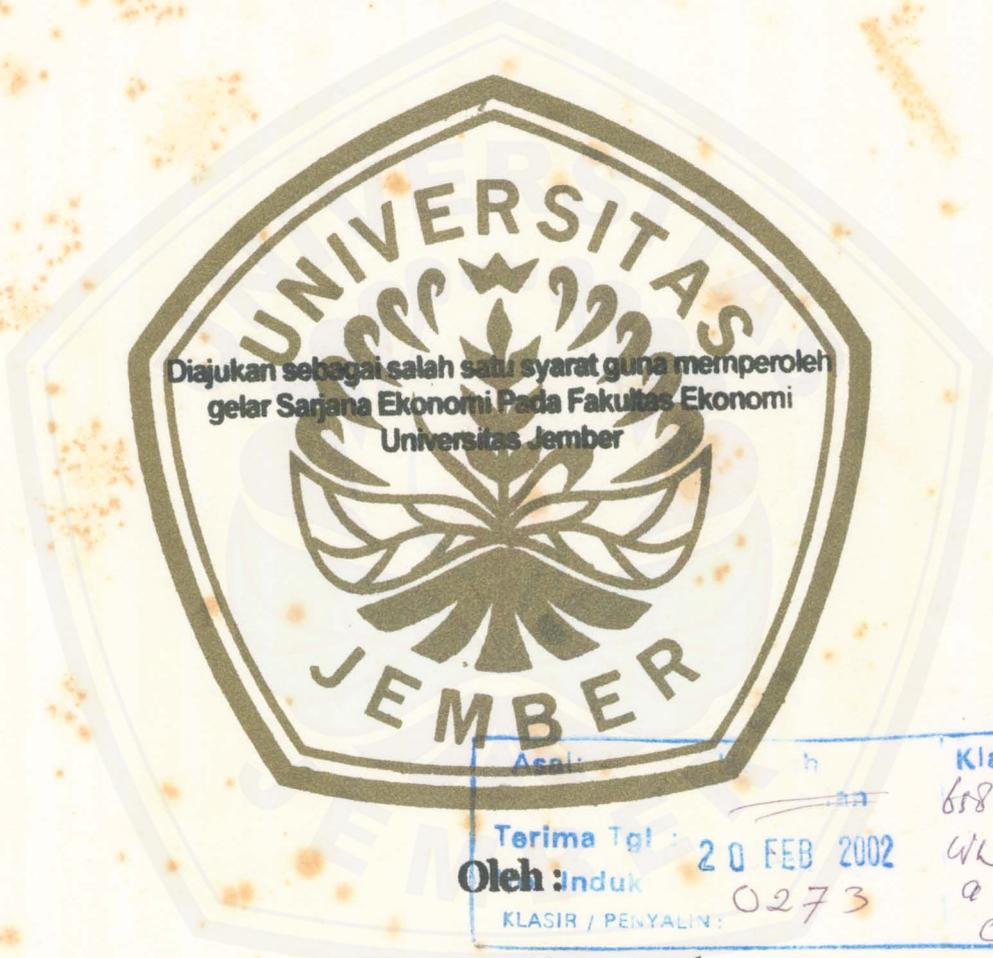




# ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL KAITANNYA DENGAN PROFITABILITAS PADA PT. KEDIRI WOOD INDUSTRY

## SKRIPSI



Asal:	h	Klass
Terima Tgl :	20 FEB 2002	68.89
Oleh : Induk	0273	WJ
KLASIR / PENYALIN :		a
		c.1

*Sri Wijayati*

NIM : 970810201155

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2001**

## JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL KAITANNYA DENGAN  
PROFITABILITAS PADA PT. KEDIRI WOOD  
INDUSTRY

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Sri Wijayati

N. I. M. : 970810201155

Jurusan : Manajemen

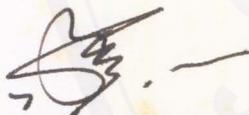
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

01 DEC 2001

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,



Drs. H. Sukusni, M.Sc.  
NIP. 130 350 764

Sekretaris,

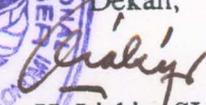


Dra. Elok Sri Utami, M.Si  
NIP. 131 877 499  
Anggota,



Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si  
NIP. 131 624 474



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,  
  
Drs. H. Liakip, SU  
NIP. 130 531 976

**TANDA PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Analisis Penetapan Harga Jual Kaitannya Dengan Profitabilitas  
Pada PT. Kediri Wood Industry.

Nama Mahasiswa : Sri Wijayati

NIM : 970810201155

Jurusan : Manajemen

Konsetrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I



Dra. Diah Yuli Setiarini, MSi  
NIP : 131 624 474

Pembimbing II



Drs. Imam Mas'ud, MM, Ak  
NIP : 131 832 326

Ketua Jurusan



Drs. IKM. Dwipayana, MS  
NIP : 130 781 341

*Ucudo kecil teruntuk :*

- *Ayahanda MT. Suropto dan Ibunda tercinta Alm. Dewi Susiati yang selalu memberi limpahan Do'a dan kasih serta sayangnya sepanjang masa.*
- *Kakak-kakakku tersayang yang selalu menjadi obat rindu, terima kasih telah mencintaiku.*
- *Dia, Yang Terkasih*
- *MAHAPENA yang telah memberi nuansa tersendiri dalam hari-hariku di kampus.*
- *Almamater tercinta.*

## MOTTO :

- Waktu adalah kehidupan, dan sesungguhnya kewajiban-kewajiban yang ada jauh lebih banyak dari waktu yang tersedia..... (Imam Hasan Al-Bana).
- Sesungguhnya segala perbuatan tergantung kepada niat dan setiap manusia akan mendapat sekedar apa yang diniatkannya. Maka siapa-siapa yang hijrah karena Allah dan Rasul, hijrahnya itu adalah karena Allah dan Rasul (HR. Bukhari).
- Orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi terteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah-lah hati menjadi tenteram (QS. Ar Ra'd : 28).

## ABSTRAKSI

Penelitian dengan Judul "**Analisis Penetapan Harga Jual Kaitannya Dengan Profitabilitas Pada PT. Kediri Wood Industry**" dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana Metode Cost Plus Pricing dapat digunakan sebagai metode dalam menetapkan harga jual yang tepat, sehingga dapat memberikan sumbangan keuntungan pada PT. Kediri Wood Industry. Penelitian dilakukan selama tiga bulan pada perusahaan PT. Kediri Wood Industry.

Jenis penelitian yang diambil dalam skripsi adalah penelitian dekriptif. Variabel yang digunakan adalah variabel model *Cost Plus Pricing Method* dengan pendekatan *Direct Costing* yang terdiri dari variabel dependen yaitu harga jual dan variabel independen yaitu presentase Mark-Up dan total biaya variabel. Untuk menilai tingkat profitabilitas produk digunakan pendekatan *Contribution Margin Ratio (CMR)*.

Hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa metode penentuan harga jual *Cost Plus Pricing Method* dengan pendekatan *Direct Costing* mampu memberikan sumbangan keuntungan yang diinginkan perusahaan dengan membandingkan laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tiap produk perusahaan mampu memberikan sumbangan keuntungan sebesar 19,75 %.

Simpulan dari penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa metode penetapan harga jual *Cost Plus Pricing* mampu memberikan sumbangan keuntungan pada PT. Kediri Wood Industry.

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "**Analisis Penentuan Harga Jual Kaitannya Dengan Profitabilitas Pada PT. Kediri Wood Industry**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jember.

Keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan moril dan materiil dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

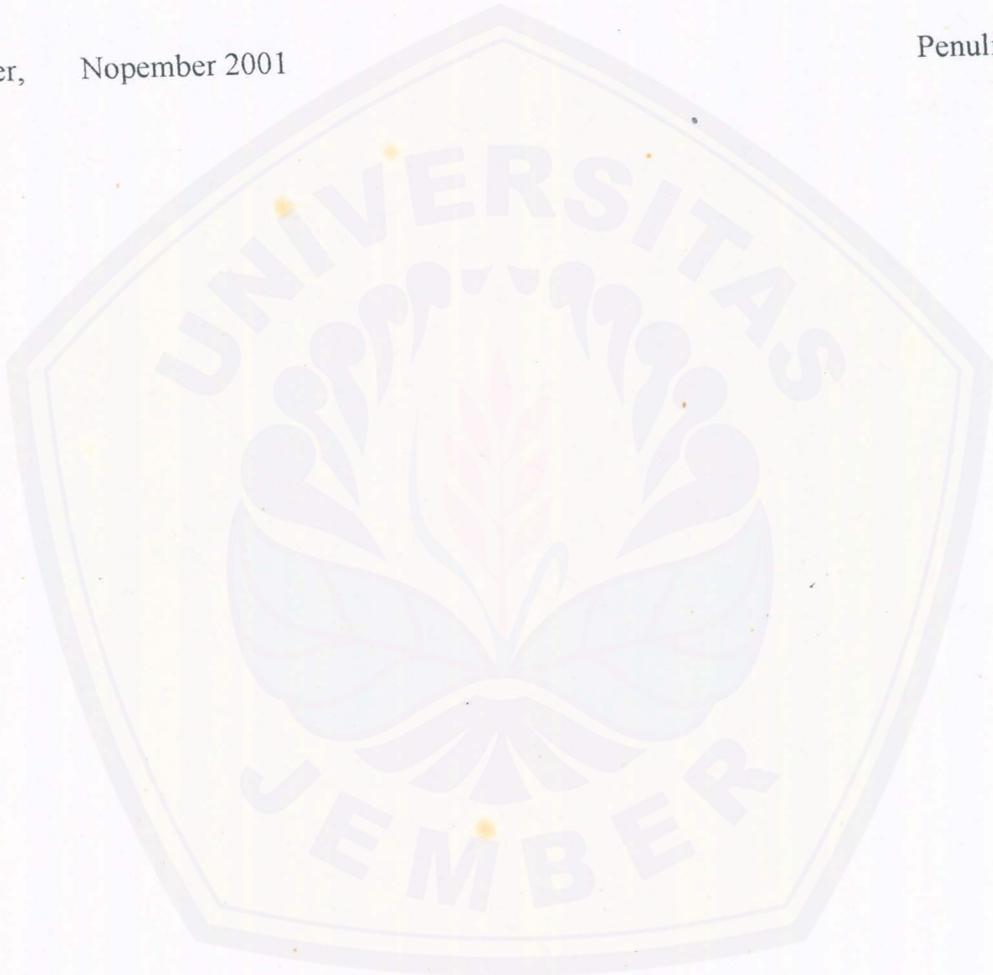
1. Bapak Drs. H. Liakip, SU, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Diah Yuli .S., MSi, selaku Dosen Pembimbing I atas bantuan dan bimbingan yang telah diberikan.
3. Bapak Drs. Imam Mas'ud, MM, Ak, selaku Dosen Pembimbing II atas saran-saran dan bimbingan yang telah diberikan.
4. Bapak Bambang Triwinanto, selaku Kepala Bagian Personalia PT. Kediri Wood Industry atas ijin dan bantuannya dalam melakukan penelitian.
5. Ayahanda dan Alm. Ibunda tercinta yang sangat aku sayangi atas do'a dan limpahan kasih sayang selama ini.
6. Semua kakak dan keponakan tercinta atas segala bantuannya baik materi maupun moril yang diberikan.
7. Sahabatku tempat berkeluh kesah Septa, Aliyin, Nana terima kasih atas kegembiraannya selama ini.
8. Teman-teman Image'97 atas dukungan dan motivasi yang diberikan.
9. Keluarga besar Halmahera III/10 terima kasih atas canda dan tawanya...
10. MAHAPENA Mania, Bravo, semangatmu dan ceritamu selalu ada dibenakku.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis hanya dapat memohon kepada Allah S.W.T, semoga segala amal baik mereka mendapatkan balasan sebesar-besarnya. Amin.

Masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam pembuatan skripsi ini, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan. Akhirnya semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca.

Jember, Nopember 2001

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Pokok Permasalahan .....	1
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	2
1.4 Batasan Masalah .....	3
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu .....	4
2.2 Landasan Teori .....	4
2.2.1 Pengertian Harga .....	4
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual.....	5
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi situasi harga jual	6
2.2.4 Memilih Tujuan Penetapan Harga.....	6
2.2.5 Tujuan Kebijakan Penentuan Harga.....	8
2.2.6 Prosedur Penentuan harga .....	8
2.2.7 Metode Penentuan Harga .....	9
2.2.8 Unsur-unsur yang diperlukan dalam penentuan harga	14
2.2.9 Ramalan Penjualan.....	16

2.2.10 Tingkat Persediaan .....	17
2.2.11 Perilaku Biaya .....	17
2.2.12 Analisis Profitabilitas Produk dengan Contribution Margin .....	21
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	22
3.2 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data .....	22
3.3 Definisi Variabel Operasional dan Pengukuran .....	23
3.4 Metode Analisis Data .....	23
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Obyek yang Diteliti .....	26
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	26
4.1.2 Struktur Organisasi .....	27
4.1.3 Aspek Ketenaga kerjaan .....	31
4.1.3.1 Sistem Upah .....	31
4.1.3.2 Hari kerja dan jam kerja karyawan .....	32
4.1.4 Aspek Produksi .....	32
4.1.4.1 Bahan Baku yang Digunakan .....	32
4.1.4.2 Proses Produksi .....	34
4.1.4.3 Volume Produksi .....	38
4.1.5 Aspek Pemasaran .....	39
4.1.5.1 Saluran Distribusi .....	39
4.1.5.2 Daerah Pemasaran .....	39
4.1.5.3 Harga Jual dan Volume Penjualan .....	40
4.2 Analisis Data .....	41
4.2.1 Penentuan Harga Jual .....	41
4.2.1.1 Ramalan Penjualan .....	41
4.2.1.2 Penentuan Persediaan Akhir Barang Jadi .....	42
4.2.1.3 Penyusunan Anggaran Produksi .....	43

4.2.1.3	Penyusunan Anggaran Produksi .....	43
4.2.1.4	Pemisahan Biaya Semi Variabel ke dalam Biaya Tetap dan Variabel .....	43
4.2.1.5	Menghitung Biaya Variabel per unit Tahun 2001 .....	45
4.2.1.6	Penentuan Harga Jual Tahun 2001 .....	46
4.2.2	Menentukan Tingkat Profitabilitas Produk .....	48
4.2.3	Perbandingan Laba Kontribusi Produk dengan Biaya Tetap Tahun 2001 .....	49
4.3	Pembahasan .....	49
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan .....	51
5.2	Saran .....	52
DAFTAR PUSTAKA .....		53

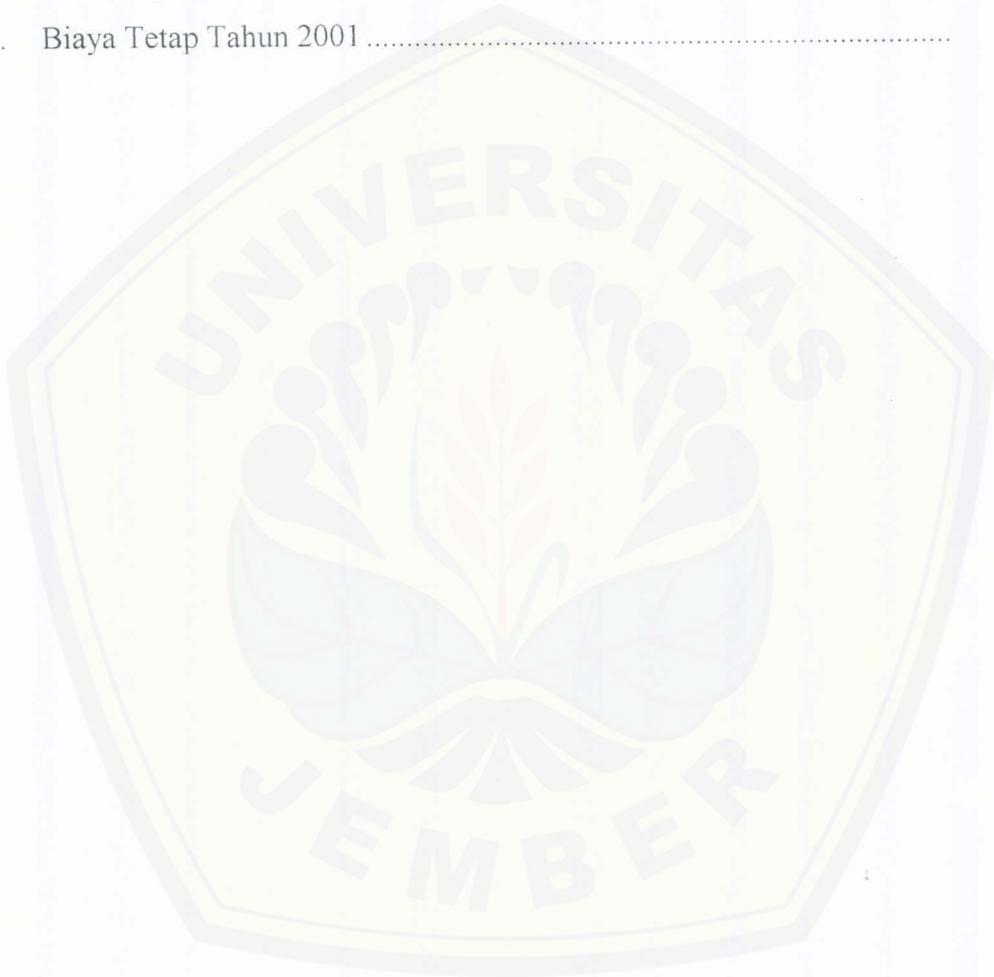
DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
1. Standar Pemakaian Bahan Baku .....	32
2. Standar Pemakaian Bahan Penolong .....	33
3. Perkembangan Harga Bahan Baku Tahun 1996 – 2000 .....	33
4. Perkembangan Harga Bahan Penolong Tahun 1996 – 2000.....	33
5. Daftar Peralatan Produksi .....	38
6. Data Volume Produksi Tahun 1996 – 2000.....	38
7. Data Persediaan Awal dan Akhir Tahun 1996 – 2000 .....	39
8. Nilai Penjualan Talam Persegi Panjang Tahun 1996 – 2000.....	40
9. Nilai Penjualan Talam Bujur Sangkar Tahun 1996 – 2000 .....	40
10. Nilai Penjualan Talam Bundar Tahun 1996 – 2000.....	41
11. Nilai Penjualan Tatakan Gelas Tahun 1996 – 2000.....	41
12. Ramalan Penjualan Tahun 2001 .....	42
13. Persediaan Akhir Barang Jadi Tahun 2001 .....	42
14. Anggaran Produksi Tahun 2001 .....	43
15. Hasil Pemisahan Biaya Semi Variabel Tahun 2001 .....	44
16. Alokasi Biaya Listrik dan Air Tetap, dan Perbaikan dan Pemeliharaan Tetap Tahun 2001 .....	44
17. Biaya Administrasi dan Umum Tetap dan Pemasaran Tahun 2001 .....	45
18. Perhitungan Biaya Variabel per Unit Tahun 2001.....	46
19. Perhitungan Harga Jual per Unit Tahun 2001 .....	47
20. Tingkat Profitabilitas Produk Tahun 2001 .....	48
21. Perbandingan Laba Kontribusi Produk dengan Biaya Tetap Tahun 2001 .....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Ramalan Penjualan Talam Persegi Panjang Tahun 2001 .....	54
2. Ramalan Penjualan Talam Bujur Sangkar Tahun 2001 .....	55
3. Ramalan Penjualan Talam Bundar Tahun 2001 .....	56
4. Ramalan Penjualan Tatakan Gelas Tahun 2001 .....	57
5. Perhitungan Inventory Turn Over Talam Persegi Panjang .....	58
6. Perhitungan Inventory Turn Over Talam Bujur Sangkar .....	59
7. Perhitungan Inventory Turn Over Talam Bundar .....	60
8. Perhitungan Inventory Turn Over Tatakan Gelas .....	61
9. Biaya lain-lain Tahun 1996 – 2000 .....	62
10. Pemisahan Biaya Semi Variabel Listrik dan Air ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel .....	63
11. Pemisahan Biaya Semi Variabel Perbaikan dan Pemeliharaan ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel .....	64
12. Pemisahan Biaya Semi Variabel Administrasi dan Umum ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel .....	65
13. Pemisahan Biaya Semi Variabel Pemasaran ke dalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel .....	66
14. Ramalan Harga Bahan Baku Tahun 2001 .....	67
15. Ramalan Harga Bahan Penolong Tahun 2001 .....	68
16. Biaya Bahan Baku Tahun 2001 .....	70
17. Biaya Bahan Penolong Tahun 2001 .....	71
18. Data Upah Tenaga Kerja Langsung Tahun 1996 – 2000 .....	72
19. Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2001 .....	73
20. Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2001 .....	73

