 7.168} \end{aligned}$$

Jadi HP Produksi perlembar sarung untu sarung jenis MHS tahun 2000 adalah Rp 7.168 perlembar sarung.

3. Sarung Jenis Siping

Biaya Bahan Baku	500.992.192
Biaya Tenaga Kerja Langsung	471.462.639
Biaya Overhead Pabrik	572.393.241 +
Harga Pokok Produksi	<u>1.544.848.072</u>

$$\begin{aligned} \text{HP Produksi Perlembar sarung} &= \frac{\text{Harga Pokok Produksi}}{\text{Anggaran Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp 1.544.848.072}}{265.523} \\ &= \text{Rp 5.818,13} \end{aligned}$$

Jadi HP Produksi perlembar sarung untuk sarung jenis Al Mukaddam tahun 2000 adalah Rp 5.818,13 perlembar sarung.

4.2.1.4 Menentukan Besarnya Mark Up

Untuk menentukan besarnya mark up tahun 2000 digunakan asumsi mark up tahun 2000 sama dengan mark up rata-rata tahun sebelumnya. Formula untuk menghitung mark up adalah :

$$X = (X_1 + X_2 + \dots + X_n) / n$$

Berdasarkan lampiran 14, 15 dan 16 hitung rata-rata mark up cost ketiga produk sebagai berikut:

a) Sarung jenis Al-Mukaddam

$$\begin{aligned} X &= \frac{7,78\% + 6,68\% + 6,31\% + 4,08\% + 5,70\%}{5} \\ &= \frac{30,55\%}{5} \\ &= 6,11\% \end{aligned}$$

Jadi rata - rata Mark Up Cost (MUC) untuk sarung jenis Al Mukaddam adalah 6,11%

b) Sarung jenis MHS

$$\begin{aligned} X &= \frac{5,30\% + 4,56\% + 4,69\% + 4,36\% + 3,08\%}{5} \\ &= \frac{21,99\%}{5} \\ &= 4,40\% \end{aligned}$$

Jadi rata - rata Mark Up Cost (MUC) untuk sarung jenis MHS adalah 4,40%

c) Sarung jenis Simping

$$\begin{aligned} X &= \frac{7,04\% + 5,44\% + 5,80\% + 4,34\% + 4,18\%}{5} \\ &= \frac{26,8\%}{5} \\ &= 5,36\% \end{aligned}$$

Jadi rata - rata Mark Up Cost (MUC) untuk sarung jenis Simping adalah 5,36%

4.2.1.5 Menghitung Harga Jual Minimal yang dapat diterima Perusahaan

Besarnya harga jual minimal ketiga jenis produk yang dapat diterima oleh perusahaan, perhitungannya menggunakan formula sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Biaya Produksi} + \text{Mark Up} \\ &= \text{Biaya Produksi} + (\% \text{Mark Up} \times \text{Biaya Produksi}) \end{aligned}$$

Adapun perhitungan harga jual yang dapat diterima oleh perusahaan untuk ketiga produk adalah :

- a. Sarung jenis Al Mukaddam

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Rp } 8.208,67 + (6,11\% \times \text{Rp } 8.208,67) \\ &= \text{Rp } 8.208,67 + \text{Rp } 501,55 \\ &= \text{Rp } 8.710 \end{aligned}$$

Jadi harga jual minimal yang dapat diterima oleh perusahaan untuk sarung jenis Al Mukaddam adalah Rp8710 perlembar sarung.

- b. Sarung jenis MHS

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Rp } 7.168 + (4,40\% \times \text{Rp } 7.168) \\ &= \text{Rp } 7.168 + \text{Rp } 315 \\ &= \text{Rp } 7.483 \end{aligned}$$

Jadi harga jual minimal yang dapat diterima oleh perusahaan untuk sarung jenis MHS adalah Rp 7.483 perlembar sarung.

- c. Sarung jenis Simpang

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Rp } 5.818,13 + (5,36\% \times \text{Rp } 5.181,13) \\ &= \text{Rp } 5.818,13 + \text{Rp } 311,85 \\ &= \text{Rp } 6.129,98 \\ &= \text{Rp } 6.130 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi harga jual minimal yang dapat diterima oleh perusahaan untuk sarung jenis Simpang adalah Rp 6.130 perlembar sarung.

4.2.2 Penetapan Harga Jual

Hubungan tingkat harga jual dengan volume penjualan sarung sangat kuat dan positif. Hal ini berarti bahwa naik turunnya volume penjualan, oleh karena itu rencana penetapan harga jual yang tepat akan sangat diperlukan agar dapat mencapai penjualan yang direncanakan.

Kebijaksanaan penetapan harga jual juga dipengaruhi oleh elastisitas harga, apabila $E < 1$, strategi yang dipilih adalah penurunan harga dan apabila $E > 1$, strategi yang dipilih adalah menaikkan harga.

Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk menetapkan harga jual sarung jenis Al Mukaddam, MHS dan Simpung agar dapat mencapai penjualan yang direncanakan adalah :

4.2.2.1 Analisis Sensitivitas Konsumen Terhadap Harga

Besarnya elastisitas harga ketiga produk dapat dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$E = \frac{(Q_2 - Q_1) / Q_1}{(P_2 - P_1) / P_1}$$

Berdasarkan lampiran 17, 18 dan 19 rata-rata tingkat elastisitas harga kedua jenis produk sarung tahun 2000 adalah :

Tabel 4.13 Perhitungan Tingkat Elastisitas Harga Sarung Al Mukaddam Pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo Tahun 1995-1999

Tahun	Penjualan	Harga	Elastisitas Harga
1995	135.634	7.200	-
1996	141.857	7.500	1,1011
1997	146.772	7.750	1,0394
1998	151.536	8.000	1,0062
1999	161.069	8.500	1,0065
Jumlah			4,1532

Sumber data : Tabel 9, 11 dan lampiran 17, data diolah.

$$\begin{aligned} \text{Rata - rata tingkat elastisitas harga} &= \frac{4,1532}{4} \\ &= 1,0383 \end{aligned}$$

Jadi rata - rata tingkat elastisitas harga sarung jenis Al Mukaddam untuk tahun 2000 adalah sebesar 1,0383.

