

**ANALISIS PENENTUAN KARGA JUAL DALAM UPAYA
MEMAKSIMALKAN LABA BERSIH PADA
PT. TREASURE SHOES DI SURABAYA**

SKRIPSI



Mik UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER



Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.

Oleh :

Terima

No. 1

Madish

Pembelian

Tgl. 26 NOV 2002

SKS

Klasik

658.81

Dwi

a

e.1

Wahyu Dwi Santoso

NIM. 0108101685/E

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2002**

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL
DALAM UPAYA MEMAKSIMALKAN LABA
PADA PT. TREASURE SHOES DI SURABAYA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Wahyu Dwi Santoso

N. I. M. : 0108101685 E

J u r u s a n : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

6 September 2002

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. Budi Nurhardjo, MSi
NIP. 131 408 353



Sekretaris,

Drs. M. Syaharudin, MSi
NIP. 131 474 513

Anggota,

Drs. Sjamsuri
NIP. 130 287 119

Mengetahui / Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan



TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Upaya
Memaksimalkan Laba Pada PT. Treasure Shoes Di
Surabaya


Nama Mahasiswa : Wahyu Dwi Santoso

NIM : 01-1685E

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

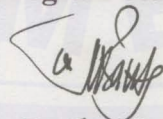
Pembimbing I


Drs. Sjamsuri
130287119

Pembimbing II


Tatok Endhiarto, SE, Msi
131832339

Mengetahui:
Koordinator Program Studi Manajemen


Dra. Susanti P., Msi
132006243

Kupersembahkan karya yang sederhana ini
untuk mereka yang aku sayangi

- * Kedua orang tuaku Papa dan Mama yang telah memberikan kasih sayang dan do`a sepanjang hidupku
- * Keluarga Besar Soejono yang saya hormati
 - * Henny yang selalu ada disisi
 - * Keluarga Soemardi Dwk
- * Rekan-rekan Omega, Maharema dan Bravo Kongsis Yudha
- * Tak lupa untuk almamaterku tercinta

MOTTO

"When you don't know what to do in your great anger, you'd better do nothing"

(Wahyu Dwi Santoso)

"Wherever you go, go as you wish"

(Wahyu Dwi Santoso)

"A man without view is like a ship without destination"

(Wahyu Dwi Santoso)

"Wherever you are, be a pleasant man"

(Wahyu Dwi Santoso)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan segala rizqi dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Sjamsuri, selaku Dosen Pembimbing I.
2. Bp. Tatok Endhiarto, SE, Msi, selaku Dosen Pembimbing II.
3. Drs. H. Liakip, SU, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. PT. Treasure Shoes Surabaya, sebagai obyek penelitian penulis.
5. Kedua orang tuaku yang kucinta, yang telah memberikan kasih sayang yang paling tulus kepada penulis.
6. Henny yang terus men-support.
7. Teman-teman kuliahku di Omega 94-95, anak-anak Maharema, Bravo Kongsu Yudha, Vidcom dan Pak Ulik P`Com.
8. Serta semua pihak yang ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu.

Demikian ucapan terima kasih penulis sampaikan, semoga hasil karya ini dapat memberikan kontribusi bagi pembaca dalam pengembangan dan penulisan selanjutnya.

ABSTRAKSI

Wahyu Dwi Santoso, dengan NIM: 01-1685E Mahasiswa Ekstension Fakultas Ekonomi Universitas Jember, Judul Skripsi : Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Upaya Penentuan Laba Bersih Pada PT. Treasure Shoes Di Surabaya.

Dalam penetapan harga jual untuk mendapatkan keuntungan yang diharapkan, perusahaan perlu mengetahui strategi-strategi pemasaran yang dapat meningkatkan volume penjualan dan menekan besarnya biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Untuk itu pihak manajemen ingin menentukan dengan tepat upaya menentukan harga jual yang dilakukan perusahaan agar tingkat penjualan yang memberikan keuntungan yang optimal bisa tercapai.

Dari permasalahan diatas, maka digunakan metode penelitian :

1. Rancangan penelitian yaitu melakukan survei langsung pada objek penelitian dengan menggunakan jenis data primer dan data sekunder.
2. Metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan studi literatur.
3. Metode analisis yaitu *metode trend least square, budget produksi, geometric mean* dan *metode direct cost pricing*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual analisis memiliki nilai yang lebih besar dari harga perusahaan. Dengan harga analisis yang lebih besar ini keuntungan produk akan meningkat, meskipun harga yang lebih besar akan menyebabkan turunnya permintaan.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Persembahan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Abstraksi.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	5
2.2 Landasan teori.....	
2.2.1 Pengertian harga jual.....	6
2.2.2 Tujuan penetapan harga.....	7
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual.....	8
2.2.4 Metode penetapan harga jual.....	10
2.2.5 Memulai dan menanggapi perubahan harga.....	13
2.2.6 Ramalan penjualan.....	14
2.2.7 Penentuan besarnya persediaan.....	18
2.2.8 Anggaran produksi.....	19
2.2.9 Analisis biaya semi variabel.....	20
2.2.10 Pengertian profitabilitas.....	21