21.	Biaya Depresiasi Peralatan Produksi .....	74
22.	Alokasi Biaya Depresiasi Tahun 2001 .....	74
23.	Biaya Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung Tahun 2001 .....	75
24.	Alokasi Biaya Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung Tahun 2001 .....	75
25.	Perhitungan Contribution Margin Ratio Tahun 2001 .....	76
26.	Biaya Tetap Tahun 2001 .....	76





## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Memperoleh laba untuk mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan merupakan tujuan perusahaan dimana segala sumber daya dan upaya dikerahkan. Laba sebagai motivasi berdirinya perusahaan merupakan balas jasa atas ketidakpastian modal yang ditanamkan dalam perusahaan. Apalagi untuk perusahaan-perusahaan yang masih baru, dimana keterbatasan modal dan usaha untuk hidup merupakan masalah utama. Pada keadaan, ini masih sulit bagi perusahaan untuk memikirkan hal-hal lain selain laba dan kelangsungan hidup perusahaan.

Salah satu elemen yang sangat berpengaruh terhadap hal di atas adalah kebijaksanaan penetapan harga jual. Dimana keadaan ini menunjukkan kemampuan perusahaan tersebut untuk bersaing dalam pasar. Harga jual dalam penentuannya banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor, baik dari dalam perusahaan maupun dari luar seperti persaingan, luas pasar, sifat produksi, dan sebagainya. Namun demikian pada akhirnya harga pokok masih merupakan faktor yang penting dalam pertimbangan untuk menentukan harga jual.

Penjualan dan biaya adalah dua komponen pembentuk laba, dan di dalam komponen inilah faktor-faktor jumlah produksi, harga jual dan harga pokok per unit memegang peranan penting yang berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan atau tingkat keuntungan yang bisa diperoleh atas penjualan produksi yang dihasilkan.

### 1.2 Pokok Permasalahan

Kondisi pasar yang semakin lama cenderung dipenuhi oleh berbagai macam produk sejenis, mengakibatkan tingkat persaingan semakin tajam, sehingga setiap

perusahaan berusaha menarik minat konsumen agar dapat memperbesar volume penjualan yang berakibat meningkatnya tingkat profitabilitas.

Harga merupakan salah satu komponen marketing mix yang sangat penting karena tingkat harga akan mempengaruhi tingkat penjualan dan tingkat profitabilitas yang diharapkan perusahaan. Dalam hal ini PT. Kediri Wood Industry bermaksud meninjau kembali kebijaksanaan penetapan harga jual sebagai salah satu marketing mix. Penetapan harga jual yang tidak tepat bisa mengakibatkan kerugian.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Apakah penentuan harga jual produk dapat menutup biaya yang dikeluarkan perusahaan.
2. Berapakah tingkat profitabilitas masing-masing produk.
3. Berapakah perbandingan laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tahun 2001.

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menentukan harga jual produk yang sesuai sehingga dapat menutup biaya yang dikeluarkan perusahaan
2. Untuk mengetahui tingkat profitabilitas masing-masing produk
3. Untuk mengetahui laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tahun 2001

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi manager atau pihak perusahaan dapat dijadikan sebagai dasar acuan atau masukan penentuan kebijaksanaan penentuan harga jual yang tepat.
2. Bagi Penelitian lain dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut tentang metode penentuan harga cost plus pricing.

#### 1.4 Batasan Masalah

1. Agar bahasan dalam masalah ini tidak meluas maka obyek yang diteliti adalah data tahun 1996 sampai dengan 2000
2. Produk yang diteliti adalah produk Baki dan Tatakan Gelas

#### 1.5 Asumsi

1. Upah tenaga kerja tahun 2001 diasumsikan sama dengan tahun 2000.
2. Biaya tetap tenaga kerja tidak langsung dan biaya depresiasi peralatan produksi tetap diasumsikan sama dengan tahun 2000.





## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan obyek penelitian ini antara lain penelitian yang dilakukan oleh Indrati Wahyuningsih menunjukkan bahwa penentuan harga jual dengan CPPM mampu meningkatkan profitabilitas produk ( genteng ) dengan indikasi terjadinya kenaikan harga jual dengan rata-rata kenaikan berkisar 3% dan terjadinya kenaikan *Gross Profit Margin* dengan rata-rata kenaikan sebesar 3%.

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Sri Murdayanti (2000). Pada perusahaan minuman "Sang Ngoro Widodo" Jombang disimpulkan bahwa harga jual analisis yang lebih tinggi dari harga perusahaan menyebabkan turunnya volume penjualan dan total biaya variabel, sehingga mengakibatkan profitabilitas meningkat, disamping itu penentuan harga jual dengan cost plus pricing method dengan pendekatan direct costing menghasilkan harga jual analisis yang besar dari harga perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa penentuan harga jual dapat diatasi dengan cost plus pricing.

Persamaan dari skripsi terdahulu adalah mengenai metode yang digunakan yaitu menggunakan metode *Cost Plus Pricing*, sedangkan perbedaannya terletak pada perbandingan elastisitas produk dengan menghitung elastisitas harga tiap jenis produk, besarnya presentase perubahan harga, besarnya perubahan volume penjualan yang disebabkan penurunan harga, menghitung besarnya volume penjualan yang dapat dicapai dengan harga analisis dan menghitung CM tiap-tiap jenis produk berdasarkan elastisitas harga.

Skripsi ini mencoba mengembangkan kedua penelitian tersebut di atas dengan menggunakan pendekatan *Direct Costing* dalam perhitungan penentuan harga. Untuk menilai tingkat profitabilitas digunakan metode *Contribusi Margin Ratio*.

### 2.2 Landasan Teori

#### 2.2.1 Pengertian Harga

Dalam teori ekonomi, harga, nilai dan faedah merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. Faedah adalah atribut suatu barang yang dapat memuaskan

kebutuhan, sedangkan nilai adalah ungkapan secara kumulatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Tetapi perekonomian kita bukan sistem barter, maka untuk mengadakan pertukaran atau mengukur nilai suatu barang kita menggunakan uang, dan istilah yang dipakai adalah harga ( Marti Sumarni-Johan Soeprihanto, 1995:247 ) menyatakan bahwa harga adalah jumlah uang ( ditambah beberapa produk kalau mungkin ) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

### 2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual baik dipandang dari barang yang akan dijual atau pasarnya dan tak kalah pentingnya adalah biaya untuk membuat barang tersebut. Apabila digambarkan secara ringkas faktor-faktor yang mempengaruhi harga adalah sebagai berikut. ( Mas'ud Mc, 1991:242-243 ).

1. *Pertama* : adalah faktor laba yang diinginkan meliputi.
  - a. Apakah pengembalian modal ( *return on capital* ) sudah mencukupi.
  - b. Berapa laba yang dibutuhkan untuk membayar dividen.
  - c. Berapa laba yang dibutuhkan untuk perluasan ( *ekspansi* ).
  - d. Berapa trend penjualan yang diinginkan.
2. *Kedua* : faktor produk atau penjualan produk tersebut.
  - a. Apakah volume penjualan tersebut betul-betul bisa direalisasikan.
  - b. Apakah ada diskriminasi harga.
  - c. Apakah ada kapasitas menganggur.
  - d. Apakah harga tersebut logis untuk diterapkan.
3. *Ketiga* : adalah faktor biaya dan produk tersebut.
  - a. Apakah biaya variabel atau tetapnya tinggi.
  - b. Apakah harga tersebut merupakan harga pertama ( *perdana* ).
  - c. Apakah penggunaan modal sudah efektif.
  - d. Apakah ada biaya bersama karena ada produk campuran ( biayanya menjadi satu untuk lebih dari satu produk ).

4. *Keempat* : adalah faktor dari luar perusahaan ( konsumen )
  - a. Apakah permintaan pada produk tersebut elastis atau inelastis.
  - b. Siapa langganan yang akan dicapai, muda/mudi, orang tua, orang kaya, orang sederhana dan sebagainya.
  - c. Apakah produknya di pasar yang homogen atau heterogen.
  - d. Persaingan tajam atau tidak.

#### 2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi situasi harga jual

Melihat faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, maka dapat disimpulkan secara singkat mengenai situasi yang mempengaruhi harga jual. Situasi tersebut terdiri dari 3 faktor yang merupakan ringkasan dari faktor-faktor yang mempengaruhi kebijaksanaan harga jual, yaitu. ( Mas'ud Mc, 1991:244 ).

1. Laba dan tujuan-tujuan lain  
Faktor-faktor lain selain pasar dan biaya bisa dimasukkan dalam faktor ketiga ini.
2. Situasi pasar  
Di sini meliputi konsumen, sifat produk, sifat pasar dan sebagainya.
3. Biaya produksi dan operasi  
Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang ( produk ) dan biaya produk tersebut bisa sampai ke tangan konsumen.

#### 2.2.4 Memilih tujuan penetapan harga

Perusahaan harus memutuskan apa yang ingin dicapainya dengan penawaran produk tertentu. Semakin jelas tujuan perusahaan, semakin mudah menetapkan harga, perusahaan dapat mengejar salah satu dari enam tujuan utama melalui penetapan harganya, yaitu. ( Philip Kotler, 1998:109-110 ).

1. Kelangsungan hidup  
Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup perusahaan sebagai tujuan utamanya. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan terus berputar, mereka akan menurunkan harga, selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan.

## 2. Laba sekarang maksimum

Banyak perusahaan mencoba untuk menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba sekarang. Terdapat berbagai masalah yang berkaitan dengan memaksimalkan laba sekarang. Strategi ini mengasumsikan bahwa perusahaan mengetahui fungsi permintaan dan biaya, tetapi dalam kenyataannya keduanya sukar diperkirakan. Dengan menekankan kinerja keuangan sekarang mungkin mengabaikan kinerja jangka panjang, mengabaikan pengaruh berbagai variabel bauran pemasaran lain, reaksi pesaing dan pembatasan hukum atas harga.

## 3. Pendapatan sekarang maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan penjualan. Memaksimalkan pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa maksimasi pendapatan akan memaksimalkan laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

## 4. Pertumbuhan penjualan maksimum

Perusahaan banyak yang percaya bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan harga per unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Perusahaan, menetapkan harga terendah dengan berasumsi bahwa pasar peka terhadap harga. Kondisi-kondisi berikut mendukung penetapan harga terendah ; (1) pasar sangat peka terhadap harga, dan harga rendah merangsang pertumbuhan pasar ; (2) biaya produksi dan distribusi menurun dengan semakin banyaknya pengalaman produksi; dan (3) harga yang rendah menghilangkan semangat pesaing lama maupun potensial.

## 5. Skimming pasar maksimum

Penetapan harga untuk mem-skim pasar banyak disukai perusahaan. Skimming pasar hanya mungkin dalam kondisi-kondisi berikut : (1) sejumlah pembeli yang memadai memiliki permintaan sekarang yang tinggi; (2) biaya per unit untuk memproduksi volume kecil tidak demikian tinggi sehingga dapat menghilangkan keuntungan dari penetapan harga maksimal yang dapat diserap pasar; (3) harga awal yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing ke pasar; (4) harga yang tinggi menyatakan citra produk yang unggul.

## 6. Kepemimpinan kualitas produk

Perusahaan mungkin mengarahkan untuk menjadi pemimpin dalam kualitas produk di pasar.

### 2.2.5 Tujuan Kebijakan Penentuan Harga

Tujuan kebijakan penentuan harga ( *Price Policy* ) menurut Fandy Tjiptono (1995:120) dapat diuraikan sebagai berikut.

Pertama, tujuan berorientasi pada laba, dimana setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalisasi laba, yaitu tingkat laba yang sesuai sebagai sasaran laba.

Kedua, tujuan berorientasi pada volume. Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau biasa dikenal dengan istilah *Volume Pricing Objective*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar.

Ketiga, tujuan berorientasi pada citra yaitu perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk citra tertentu ( *image of value* ). Pada hakekatnya, baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

Tujuan keempat adalah stabilisasi harga. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri ( *industry leader* ).

### 2.2.6 Prosedur Penentuan Harga

Apabila tujuan penentuan harga telah ditetapkan, maka selanjutnya adalah prosedur penentuan harga. Namun tidak semua perusahaan menggunakan prosedur penentuan harga yang sama. Prosedur penentuan harga yang dapat dipakai

perusahaan seperti yang dikemukakan oleh Basu Swastha ( 1990:247-249 ) antara lain.

Pertama, mengestimasi permintaan barang. Penjual membuat estimasi permintaan barang secara total. Hal ini lebih mudah dilaksanakan terhadap permintaan barang yang ada dibanding permintaan barang baru.

Kedua, mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan. Kondisi persaingan sangat mempengaruhi kebijaksanaan penentuan harga bagi perusahaan atau penjual. Oleh karena itu, penjual perlu mengetahui reaksi persaingan yang terjadi di pasar serta sumber-sumber penyebabnya.

Ketiga, menentukan *market share* yang diharapkan. Perusahaan yang agresif selalu menginginkan *market share* yang lebih besar. Kadang-kadang perluasan *market share* harus dilakukan dengan mengadakan periklanan dan bentuk lain dari persaingan bukan harga di samping harga tertentu. *Market share* dipengaruhi oleh kapasitas produksi, biaya ekspansi, dan mudahnya memasuki persaingan.

Keempat, memilih strategi harga untuk mencapai target pasar. Ada dua prosedur yang dapat digunakan, yaitu *Skim The Cream Pricing* yaitu menetapkan harga setinggi-tingginya dan *Penetration Pricing* yaitu penetapan harga serendah-rendahnya.

Kelima, mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan yaitu dengan melihat pada barang, sistem distribusio dan program promosi. Perusahaan tidak dapat menentukan harga tanpa mempertimbangkan barang lain yang dijualnya, saluran distribusi dan program promosi yang dilakukan.

#### 2.2.7 Metode Penentuan Harga

Menurut C.T Horngren ( 1995:767 ) penentuan harga jual dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu pendekatan berbasis pasar ( *market based* ) dan pendekatan berbasis biaya ( *cost based* ).

1. Pendekatan berbasis pasar atau permintaan ( *Market Based* )

Metode penentuan harga jual dengan berbasis pada pasar atau permintaan, menurut Fandy Tjiptono ( 1995:123 ) terdiri dari :

a. *Skimming Pricing*

Strategi ini ditetapkan dengan jalan menentukan harga tinggi bagi suatu produk baru atau inovatif selama tahap pengenalan, kemudian menurunkan harga tersebut pada saat persaingan mulai ketat.

b. *Penetration Pricing*

Dalam strategi ini perusahaan berusaha memperkenalkan suatu produk baru dengan harga rendah dengan harapan akan dapat memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu yang relatif singkat.

c. *Prestige Pricing*

*Prestige Pricing* merupakan strategi menentukan tingkat harga yang tinggi sehingga konsumen yang sangat peduli dengan statusnya akan tertarik dengan produk, dan kemudian membelinya.

d. *Pricing Lining*

Strategi ini digunakan apabila perusahaan menjual produknya lebih dari satu jenis.

e. *Old Even-Pricing*

Strategi *old even-pricing* merupakan strategi penentuan harga yang besarnya mendekati genap tertentu.

f. *Demand-Backward Pricing*

*Demand backward pricing* merupakan penetapan harga berdasarkan suatu target harga tertentu, kemudian perusahaan menyesuaikan kualitas komponen-komponen produknya.

g. *Bundle Pricing*

*Bundle pricing* merupakan strategi pemasaran dua atau lebih produk dalam satu harga paket.