Tabel 4.14 Perhitungan Tingkat Elastisitas Harga Sarung MHS Pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo Tahun 1995-1999

Tahun	Penjualan	Harga	Elastisitas Harga
1995	159.466	5.700	-
1996	173.977	6.100	1,2967
1997	185.633	6.400	1,3623
1998	195.842	6.750	1,0056
1999	210.530	7.200	1,1249
Jumlah			4,7895

Sumber data : Tabel 9, 11 dan lampiran 18 , data diolah.

$$\begin{aligned} \text{Rata - rata tingkat elastisitas harga} &= \frac{4,7895}{4} \\ &= 1,1974 \end{aligned}$$

Jadi rata - rata tingkat elastisitas harga sarung jenis MHS untuk tahun 2000 adalah sebesar 1,1974.

Tabel 4.15 Perhitungan Tingkat Elastisitas Harga Sarung Simpang Pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo Tahun 1995-1999

Tahun	Penjualan	Harga	Elastisitas Harga
1995	192.703	4.500	-
1996	203.494	4.750	1,0079
1997	218.553	5.100	1,0043
1998	235.710	5.500	1,0009
1999	250.795	5.850	1,0057
Jumlah			4,0188

Sumber data : Tabel 9, 11 dan lampiran 19, data diolah.

$$\begin{aligned} \text{Rata - rata tingkat elastisitas harga} &= \frac{4,0188}{4} \\ &= 1,0047. \end{aligned}$$

Jadi rata - rata tingkat elastisitas harga sarung jenis Simpang untuk tahun 2000 adalah sebesar 1,0047.

4.2.2.2 Menghitung Kenaikan Volume Penjualan

Besarnya kenaikan volume penjualan ketiga jenis produk, dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut :

Kenaikkan Volume Penjualan = Penjualan tahun 2000 - Penjualan tahun 1999

a) Sarung jenis Al Mukaddam

$$\begin{aligned} \text{Kenaikkan Volume Penjualan} &= 165.538 - 161.069 \\ &= 4.469. \end{aligned}$$

Jadi kenaikan volume penjualan sarung jenis Al Mukaddam adalah 4.469 lembar sarung.

b) Sarung jenis MHS

$$\begin{aligned} \text{Kenaikkan Volume Penjualan} &= 222.288 - 210.530 \\ &= 11.758. \end{aligned}$$

Jadi kenaikan volume penjualan sarung jenis MHS adalah 11.758 lembar sarung.

c) Sarung jenis Simping

$$\begin{aligned} \text{Kenaikkan Volume Penjualan} &= 264.771 - 250.795 \\ &= 13.976. \end{aligned}$$

Jadi kenaikan volume penjualan sarung jenis Simping adalah 13.976 lembar sarung.

4.2.2.3 Menghitung Besarnya Persentase Kenaikkan Harga

Besarnya persentase kenaikan harga ketiga jenis produk, dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$\text{Persentase Kenaikkan Harga} = \frac{\text{Kenaikkan Volume Penjualan}}{\text{Elastisitas} \quad \text{Penjualan Sebelum Harga Dinaikkan}}$$

a. Sarung jenis Al Mukaddam

$$\begin{aligned} \text{Persentase Kenaikkan Harga} &= \frac{4.469}{1,0383 \quad 161.069} \\ &= 0,0267 \\ &= 2,67\% \end{aligned}$$

Jadi besarnya persentase kenaikan harga untuk sarung jenis Al Mukaddam adalah sebesar 2,67%

b. Sarung jenis MHS

$$\begin{aligned} \text{Persentase Kenaikkan Harga} &= \frac{11.758}{1,1974 \quad 210.530} \\ &= 0,0466 \\ &= 4,66\% \end{aligned}$$

Jadi besarnya persentase kenaikan harga untuk sarung jenis MHS adalah sebesar 4,66%

c. Sarung jenis Simpung

$$\begin{aligned} \text{Persentase Kenaikkan Harga} &= \frac{13.976}{1,0047 \quad 250.795} \\ &= 0,0555 \\ &= 5,55\% \end{aligned}$$

Jadi besarnya persentase kenaikan harga untuk sarung jenis Simpung adalah sebesar 5,55%

2.2.4 Menghitung Besarnya Kenaikkan Harga

Besarnya kenaikan harga ketiga jenis produk dapat dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$\text{Kenaikkan Harga} = \% \text{Kenaikkan Harga} \times \text{Harga Mula-mula}$$

a. Sarung jenis Al Mukaddam

$$\begin{aligned} \text{Kenaikkan Harga} &= 2,67\% \times \text{Rp}8.500 \\ &= \text{Rp}227. \end{aligned}$$

Jadi besarnya kenaikan harga untuk sarung jenis Al Mukaddam adalah Rp 227.

b. Sarung jenis MHS

$$\begin{aligned} \text{Kenaikkan Harga} &= 4,66\% \times \text{Rp}7.200 \\ &= \text{Rp} 335 \end{aligned}$$

Jadi besarnya kenaikan harga untuk sarung jenis MHS adalah Rp335.

c. Sarung jenis Simping

$$\begin{aligned} \text{Kenaikkan Harga} &= 6,75\% \times \text{Rp}5.850 \\ &= \text{Rp } 324,67 \\ &= \text{Rp } 325 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi besarnya kenaikan harga untuk sarung jenis MHS adalah Rp 325.

4.2.2.5 Menghitung Harga Jual yang Harus Ditetapkan

Besarnya harga jual yang harus ditetapkan untuk ketiga jenis produk dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Jual Mula-mula} \times \text{Besarnya Kenaikkan Harga}$$

Adapun besarnya harga jual yang harus ditetapkan pada tahun 2000 agar dapat mencapai penjualn yang direncanakan adalah sebagai berikut :

a. Sarung jenis Al Mukaddam

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Rp}8.500 + \text{Rp } 227 \\ &= \text{Rp } 8.727 \end{aligned}$$

Jadi besarnya harga jual yang harus ditetapkan untuk sarung Al Mukaddam adalah Rp 8.727.

b. Sarung jenis MHS

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Rp } 7.200 + \text{Rp } 335 \\ &= \text{Rp } 7.535. \end{aligned}$$

Jadi besarnya harga jual yang harus ditetapkan untuk sarung MHS adalah Rp7.535.

c. Sarung jenis Simping

$$\begin{aligned} \text{Harga jual} &= \text{Rp } 5.850 + \text{Rp } 325 \\ &= \text{Rp } 6.175. \end{aligned}$$

Jadi besarnya harga jual yang harus ditetapkan untuk sarung Simping adalah Rp 6.175.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan secara statistik dengan menggunakan metode Least Square dan penetapan harga yang berorientasi pada biaya (*cost oriented pricing*), PT. Industri Sandang Simping Probolinggo dapat menaikkan harga jual produk sarungnya sebagai berikut:

- a. Sarung jenis Al Mukaddam sebesar Rp 8.727 dengan mempertimbangkan harga jual minimal sebesar Rp 8.710
- b. Sarung jenis MHS sebesar Rp7.535 dengan mempertimbangkan harga jual minimal sebesar Rp 7.483
- c. Sarung jenis Simping sebesar Rp 6.175 dengan mempertimbangkan harga jual minimal sebesar Rp 6.130

Apabila perusahaan menggunakan harga jual hasil penelitian ini, keuntungannya adalah :

1. penjual lebih pasti tentang biayanya daripada permintaannya. Dengan mengaitkan harga dengan biaya, penjual menyederhanakan penetapan harganya serta tidak perlu melakukan penyesuaian harga dengan berubahnya permintaan.
2. harga akan cenderung sama, persaingan harga karenanya akan minimal.
3. lebih adil bagi pembeli atau penjual, karena penjual tidak akan mengambil keuntungan dari pembeli ketika permintaan meningkat.