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan penelitian.....	22
Tabel 3.2 Prosedur pengumpulan data.....	22
Tabel 3.3 Metode Analisa Data.....	22
Tabel 3.4 Batasan Masalah.....	27
Tabel 3.5 Kerangka pemecahan masalah.....	28

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	29
Tabel 8 4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan.....	29
Tabel 9 4.1.2 Struktur Organisasi.....	31
Tabel 10 4.1.3 Tugas dan tanggung jawab.....	33
Tabel 11 4.1.4 Keadaan produksi.....	34
Tabel 12 4.1.5 Proses produksi.....	35
Tabel 13 4.1.6 Hasil produksi.....	37
4.1.7 Keadaan pemasaran.....	38

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49

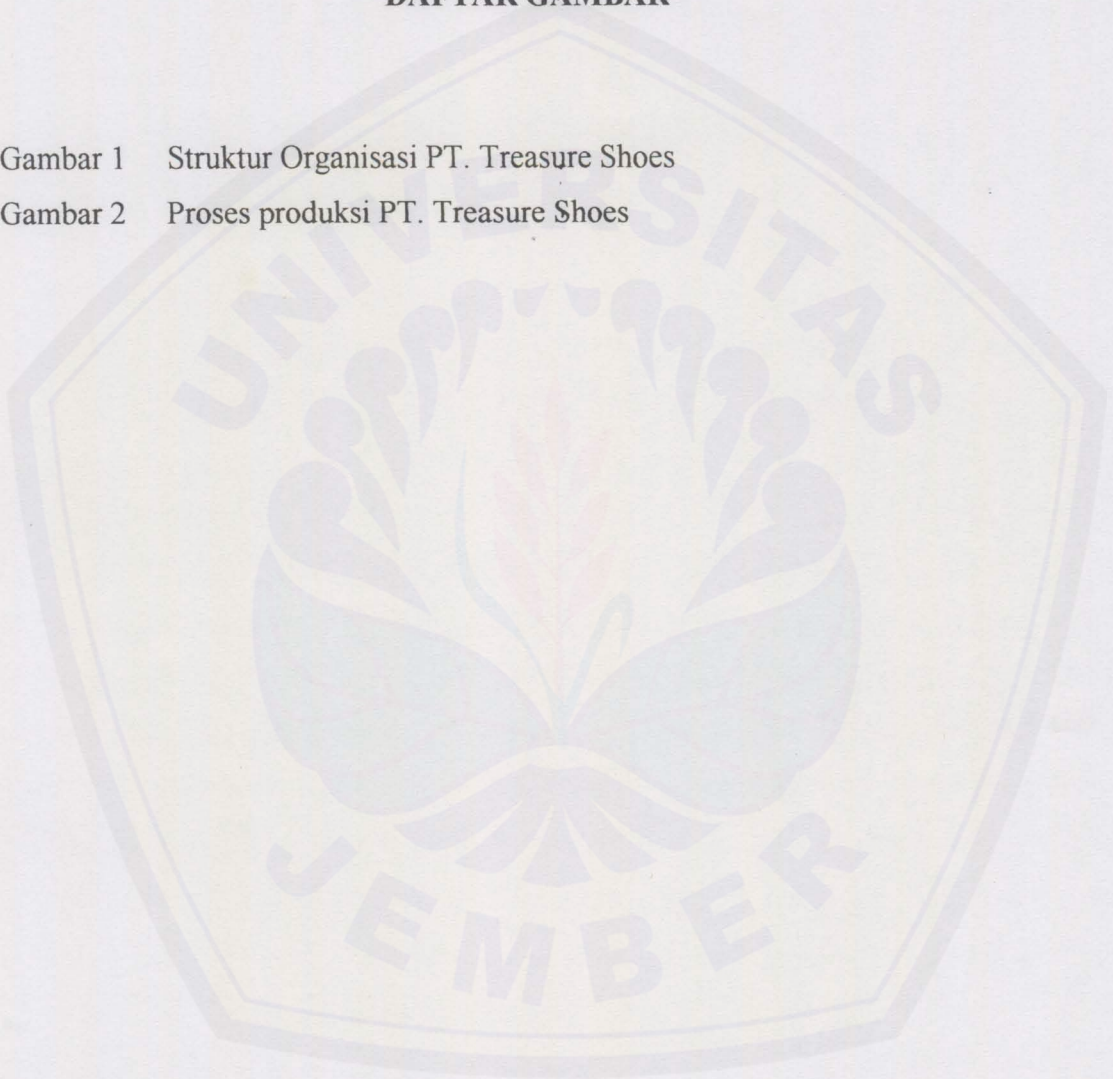
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi PT. Treasure Shoes