## 2. Pendekatan berbasis biaya ( *Cost Based* )

Metode penentuan harga jual berbasis biaya menurut Mahfoedz Mas'ud ( 1991:252 ) terdiri dari empat macam, yaitu *Gross Margin Pricing*, *Cost Plus Pricing*, *Time and Material Pricing*, dan *Return on Capital Employed Pricing*.

Pertama adalah *Gross Margin Pricing* yaitu penentuan harga jual yang pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan. Dengan kata lain perusahaan yang tidak membuat sendiri produknya melainkan membeli dari perusahaan lain dan kemudian menjual kembali. Untuk menentukan besarnya tingkat laba yang diinginkan, perusahaan harus menetapkan persentase tertentu di atas harga produk yang dibeli, dan persentase ini dikenal dengan nama "*Mark-Up*". Persentase ini mempunyai dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi, dan bagian untuk laba yang diinginkan. Adapun rumus penentuan harga jual menurut metode ini adalah.

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya produk} + ( \% \text{ Mark-Up} \times \text{Dasar Penentuan Mark-Up} )$$

*Mark-Up* merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual ( Basu Swastha, 1990:256 )

Kedua adalah *Cost Plus Pricing*. Prinsip dasar dalam penentuan harga jual dengan metode ini adalah bahwa harga jual harus cukup untuk menutup semua biaya dan menghasilkan laba dalam jangka panjang sehingga dapat memberikan return yang wajar bagi pemegang saham serta mempertahankan dan mengembangkan perusahaan. Semua biaya yang harus ditutup tersebut meliputi biaya produksi, pemasaran, administrasi dan umum serta biaya-biaya lain yang bersifat tetap maupun variabel.

Jadi harga jual berdasarkan *Cost Plus Pricing* dihitung dengan rumus : ( Mulyadi, 1997:351 ).

$$\text{Harga jual} = \text{taksiran harga penuh} + \text{laba yang diharapkan.}$$

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini; taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

Philip Kotler ( 1997:116 ) menyatakan bahwa penetapan harga dengan metode ini digunakan karena beberapa alasan antara lain.

1. Penjual lebih pasti mengenai harga daripada permintaannya.

Dengan mengkaitkan antara harga dengan biaya, penjual menyederhanakan penetapan harganya karena mereka tidak perlu menyesuaikan penetapan harga dengan berubahnya permintaan.

2. Jika semua perusahaan menggunakan metode ini, harga akan cenderung sama. Persaingan harga dapat diminimalkan, hal ini tidak akan terjadi bila perusahaan memperhatikan perubahan permintaan dalam penetapan harganya.
3. Banyak orang merasa bahwa penetapan harga dengan menambahkan biaya adalah baik bagi pembeli maupun penjual. Penjual tidak mengambil keuntungan dari pembeli ketika permintaan sedang tinggi, tetapi penjual tetap memperoleh pengembalian yang layak atas investasinya.

Metode *Cost Plus Pricing* ini dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu :

Pertama adalah *Direct Cost Pricing*. *Direct Cost Pricing* dikenal juga dengan nama "*Marginal Income Pricing*" karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan, sehingga menghasilkan income. *Marginal Income* berapa yang dikehendaki oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual. Penentuan harga jual dengan metode ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Harga Jual} = (\text{Biaya Produksi Var.} + \text{Biaya Lain-Lain Var.} + (\% \text{ Mark-Up yang diinginkan} \times \text{Dasar Penentuan Laba}))$$

Kelebihan metode *Direct Costing* seperti yang dikemukakan oleh Slamet Sugiri (1994:92) adalah bahwa penentuan harga pokok variabel ( *Direct Costing* ) membantu manajer dalam pengambilan keputusan serta perencanaan laba,

pengendalian biaya, penentuan harga jual ( dalam jangka pendek ) dan alokasi sumber daya.

Kedua adalah *Full Cost Pricing*. Penentuan harga jual dengan metode ini hampir sama dengan penentuan harga jual dengan metode *Direct Cost Pricing*. Perbedaannya terletak pada dasar pembebanan *cost*-nya, dalam *Full Cost Pricing* semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual, kemudian ditambahkan persentase tertentu untuk menutup biaya operasi dan laba yang diinginkan perusahaan. Penentuan harga jual dengan pendekatan *Full Cost* dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Produksi} + (\text{Margin} \times \text{Biaya Produksi Total}) + \text{Biaya Operasi}$$

Metode penentuan harga berbasis biaya yang ketiga adalah *Time and Material Pricing*. Dalam metode ini tarif ditentukan dari upah langsung dan upah lainnya dari bahan baku masing-masing. Tarif ini dijadikan satu kemudian ditambah jumlah tertentu dari biaya tidaklangsung serta laba yang diinginkan.

Pengertian "*Time*" dalam metode ini ditunjukkan oleh tarif per jam atau per waktu dari tenaga kerja, dimana tarif tenaga kerja merupakan jumlah upah langsung dan premi-premi karyawan, bagian yang layak dan berhubungan dengan upah tenaga kerja, dan sebagian laba.

Pengertian "*Material*" adalah semua beban yang dimaksudkan dalam faktor pembelian material yang digunakan untuk job ( pekerjaan ) tertentu ditambah *handling* dari material tersebut serta laba dari penggunaan material. Beban material ini biasanya ditentukan dengan persentase tertentu dari *cost material*. Dengan menentukan *time* dan *material* tersebut, maka dengan mudah perusahaan menentukan harga jual produknya. Penentuan harga jual dengan metode ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya BB} + (\text{Margin} \times \text{Biaya BB}) + \text{Biaya TKL} + (\text{Margin} \times \text{Biaya TKL})$$

Penentuan harga berbasis biaya yang keempat adalah *Return on Capital Employed Pricing*. Prosedur penentuan harga jual dengan metode ini adalah penentuan persentase *mark-up* tertentu dari *capital employed*, yaitu kapital yang dianggap mempunyai peranan dalam memproduksi suatu produk, caranya adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \frac{\text{Total Cost} + (\% \times \text{Total Capital Employed})}{\frac{\text{Volume Penjualan}}{1 - (\% \times \text{Aktiva Lancar})}}$$

atau

$$\text{Harga jual} = \frac{\text{Total Cost} + (\% \times \text{Total Capital Employed})}{\text{Volume Penjualan}}$$

### 2.2.8 Unsur-Unsur yang Diperlukan Dalam Penentuan Harga

Ada beberapa unsur yang diperlukan dalam penentuan harga yaitu biaya produksi dan biaya komersial. Biaya produksi yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan proses pengolahan bahan baku hingga menjadi barang jadi ( RA. Supriyono, 1991:193 ). Adapun elemen-elemen biaya produksi yang dimaksud adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Biaya komersial adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi pemasaran atau biaya yang dikeluarkan dan mulai diperhitungkan pada waktu barang-barang tersebut selesai diproduksi dan siap dijual. Adapun elemen-elemen biaya komersial adalah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum. Jadi penggolongan biaya produksi dan komersial merupakan biaya yang terjadi karena kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuannya, sehingga merupakan pengeluaran

keseluruhan dari awal sampai akhir kegiatan dan terjadi pada suatu periode ( RA. Supriyono, 1991:93 ). Elemen biaya produksi terdiri dari.

a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah harga perolehan berbagai macam bahan baku yang dipakai dalam kegiatan pengolahan produk dan pemakaiannya dapat diidentifikasi. Bahan dapat digolongkan ke dalam bahan baku dan bahan penolong, tetapi untuk pemakaian bahan penolong dan pembuatan produk, perhitungan biayanya diperlakukan sebagai elemen biaya *overhead* pabrik.

b. Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah semua karyawan perusahaan yang memberikan jasa kepada perusahaan. Pengalokasian biaya tenaga kerja menurut fungsinya digolongkan menjadi biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja yang manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya tenaga kerja yang tidak dapat dilihat manfaatnya pada produk yang dihasilkan, biaya ini diperlakukan sebagai biaya *overhead* pabrik.

c. Biaya Overhead Pabrik ( BOP )

BOP adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja yang elemen-elemennya dapat digolongkan ke dalam biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja langsung, biaya depresiasi dan amortisasi aktiva tetap pabrik, biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, biaya listrik dan air pabrik, biaya asuransi pabrik dan biaya overhead pabrik yang lain.

Elemen biaya komersial terdiri dari.

1). Biaya pemasaran

Biaya pemasaran meliputi semua biaya dalam rangka untuk melakukan kegiatan pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang dan jasa perusahaan kepada para pembeli sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas sesuai dengan fungsi pemasaran. Biaya pemasaran dibedakan menjadi biaya untuk menimbulkan pesanan

dan biaya untuk melayani pesanan. Biaya untuk menimbulkan pesanan dibagi lagi menjadi biaya fungsi promosi dan advertensi dan biaya penjualan. Biaya untuk menimbulkan pesanan dibagi juga menjadi biaya fungsi penggundangan dan penyimpanan produk, biaya pengepakan dan pengiriman dan biaya pemberian kredit dan penagihan piutang.

## 2). Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum meliputi semua biaya dalam rangka melaksanakan fungsi administrasi dan umum yaitu biaya perencanaan, penentuan strategi, kebijaksanaan, pengarahan dan pengendalian kegiatan agar berdaya guna dan berhasil guna. Biaya ini umumnya digolongkan lebih lanjut menjadi biaya direksi dan staff, biaya fungsi keuangan, biaya fungsi personalia, biaya humas dan keamanan dan biaya administrasi dan umum lainnya.

### 2.2.9 Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan adalah suatu cara untuk mengukur atau menaksir kondisi bisnis di masa mendatang. Pengukuran tersebut dapat dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Pengukuran secara kualitatif menggunakan *judgment* ( pendapat ), sedangkan pengukuran secara kuantitatif menggunakan metode statistik dan matematika ( Gunawan Adisaputro dan Marwan Asri, 1996:148 ). Penggunaan metode statistik saja secara keseluruhan masih kurang dapat dipercaya hasilnya, sebab banyak hal yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Peramalan kuantitatif dengan metode matematik adalah peralaman penjualan dengan mempergunakan pendekatan linier dari data yang lalu. Dengan metode ini, kenaikan penjualan dianggap sama tiap tahun, sedangkan besarnya volume penjualan tahun yang akan datang dapat diramalkan dengan metode Setengah Rata-rata, Moment, dan Kuadrat Terkecil ( *Least Square* ). Dari ketiga metode tersebut, metode *Least Square* lebih sering dipakai karena simpel dan lebih mudah dalam perhitungannya.

### 2.2.10 Tingkat Persediaan

Persediaan selalu dibutuhkan oleh setiap perusahaan. Tanpa persediaan, perusahaan akan dihadapkan pada resiko tidak dapat memenuhi keinginan langganan yang membutuhkan produknya. Hal ini berarti akan kehilangan kesempatan memperoleh keuntungan yang seharusnya diperoleh. Pada dasarnya persediaan mempermudah dan memperlancar jalannya operasional perusahaan yang harus secara berturut-turut untuk memproduksi barang serta selanjutnya menyampaikannya pada konsumen ( Gunawan Adisaputro dan Marwan Asri, 1996:195 ). Dengan kata lain setiap perusahaan harus mempunyai kebijaksanaan persediaan yang jelas, yang bertujuan antara lain.

1. Untuk menempatkan perusahaan pada posisi yang selalu siap melayani penjualan, baik pada saat biasa atau pada saat ada pesanan secara mendadak.
2. Untuk membantu tercapainya kapasitas produksi yang kontinyu dan seimbang. Pada waktu permintaan tinggi, perusahaan tidak perlu memaksakan diri sehingga bekerja dengan kapasitas penuh, sebaliknya pada waktu permintaan rendah, kelebihan produksi disimpan sebagai persediaan.

### 2.2.11 Perilaku Biaya

Pada umumnya pola perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan. Berdasarkan perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan yaitu biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semivariabel ( Mulyadi, 1993 b:507-517 ). Untuk keperluan perencanaan dan pengendalian, baik biaya tetap maupun biaya variabel harus dipecah lagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap terdiri dari *Committed Fixed Costs* dan *Discretionary Fixed Costs*. Biaya variabel terdiri dari *Engineered Variabel Costs* dan *Discretionary Variabel Costs*.

#### 1. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap per satuan berubah dengan adanya perubahan

volume kegiatan. Biaya tetap atau biaya kapasitas merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu. Besarnya biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi, dan metode serta strategi manajemen.

Pada umumnya jika biaya tetap mempunyai proporsi tinggi bila dibandingkan dengan biaya variabel, kemampuan manajemen dalam menghadapi perubahan-perubahan kondisi ekonomi jangka pendek akan berkurang. Kedua jenis biaya tetap secara lebih jelas terurai sebagai berikut.

a. *Committed Fixed Costs*

*Committed fixed costs* sebagian besar berupa biaya tetap yang timbul dari pemilikan pabrik, ekuipmen, dan organisasi pokok. Perilaku *committed fixed costs* ini dapat diketahui dengan jelas dengan mengamati biaya-biaya yang tetap dikeluarkan jika seandainya perusahaan tidak melakukan kegiatan sama sekali dan akan kembali ke kegiatan normal. Dalam hal ini *committed fixed costs* berupa semua biaya tetap yang dibebankan, tidak dapat dikurangi guna mempertahankan kemampuan perusahaan dalam memenuhi tujuan jangka panjangnya. Contoh *committed fixed costs* adalah biaya depresiasi, pajak bumi dan bangunan, sewa, asuransi, dan gaji karyawan utama. Pengaruh keputusan dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun terhadap *committed fixed costs* ini adalah kecil sekali. Biaya ini terutama dipengaruhi oleh ramalan penjualan jangka panjang. Dalam perencanaan, fokus manajemen terpusat pada pengaruh *fixed cost* terhadap kegiatan tahun yang akan datang.

b. *Discretionary Fixed Costs*

*Discretionary fixed costs* merupakan biaya yang timbul dari keputusan penyediaan anggaran secara berkala (biasanya tahunan), yang secara langsung mencerminkan kebijakan manajemen puncak mengenai jumlah maksimum biaya yang diizinkan untuk dikeluarkan, dan yang tidak dapat menggambarkan hubungan yang optimum antara masukan dan keluaran ( yang diukur dengan volume penjualan jasa atau produk ). *Discretionary fixed costs* ini sering juga disebut dengan istilah *managed* atau *programmed cost*. Contoh *discretionary fixed costs* adalah biaya riset

dan pengembangan, biaya iklan, biaya promosi penjualan, biaya program latihan karyawan dan biaya konsultan. Berbeda dengan *committed fixed costs* yang sulit untuk dikurangi dalam jangka pendek, *discretionary fixed costs* ini dapat dihentikan sama sekali pengeluarannya atas kebijakan manajemen. Keputusan mengenai besarnya *discretionary fixed costs* ini dibuat pada awal tahun anggaran. Setelah tujuan ditetapkan dan cara untuk mencapainya telah dipilih maka biaya maksimum yang akan dikeluarkan ditetapkan dalam anggaran.

## 2. Biaya Variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya variabel per unit konstan ( tetap ) dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya bahan baku merupakan contoh biaya variabel yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi. Kedua jenis biaya variabel secara jelas terurai sebagai berikut :

### a. *Engineered Variabel Costs*

*Engineered variabel costs* adalah biaya yang memiliki hubungan fisik tertentu dengan ukuran kegiatan tertentu. Hampir semua biaya variabel merupakan *engineered costs*. *Engineered variabel costs* merupakan biaya yang antara masukan dengan keluarannya mempunyai hubungan yang erat dan nyata. Jika masukan (biaya) berubah maka keluaran juga akan berubah sebanding dengan perubahan masukan tersebut. Sebaliknya jika keluaran berubah maka masukan ( biaya ) akan berubah sebanding dengan perubahan keluaran tersebut.

### b. *Discretionary Variabel Costs*

Telah disebutkan di atas bahwa hampir semua biaya variabel merupakan *engineered cost*, tetapi ada beberapa biaya variabel yang pantas untuk dikelompokkan ke dalam *discretionary variabel costs*. Hal ini disebabkan karena biaya ini berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan karena manajemen memutuskan demikian. Dengan kata lain *discretionary variabel costs* merupakan biaya yang masukan dan keluarannya memiliki hubungan yang erat namun tidak nyata ( bersifat artifisial ). Jika keluaran berubah maka masukan akan berubah sebanding dengan

perubahan keluaran. Namun jika masukan berubah, keluaran belum tentu berubah dengan adanya perubahan masukan.

### 3. Biaya Semivariabel

Biaya semivariabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel di dalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa atau produk sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

Pemisahan biaya semivariabel menjadi unsur biaya tetap dan biaya variabel dapat menggunakan beberapa metode pemisahan biaya seperti yang dikemukakan oleh Mulyadi ( 1993 b:514-517 ) antara lain.

#### a. Metode Titik Tertinggi dan Terendah ( *High and Low Point Method* )

Untuk memperkirakan fungsi biaya, dalam metode ini biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dibandingkan dengan biaya tersebut pada tingkat kegiatan yang rendah di masa lalu. Selisih biaya yang dihitung merupakan unsur biaya variabel.

#### b. Metode Biaya Berjaga ( *Standby Cost Method* )

Metode ini mencoba menghitung besarnya biaya yang harus tetap dikeluarkan oleh perusahaan andaikata perusahaan ditutup untuk sementara, jadi produknya sama dengan nol. Biaya ini disebut biaya berjaga, dan biaya ini merupakan unsur biaya tetap. Perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan berjaga merupakan unsur biaya variabel.