Metode penetapan harga yang berorientasi pada biaya (*cost oriented pricing*) tidak selalu digunakan karena banyak faktor yang harus dipikirkan seorang manager untuk mengalokasikan biaya mark up, seperti ada tidaknya produk (ketersediaan produk), perputaran produksi, tingkat resiko yang harus ditanggung oleh perusahaan, penambahan konsumen (*consumary mark up*), biaya inventarisasi, target pengembalian modal, model pembayaran. Tetapi kunci dari semua itu adalah elastisitas harga permintaan yaitu kepekaan konsumen terhadap harga produksi.

Keputusan terakhir berada ditangan perusahaan itu sendiri yaitu PT. Industri Sandang Simping Probolinggo dalam menentukan harga jual produknya. Apabila PT.

Industri Sandang Simpang Probolinggo menggunakan harga jual sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan, hal ini disebabkan karena ada problem tambahan (*added problem*) yang saling bergantung antara kondisi intern perusahaan dengan kondisi ekstern perusahaan misalnya faktor cuaca, kondisi ekonomi, tenaga kerja dan sebagainya.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan yang telah dilakukan secara terperinci pada bab IV, tentang penetapan harga jual pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Harga jual minimal setiap jenis produk guna menutup biaya, sehingga dapat diterima perusahaan adalah :
 - 1) Sarung jenis Al Mukaddam sebesar Rp 8.710
 - 2) Sarung jenis MHS sebesar Rp 7.483
 - 3) Sarung jenis Simpung sebesar Rp 6.130
- b. Harga jual setiap jenis produk yang harus ditetapkan agar dapat mencapai penjualan yang direncanakan adalah :
 - 1) Sarung jenis Al Mukaddam sebesar Rp 8.727
 - 2) Sarung jenis MHS sebesar Rp 7.535
 - 3) Sarung jenis Simpung sebesar Rp 6.175

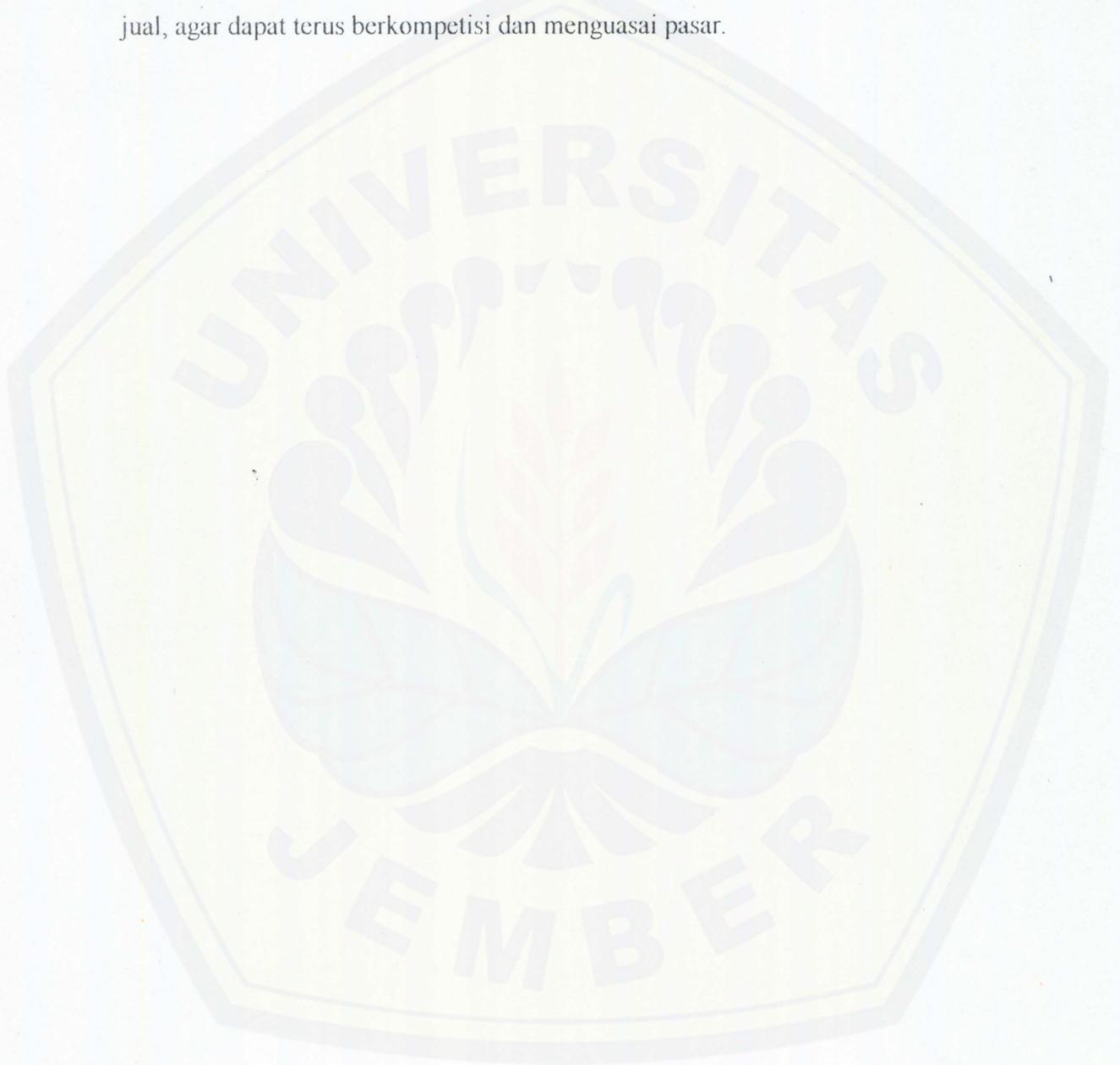
5.2 Saran-Saran

Berdasarkan pada hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka saran-saran yang dapat dikemukakan bagi perusahaan khususnya pihak manajemen dalam hal pengambilan kebijaksanaan penetapan harga jual sebagai usaha mencapai penjualan yang direncanakan adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mencapai penjualan yang direncanakan, maka harga jual yang ditetapkan tahun 2000 untuk sarung jenis Al Mukaddam sebesar Rp 8.727 dengan mempertimbangkan atau menggunakan harga jual minimal sebesar Rp 8.710, sarung jenis MHS sebesar Rp 7.535 dengan mempertimbangkan atau menggunakan harga jual minimal sebesar Rp 7.483 dan sarung jenis Simpung

sebesar Rp 6.245 dengan mempertimbangkan atau menggunakan harga jual minimal sebesar Rp 6.130.

- b. Sebaiknya perusahaan PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo tetap mengadakan pengawasan dan evaluasi terhadap kebijaksanaan penetapan harga jual, agar dapat terus berkompetisi dan menguasai pasar.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi Saputro dan Asri. 1992. *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta:BPFE UGM.
- Asri, M. 1990. *Marketing*. Yogyakarta:BPFE.
- Dajan, A. 1991. *Pengantar Metoda Statistika*, Jilid II. Jakarta:LP3ES.
- Diah Renita Fahdalia. 1999. *Analisis Penentuan Harga Jual Untuk Mencapai Penjualan Yang Direncanakan Pada PT. Sandang Kusuma Indonesia di Surakarta*.
- Gay dan Diehl. 1992. *Researc Methods For Business And Management*. Macmillan Publishing Company.
- Kotler, P. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan dari *Marketing Management Analisis and Control*. 1994. Jakarta:Salemba Empat.
- Marzuki. 1983. *Manajemen Personalia:Teknik dan Konsep Modern*. Jakarta:Erlangga.
- Mulyadi. 1991. *Akuntansi Biaya Peranan Biaya dalam Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta:BPFR UGM.
- Santo Adi Wijoyo. 1999. *Analisis Penetapan Harga Jual Sebagai Usaha Mencapai Penjualan Yang Direncanakan Pada PT. Nafu di Banyuwangi*.
- Supriyono. 1991. *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Biaya Serta Pengambilan Keputusan*. Edisi II. Yogyakarta:BPFE.
- Swastha dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II. Yogyakarta:Liberty.

Lampiran 1. Perhitungan Rencana Penjualan Sarung Jenis Al Mukaddam pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo Tahun 2000

Tahun	Penjualan (Y)	X	X ²	X.Y
1995	135.634	-2	4	-271.268
1996	141.857	-1	1	-141.857
1997	146.772	0	0	0
1998	151.536	1	1	151.536
1999	161.069	2	4	322.138
Jumlah	736.868	0	10	60.549

Sumber data : Tabel 9, data diolah

$$a = \frac{736.868}{5} = 147.373,6 \quad b = \frac{60.549}{10} = 6.054,9$$

$$\begin{aligned} Y &= a + bX \\ &= 147.373,6 + 6.054,9(X) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Untuk } X &= 3, \text{ maka} \\ &= 147.373,6 + 6.054,9(3) \\ &= 147.373,6 + 18.164,7 \\ &= 165.537,7 \\ &= 165.538 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi besarnya rencana penjualan sarung jenis Al Mukaddam tahun 2000 sebesar 165.538 lembar.

Lampiran 2. Perhitungan Rencana Penjualan Sarung Jenis MHS pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 2000

Tahun	Penjualan (Y)	X	X ²	X.Y
1995	159.466	-2	4	-318.932
1996	173.977	-1	1	-173.977
1997	185.633	0	0	0
1998	195.842	1	1	195.842
1999	210.530	2	4	421.060
Jumlah	925.448	0	10	123.993

Sumber data : Tabel 9, data diolah

$$a = \frac{925.448}{5} = 185.089,6 \quad b = \frac{123.993}{10} = 12.399,3$$

$$Y = a + bX \\ = 185.089,6 + 12.399,3(X)$$

Untuk X = 3, maka

$$= 185.089,6 + 12.399,3(3) \\ = 185.089,6 + 37.197,9 \\ = 222.287,5 \\ = 222.288 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi besarnya rencana penjualan sarung jenis MHS tahun 2000 sebesar 222.288 lembar.

Lampiran 3. Perhitungan Rencana Penjualan Sarung Jenis Simpang pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo Tahun 2000

Tahun	Penjualan (Y)	X	X ²	X.Y
1995	192.703	-2	4	-385.406
1996	203.494	-1	1	-203.494
1997	218.553	0	0	0
1998	235.710	1	1	235.710
1999	150.795	2	4	501.590
Jumlah	1.101.255	0	10	148.400

Sumber data : Tabel 9, data diolah

$$a = \frac{1.101.255}{5} = 220.251 \quad b = \frac{148.400}{10} = 14.840$$

$$\begin{aligned} Y &= a + bX \\ &= 220.251 + 14.840 (X) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Untuk } X &= 3, \text{ maka} \\ &= 220.251 + 14.840 (3) \\ &= 220.251 + 44.520 \\ &= 264.771 \end{aligned}$$

Jadi besarnya rencana penjualan sarung jenis Simpang tahun 2000
Sebesar 264.771 lembar.

Lampiran 4. Perhitungan Tingkat Perputaran Persediaan (ITO) Sarung Jenis AI Mukaddam pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 2000

a. Perincian perhitungan ITO tiap periode adalah :

$$\text{ITO tahun 1995} = \frac{135.634}{\frac{4.820 + 7.883}{2}} = 21,35$$

$$\text{ITO tahun 1996} = \frac{141.857}{\frac{7.883 + 7.302}{2}} = 18,68$$

$$\text{ITO tahun 1997} = \frac{146.772}{\frac{7.302 + 6.065}{2}} = 21,96$$

$$\text{ITO tahun 1998} = \frac{151.536}{\frac{6.065 + 6.432}{2}} = 24,25$$

$$\text{ITO tahun 1999} = \frac{161.069}{\frac{6.432 + 4.525}{2}} = 30,23$$

b. Perhitungan ITO tahun 2000 adalah :

$$Gm = \sqrt[4]{\frac{30,23}{21,35}} = 1,090837519$$

$$Xn = Gm^n \cdot Xo$$

$$\begin{aligned} X_{2000} &= 1,090837519^5 \cdot 21,35 \\ &= 1,544544178 \cdot 21,35 \\ &= 32,98 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi ITO sarung jenis AI Mukaddam pada tahun 2000 adalah 32,98 kali.