#### c. Metode Kuadrat Terkecil ( *Least Square Method* )

Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan garis regresi sebagai berikut.

$$Y = a + bx$$

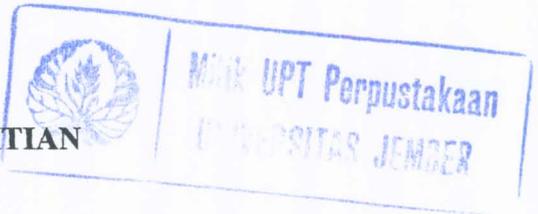
Dimana Y merupakan variabel tidak bebas ( *dependent variabel* ) yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perusahaan pada variabel x yang merupakan variabel bebas ( *independent variabel* ). Variabel Y menunjukkan biaya, sedangkan variabel x menunjukkan volume kegiatan.

### 2.2.12 Analisis Profitabilitas Produk dengan *Contribution Margin*

Pengertian analisis profitabilitas produk yang dimaksud di sini adalah tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan atas penjualan produk yang dihasilkan. Untuk mengetahui tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat dilakukan dengan analisis *Contribution Margin* dan *Contribution Margin Ratio*.

*Contribution margin* ( CM ) adalah kelebihan pendapatan penjualan di atas biaya variabel ( Mulyadi, 1993 a:228 ). Konsep CM dapat berbentuk persentase yang disebut dengan *contribution margin ratio*. *Contribution margin ratio* ( CMR ) adalah hasil bagi *contribution margin* dengan pendapatan penjualan dalam bentuk persentase ( Mulyadi, 1993 a:232 ). CMR ini menyatakan seberapa besar perubahan yang terjadi akibat dari hasil penjualan yang dapat digunakan untuk menutup biaya tetapnya ( *Fixed Cost* ).

Dari analisis tersebut manajemen perusahaan dapat mengetahui jumlah sumbangan keuntungan dari setiap jenis produk akan bertambah atau berkurang sehubungan dengan perubahan hasil penjualan.



### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, atau pun suatu kelas penelitian pada masa sekarang ( Muhammad Nazir, 1988:63 ).

#### 3.2 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain.

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari perusahaan yang bersangkutan dengan masalah yang diteliti. Data primer tersebut meliputi; gambaran umum perusahaan, proses produksi, struktur organisasi, biaya produksi, jumlah tenaga kerja dan data volume penjualan. Data-data yang diambil adalah data-data dari tahun 1996 sampai dengan 2000 digunakan sebagai dasar dalam penelitian.
2. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh dari sumber atau pihak lain yang sudah berupa olahan yang meliputi; catatan-catatan atau arsip-arsip.

Prosedur data yang digunakan dalam pengumpulan data tersebut adalah.

##### a. Metode langsung

Metode langsung yaitu pengumpulan data dengan jalan mengadakan penelitian secara langsung pada perusahaan guna mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian. Metode langsung ini digunakan untuk mendapatkan data primer.

##### b. Metode tidak langsung

Metode tidak langsung yaitu pengumpulan data dengan jalan meneliti secara tidak langsung. Metode tidak langsung ini digunakan untuk mendapatkan data-data sekunder.

### 3.3 Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya

Variabel model *Cost Plus Pricing Method* ( CPPM ) terdiri dari : ( Mas'ud Mahfoedz, 1991:251 ) terdiri dari.

$$\text{Harga jual} = (\text{Biaya produksi variabel} + \text{biaya lain-lain variabel}) + \% \text{ Mark-up} \\ \times \text{Dasar penentuan laba}$$

Variabel independen dari model CPPM adalah presentase Mark-Up dan dasar penentuan laba, dimana dasar penentuan laba merupakan total biaya variabel dan biaya-biaya lain variabel.

Variabel dependen dari *cost plus pricing method* ini adalah harga jual.

### 3.4 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini secara berturut-turut adalah sebagai berikut.

1. Meramalkan volume penjualan pada periode tahun 2001 digunakan metode peramalan dengan *Least square* dengan formulasi : ( Anto Dajan, 1993 :304), sebagai berikut.

$$Y = a + bx$$

Menentukan nilai a dan b apabila  $\Sigma x = 0$

$$a = \frac{\Sigma x}{n} ; b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$$

- dimana :
- y = penjualan yang direncanakan
  - a = nilai y pada titik nol / konstanta
  - b = bilangan perubah untuk satuan waktu
  - x = unit tahun yang dihitung
  - n = banyaknya waktu data

2. Menentukan persediaan akhir berdasarkan tingkat perputaran persediaan dengan formulasi. (Gunawan Adisaputra,1998:195)

$$ITO = \frac{\text{rencana penjualan}}{\text{persediaan rata - rata}}$$

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

3. Menyusun budget produksi yang digunakan pada periode yang akan datang, dengan formulasi yang dikemukakan oleh Gunawan Adisaputro dan Marwan Asri ( 1998:183 ) sebagai berikut.

Tingkat penjualan	xxx unit
Tingkat persediaan akhir	<u>xxx unit</u> +
Jumlah	xxx unit
Tingkat persediaan awal	<u>xxx unit</u> -
Tingkat produksi	xxx unit

4. Memisahkan biaya semi variabel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil ( Agus Ahyari, 1993:108 ).

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

dimana y = Jumlah biaya semi variabel

a = Jumlah biaya tetap

b = Jumlah variabel / unit

x = Tingkat kegiatan dalam perusahaan ( unit )

n = Jumlah data yang digunakan

5. Menghitung jumlah biaya produksi dengan metode direct costing. Metode ini digunakan karena biaya variabel langsung berpengaruh terhadap biaya produksi saat barang diproduksi, sedang biaya-biaya variabel tergantung pada jumlah unit yang diproduksi. Sehingga dari sini dapat diketahui pada tahun penjualan berapa yang dapat memberikan sumbangan keuntungan untuk menutup biaya tetap yang

harus dikeluarkan selama kegiatan perusahaan berlangsung. Formulasinya sebagai berikut. ( Mas'ud, 1991:253 )

Biaya bahan baku	XXX
Biaya tenaga kerja langsung	XXX
BOP variabel	<u>XXX</u> +
Jumlah biaya produksi variabel	XXX
Biaya variabel lain :	
Biaya penjualan	XXX
Biaya administrasi & umum	<u>XXX</u> +
Jumlah biaya variabel lain	<u>XXX</u> +
Jumlah biaya variabel	<u>XXX</u> +

$$\text{Biaya variabel / unit} = \frac{\text{Jumlah biaya variabel}}{\text{Unit yang diproduksi}}$$

6. Menentukan harga jual masing-masing jenis produk setelah semua informasi diperlukan tersedia selanjutnya dapat ditentukan harga jual dengan menggunakan metode cost plus pricing. (Mas'ud ,1991 :251)

$$\text{Harga jual} = (\text{biaya produksi variabel} + \text{biaya komersial variabel}) + (\% \text{ laba yang diharapkan} \times \text{dasar penetapan laba})$$

7. Menghitung Contribusi Margin masing-masing jenis produk yang digunakan dengan rumus (Mulyadi,1993a:233)

$$\text{CMR} = \frac{\text{cx} - \text{bx}}{\text{cx}} \times 100\%$$

dimana : cx = hasil penjualan

bx = biaya variabel

CMR = Contribusi Margin Ratio



## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Obyek yang diteliti

#### 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Kebijaksanaan pemerintah dalam usaha memperkokoh perekonomian Nasional diantaranya adalah membuka kesempatan bagi pemilik modal asing untuk mengestimasi modalnya di Indonesia. Pelaksanaan kebijaksanaan tersebut diatur dalam Undang-undang No. 1 tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing ( PMA ).

Dengan adanya kesempatan penanaman modal tersebut di atas, maka "Saito Wood Craft C.Ltd" bekerja sama dengan PT. Wikan Jaya yang bergerak dalam bidang pengeksportan kayu gelondongan mendirikan badan hukum dengan menggunakan nama PT. Kediri Wood Industry yang berlokasi di Jalan Mauni No. 86 Kediri. Badan usaha ini disahkan oleh Menteri Kehakiman dengan nomor Y.A 5/107/22 dan disetujui oleh Presiden pada tanggal 10 April 1973 dengan nomor B-27/PRES/4/1973, kemudian oleh Menteri Perindustrian tanggal 26 April 1973 nomor 41/M/SK/47-1973, serta oleh Akte Notaris nomor 30 tanggal 15 Mei 1973.

Pada akhir tahun 1973 produksi PT. Kediri Wood Industry selesai dalam pembangunan gedungnya dan langsung pemasangan mesin dan instalasi lengkap. PT. Kediri Wood Industry merupakan realisasi *joint venture* antara pengusaha Jepang dengan pengusaha Indonesia dengan ketentuan 75% dari modalnya ditanggung oleh pihak Jepang dan sisanya 25% dari pihak Indonesia dengan perjanjian kontrak selama 30 tahun. Modal dari Jepang tersebut sebagian besar diwujudkan dalam bentuk mesin-mesin serta peralatan perusahaan dan selebihnya digunakan sebagai Modal Kerja.

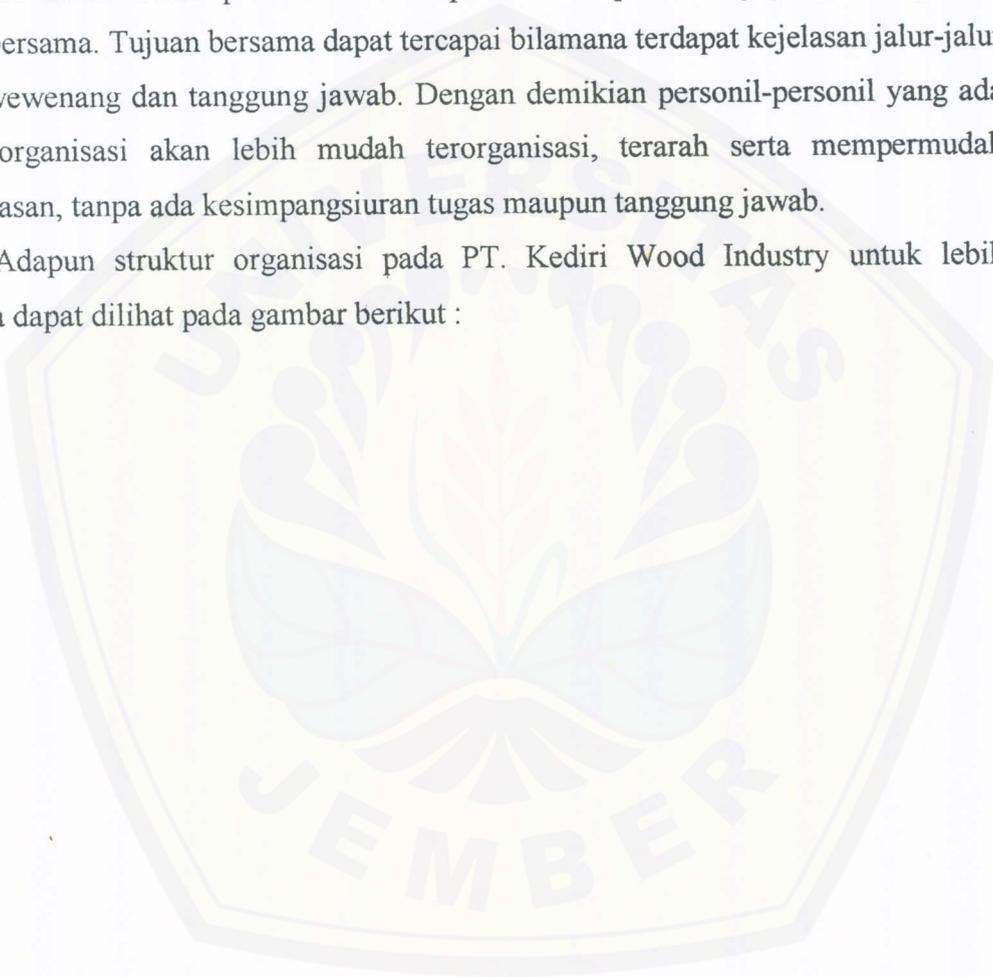
Pada awal tahun 1974 sampai bulan Juli 1974, PT. Kediri Wood Industry memulai produksinya untuk dipasarkan. PT. Kediri Wood Industry sejak berdiri tahun 1974 sampai dengan tahun 1978 dipimpin oleh Bapak Supandi, kemudian diganti oleh anaknya yaitu Bapak Siswanto. Pada tahun 1987 perusahaan membangun

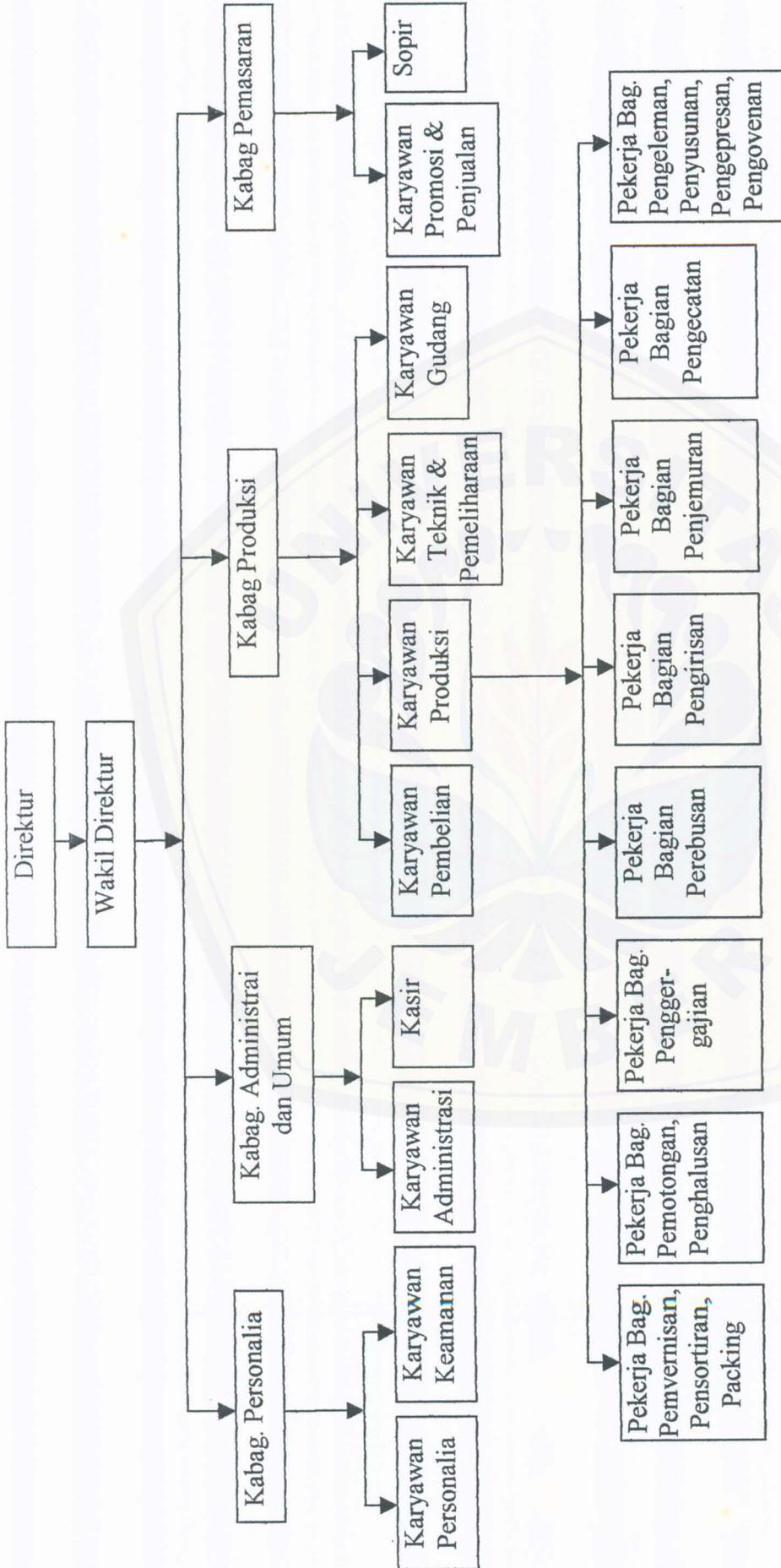
gedung sebagai perluasan perusahaan di lokasi yang sama pula dan mulai dioperasikan pada akhir tahun 1989. Perlu diketahui bahwa struktur kepemilikannya berubah yaitu pihak Jepang 49% dan pihak Indonesia 51%.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi

Di dalam suatu perusahaan terdapat sekelompok orang yang mempunyai tujuan bersama. Tujuan bersama dapat tercapai bilamana terdapat kejelasan jalur-jalur tugas, wewenang dan tanggung jawab. Dengan demikian personil-personil yang ada dalam organisasi akan lebih mudah terorganisasi, terarah serta mempermudah pengawasan, tanpa ada kesimpangsiuran tugas maupun tanggung jawab.

Adapun struktur organisasi pada PT. Kediri Wood Industry untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut :





Gambar 1 : Struktur Organisasi

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

Setiap bagian di dalam organisasi perusahaan mempunyai tugas dan tanggung jawab. Pada PT. Kediri Wood Industry tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut.

a. Direktur

1. Menetapkan kebijaksanaan perusahaan baik bersifat umum maupun yang bersifat khusus antara lain mengenai produksi, keuangan, personalia dan pemasaran.
2. Menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan kemajuan hidup perusahaan.
3. Mengendalikan dan membina stafnya, agar semua pekerjaan berjalan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

b. Wakil Direktur

1. Melaksanakan dan mengusahakan agar tugas-tugas yang didelegasikan oleh Direktur berjalan dengan baik.
2. Membantu untuk masukan pemikiran-pemikiran baru untuk kemajuan perusahaan serta pengambilan keputusan.
3. Membantu Direktur dalam melakukan pengawasan secara kontinyu.

Wakil direktur ini bertanggung jawab kepada Direktur akan tugas-tugas yang dibebankan oleh direktur guna melancarkan jalannya perusahaan.

c. Kepala Bagian Produksi

1. Mengatur pelaksanaan proses produksi agar berjalan dengan baik.
2. Menetapkan kebijakan umum di bidang produksi.
3. Mengkoordinasi dan mengadakan pengawasan pada bagian yang ada di bawahnya.