Sumber data : Tabel 9 dan 12, data diolah



**Lampiran 5. Perhitungan Tingkat Perputaran Persediaan (ITO) Sarung
Jenis MHS pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo
Tahun 2000**

a. Perincian perhitungan ITO tiap periode adalah :

$$ITO \text{ tahun } 1995 = \frac{159.466}{\frac{5.721 + 8.810}{2}} = 21,95$$

$$ITO \text{ tahun } 1996 = \frac{173.977}{\frac{8.810 + 6.297}{2}} = 23,03$$

$$ITO \text{ tahun } 1997 = \frac{185.633}{\frac{6.297 + 4.674}{2}} = 33,84$$

$$ITO \text{ tahun } 1998 = \frac{195.742}{\frac{4.674 + 6.478}{2}} = 35,12$$

$$ITO \text{ tahun } 1999 = \frac{210.530}{\frac{6.478 + 5.230}{2}} = 35,96$$

b. Perhitungan ITO tahun 2000 adalah :

$$Gm = \sqrt[4]{\frac{35,96}{21,95}} = 1,131348198$$

$$X_n = Gm^n \cdot X_0$$

$$\begin{aligned} X_{2000} &= 1,131348198^5 \cdot 21,95 \\ &= 1,853452447 \cdot 21,95 \\ &= 40,68 \end{aligned}$$

Jadi ITO sarung jenis MHS pada tahun 2000
adalah 40,68 kali.

Sumber data : Tabel 9 dan 12, data diolah

Lampiran 6. Perhitungan Tingkat Perputaran Persediaan (ITO) Sarung Jenis Simpung pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo Tahun 2000

a. Perincian perhitungan ITO tiap periode adalah :

$$ITO \text{ tahun } 1995 = \frac{192.703}{\frac{9.210 + 9.240}{2}} = 20,89$$

$$ITO \text{ tahun } 1996 = \frac{203.494}{\frac{9.240 + 10.122}{2}} = 21,02$$

$$ITO \text{ tahun } 1997 = \frac{218.553}{\frac{10.122 + 9.268}{2}} = 22,54$$

$$ITO \text{ tahun } 1998 = \frac{235.710}{\frac{9.268 + 6.704}{2}} = 29,51$$

$$ITO \text{ tahun } 1999 = \frac{250.795}{\frac{6.704 + 4.527}{2}} = 44,66$$

b. Perhitungan ITO tahun 2000 adalah :

$$Gm = \sqrt[4]{\frac{44,66}{20,89}} = 1,209191456$$

$$X_n = Gm^n \cdot X_0$$

$$\begin{aligned} X_{2000} &= 1,209191456^5 \cdot 20,89 \\ &= 2,5850881 \cdot 20,89 \\ &= 54,00 \end{aligned}$$

Jadi ITO sarung jenis Simpung pada tahun 2000 adalah 54,00 kali.

Sumber data : Tabel 9 dan 12, data diolah

Lampiran 7. Perhitungan Biaya Bahan Baku Masing-Masing Jenis Sarung pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo Tahun 2000

a. Perhitungan Biaya Bahan Baku Untuk Sarung AI Mukaddam pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo Tahun 2000

Jenis Bahan Baku	Satuan	Kebutuhan Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Jumlah Biaya
Benang TR-45	lembar	51.623	Rp 4.112	Rp 212.273.776
Benang TR-30	lembar	39.967	Rp 3.778	Rp 150.995.326
Benang TR-20	lembar	26.644	Rp 3.196	Rp 85.154.224
				Rp 448.423.326

Sumber data : Tabel 2 dan 4, data diolah.

b. Perhitungan Biaya Bahan Baku Untuk Sarung MHS pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo Tahun 2000

Jenis Bahan Baku	Satuan	Kebutuhan Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Jumlah Biaya
Benang TR-45	lembar	55.689	Rp 4.112	Rp 288.993.168
Benang TR-30	lembar	44.551	Rp 3.778	Rp 168.313.678
Benang TR-20	lembar	40.096	Rp 3.196	Rp 128.146.816
				Rp 525.453.662

Sumber data : Tabel 2 dan 4, data diolah.

c. Perhitungan Biaya Bahan Baku Untuk Sarung Simpung pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo Tahun 2000

Jenis Bahan Baku	Satuan	Kebutuhan Bahan Baku	Harga Bahan Baku	Jumlah Biaya
Benang TR-45	lembar	58.415	Rp 4.112	Rp 240.202.480
Benang TR-30	lembar	39.828	Rp 3.778	Rp 150.470.184
Benang TR-20	lembar	34.518	Rp 3.196	Rp 110.319.528
				Rp 500.992.192

Sumber data : Tabel 2 dan 4, data diolah.

Keterangan :

a. Menghitung harga Bahan Baku tahun 2000

1) Harga Bahan Baku Benang TR-45

$$\begin{aligned} G_m &= \sqrt[n]{\frac{X_n}{X_o}} \\ &= \sqrt[4]{\frac{4.000}{3.583}} \\ &= 1,027905751 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_n &= G_m^n \times X_o \\ X_{2000} &= 1,027905751^5 \times 3.583 \\ &= \text{Rp } 4.112 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

2) Harga Bahan Baku Benang TR-30

$$\begin{aligned} G_m &= \sqrt[n]{\frac{X_n}{X_o}} \\ &= \sqrt[4]{\frac{3.666}{3.250}} \\ &= 1,030569475 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X_n &= G_m^n \times X_o \\ X_{2000} &= 1,030569475^5 \times 3.250 \\ &= \text{Rp } 3.778 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$



MILIK PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JEMBER

3) Harga Bahan Baku Benang TR-20

$$\begin{aligned} Gm &= \sqrt[n]{\frac{Xn}{Xo}} \\ &= \sqrt[4]{\frac{3.166}{3.050}} \\ &= 1,00937552 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Xn &= Gm^n \times Xo \\ X_{2000} &= 1,00937552^5 \times 3.050 \\ &= \text{Rp } 3.196 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

b. Menghitung Kebutuhan Bahan Baku Sarung Al Mukaddam tahun 2000

Kebutuhan Bahan Baku = Anggaran Produksi x Kuantitas standar Pemakaian
Bahan baku.