Kepala bagian produksi bertanggung jawab kepada wakil direktur khususnya untuk kelancaran dan pengawasan di bidang produksi. Dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh karyawan pembelian, karyawan produksi, karyawan teknik dan pemeliharaan dan karyawan gudang.

d. Kepala Bagian Pemasaran

1. Mencari dan merencanakan daerah pemasaran baru.
2. Mengatur segala yang berhubungan dengan penjualan dan proses pengiriman barang jadi kepada para pembeli ( Retailer atau agen )

Kepala Bagian Pemasaran ini bertanggung jawab kepada Wakil Direktur khususnya untuk kelancaran aktivitas pemasaran agar target penjualan tercapai dan dibantu oleh karyawan promosi dan penjualan dan sopir.

e. Kepala Bagian Administrasi dan Keuangan

1. Membuat anggaran perusahaan dan laporan keuangan.
2. Melaksanakan tugas-tugas koresponden serta memelihara arsip secara rapi dan teratur.

Kepala Bagian Administrasi dan Keuangan ini bertanggung jawab kepada Wakil Direktur khususnya dalam pembuatan anggaran perusahaan dan laporan keuangan serta kearsipan dan dibantu oleh karyawan administrasi dan kasir.

f. Kepala Bagian Personalia

1. Mengadakan analisis jabatan dan merencanakan kebutuhan karyawan.
2. Mengadakan penarikan dan penempatan karyawan baru.
3. Mengadakan pengembangan karyawan dan menilai prestasi karyawan.

Kepala Bagian Personalia bertanggung jawab kepada Wakil Direktur dalam hal ketenaga kerjaan, dibantu oleh karyawan personalia dan karyawan keamanan.

g. Kepala Sub Bagian Teknik

1. Melaksanakan tugas-tugas yang bersifat teknis dan bertanggung jawab atas kelancaran kerja.
2. Mengadakan koordinasi dan pengawasan kegiatan bagian yang dipimpinnya.

Dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Produksi khususnya dalam bidang yang berkaitan dengan teknis.

h. Karyawan Pembelian

Bertugas melakukan pembelian bahan baku dan bahan penolong yang diperlukan dalam proses produksi dan bertanggung jawab kepada kepala bagian produksi.

i. Karyawan Produksi

Bertugas melaksanakan proses produksi dan bertanggung jawab kepada kepala bagian produksi. Dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh pekerja bagian penggajian, perebusan, pengirisan, penjemuran, pengecatan, pengeleman, pengepresan, pemvernisan, dan packing.

#### 4.1.3 Aspek Ketenagakerjaan

Secara keseluruhan jumlah tenaga kerja yang ada pada PT. Kediri Wood Industry pada saat ini dibedakan menjadi.

1. Tenaga kerja tidak langsung, yaitu tenaga kerja yang secara tidak langsung terlibat dalam proses produksi perusahaan.
2. Tenaga kerja langsung, yaitu tenaga kerja yang langsung terlibat dalam proses produksi perusahaan.

Adapun jumlah tenaga kerja PT. Kediri Wood Industry pada tahun 2001 adalah 216 orang dengan rincian sebagai berikut : tenaga kerja tidak langsung 54 orang dan tenaga kerja langsung 162 orang.

##### 4.1.3.1 Sistem Upah

Sistem penggajian dan pengupahan diatur berdasarkan klasifikasi tenaga kerja sebagai berikut.

1. Tenaga Kerja Tetap

Gaji yang diberikan oleh PT. Kediri Wood Industry kepada tenaga kerja tetap adalah sistem bulanan yang terdiri dari :

1. Gaji pokok : 100%
2. Tunjangan variabel : 4% dari gaji pokok
3. Tunjangan perusahaan : 7% dari gaji pokok

2. Tenaga Kerja Tidak Tetap

Sistem upah yang diberikan PT. Kediri Wood Industry pada tenaga kerja tidak tetap adalah upah harian.

#### 4.1.3.2 Hari Kerja dan Jam Kerja Karyawan

Hari kerja karyawan pada PT. Kediri Wood Industry adalah Senin sampai Sabtu, sedangkan jam kerja dalam perusahaan yaitu :

Hari Kerja	Jam Kerja	Istirahat
Senin – Kamis	07.00 – 15.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB
Jum'at	07.00 – 15.00 WIB	11.00 – 13.00 WIB
Sabtu	07.00 – 13.30 WIB	11.00 – 12.00 WIB

#### 4.1.4 Aspek Produksi

##### 4.1.4.1 Bahan Baku Yang Digunakan

##### 1. Bahan Baku Utama

- a. Kayu Jati
- b. Kayu Tahun

##### 2. Bahan Pembantu

- Urea enzim : untuk merekatkan potongan-potongan veneer
- Tepung terigu : campuran urea enzim
- Wedel / Wantex : sejenis bahan pewarna untuk mengecat veneer yang berasal dari kayu tahun agar warnanya menyerupai veneer kayu jati
- Vernis : minyak coklat muda yang dipakai untuk mengkilapkan

Setiap unit produk mempunyai komposisi pemakaian bahan baku sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Standar Pemakaian Bahan Baku ( dalam M<sup>3</sup> )**

Jenis Kayu	Jenis Produksi			
	Talam persegi panjang	Talam bujur sangkar	Talam bundar	Tatakan gelas
Kayu Jati	$4.15 \times 10^{-4}$	$2.97 \times 10^{-4}$	$2.70 \times 10^{-4}$	$3.02 \times 10^{-5}$
Kayu Tahun	$1.66 \times 10^{-3}$	$1.19 \times 10^{-3}$	$1.08 \times 10^{-3}$	$1.21 \times 10^{-3}$

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

**Tabel 2**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Standar Pemakaian Bahan Penolong ( dalam Kg )**

Bahan Penolong	Jenis Produksi			
	Talam persegi panjang	Talam bujur sangkar	Talam bundar	Tatakan gelas
Urea Enzim	$1.28 \times 10^{-2}$	$9.65 \times 10^{-3}$	$9.55 \times 10^{-3}$	$4.07 \times 10^{-3}$
Terigu	$3.84 \times 10^{-2}$	$2.95 \times 10^{-2}$	$2.90 \times 10^{-2}$	$3.28 \times 10^{-2}$
Wantex	$2.78 \times 10^{-2}$	$2.14 \times 10^{-2}$	$2.09 \times 10^{-2}$	$2.37 \times 10^{-3}$
Vernis	$5.10 \times 10^{-3}$	$3.96 \times 10^{-3}$	$3.86 \times 10^{-3}$	$4.35 \times 10^{-4}$

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

Sedangkan perkembangan harga bahan baku dan bahan penolong adalah sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perkembangan Harga Bahan Baku 1996 – 2000**  
**( dalam Rp. / m<sup>3</sup> )**

Jenis Kayu	Tahun				
	1996	1997	1998	1999	2000
Kayu Jati	324.250	356.000	391.350	399.500	412.300
Kayu Tahun	142.750	142.750	160.000	175.250	195.250

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

**Tabel 4**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perkembangan Harga Bahan Penolong 1996 – 2000**  
**( dalam Rp. / Kg )**

Jenis Bahan Penolong	Tahun				
	1996	1997	1998	1999	2000
Urea Enzim	4.600	4.750	4.900	5.200	5.500
Terigu	790	825	880	1000	1600
Wantex	1.440	1.660	1.780	1.950	2.075
Vernis	5.810	6.015	6.240	6.500	7.100

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

#### 4.1.4.2 Proses Produksi

Sifat dari proses produksi pada perusahaan ini adalah proses produksi kontinu ( Continue Process ), yaitu proses produksi secara berurutan dan terus menerus mulai bahan baku sampai produk jadi. Adapun jalannya proses produksi adalah sebagai berikut.

##### 1. Penggergajian

Kayu yang masih berupa gelondongan digergaji untuk menghasilkan potongan-potongan kayu ( flitch ) dengan ukuran maksimal 2 meter, dengan menggunakan mesin Band Saw 44.

##### 2. Perebusan

Kayu yang sudah digergaji tersebut kemudian dimasukkan ke dalam bak besar khusus flitch. Perebusan ini memakan waktu 120 jam, sehingga flitch-flitch tersebut menjadi lunak yang akan memudahkan dalam pemrosesan selanjutnya.

##### 3. Pengirisan

Kayu yang sudah direbus dalam proses sebelumnya diiris tipis-tipis atau disayat dengan mesin khusus untuk dijadikan lembaran-lembaran kayu tipis ( veneer ). Adapun tebal yang dikehendaki untuk kayu jati 0.535 mm, sedangkan untuk kayu durian 1 mm.

##### 4. Pembentukan

Dalam proses ini veneer yang telah diproses akan dipotong menurut hasil produksi nanti. Pemotongan ini menggunakan mesin strucular saw.

##### 5. Setelah veneer menjadi potongan-potongan kemudian dijemur. Penjemuran ini memakan waktu kurang lebih 5 jam sampai kadar air yang terkandung kurang dari 6%. Veneer yang berasal dari kayu jati tidak dilakukan penjemuran dengan cara pemanasan tapi dilakukan dengan cara pengovenan.

##### 6. Penggabungan

Veneer yang kering sebelum diproses lebih lanjut diperiksa lebih dahulu. Kalau didapatkan veneer yang kurang memenuhi syarat untuk ukuran hasil produksi

maka dapat dilakukan penyambungan atau penggabungan veneer dengan menggunakan Celepote atau isolasi kertas.

#### 7. Pengecatan

Untuk veneer jati ( veneer bagian luar ) dilakukan pengecatan dengan tangan, yaitu memakai wendel atau wantex coklat dan hitam yang dicampur air sehingga warnanya akan menyerupai kayu jati. Tujuan pengecatan ini agar tidak mudah pecah atau rusaknya veneer karena ukuran yang terlalu tipis.

#### 8. Penyusunan

Setelah veneer diberi lem atau perekat maka proses selanjutnya adalah penyusunan. Veneer-veneer tersebut disusun menjadi 7 lapisan yang terdiri dari 2 lapisan kayu jati dan 5 lapisan kayu durian, dengan susunan yang pertama adalah veneer kayu jati, sedangkan dibagian tengah adalah kayu durian.

#### 9. Pengepresan dan Pengovenan

Untuk kegiatan pengepresan, tekanan yang dipakai ada 2 jenis. Jenis pertama untuk jenis besar, tekanan yang dipakai minimum  $35 \text{ kg/cm}^2$  dan tekanan maksimum  $100 \text{ kg/cm}^2$  dengan waktu 30 menit  $0^\circ \text{C}$ . Setelah tahap pengepresan berakhir untuk unit besar suhu langsung diturunkan sampai  $60^\circ \text{C}$ , kemudian dilepas dari alat cetaknya. Untuk unit kecil, dimasukkan ke dalam alat oven terlebih dahulu selama 20 menit dengan suhu  $30^\circ \text{C}$ , selanjutnya didinginkan dan dikeluarkan dari alat cetaknya.

#### 10. Finishing

Finishing ini bisa dibagi menjadi beberapa tahap yaitu.

##### a. Proses pemotongan barang atfal

Pada proses ini digunakan 2 mesin yaitu.

##### 1. Cutting Ruterr Machine

Digunakan untuk memotong bagian tepi dalam yang berbentuk persegi empat.

##### 2. Edge Cutter For Ruond Tray

Digunakan untuk memotong tepi talam yang berbentuk bundar.

b. Proses Penghalusan

Pada proses ini digunakan 2 mesin yaitu :

1. Sanding and Epolishing

Mesin ini digunakan untuk menghaluskan bagian tepi yang masih kasar dari talam yang berbentuk persegi panjang.

2. Vertical Sander

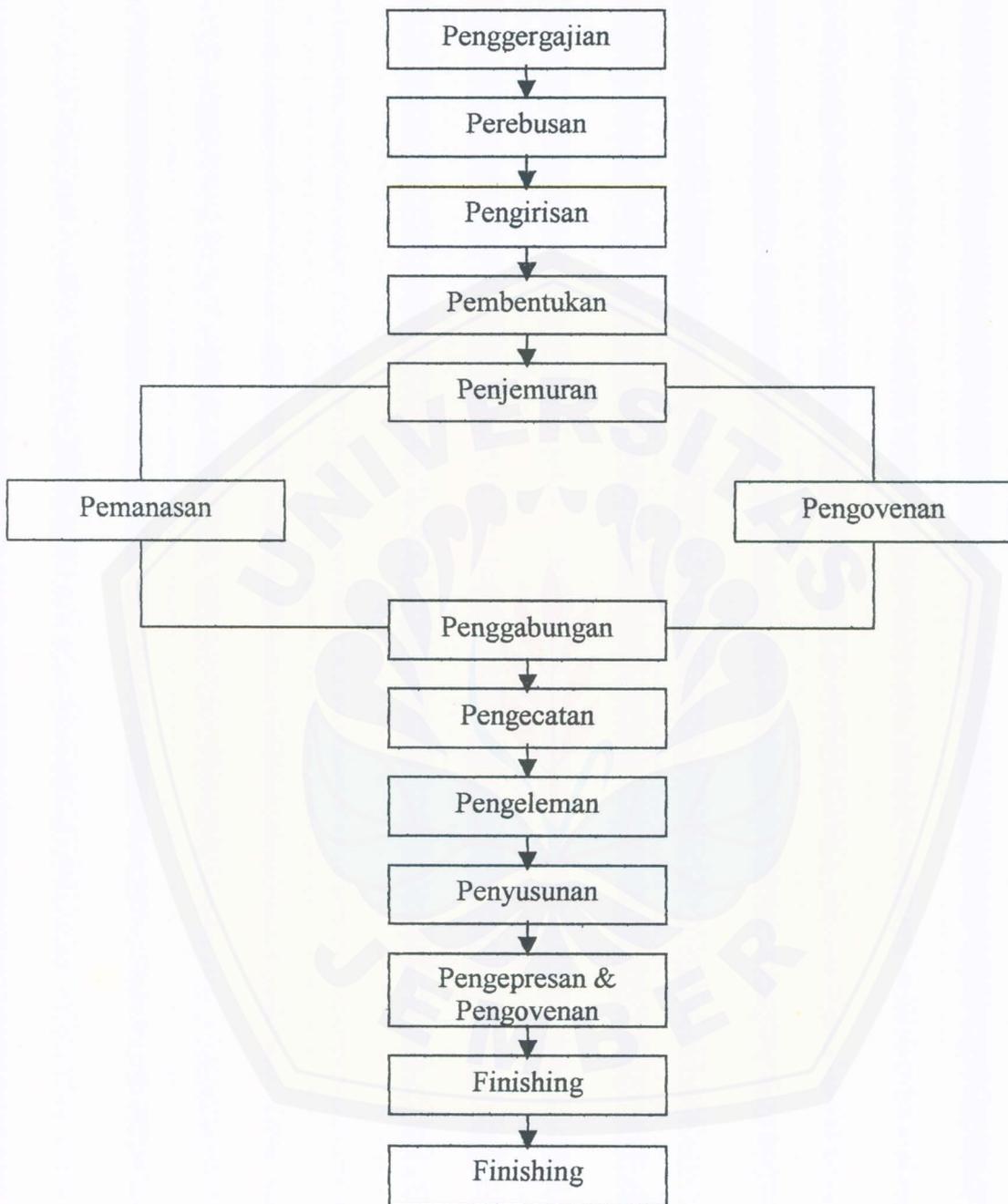
Mesin ini digunakan untuk menghaluskan bagian tepi dan permukaan talam bundar.

c. Proses pemberian vernish

Setelah dihaluskan, jika ada bagian produk yang sedikit retak, maka dilakukan pendempulan kemudian dicat dengan vernish.

11. Packing Hasil Produksi

Packing atau pengemasan adalah kegiatan akhir dari suatu proses produksi. Hal ini sangat diperlukan untuk produk yang rawan terhadap gesekan, bantingan dan cuaca seperti hasil produk dari PT. Kediri Wood Industry di Kediri yang menggunakan bahan baku kayu. Dengan adanya packing diharapkan produk tetap terjaga baik kualitas maupun kuantitasnya terhadap kerusakan terutama terhadap produk ekspor. Agar proses produksi lebih jelas, maka dapat dilihat pada gambar 2 berikut :



Gambar 2 : Skema Proses Produksi PT. Kediri Wood Industry

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

**Tabel 5**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Daftar Peralatan Produksi**

No	Nama Mesin	Jml (unit)	Tahun Pembelian	Harga Perolehan (Rp.)	Umur Ekonomis (th)	Nilai Sisa
1.	Band Saw UU	3	1991	2.750.000	10	200.000
2.	Slice	3	1988	23.700.000	15	1.264.000
3.	Glue Spider	3	1988	40.350.000	15	2.340.000
4.	Moulding	3	1984	65.565.000	20	3.100.000
5.	Cutting router	4	1986	56.000.000	15	2.790.750
6.	Edge cutting for coaster	1	1987	12.500.000	15	592.000
7.	Cutter for round try	2	1986	23.000.000	15	1.270.000
8.	Sanding polishing	4	1989	43.400.000	12	3.075.000
9.	Vertical Sander	1	1990	11.750.000	12	576.250
10.	Coaster Sanding	2	1991	23.500.000	12	1.087.500
11.	Circular Saw	2	1991	4.650.000	10	290.000
12.	Diesel	4	1994	3.800.000	8	309.375
13.	Termo	2	1991	5.245.000	10	329.500
14.	Dryer	4	1990	21.000.000	13	1.293.750

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

#### 4.1.4.3 Volume Produksi

Volume produksi PT. Kediri Wood Industry yang berupa talam persegi panjang dan talam bundar dapat dilihat pada tabel 6. Sedangkan data persediaan awal dan persediaan akhir produk jadi dapat dilihat pada tabel 7.