1. Kebutuhan Bahan Baku Benang TR-45 = $166.527 \times 0,310$
= 51.623
2. Kebutuhan Bahan Baku Benang TR-30 = $166.527 \times 0,240$
= 39.967
3. Kebutuhan Bahan Baku Benang TR-20 = $166.527 \times 0,160$
= 26.644

c. Menghitung Kebutuhan Bahan Baku Sarung MHS tahun 2000

Kebutuhan Bahan Baku = Anggaran Produksi x Kuantitas standar Pemakaian
Bahan baku.

1. Kebutuhan Bahan Baku Benang TR-45 = $222.757 \times 0,25$
= 55.689
2. Kebutuhan Bahan Baku Benang TR-30 = $222.757 \times 0,20$
= 44.551
3. Kebutuhan Bahan Baku Benang TR-20 = $222.757 \times 0,18$
= 40.096

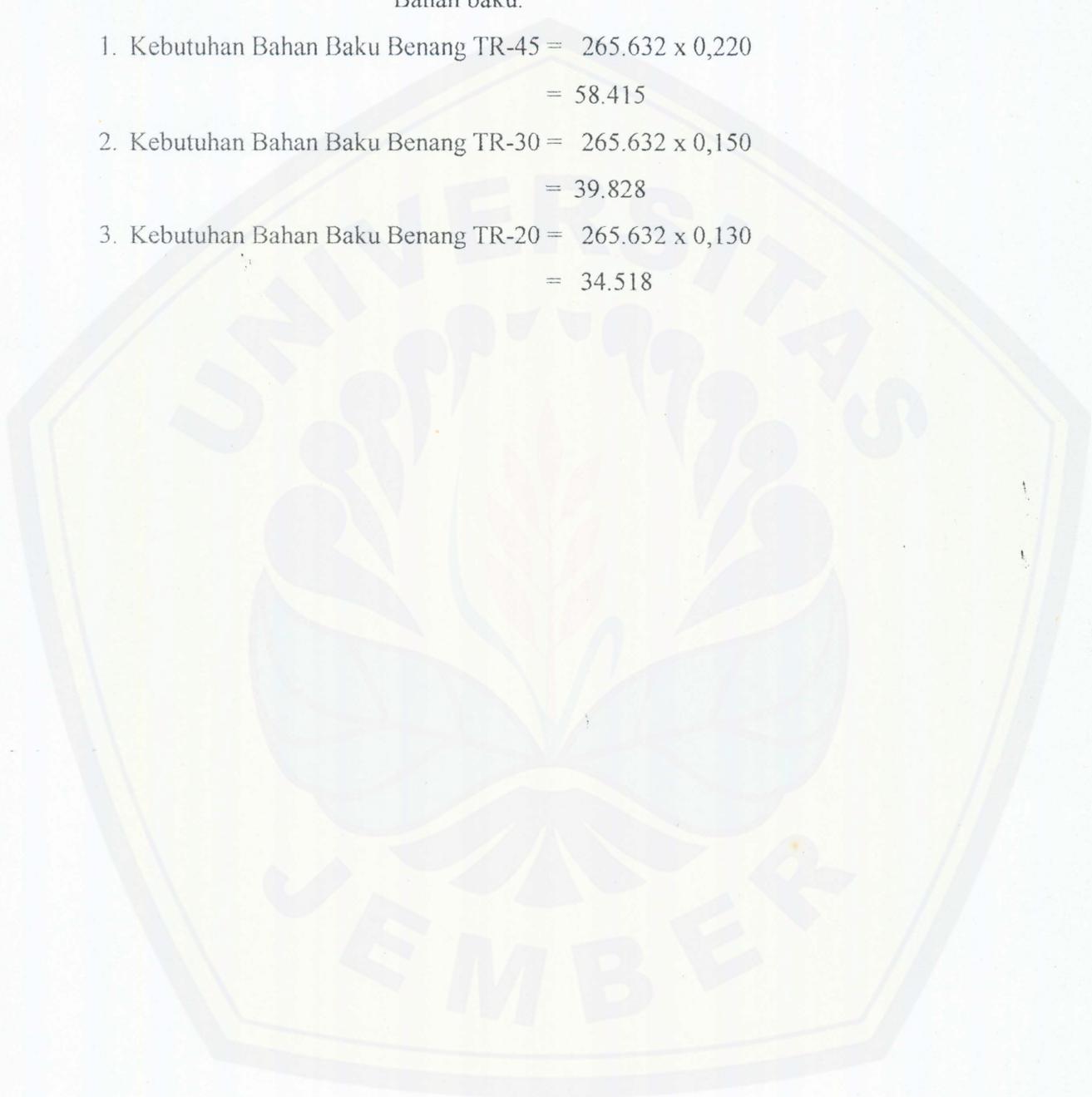
d. Menghitung Kebutuhan Bahan Baku Sarung Simping tahun 2000

Kebutuhan Bahan Baku = Anggaran Produksi x Kuantitas standar Pemakaian
Bahan baku.

$$\begin{aligned} 1. \text{ Kebutuhan Bahan Baku Benang TR-45} &= 265.632 \times 0,220 \\ &= 58.415 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2. \text{ Kebutuhan Bahan Baku Benang TR-30} &= 265.632 \times 0,150 \\ &= 39.828 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 3. \text{ Kebutuhan Bahan Baku Benang TR-20} &= 265.632 \times 0,130 \\ &= 34.518 \end{aligned}$$



Lampiran 8. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung Sarung Jenis AI Mukaddam pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo Tahun 2000

Menghitung biaya TKL sarung jenis AI Mukaddam dengan langkah sebagai berikut :

1) Menghitung upah/ satuan tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{(a) Upah/ lembar sarung tahun 1995} &= \frac{\text{Biaya TKL}}{\text{Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 246.207.040}{138.697} \\ &= \text{Rp } 1.775,14 / \text{lembar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{(b) Upah/ lembar sarung tahun 1999} &= \frac{\text{Rp } 374.715.233}{159.162} \\ &= \text{Rp } 2.354,30 / \text{lembar} \end{aligned}$$

(c) Upah/ lembar sarung tahun 2000 :

$$\begin{aligned} \text{Gm} &= \sqrt[4]{\frac{2.354,30}{1.775,14}} = 1,073142261 \\ \text{X2000} &= 1,073142261^5 \times \text{Rp } 1.775,14 \\ &= 1,423267362 \times \text{Rp } 1.775,14 \\ &= \text{Rp } 2.526,5 / \text{lembar sarung} \end{aligned}$$

2) Menghitung biaya TKL tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Biaya TKL} &= \text{anggaran produksi} \times \text{upah/ satuan} \\ &= 166.527 \times \text{Rp } 2.526,5 / \text{lembar sarung} \\ &= \text{Rp } 420.730.466 (\text{dibulatkan}) \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 5,6 dan lampiran 7, 8 data diolah