**Tabel 6**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Data Volume Produksi Tahun 1996 – 2000**  
**( dalam unit )**

Tahun	Talam persegi panjang	Talam bujur sangkar	Talam bundar	Tatakan gelas
1996	227.465	59.907	103.070	172.400
1997	250.313	68.448	112.851	190.444
1998	267.905	72.380	122.109	206.800
1999	275.820	85.145	141.321	225.750
2000	300.125	89.915	145.211	240.310

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

**Tabel 7**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Data Persediaan Awal dan Akhir Tahun 1996 – 2000**  
**( dalam unit )**

Th.	Jenis Produk							
	T. persegi panjang		T. bujur sangkar		T. Bundar		Tatakan Gelas	
	Pers. Awal	Pers. Akhir	Pers. Awal	Pers. Akhir	Pers. Awal	Pers. Akhir	Pers. Awal	Pers. Akhir
1996	14330	12488	7240	6022	10124	9282	12644	9830
1997	12488	14900	6022	8243	9282	9385	9830	10482
1998	14900	15908	8143	9185	9385	10048	10482	12905
1999	15213	16428	7512	8501	9711	11599	12041	13706
2000	15505	16915	8910	9425	10300	11921	16009	17404

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

#### 4.1.5 Aspek Pemasaran

##### 4.1.5.1 Saluran Distribusi

Dalam memasarkan hasil produksinya PT. Kediri Wood Industry menggunakan saluran distribusi sebagai berikut .

##### 1. Produsen → Agen → Retailer → Konsumen

Produk jadi disalurkan dari perusahaan sebagai produsen kepada agen, kemudian dari agen ke retailer dan terakhir disalurkan pada konsumen.

##### 2. Produsen → Retailer → Konsumen

Dari perusahaan produk jadi disalurkan kepada retailer yang kemudian disalurkan kepada konsumen.

##### 4.1.5.2 Daerah Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena tanpa suatu pemasaran perusahaan tidak akan berkembang, sehingga tidak dapat mencapai tingkat keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan.

Daerah pemasaran produk kerajinan kayu lapis dari PT. Kediri Wood Industry dikelompokkan menjadi dua yaitu .

1. Dalam Negeri atau Lokal, yang meliputi : Jakarta, Surabaya, Denpasar, Yogyakarta, Malang, Bandung, Kalimantan dan Sumatera.
2. Luar Negeri atau ekspor, untuk pemasaran luar negeri yang konstan adalah ke Jepang yang ditangani oleh SAITO WOOD Co. Ltd Jepang. Sedangkan Singapore dan Thailand ditangani oleh PT. Puri Karya Sakti.

4.1.5.3 Harga Jual dan Volume Penjualan

Data penjualan dan harga jual produk PT. Kediri Wood Industry pada tahun 1996 sampai dengan tahun 2000 secara keseluruhan seperti dapat dilihat pada tabel 8, 9, 10, dan 11 berikut ini.

**Tabel 8**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Nilai Penjualan Talam Persegi Panjang Tahun 1996 – 2000**

Tahun	Volume Penjualan ( Unit )	Harga Jual/Unit (Rp.)	Hasil Penjualan (Rp.)
1996	219.307	7.125	1.562.562.375
1997	247.901	7.400	1.834.467.400
1998	266.897	7.925	2.115.158.725
1999	270.203	8.300	2.242.684.900
2000	312.100	8.925	2.785.492.500

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

**Tabel 9**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Nilai Penjualan Talam Bujur Sangkar Tahun 1996 – 2000**

Tahun	Volume Penjualan ( Unit )	Harga Jual/Unit (Rp.)	Hasil Penjualan (Rp.)
1996	61.125	5.250	320.906.250
1997	66.227	5.500	364.248.500
1998	71.438	5.900	421.484.200
1999	77.350	6.500	502.775.000
2000	81.100	7.300	592.030.000

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

**Tabel 10**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Nilai Penjualan Talam Bundar Tahun 1996 – 2000**

Tahun	Volume Penjualan ( Unit )	Harga Jual/Unit (Rp.)	Hasil Penjualan (Rp.)
1996	103.912	4.925	511.766.600
1997	112.748	5.280	595.309.440
1998	121.448	5.525	671.000.200
1999	124.231	6.575	816.818.825
2000	145.250	6.925	1.005.856.250

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

**Tabel 11**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Nilai Penjualan Tatakan Gelas Tahun 1996 – 2000**

Tahun	Volume Penjualan ( Unit )	Harga Jual/Unit (Rp.)	Hasil Penjualan (Rp.)
1996	175.214	3.350	586.966.900
1997	189.792	3.460	656.680.320
1998	204.437	3.575	730.862.275
1999	215.927	3.625	782.735.375
2000	243.100	3.775	917.702.500

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Penentuan Harga Jual

Untuk mengetahui harga jual masing-masing-masing produk tahun 2001 digunakan langkah-langkah sebagai berikut.

#### 4.2.1.1 Ramalan penjualan

Ramalan penjualan merupakan dasar dari semua rencana dan kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan, sedangkan penjualan merupakan dasar untuk

menganalisa biaya dan laba yang akan terjadi. Adapun ramalan penjualan pada PT. Kediri Wood Industry adalah.

**Tabel 12**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Ramalan Penjualan Tahun 2001**

No	Jenis Produk	Ramalan Penjualan (unit)
1.	Talam persegi panjang	325.648
2.	Talam bujur sangkar	86.770
3.	Talam bundar	149.766
4.	Tatakan gelas	254.266
<b>Jumlah</b>		<b>816.450</b>

Sumber data : Lampiran 1, 2, 3

Berdasarkan tabel di atas ramalan penjualan talam persegi panjang adalah 325.648 unit, talam bujur sangkar 86.770 unit, talam bundar 149.766 unit dan tatakan gelas 254.266 unit.

#### 4.2.1.2 Penentuan Persediaan Akhir Barang Jadi

Penentuan persediaan akhir barang jadi digunakan untuk membantu menghitung anggaran produksi. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan besarnya persediaan akhir barang jadi PT. Kediri Wood Industry.

**Tabel 13**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Persediaan Akhir Barang Jadi Tahun 2001**

No	Jenis Produk	Persediaan Akhir (unit)
1.	Talam persegi panjang	17.363
2.	Talam bujur sangkar	9.857
3.	Talam bundar	11.119
4.	Tatakan gelas	16.498

Sumber data : Lampiran 5, 6, 7 dan 8

Persediaan akhir barang jadi tahun 2001 berdasarkan tabel 13 untuk talam persegi panjang 17.363 unit, talam bujur sangkar 9.857 unit, talam bundar 11.119 unit dan tatakan gelas 16.498 unit.

#### 4.2.1.3 Penyusunan Anggaran Produksi

Setelah ramalan penjualan dan persediaan akhir barang jadi dihitung langkah selanjutnya adalah penyusunan anggaran produksi untuk masing-masing produk. Anggaran produksi PT. Kediri Wood Industry pada tahun 2001 terlihat pada tabel berikut.

**Tabel 14**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Anggaran Produksi Tahun 2001**  
**( dalam unit )**

Keterangan	Talam Persegi Panjang	Talam Bujur Sangkar	Talam Bundar	Tatakan Gelas
Tk. Penjualan	325.648	86.770	149.766	254.266
Persediaan Akhir	17.363	9.857	11.119	16.498
Jml yang dibutuhkan	343.012	96.627	160.885	270.764
Persediaan Awal	16.915	9.425	11.921	17.404
Tingkat Produksi	326.096	87.202	148.964	253.360

Sumber data : tabel 12 dan 13, diolah

Tabel 14 menunjukkan besarnya anggaran produksi talam persegi panjang 326.096 unit, talam bujur sangkar 87.202 unit, talam bundar 148.964 unit, dan tatakan gelas 253.360 unit.

#### 4.2.1.4 Pemisahan Biaya Semivariabel ke dalam Biaya Tetap dan Variabel

Biaya yang dikeluarkan dapat dibedakan menjadi tiga jenis biaya, yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.

Khusus biaya variabel yang mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel yang harus dipisahkan lebih dahulu ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Berikut ini hasil pemisahan biaya semi variabel pada PT. Kediri Wood Industry.

**Tabel 15**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Hasil Pemisahan Biaya Semivariabel Tahun 2001**  
**( dalam rupiah )**

Jenis Biaya	Biaya Tetap	Biaya Variabel/unit
Biaya listrik dan air	12.605.926,85	1,52
Biaya perbaikan dan pemeliharaan	10.801.917,37	2,32
Biaya administrasi dan umum	7.088.621,00	2,21
Biaya pemasaran	11.583.003,50	2,04
<b>Total</b>	<b>42.079.468,70</b>	

Sumber data : Lampiran 10, 11, 12 dan 13

Dari tabel 15 diketahui besarnya biaya tetap dan biaya variabel hasil pemisahan biaya semivariabel. Biaya tetap masing-masing jenis biaya adalah biaya listrik dan air Rp. 12.605.926,85, biaya perbaikan dan pemeliharaan Rp. 10.801.917,37, biaya perbaikan dan pemeliharaan Rp. 7.088.621, biaya pemasaran Rp. 11.583.003,5. Sedangkan biaya variabel per unit adalah biaya listrik dan air Rp. 1,52, biaya perbaikan dan pemeliharaan Rp. 2,32, biaya administrasi dan umum Rp. 2,21 serta biaya pemasaran Rp. 2,04.

Alokasi biaya tetap pada masing-masing produk dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 16**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Alokasi Biaya Listrik dan Air Tetap, dan Perbaikan dan**  
**Pemeliharaan Tetap Tahun 2001 ( dalam rupiah )**

Keterangan	Anggaran produksi ( unit )	Presentase (%)	Biaya Listrik	Biaya Perbaikan dan Pemeliharaan
Talam persegi panjang	326.096	0,40	5.042.370,74	4.320.766,95
Talam bujur sangkar	87.202	0,11	1.386.651,95	1.188.210,91
Talam bundar	148.964	0,18	2.269.066,83	1.944.345,13
Tatakan gelas	253.360	0,31	3.907.837,32	3.348.594,38
<b>Jumlah</b>	<b>815.622</b>	<b>1,00</b>	<b>12.605.926,84</b>	<b>10.801.917,37</b>

Sumber data : Tabel 14 dan 15, diolah

Berdasarkan tabel 16 alokasi biaya listrik dan air tetap pada talam persegi panjang Rp. 5.042.370,74, talam bujur sangkar Rp. 1.386.654,95, talam bundar Rp. 2.269.066,83 dan tatakan gelas Rp. 3.907.837,32. Sedangkan alokasi biaya perbaikan dan pemeliharaan tetap pada talam persegi panjang Rp. 4.320.766,95, talam bujur sangkar Rp. 1.188.210,91, talam bundar Rp. 1.944.345,13 dan tatakan gelas Rp. 3.348.594,38.

**Tabel 17**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Biaya Administrasi dan Umum Tetap**  
**Dan Pemasaran Tahun 2001 ( dalam rupiah )**

Keterangan	Anggaran produksi ( unit )	Presentase (%)	Biaya Adm & Umum	Biaya Pemasaran
Talam persegi panjang	326.096	0,40	2.835.448,40	4.633.201,40
Talam bujur sangkar	87.202	0,11	779.748,31	1.274.130,38
Talam bundar	148.964	0,18	1.275.951,78	2.084.940,63
Tatakan gelas	253.360	0,31	2.197.472,51	3.590.731,08
Jumlah	815.622	1,00	7.088.621	11.583.003,49

Sumber data : Tabel 14 dan 15, diolah

Tabel 17 di atas adalah tabel yang menunjukkan alokasi biaya administrasi dan umum dan pemasaran tetap pada tiap-tiap produk. Berdasarkan tabel tersebut alokasi biaya administrasi dan umum tetap pada talam persegi panjang Rp. 2.835.448,40, talam bujur sangkar Rp. 779.748,31, talam bundar Rp. 1.275.951,78 dan tatakan gelas Rp. 2.197.472,51. Sedangkan alokasi biaya pemasaran tetap pada talam persegi panjang Rp. 4.633.201,40, talam bujur sangkar Rp. 1.274.130,38, talam bundar Rp. 2.084.940,63 dan tatakan gelas Rp. 3.590.731,08.

#### 4.2.1.5 Menghitung Biaya Variabel per unit Tahun 2001

Jumlah biaya variabel dihitung dengan menggunakan metode direct cost pricing. Metode ini digunakan karena biaya variabel langsung berpengaruh terhadap

biaya produksi pada saata barang diproduksi, sedang besarnya biaya variabel tergantung pada jumlah unit yang diproduksi.

Tabel 18 berikut ini menunjukkan perhitungan biaya variabel per unit untuk masing-masing produk pada tahun 2001.

**Tabel 18**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perhitungan Biaya Variabel per unit Tahun 2001**  
**( dalam rupiah )**

Keterangan	Talam Persegi Panjang	Talam Bujur Sangkar	Talam Bundar	Tatakan Gelas
Biaya Bahan Baku	1.753.509.114	332.504.469	515.796.535	680.819.147
Biaya Tenaga Kerja Langsung	141.408.000	38.887.200	63.633.600	109.591.200
BOP Variabel :				
Biaya Bh. Penolong	1.714.325.020	171.225.616,90	287.692.162,20	214.806.348,10
Biaya Listrik dan Air	495.665,92	132.547,04	226.425,28	385.107,20
Biaya Perbaikan dan Pemeliharaan	756.542,72	202.308,64	345.596,48	587.795,20
Jml. Biaya prod. Variabel	3.610.494.343	542.952.141,6	867.694.319	1.006.189.598
Biaya variabel lain :				
Biaya Adm. & Umum	720.672,16	192.716,42	329.210,44	559.925,64
Biaya Pemasaran	665.235,84	177.892,08	303.886,56	516.854,40
Jml. Biaya Variabel lain	1.385,908,00	370.608,50	633.097,00	1.076.780
Jumlah Biaya Variabel	3.611.880.251	543.322.750,51	868.327.416	1.007.266.378
Unit diproduksi	326.096	87.202	148.964	253.360
Biaya Variabel per unit	11.076,12	6.230,62	5.829,10	3.975,63

Sumber data : Tabel 14, 15 dan Lampiran 16, 17, 24

Berdasarkan tabel 18 di atas besarnya biaya variabel per unit tahun 2001 untuk talam persegi panjang Rp. 11.076,12, talam bujur sangkar 6.230,62, talam bundar Rp. 5.829,10 dan tatakan gelas 3.975,63.

#### 4.2.1.6 Penentuan Harga Jual Tahun 2001

Metode penentuan harga jual yang digunakan PT. Kediri Wood Industry adalah metode direct cost pricing, suatu metode penentuan harga jual yang hanya memperhitungkan biaya variabel. Metode ini dikenal juga dengan metode Marginal

Income Pricing karena dalam metode ini hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume atau penjualan yang menghasilkan marginal income. Dengan metode ini harga jual ditentukan dengan cara.

Harga Jual = ( biaya produksi variabel + biaya lain-lain variabel ) + ( % laba yang diinginkan x dasar penentuan laba )

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan, besarnya presentase mark-up yang ditentukan perusahaan berdasarkan total cost dan prospek pemasaran tiap jenis produk yaitu, produk talam persegi panjang sebesar 25,31 %, produk talam bujur sangkar 21,79 %, produk talam bundar 22,84 % dan produk tatakan gelas sebesar 25,13 %. Dimana total cost yang digunakan sebagai dasar penentuan presentase mark-up tersebut adalah total biaya produksi baik tetap maupun variabel. Besarnya presentase mark-up ini bersifat standart dan telah ditentukan oleh perusahaan untuk beberapa periode.

Dengan menggunakan data-data pada tabel 18, maka harga jual per unit masing-masing produk pada tahun 2001 dapat dihitung sebagai berikut.

**Tabel 19**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perhitungan Harga Jual per Unit Tahun 2001**  
**( dalam unit )**

Keterangan	Talam Persegi Panjang	Talam Bujur Sangkar	Talam Bundar	Tatakan Gelas
Biaya Produksi variabel	11.071,87	6.226,37	5.829,10	3.975,63
Biaya Lain variabel	4,25	4,25	4,25	4,25
Jml. Biaya Variabel	11.076,12	6.230,62	5.833,35	3.979,88
Persentase Mark-Up	25,31 %	21,79 %	22,84 %	25,13 %
Perhitungan Harga Jual: Biaya variabel	11.076,12	6.230,62	5.833,35	3.979,84
(% laba yang diinginkan x dasar penentuan laba )	2.803,36	1.357,65	1.332,35	1.000,14
Harga Jual	13.879,48	7.588,27	7.165,68	4.979,98

Sumber data : Tabel 18, data diolah

Dalam tabel 19 menunjukkan harga jual per unit pada tahun 2001 untuk talam persegi panjang Rp. 13.879,48, talam bujur sangkar Rp. 7.588,27, talam bundar Rp. 7.165,68 dan tatakan gelas Rp. 4.976,02.

#### 4.2.2 Menentukan Tingkat Profitabilitas Produk

Analisis tingkat profitabilitas merupakan salah satu bentuk analisis yang digunakan untuk mengetahui sampai seberapa besar tingkat laba yang dicapai oleh masing-masing produk yang dijual perusahaan. Tingkat profitabilitas hasilnya diukur dengan menggunakan rumus, sebagai berikut.

$$\text{CMR} = \frac{cx - bx}{cx} \times 100\%$$

Dengan menggunakan data-data pada lampiran 29, maka dapat diketahui tingkat profitabilitas masing-masing produk pada tahun 2001 seperti pada tabel berikut.

**Tabel 20**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Tingkat Profitabilitas Produk Tahun 2001**

No.	Jenis Produk	Contribution Margin Ratio (%)
1.	Talam Persegi Panjang	20,09
2.	Talam Bujur Sangkar	17,48
3.	Talam Bundar	19,02
4.	Tatakan Gelas	20,37

Sumber data : Lampiran 29

Dalam tabel data di atas diketahui bahwa tingkat profitabilitas produk dari hasil analisis yaitu, talam persegi panjang tingkat profitabilitas (CMR) sebesar 20,09%, talam bujur sangkar CMR sebesar 17,48%, talam bundar CMR sebesar 19,02% dan tatakan gelas CMR-nya sebesar 20,37%.