**Lampiran 9. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung Jenis Sarung MHS
pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo Tahun 2000**

Menghitung biaya TKL sarung jenis MHS dengan langkah sebagai berikut :

1) Menghitung upah / satuan tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{(a) Upah / lembar sarung tahun 1995} &= \frac{\text{Biaya TKL}}{\text{Pr oduksi}} \\ &= \frac{\text{Rp 228.117.4874}}{162.555} \\ &= \text{Rp 1.526,36 / lembar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{(b) Upah / lembar sarung tahun 1999} &= \frac{\text{Rp 424.753.077}}{209.280} \\ &= \text{Rp 2.029,57 / lembar} \end{aligned}$$

(c) Upah / lembar sarung tahun 2000 :

$$G_m = \sqrt[4]{\frac{2.029,57}{1.526,36}} = 1,073833111$$

$$\begin{aligned} X_{2000} &= 1,073833111^5 \times \text{Rp 1.526,36} \\ &= 1,427854504 \times \text{Rp 1.526,36} \\ &= \text{Rp 2.179,42 / lembar sarung} \end{aligned}$$

2) Menghitung biaya TKL tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Biaya TKL} &= 222.757 \times \text{Rp 2.179,42 / lembar sarung} \\ &= \text{Rp 485.481.060 (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 5,6 dan lampiran 7, 9 data diolah

**Lampiran 10. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung Jenis Sarung Simpung
pada PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo Tahun 2000**

Menghitung biaya TKL sarung jenis Simpung dengan langkah sebagai berikut :

1) Menghitung upah / satuan tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{(a) Upah / lembar sarung tahun 1995} &= \frac{\text{Biaya TKL}}{\text{Pr oduksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 209.267.340}{192.733} \\ &= \text{Rp } 1085,78 \text{ / lembar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{(b) Upah / lembar sarung tahun 1999} &= \frac{\text{Rp } 400.106.173}{248.628} \\ &= \text{Rp } 1.609,26 \text{ / lembar} \end{aligned}$$

(c) Upah / lembar sarung tahun 2000 :

$$Gm = \sqrt[4]{\frac{1.609,26}{1085,78}} = 1,103369805$$

$$\begin{aligned} X \text{ 2000} &= 1,103369805^5 \times \text{Rp } 1085,78 \\ &= \text{Rp } 1.775,60 \text{ / lembar sarung} \end{aligned}$$

2) Menghitung biaya TKL tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Biaya TKL} &= 265.523 \times \text{Rp } 1.775,60 \text{ / lembar sarung} \\ &= \text{Rp } 471.462.639 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 5,6 dan lampiran 7, 10 data diolah

**Lampiran 11. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Jenis Sarung Al Mukaddam
pada PT. Industri Sandang Semping Probolinggo Tahun 2000**

Menghitung BCP sarung jenis Al Mukaddam dengan langkah sebagai berikut :

1) Menghitung upah/ satuan tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{(a) Tarif BCP/ lembar sarung tahun 1995} &= \frac{\text{Rp } 349.070.762}{138.697} \\ &= \text{Rp } 2516,79 / \text{ lembar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{(b) Tarif BCP/ lembar sarung tahun 1999} &= \frac{\text{Rp } 459.698.268}{159.162} \\ &= \text{Rp } 2.888,24 / \text{ lembar} \end{aligned}$$

(c) Tarif BCP/ lembar sarung tahun 2000 :

$$\begin{aligned} G_m &= \sqrt[4]{\frac{2.888,247}{2516,79}} = 1,035014835 \\ X_{2000} &= 1,035014835^5 \times \text{Rp } 2516,79 \\ &= \text{Rp } 2.989,37 / \text{ lembar sarung} \end{aligned}$$

2) Menghitung BCP tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{BCP} &= 166.527 \times \text{Rp } 2.989,37 / \text{ lembar sarung} \\ &= \text{Rp } 497.811.026 \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 5 dan 6, data diolah

**Lampiran 12. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Jenis Sarung MHS pada PT.
Industri Sandang Simpang Probolinggo Tahun 2000**

Menghitung BOP sarung jenis MHS dengan langkah sebagai berikut :

1) Menghitung upah / satuan tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{(a) Tarif BOP / lembar sarung tahun 1995} &= \frac{\text{Rp } 339.159.328}{162.555} \\ &= \text{Rp } 2.086,43 \text{ / lembar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{(b) Tarif BOP / lembar sarung tahun 1999} &= \frac{\text{Rp } 525.461.581}{209.282} \\ &= \text{Rp } 2.518,78 \text{ / lembar} \end{aligned}$$

(c) Tarif BOP / lembar sarung tahun 2000 :

$$\begin{aligned} G_m &= \sqrt{\frac{2.518,78}{2.086,43}} = 1,047372605 \\ X \text{ 2000} &= 1,047373605^5 \times \text{Rp } 2.086,43 \\ &= \text{Rp } 2.629,72 \text{ / lembar sarung} \end{aligned}$$

2) Menghitung BOP tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{BOP} &= 222.757 \times \text{Rp } 2.629,72 \text{ / lembar sarung} \\ &= \text{Rp } 585.738.538 \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 5 dan 7, data diolah

**Lampiran 13. Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Jenis Sarung Siping pada
PT. Industri Sandang Siping Probolinggo Tahun 2000**

Menghitung BOP sarung jenis Siping dengan langkah sebagai berikut :

1) Menghitung upah / satuan tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{(a) Tarif BOP / lembar sarung tahun 1995} &= \frac{\text{Rp } 323.283.661}{192.7333} \\ &= \text{Rp } 1.677,37 / \text{lembar} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{(b) Tarif BOP / lembar sarung tahun 1999} &= \frac{\text{Rp } 509.743.655}{248.628} \\ &= \text{Rp } 2.050,22 / \text{lembar} \end{aligned}$$

(c) Tarif BOP / lembar sarung tahun 2000 :

$$\begin{aligned} G_m &= \sqrt[4]{\frac{2.050,22}{1.677,37}} = 1,051460346 \\ X \text{ 2000} &= 1,051460346^5 \times \text{Rp } 1.677,37 \\ &= \text{Rp } 2.155,72 / \text{lembar sarung} \end{aligned}$$

2) Menghitung BOP tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{BOP} &= 265.523 \times \text{Rp } 2.155,72 / \text{lembar sarung} \\ &= \text{Rp } 572.393.241 \end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 5 dan 8, data diolah