#### 4.2.3 Membandingkan Laba Kontribusi Produk dengan Biaya Tetap Tahun 2001

Perbandingan laba kontribusi produk diperlukan untuk memberikan gambaran jumlah laba kontribusi yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba. Semakin besar laba kontribusi, semakin besar kesempatan yang diperoleh perusahaan untuk menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba, seperti terlihat pada tabel 21.

**Tabel 21**  
**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perbandingan Laba Kontribusi Produk dengan Biaya Tetap**  
**Tahun 2001**

Keterangan	Jenis Produk				Total
	Talam Persegi Panjang	Talam Bujur Sangkar	Talam Bundar	Tatakan Gelas	
Vol. Penjualan	325.648	86.770	149.766	254.266	816.450,00
Pendapt. penj.	4.519.824.903	658.434.187,9	1.072.324.560	1.264.159.699	7.514.743.350,00
Bia. Variabel	3.611.880.251	543.322.750,10	868.327.416	1.006.678.582	6.030.208.999,00
Laba Kontribusi	907.944.652	115.111.437,80	203.997.144	257.481.117	1.484.534.351,00
Biaya tetap					287.197.593,70
Laba bersih					1.197.336.757,00
Laba kontribusi per unit	2.788,12	1.326,63	1.362,11	1.012,64	6.489,50

Sumber data : Tabel 8, 9, 10, 11, 19 dan lampiran 29 dan 36

Tabel 21 di atas adalah tabel yang menunjukkan perbandingan laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tahun 2001 yaitu pada produk talam persegi panjang sebesar Rp. 2.778,12, talam bujur sangkar Rp. 1.326,63, talam bundar sebesar Rp. 1.362,11 dan tatakan gelas sebesar Rp. 1.012,64.

#### 4.3 Pembahasan

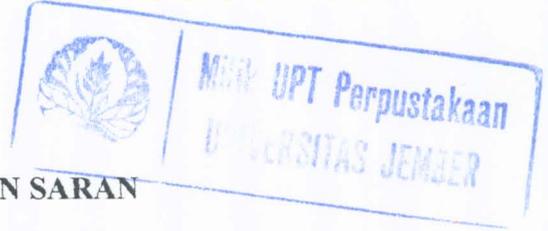
Tabel 19 menunjukkan perhitungan besarnya harga jual produk tiap jenis produk tahun 2001 yaitu produk talam persegi panjang Rp. 13.879,47, talam bujur sangkar Rp. 7.588,27, talam bundar Rp. 7.165,68 dan tatakan gelas Rp. 4.976,02.

Berdasarkan hasil analisis tingkat profitabilitas produk yang digunakan untuk mengetahui sampai seberapa besar laba yang diperoleh untuk mengetahui sampai

seberapa besar tingkat laba yang dicapai oleh masing-masing produk menunjukkan besarnya CMR tahun 2001 pada produk talam persegi panjang sebesar 20,09%, talam bujur sangkar sebesar 17,48%, talam bundar sebesar 19,02% dan tatakan gelas sebesar 20,37%. Total *Contribution Margin Ratio* sebesar 19,75%.

Perbandingan laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tahun 2001 menunjukkan besarnya laba masing-masing produk terbesar terdapat pada produk talam persegi panjang sebesar Rp. 2.788,12. Ini membuktikan bahwa produk talam persegi panjang merupakan produk yang memiliki kemampuan tertinggi untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba. Dengan mengetahui dampak terhadap laba, setiap alternatif tindakan yang dipertimbangkan sekarang, manajemen akan memiliki dasar yang kuat untuk memilih, sehingga ia akan mampu mengambil keputusan secara ekonomis rasional.

Kemampuan produk dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba tidak diukur hanya atas dasar informasi laba kontribusi per unit, namun diukur dari laba kontribusi per unit yang dihubungkan dengan pemanfaatan sumber daya yang langka.



## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penentuan harga jual dengan *Cost Plus Pricing Method*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

- a. Harga jual pada tahun 2001 untuk masing-masing produk berdasarkan hasil analisis penentuan harga jual dengan *Cost Plus Pricing Method* dengan pendekatan *Direct Costing* adalah.

Harga jual talam persegi panjang Rp. 13.879,48 per unit, sehingga dengan rencana penjualan sebesar 325.648 unit, nilai penjualannya Rp. 4.519.824.903

Harga jual talam bujur sangkar Rp. 7.588,27 per unit, sehingga dengan rencana penjualan sebesar 86.770 unit, nilai penjualannya Rp. 658.434.187,9

Harga jual talam bundar Rp. 7.165,68 per unit, sehingga dengan rencana penjualan sebesar 149.766 unit, nilai penjualannya Rp. 1.072.324.560

Harga jual tatakan gelas Rp. 4.976,02 per unit, sehingga dengan rencana penjualan sebesar 254.266 unit, nilai penjualannya Rp. 1.264.159.699.

- b. Besarnya tingkat profitabilitas tiap-tiap produk yang dapat dicapai perusahaan berdasarkan analisis *Contribution Margin Ratio* yaitu produk Talam Persegi Panjang sebesar 20,09%, Talam Bujur Sangkar sebesar 17,48%, Talam Bundar sebesar 19,02% dan Tatakan Gelas sebesar 20,37 %.
- c. Perbandingan laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tahun 2001 produk talam persegi panjang sebesar Rp. 2.788,12, talam bujur sangkar Rp. 1.326,63, talam bundar sebesar Rp. 1.362,11 dan tatakan gelas sebesar 1.012,64. Dari sini terlihat bahwa laba kontribusi produk tiap unit pada tahun 2000 untuk produk talam persegi panjang memiliki laba kontribusi per unit paling tinggi. Hal ini menunjukkan produk tersebut mampu memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba paling tinggi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan, penulis memberikan saran sebagai berikut :

- 1 PT. Kediri Wood Industry hendaknya menyusun anggaran perusahaan untuk kegiatan operasinya pada periode 2001 secara benar dan tepat.
- 2 Untuk kelangsungan hidupnya sebaiknya dalam penentuan harga jual produk untuk tahun 2001 agar disesuaikan tingkat keuntungan yang diinginkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Agus Ahyari, 1993, *Management Produksi*, BPFE, Yogyakarta.
- Anton Dajan, 1993, *Pengantar Metode Statistik*, LP3ES, Jakarta.
- Basu Swastha dan Irawan, 1990, *Management Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 1995, *Strategi Pemasaran*, Andy Offset, Yogyakarta.
- Gunawan Adisaputro dan Marwan Asri, 1998, *Anggaran Perusahaan I*, BPFE, Yogyakarta.
- Horngren, C.T, 1995, *Akuntansi Biaya dengan Penekanan Managerial*, Edisi Indonesia, Salemba Empat, Jakarta.
- Indrati Wahyuningsih, 1998, *Penentuan Harga Jual dengan Pendekatan Cost Plus Pricing Method Dalam Usaha Meningkatkan Profitabilitas Pada PT. Bambbe Gresik*, Skripsi Universitas Jember.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 1997, *Management Pemasaran*, Edisi Indonesia, Ikrar Mandiri Abadi, Jakarta.
- Mas'ud Mahfoedz, 1991, *Akuntansi Manajemen*, BPFE, Yogyakarta.
- Muhammad Nazir, 1988, *Metodologi Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Mulyadi, 1993 a, *Akuntansi Manajemen*, STIE, YKPN, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 1993 b, *Akuntansi Biaya*, STIE, YKPN, Yogyakarta.
- Murti Sumarni –Johan Soeprihanto, 1995, *Pengantar Bisnis*, Liberty, Yogyakarta.
- R.A. Supriyono, 1991, *Akuntansi Management*, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Slamet Sugiri, 1994, *Akuntansi Management*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Sri Murdiyanti, 2000, *Analisis Penentuan Harga Jual Guna Meningkatkan Profitabilitas Produk dengan Cost Plus Pricing Method*, Skripsi Universitas Jember.

## Lampiran 1 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Ramalan Penjualan Talam Persegi Panjang Tahun 2001**  
**( dalam unit )**

Tahun	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
1996	-2	219.307	4	- 438.614
1997	-1	247.901	1	- 247.901
1998	0	266.897	0	0
1999	1	270.203	1	270.203
2000	2	312.100	4	624.200
Jumlah	0	1.316.408	10	207.888

Sumber data : Tabel 8, diolah

$$Y = a + bx$$

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

$$a = \frac{1.316.408}{5}$$

$$= 263.281,6$$

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

$$= \frac{207.888}{10}$$

$$= 20.788,8$$

Persamaan :

$$Y = 263.281,6 + 20.788,8 ( 3 )$$

$$= 263.281,6 + 62.366,4$$

$$= 325.648$$

## Lampiran 2 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Ramalan Penjualan Talam Bujur Sangkar Tahun 2001**  
**( dalam unit )**

Tahun	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
1996	-2	61.125	4	- 122.250
1997	-1	66.227	1	- 66.227
1998	0	71.438	0	0
1999	1	77.350	1	77.350
2000	2	81.100	4	162.200
Jumlah	0	357.240	10	51.073

Sumber data : Tabel 9, diolah

$$Y = a + bx$$

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

$$a = \frac{357.240}{5}$$

$$= 71.448$$

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

$$= \frac{51.073}{10}$$

$$= 5.107,3$$

Persamaan :

$$Y = 71.448 + 5.107,3 ( 3 )$$

$$= 71.448 + 15.321,9$$

$$= 86.769,9$$

$$= 86.770 ( \text{dibulatkan} )$$

## Lampiran 3 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Ramalan Penjualan Talam Bundar Tahun 2001**  
**( dalam unit )**

Tahun	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
1996	-2	103.912	4	- 207.824
1997	-1	112.748	1	- 112.748
1998	0	121.448	0	0
1999	1	124.231	1	124.231
2000	2	145.250	4	290.500
Jumlah	0	607.589	10	94.159

Sumber data : Tabel 10, diolah

$$Y = a + bx$$

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

$$a = \frac{607.589}{5}$$

$$= 121.517,8$$

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

$$= \frac{94.159}{10}$$

$$= 9.415,9$$

Persamaan :

$$Y = 121.517,8 + 9.415,9 ( 3 )$$

$$= 121.517,8 + 28.247,7$$

$$= 149.765,5$$

$$= 149.766 ( \text{dibulatkan} )$$

## Lampiran 4 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Ramalan Penjualan Tatakan Gelas Tahun 2001**  
**( dalam unit )**

Tahun	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
1996	-2	175.214	4	- 350.428
1997	-1	189.792	1	- 189.792
1998	0	204.437	0	0
1999	1	215.927	1	215.927
2000	2	243.100	4	486.200
Jumlah	0	1.028.470	10	161.907

Sumber data : Tabel 11, diolah

$$Y = a + bx$$

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

$$a = \frac{1.028.470}{5}$$

$$= 205.694$$

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

$$= \frac{161.907}{10}$$

$$= 16.190,7$$

Persamaan :

$$Y = 205.694 + 16.190,7 ( 3 )$$

$$= 205.694 + 48.572,1$$

$$= 254.266,1$$

$$= 254.266 ( \text{dibulatkan} )$$

## Lampiran 5 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perhitungan Inventory Turn Over Talam Persegi Panjang**

$$\begin{aligned}
 \text{ITO 2000} &= \frac{\text{Penjualan}}{\frac{\text{Persediaan Awal} + \text{Akhir}}{2}} \\
 &= \frac{312.100}{\frac{15.505 + 16.915}{2}} \\
 &= \frac{312.100}{16.210} \\
 &= 19,25 \\
 &= 19 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

Karena ITO tahun 2001 sama dengan ITO tahun 2000, maka persediaan akhir tahun 2001 ( misal x ) adalah

Tingkat persediaan rata-rata tahun 2001

$$\frac{325.648}{19} = 17.139$$

Persediaan akhir tahun 2001 ( misal x ) adalah

$$\frac{16.915 + X}{2} = 17.139$$

$$16.915 + X = 34.278$$

$$X = 17.363 \text{ unit}$$

Jadi persediaan akhir talam persegi panjang tahun 2001 adalah sebesar 17.363 unit

Sumber data : Tabel 7, 8, dan 12, di olah

Lampiran 6 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perhitungan Inventory Turn Over Talam Bujur Sangkar**

$$\begin{aligned}
 \text{ITO 2000} &= \frac{\text{Penjualan}}{\frac{\text{Persediaan Awal} + \text{Akhir}}{2}} \\
 &= \frac{81.100}{\frac{8.910 + 9.425}{2}} \\
 &= \frac{81.100}{9.167,5} \\
 &= 8,8 \\
 &= 9 \text{ ( dibulatkan )}
 \end{aligned}$$

Karena ITO tahun 2001 sama dengan ITO tahun 2000, maka persediaan akhir tahun 2001 ( misal x ) adalah .

Tingkat persediaan rata-rata tahun 2001

$$\frac{86.770}{9} = 9.641$$

Persediaan akhir tahun 2001 ( misal x ) adalah

$$\frac{9.425 + X}{2} = 9.641$$

$$\begin{aligned}
 X &= 19.282 - 9.425 \\
 &= 9.857
 \end{aligned}$$

Jadi persediaan akhir talam bujur sangkar tahun 2001 adalah sebesar 9.857 unit

Sumber data : Tabel 7, 8, dan 12, di olah

## Lampiran 7 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perhitungan Inventory Turn Over Talam Bundar**

$$\begin{aligned}
 \text{ITO 2000} &= \frac{\text{Penjualan}}{\frac{\text{Persediaan Awal} + \text{Akhir}}{2}} \\
 &= \frac{145.250}{\frac{10.300 + 11.921}{2}} \\
 &= \frac{145.250}{11.110,5} \\
 &= 13,07 \\
 &= 13 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

Karena ITO tahun 2001 sama dengan ITO tahun 2000, maka persediaan akhir tahun 2001 ( misal x ) adalah

Tingkat persediaan rata-rata tahun 2001

$$\frac{149.766}{13} = 11.520$$

Persediaan akhir tahun 2001 ( misal x ) adalah

$$\frac{11.921 + X}{2} = 11.520$$

$$\begin{aligned}
 X &= 23.040 - 11.921 \\
 &= 11.119
 \end{aligned}$$

Jadi persediaan akhir talam bundar tahun 2001 adalah sebesar 11.119 unit

Sumber data : Tabel 7, 10, dan 12, di olah

## Lampiran 8 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perhitungan Inventory Turn Over Tatakan Gelas**

$$\begin{aligned}
 \text{ITO 2000} &= \frac{\text{Penjualan}}{\frac{\text{Persediaan Awal} + \text{Akhir}}{2}} \\
 &= \frac{243.100}{\frac{16.009 + 17.404}{2}} \\
 &= \frac{243.100}{16.706,5} \\
 &= 14,55 \\
 &= 15 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

Karena ITO tahun 2001 sama dengan ITO tahun 2000, maka persediaan akhir tahun 2001 ( misal x ) adalah

Tingkat persediaan rata-rata tahun 2001

$$\frac{254.266}{15} = 16.951$$

Persediaan akhir tahun 2001 ( misal x ) adalah

$$\frac{17.404 + X}{2} = 16.951$$

$$\begin{aligned}
 X &= 33.902 - 17.404 \\
 &= 16.498
 \end{aligned}$$

Jadi persediaan akhir talem bujur sangkar tahun 2001 adalah sebesar 16.498 unit

Sumber data : Tabel 7, 10, dan 12, di olah

## Lampiran 9 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Biaya lain-lain Tahun 1996 – 2000**  
**( dalam rupiah )**

Tahun	Biaya Listrik dan Air	Biaya Perbaikan dan Pemeliharaan	Biaya Administrasi dan Umum	Biaya Pemasaraan
1996	13.501.125	12.164.150	8.364.975	12.763.650
1997	13.533.160	12.226.000	8.488.850	12.802.375
1998	13.601.510	12.320.775	8.512.725	12.987.520
1999	13.651.200	12.400.325	8.600.800	13.000.700
2000	13.850.725	12.700.500	8.900.325	13.213.220

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

## Lampiran 10 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Pemisahan Biaya Semi Variabel Listrik dan Air ke dalam**  
**Biaya Tetap dan Biaya Variabel**  
**( dalam rupiah )**

Tahun	Produksi (X)	Biaya Listrik dan Air (Y)	X <sup>2</sup>	XY
1996	562,842	13,501,125	3.16791117 <sup>11</sup>	7.599000197 <sup>12</sup>
1997	622,056	13,533,160	3.869536671 <sup>11</sup>	8.418383377 <sup>12</sup>
1998	669,194	13,601,510	4.478206096 <sup>11</sup>	9.102048883 <sup>12</sup>
1999	728,036	13,651,200	5.300364173 <sup>11</sup>	9.938565043 <sup>12</sup>
2000	775,561	13,850,725	6.014948647 <sup>11</sup>	1.074208213 <sup>13</sup>
Jumlah	3.357.689	38.137.720	2.283096676 <sup>12</sup>	4.580007963 <sup>13</sup>

Sumber data : Tabel 6 dan Lampiran 9, diolah

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{1,7825784^{18}}{1,4140796^{11}}$$

$$b = \frac{2,151253^{11}}{1,4140796^{11}}$$

$$a = 12.605.926,85$$

$$b = 1,52$$

Biaya tetap = Rp. 12.605.926,85

Biaya Variabel = Rp. 1,52 per unit

## Lampiran 11 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Pemisahan Biaya Semi Variabel Perbaikan dan Pemeliharaan ke dalam**  
**Biaya Tetap dan Biaya Variabel**  
**( dalam rupiah )**

Tahun	Produksi (X)	Biaya Perbaikan dan Pemeliharaan (Y)	X <sup>2</sup>	XY
1996	562,842	12.164.150	3.16791117 <sup>11</sup>	6.846494514 <sup>12</sup>
1997	622,056	12.226.000	3.869536671 <sup>11</sup>	7.605256656 <sup>12</sup>
1998	669,194	12.320.000	4.478206096 <sup>11</sup>	8.24447008 <sup>12</sup>
1999	728,036	12.400.325	5.300364173 <sup>11</sup>	9.027883012 <sup>12</sup>
2000	775,561	12.700.500	6.014948647 <sup>11</sup>	9.850012481 <sup>12</sup>
Jumlah	3.357.689	61.810.975	2.283096676 <sup>12</sup>	4.157411674 <sup>13</sup>

Sumber data : Tabel 6 dan Lampiran 9, diolah

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{1,527477^{18}}{1,4140796^{11}}$$

$$b = \frac{3,285529^{11}}{1,4140796^{11}}$$

$$a = 10.801.917,37$$

$$b = 2,32$$

Biaya tetap = Rp. 10.801.917,37

Biaya Variabel = Rp. 2,32 per unit

Lampiran 12 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Pemisahan Biaya Semi Variabel Administrasi dan Umum ke dalam**  
**Biaya Tetap dan Biaya Variabel**  
**( dalam rupiah )**

Tahun	Produksi (X)	Biaya Administrasi Dan Umum (Y)	X <sup>2</sup>	XY
1996	562,842	8.364.975	3.16791117 <sup>11</sup>	4.708159259 <sup>12</sup>
1997	622,056	8.488.850	3.869536671 <sup>11</sup>	5.280540076 <sup>12</sup>
1998	669,194	8.512.725	4.478206096 <sup>11</sup>	5.696664494 <sup>12</sup>
1999	728,036	8.600.800	5.300364173 <sup>11</sup>	6.261692029 <sup>12</sup>
2000	775,561	8.900325	6.014948647 <sup>11</sup>	6.902744957 <sup>12</sup>
Jumlah	3.357.689	42.867.675	2.283096676 <sup>12</sup>	2.884980082 <sup>13</sup>

Sumber data : Tabel 6 dan Lampiran 9, diolah

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{1,00238743^{18}}{1,4140796^{11}}$$

$$b = \frac{3,126833^{11}}{1,4140796^{11}}$$

$$a = 7.088.621$$

$$b = 2,21$$

Biaya tetap = Rp. 7.088.621

Biaya Variabel = Rp. 2,21 per unit

## Lampiran 13 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Pemisahan Biaya Semi Variabel Pemasaran ke dalam**  
**Biaya Tetap dan Biaya Variabel**  
**( dalam rupiah )**

Tahun	Produksi (X)	Biaya Pemasaran (Y)	X <sup>2</sup>	XY
1996	562,842	12.763.650	3.16791117 <sup>11</sup>	7.183918293 <sup>12</sup>
1997	622,056	12.802.375	3.869536671 <sup>11</sup>	7.963794183 <sup>12</sup>
1998	669,194	12.987.520	4.478206096 <sup>11</sup>	8.691170459 <sup>12</sup>
1999	728,036	13.000.700	5.300364173 <sup>11</sup>	9.464977625 <sup>12</sup>
2000	775,561	13.213.220	6.014948647 <sup>11</sup>	1.024765812 <sup>13</sup>
Jumlah	3.357.689	64.767.465	2.283096676 <sup>12</sup>	4.355151868 <sup>13</sup>

Sumber data : Tabel 6 dan Lampiran 9, diolah

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{1,6379289^{18}}{1,4140796^{11}}$$

$$b = \frac{2,885886^{11}}{1,4140796^{11}}$$

$$a = 11.583.003,5$$

$$b = 2,04$$

Biaya tetap = Rp. 11.583.003,5

Biaya Variabel = Rp. 2,04 per unit

Lampiran 14 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Ramalan Harga Bahan Baku Tahun 2001**  
**( dalam rupiah )**

Tahun	Kayu Jati		Kayu Tahun	
	Harga (Rp.)	Rasio (%)	Harga (Rp.)	Rasio (%)
1996	324.250	-	142.750	-
1997	356.000	1,097918	147.500	1,033275
1998	391.350	1,099298	147.500	1,084746
1999	399.500	1,020825	175.250	1,095313
2000	412.300	1,032040	195.250	1,114123

Sumber data : Tabel 3, diolah

$$GM = \sqrt[4]{1,097918 \times 1,099298 \times 1,020825 \times 1,032040}$$

$$= \sqrt[4]{1,271549205}$$

$$= 1,061899$$

Harga Kayu Jati tahun 2001 = 1,061899 x Rp. 412.300

$$= \text{Rp. } 437.820,95$$

$$= \text{Rp. } 437.821 \text{ ( dibulatkan )}$$

$$GM = \sqrt[4]{1,033275 \times 1,084746 \times 1,095313 \times 1,114123}$$

$$= \sqrt[4]{1,367777204}$$

$$= 1,081444$$

Harga Kayu Tahun tahun 2001 = 1,081444 x Rp. 195.250

$$= \text{Rp. } 211.151,94$$

$$= \text{Rp. } 211.152 \text{ ( dibulatkan )}$$

## Lampiran 15 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Ramalan Harga Bahan Penolong Tahun 2001**  
**( dalam rupiah )**

Tahun	Urea Enzim		Terigu		Wantex		Vernis	
	Harga (Rp.)	Rasio (%)						
1996	4.600	-	790	-	1.440	-	5.810	-
1997	4.750	1,032609	825	1,044304	1.660	1,152777	6.015	1,035284
1998	4.900	1,031579	880	1,666666	1.780	1,072289	6.240	1,037406
1999	5.200	1,061224	1000	1,136364	1.950	1,095506	6.500	1,041666
2000	5.500	1,057692	1600	1,60	2.075	1,064103	7.100	1,092308

Sumber data : Tabel 4, diolah

$$GM = \sqrt[4]{1,032609 \times 1,031579 \times 1,061224 \times 1,057692}$$

$$= \sqrt[4]{1,195651688}$$

$$= 1,045686$$

$$\text{Harga Urea Enzim tahun 2001} = 1,045686 \times \text{Rp. 5500}$$

$$= \text{Rp. 5.751,27}$$

$$= \text{Rp. 5.751 ( dibulatkan )}$$

$$GM = \sqrt[4]{1,044304 \times 1,666666 \times 1,136364 \times 1,60}$$

$$= \sqrt[4]{3,164557323}$$

$$= 1,333762$$

$$\text{Harga Tepung Terigu tahun 2001} = 1,333762 \times \text{Rp. 1600}$$

$$= \text{Rp. 2.134,01}$$

$$= \text{Rp. 2.134 ( dibulatkan )}$$

$$\begin{aligned}GM &= \sqrt[4]{1,152777 \times 1,072289 \times 1,095506 \times 1,064103} \\ &= \sqrt[4]{1,440963382} \\ &= 1,095628\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Harga Wantex tahun 2001} &= 1,095628 \times \text{Rp. } 2.075 \\ &= \text{Rp. } 2.273,43 \\ &= \text{Rp. } 2.273 \text{ ( dibulatkan )}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}GM &= \sqrt[4]{1,035284 \times 1,037406 \times 1,041668 \times 1,092308} \\ &= \sqrt[4]{1,222032328} \\ &= 1,051407\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Harga Vernis tahun 2001} &= 1,051407 \times \text{Rp. } 7.100 \\ &= \text{Rp. } 7.464,98 \\ &= \text{Rp. } 7.465 \text{ ( dibulatkan )}\end{aligned}$$

## Lampiran 16 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Biaya Bahan Baku Tahun 2001**

## Talam Persegi Panjang

Bahan Baku	Standart Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga (Rp./M <sup>3</sup> )	Jumlah (Rp.)
Kayu Jati	$4,15 \times 10^{-4}$	326.096	437.821	592.502.459
Kayu Tahun	$1,66 \times 10^{-3}$		211.152	1.143.006.655
Jumlah				1.753.509.114

## Talam Bujur Sangkar

Bahan Baku	Standart Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga (Rp./M <sup>3</sup> )	Jumlah (Rp.)
Kayu Jati	$2,97 \times 10^{-4}$	87.202	437.821	113.391.236
Kayu Tahun	$1,19 \times 10^{-4}$		211.152	219.113.233
Jumlah				332.504.469

## Talam Bundar

Bahan Baku	Standart Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga (Rp./M <sup>3</sup> )	Jumlah (Rp.)
Kayu Jati	$2,70 \times 10^{-4}$	148.964	437.821	176.092.832
Kayu Tahun	$1,08 \times 10^{-3}$		211.152	339.703.703
Jumlah				515.796.535

## Tatakan Gelas

Bahan Baku	Standart Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga (Rp./M <sup>3</sup> )	Jumlah (Rp.)
Kayu Jati	$3,02 \times 10^{-3}$	253.360	437.821	33.499.751
Kayu Tahun	$1,21 \times 10^{-3}$		211.152	647.319.396
Jumlah				680.819.147

Sumber data : Tabel 1, 14 dan Lampiran 14, diolah

## Lampiran 17 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Biaya Bahan Penolong Tahun 2001**

## Talam Persegi Panjang

Bahan Baku	Standart Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga (Rp./M <sup>3</sup> )	Jumlah (Rp.)
Urea Enzim	$1,28 \times 10^{-2}$	326.096	5.751	240.048.396,3
Wantex	$2,78 \times 10^{-2}$		2.273	206.058.105,8
Vernis	$5,10 \times 10^{-2}$		7.465	1.241.496.386
Terigu	$3,84 \times 10^{-3}$		2.134	26.722.132,38
Jumlah				1.714.325.020

## Talam Bujur Sangkar

Bahan Baku	Standart Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga (Rp./M <sup>3</sup> )	Jumlah (Rp.)
Urea Enzim	$9,65 \times 10^{-3}$	87.202	5.751	48.394.624,74
Wantex	$2,14 \times 10^{-2}$		2.273	42.416.971,24
Vernis	$3,92 \times 10^{-3}$		7.465	25.517.746,86
Terigu	$2,95 \times 10^{-2}$		2.134	54.896.275,06
Jumlah				171.225.616,90

## Talam Bundar

Bahan Baku	Standart Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga (Rp./M <sup>3</sup> )	Jumlah (Rp.)
Urea Enzim	$9,55 \times 10^{-3}$	148.964	5.751	81.814.082,56
Wantex	$2,09 \times 10^{-2}$		2.273	70.766.390,95
Vernis	$3,86 \times 10^{-3}$		7.465	42.923.827,64
Terigu	$2,90 \times 10^{-2}$		2.134	92.187.861,04
Jumlah				287.692.162,20

## Tatakan Gelas

Bahan Baku	Standart Pemakaian	Anggaran Produksi	Harga (Rp./M <sup>3</sup> )	Jumlah (Rp.)
Urea Enzim	$1,07 \times 10^{-3}$	253.360	5.751	15.590.684,95
Wantex	$2,37 \times 10^{-3}$		2.273	13.648.528,54
Vernis	$4,35 \times 10^{-4}$		7.465	8.227.295,94
Terigu	$3,28 \times 10^{-2}$		2.134	177.339.838,70
Jumlah				214.806.348,10

Sumber data : Tabel 2, 14 dan Lampiran 15, diolah

## Lampiran 18 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Data Upah Tenaga Kerja Langsung Tahun 1996 – 2000**

No	Tenaga Kerja	Jumlah (orang)	1996	1997	1998	1999	2000
1	Bagian Penggajian	6	4.750	5.200	5.900	6.300	7.000
2	Bagian Perebusan	5	4.750	5.200	5.900	6.300	7.000
3	Bagian Pengirisan	6	5.000	5.450	6.100	6.550	7.250
4	Bagian Penjemuran	11	5.000	5.450	6.100	6.550	7.250
5	Bagian Pengecatan	18	5.000	5.450	6.100	6.550	7.250
6	Bagian Pengeleman, Penyusunan dan Pengepresan	28	5.600	6.300	6.700	7.000	7.700
7	Bagian Pematangan, Penghalusan	14	5.600	6.300	6.700	7.000	7.700
8	Bagian Pemvernisan, Persortiran, Packing	66	5.600	6.300	6.700	7.000	7.700
9	Bagian Pembentukan	8	4.500	5.650	6.200	7.000	6.900

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

## Lampiran 19:

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2000**  
**( dalam rupiah )**

No	Tenaga Kerja	Jumlah (orang)	Upah/ hari	Upah/tahun
1	Bagian Penggajian	6	7.000	12.600.000
2	Bagian Perebusan	5	7.000	10.500.000
3	Bagian Pengirisan	6	7.250	13.050.000
4	Bagian Penjemuran	11	7.250	23.925.000
5	Bagian Pengecatan	18	7.250	39.150.000
6	Bagian Pengeleman, Penyusunan dan Pengepresan	28	7.700	64.680.000
7	Bagian Pematangan, Penghalusan	14	7.700	32.340.000
8	Bagian Pemvernisan, Persortiran, Packing	66	7.700	152.460.000
9	Bagian Pembentukan	8	6.900	16.560.000
Jumlah		162		353.520.000

Sumber data : Lampiran 19, 20, 21 dan 22, diolah

## Lampiran 20 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2001**  
**( dalam rupiah )**

Jenis Produk	Anggaran Prod (unit)	Persentase	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung
Talam Persegi Panjang	326.096	0,40	353.520.000	141.408.000
Talam Bujur Sangkar	87.202	0,11		38.887.200
Talam Bundar	148.964	0,18		63.633.600
Tatakan Gelas	253.360	0,31		109.591.200
Jumlah	815.622	1,00	353.520.000	353.520.000

Sumber data : Tabel 14 dan Lampiran 23, diolah

Lampiran 21 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Biaya Depresiasi Peralatan Produksi**  
**( dalam rupiah )**

No	Nama Mesin	Harga Perolehan (Rp.)	Umur Ekonomis (th)	Nilai Sisa	Depresiasi/ tahun
1.	Band Saw UU	2.750.000	10	750.000	200.000
2.	Slice	23.700.000	15	4.740.000	1.264.000
3.	Glue Spider	40.350.000	15	5.250.000	2.340.000
4.	Moulding	65.565.000	20	9.750.000	3.100.000
5.	Cutting router	56.000.000	15	9.500.000	2.790.750
6.	Edge cutting for coaster	12.500.000	15	3.620.000	592.000
7.	Cutter for round try	23.000.000	15	3.950.000	1.270.000
8.	Sanding polishing	43.400.000	12	6.500.000	3.075.000
9.	Vertical Sander	11.750.000	12	4.835.000	576.250
10.	Coaster Sanding	23.500.000	12	10.450.000	1.087.500
11.	Circular Saw	4.650.000	10	1.750.000	290.000
12.	Diesel	3.800.000	8	1.325.000	309.375
13.	Termo	5.245.000	10	1.950.000	329.500
14.	Dryer	21.000.000	13	5.475.000	1.293.750
	Jumlah				18.518.125

Sumber data : Tabel 5, diolah

Lampiran 22 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Alokasi Biaya Depresiasi Tahun 2001**  
**( dalam rupiah )**

Jenis Produk	Anggaran Prod (unit)	Persentase	Biaya Depresiasi	Alokasi Biaya Depresiasi
Talam Persegi Panjang	326.096	0,40	18.518.125	7.407.250
Talam Bujur Sangkar	87.202	0,11		2.306.993,75
Talam Bundar	148.964	0,18		3.333.262,5
Tatakan Gelas	253.360	0,31		5.740.618,75
Jumlah	815.622	1,00	18.518.125	18.518.125,00

Sumber data : Tabel 14 dan Lampiran 25, diolah

## Lampiran 23 :

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Biaya Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung Tahun 2000**  
**( dalam rupiah )**

No	Jabatan	Jumlah (orang)	Gaji/Tahun
1	Direktur	1	18.000.000
2	Wakil Direktur	1	15.000.000
3	Kepala Bagian Personalia	1	9.000.000
4	Kepala Bagian Pemasaran	1	9.000.000
5	Kepala Bagian Produksi	1	9.000.000
6	Kepala Bag. Adm. dan Umum	1	9.000.000
7	Karyawan Personalia	1	3.300.000
8	Karyawan Keamanan	4	10.800.000
9	Karyawan Promosi dan Penjualan	14	50.400.000
10	Karyawan Pembelian	3	9.000.000
11	Karyawan Teknik dan Pemeliharaan	3	9.900.000
12	Karyawan Produksi	9	29.700.000
13	Karyawan Gudang	4	10.800.000
14	Karyawan Administrasi	2	7.200.000
15	Kasir	1	3.600.000
16	Sopir	7	18.900.000
	Jumlah	54	222.600.000

Sumber data : PT. Kediri Wood Industry

## Lampiran 24:

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Alokasi Biaya Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung Tahun 2001**  
**( dalam rupiah )**

Jenis Produk	Anggaran Prod (unit)	Persentase	Biaya Tenaga Kerja Langsung	Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung
Talam Persegi Panjang	326.096	0,40	222.600.000	89.040.000
Talam Bujur Sangkar	87.202	0,11		24.486.000
Talam Bundar	148.964	0,18		40.068.000
Tatakan Gelas	253.360	0,31		69.006.000
Jumlah	815.622	1,00	222.600.000	222.600.000

Sumber data : Tabel 14 dan Lampiran 27, diolah



## Lampiran 25

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Perhitungan Contribution Margin Ratio Tahun 2001**  
**( dalam rupiah )**

Jenis Produk	Hasil Penjualan (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	CM (Rp)	CMR (%)
Talam Persegi Panjang	4.519.824.903,00	3.611.880.251,00	907.944.652,00	20,09
Talam Bujur Sangkar	658.434.187,90	543.322.750,10	115.111.437,80	17,48
Talam Bundar	1.072.324.560,00	868.327.416,00	203.997.144,00	19,02
Tatakan Gelas	1.264.159.699,00	1.006.678.582,00	257.481.117,00	20,57
Total	7.514.743.350,00	6.030.208.999,00	1.484.534.351,00	19,75

Sumber data : Tabel 12, 19, diolah

## Lampiran 26

**PT. Kediri Wood Industry**  
**Biaya Tetap Tahun 2001**  
**( dalam rupiah )**

Jenis Biaya	Biaya Tetap
Biaya listrik dan air	12.605.926,85
Biaya perbaikan dan pemeliharaan	10.801.917,37
Biaya administrasi dan umum	7.088.621,00
Biaya pemasaran	11.583.003,50
Biaya Tenaga Tidak Langsung	226.600.000,00
Biaya Depresiasi	18.518.125,00
Total	287.197.593,70

Sumber data : Lampiran 10, 11 12, 13, 21 dan 23, diolah