**Lampiran 14. Perhitungan Mark Up Cost Sarung Jenis Al-Mukkadam pada PT.
Industri Sandang Simpang Probolinggo 1995 - 1999**

Keterangan	Tahun				
	1995	1996	1997	1998	1999
Biaya Bahan Baku	331.249.302	349.125.516	370.914.340	401.997.060	429.491.941
Biaya TKL	246.207.040	267.043.750	298.584.688	348.301.231	374.715.233
B.O.P	349.070.762	369.981.014	391.441.122	407.218.167	459.698.268
H.P Produksi	926.457.104	986.140.280	1.060.950.15	1.167.526.458	1.263.905.442
Produksi (lembar)	138.697	140.276	0	151.903	159.162
			145.535		
H.P Produksi/lembar	6.680	7.030	7.290	7.686	8.041
Harga jual	7.200	7.500	7.750	8.000	8.500
MUC	7,78%	6,68%	6,31%	4,08%	5,70%

Sumber data : Tabel 6 dan 11, data diolah

**Lampiran 15. Perhitungan Mark Up Cost Sarung Jenis MHS pada PT. Industri
Sandang Simpang Probolinggo 1995 - 1999**

Keterangan	Tahun				
	1995	1996	1997	1998	1999
Biaya Bahan Baku	312.633.400	355.778.912	401.373.355	441.374.183	491.621.112
Biaya TKL	228.117.487	268.198.075	321.209.703	383.245.606	424.753.077
B.O.P	339.159.328	377.405.777	402.270.072	453.754.539	520.461.581
H.P Produksi	879.910.215	1.001.382.76	1.124.853.130	1.278.374.328	1.461.834.770
Produksi (lembar)	162.555	4	184.010	197.646	209.282
		171.646			
H.P Produksi/lembar	5.413	5.834	6.113	6.468	6.985
Harga jual	5.700	6.100	6.400	6.750	7.200
MUC	5,30%	4,56%	4,69%	4,36%	3,08%

Sumber data : Tabel 7 dan 11, data diolah

**Lampiran 16 . Perhitungan Mark Up Cost Sarung Jenis Simpang pada PT.
Industri Sandang Simpang Probolinggo 1995 - 1999**

Keterangan	Tahun				
	1995	1996	1997	1998	1999
Biaya Bahan Baku	277.733.895	313.953.189	371.560.476	432.213.946	486.196.392
Biaya TKL	209.267.340	248.712.116	294.161.117	349.447.606	400.106.173
B.O.P	323.283.661	358.048.575	393.587.587	447.251.014	509.743.655
H.P Produksi	810.284.896	920.713.880	1.049.309.18	1.228.912.566	1.396.046.220
Produksi (lembar)	192.733	204.376	0	233.146	248.628
			217.699		
H.P Produksi/lembar	4.204	4.505	4.820	5.271	5.615
Harga jual	4500	4.750	5.100	5.500	5.850
MUC	7,04%	5,44%	5,80%	4,34%	4,18%

Sumber data : Tabel 8 dan 11, data diolah

**Lampiran 17. Perhitungan Tingkat Elastisitas Harga Sarung Jenis Al
Mukkadam pada PT. Industri Sandang Simpang Probolinggo**

$$\text{Elastisitas Tahun 1996} = \frac{(141.857 - 135.634) / 135.634}{(7.500 - 7.200) / 7.200}$$

$$= \frac{0,045880826}{0,041666666}$$

$$= 1,1011$$

$$\text{Elastisitas Tahun 1997} = \frac{(146.772 - 141.857) / 141.857}{(7.750 - 7.500) / 7.500}$$

$$= \frac{0,034647567}{0,033333333}$$

$$= 1,0394$$

$$\text{Elastisitas Tahun 1998} = \frac{(151.536 - 146.772) / 146.772}{(8.000 - 7.750) / 7.750}$$

$$= \frac{0,032458507}{0,032258064}$$

$$= 1,0062$$

$$\text{Elastisitas Tahun 1999} = \frac{(161.069 - 151.536) / 151.536}{(8.500 - 8.000) / 8.000}$$

$$= \frac{0,062909143}{0,0625}$$

$$= 1,0065$$

Sumber data : Tabel 9 dan 11, data diolah

Lampiran 18. Perhitungan Tingkat Elastisitas Harga Sarung Jenis MHS pada**PT. Industri Sandang Simpung Probolinggo**

$$\begin{aligned}\text{Elastisitas Tahun 1996} &= \frac{(173.977 - 159.466) / 159.466}{(6.100 - 5.700) / 5.700} \\ &= \frac{0,090997454}{0,070175438} \\ &= 1,2967\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Elastisitas Tahun 1997} &= \frac{(185.633 - 173.977) / 173.977}{(6.400 - 6.100) / 6.100} \\ &= \frac{0,066997361}{0,049180327} \\ &= 1,3623\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Elastisitas Tahun 1998} &= \frac{(195.842 - 185.633) / 185.633}{(6.750 - 6.400) / 6.400} \\ &= \frac{0,054995609}{0,0546875} \\ &= 1,0056\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Elastisitas Tahun 1999} &= \frac{(210.530 - 195.842) / 195.842}{(7.200 - 6.750) / 6.750} \\ &= \frac{0,074999234}{0,066666666} \\ &= 1,1249\end{aligned}$$

Sumber data : Tabel 9 dan 11, data diolah

**Lampiran 19. Perhitungan Tingkat Elastisitas Harga Sarung Jenis Simping
pada PT. Industri Sandang Simping Probolinggo**

$$\text{Elastisitas Tahun 1996} = \frac{(203.494 - 192.703) / 192.703}{(4.750 - 4.500) / 4.500}$$

$$= \frac{0,05599809}{0,055555555}$$

$$= 1,0080$$

$$= 1,0080$$

$$\text{Elastisitas Tahun 1997} = \frac{(218.553 - 203.494) / 203.494}{(5.100 - 4.750) / 4.750}$$

$$= \frac{0,074002191}{0,07368421}$$

$$= 1,0043$$

$$= 1,0043$$

$$\text{Elastisitas Tahun 1998} = \frac{(235.710 - 218.553) / 218.553}{(5.500 - 5.100) / 5.100}$$

$$= \frac{0,078502697}{0,078431372}$$

$$= 1,0009$$

$$= 1,0009$$

$$\text{Elastisitas Tahun 1999} = \frac{(250.795 - 235.710) / 235.710}{(5.850 - 5.500) / 5.500}$$

$$= \frac{0,063998133}{0,063636363}$$

$$= 1,0057$$

$$= 1,0057$$

Sumber data : Tabel 9 dan 11 data diolah