Gambar 2 Proses produksi PT. Treasure Shoes



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Ramalan Penjualan Sepatu Kulit Tahun 2002
- Lampiran 2 : Ramalan Penjualan Sandal Kulit Tahun 2002
- Lampiran 3 : Perhitungan ITO Sepatu Kulit Tahun 2002
- Lampiran 4 : Perhitungan ITO Sandal Kulit Tahun 2002
- Lampiran 5 : Ramalan Harga Kulit Tahun 2002
- Lampiran 6 : Ramalan Harga Karet Tahun 2002
- Lampiran 7 : Ramalan Harga Kulit Oscar Tahun 2002
- Lampiran 8 : Ramalan Harga Bahan Baku Penolong Benang Tahun 2002
- Lampiran 9 : Ramalan Harga Bahan Baku Penolong Lem Tahun 2002
- Lampiran 10: Perhitungan Biaya Bahan Baku Sepatu Kulit Tahun 2002
- Lampiran 11: Perhitungan Biaya Bahan Baku Sandal Kulit Tahun 2002
- Lampiran 12: Perhitungan Biaya Bahan Penolong per Unit Tiap Jenis Produk Tahun 2002
- Lampiran 13: Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung per Unit Tiap Jenis Produk Tahun 2002
- Lampiran 14: Pemisahan Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung Tahun 2002
- Lampiran 15: Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2002
- Lampiran 16: Pemisahan Biaya Reparasi Tahun 2002
- Lampiran 17: Pemisahan Biaya Pemasaran Tahun 2002
- Lampiran 18: Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2002
- Lampiran 19: Pemisahan Biaya Telepon Tahun 2002



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh laba guna kelangsungan hidup perusahaan. Usaha memperoleh laba adalah menjadi tanggung jawab pihak manajemen untuk mengelolanya yaitu mulai dari perencanaan sampai pelaksanaannya. Oleh karena itu pihak manajemen harus berusaha sebaik-baiknya dalam melaksanakan kegiatan perusahaan.

Indikator yang digunakan untuk menilai berhasil tidaknya manajemen perusahaan adalah keuntungan yang diperoleh dari hasil operasinya. Keuntungan itu sendiri dipengaruhi oleh harga jual produk, biaya produk serta volume penjualan. Dalam mempertahankan posisi pasar, salah satu kebijaksanaan yang penting dan harus dijalankan oleh perusahaan adalah penetapan harga jual yang tepat. Keputusan penetapan harga jual produk selayaknya dilakukan secara tepat, karena bila tidak tepat dapat memberikan pengaruh yang fatal bagi perusahaan yaitu kerugian yang terus menerus dan tertimbunnya produk perusahaan karena tidak diterima pasar yang disebabkan misalnya karena harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan terlampau tinggi jika dibandingkan dengan barang sejenis produksi perusahaan lain. Demikian pula jika harga jual terlalu murah tidak sebanding dengan biaya produksi yang telah dikeluarkan, perusahaan akan mengalami kerugian besar yang bisa berakibat pada tutupnya usaha.

Perusahaan seyogyanya memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi penentuan harga jual, yaitu faktor internal meliputi : tujuan perusahaan, jenis produk yang dihasilkan, biaya produksinya serta mencakup pula mengenai laba yang diinginkan oleh perusahaan. Adapun

faktor eksternalnya meliputi : para pesaing dan peraturan pemerintah khususnya disektor ekonomi perdagangan.(Machfudz, 1991 : 101)

Keputusan mengenai penetapan harga jual produk untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang diinginkan sangat berkaitan erat dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk mengolah bahan baku hingga menjadi produk yang siap dipasarkan. Cara-cara yang mungkin bisa dilakukan untuk memperoleh peningkatan laba bisa dengan jalan menaikkan harga jual, meningkatkan volume penjualan serta menekan seminim mungkin biaya produksi dan operasionalnya. Biaya akan mempengaruhi penentuan harga jual agar tercapai tingkat keuntungan yang diharapkan, besarnya harga jual memberi pengaruh terhadap volume penjualan, sedangkan volume penjualan memberi dampak terhadap volume produksi dan volume produksi berpengaruh atas biaya produksi dan operasional perusahaan. Dengan mengadakan pendekatan terhadap biaya dan segala aktivitas perusahaan diharapkan perusahaan mampu memecahkan masalah mengenai penentuan besarnya harga jual yang tepat supaya tujuan perusahaan tercapai (Machfudz, 1994 : 271).

Sekilas mengenai PT. Treasure Shoes yang berlokasi di Surabaya merupakan perusahaan lokal yang memproduksi sepatu dan sandal kulit. Didalam memasarkan produknya, perusahaan bersaing secara ketat dengan perusahaan sejenis. Mencermati masalah diatas maka pimpinan perusahaan harus tepat dalam pengambilan keputusan mengenai harga jual.

Pada tahun 2002 ini perusahaan menginginkan untuk menentukan harga jual untuk tiap-tiap jenis produknya dimana diharapkan setelah menentukan harga jual, perusahaan memperoleh laba yang diinginkan. Oleh sebab itu metode penentuan harga jual merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya (Swasta,Irawan, 1990 : 170).

1.2 Perumusan Masalah

Didalam menentukan harga jual suatu produk, ada beberapa metode yang seringkali digunakan diantaranya yaitu *Mark-up Pricing* dan *Direct Cost Pricing*.

Penelitian ini menggunakan metode penentuan harga jual dengan metode *Direct Cost Pricing*, karena selain metode ini sangat sesuai dengan kondisi perusahaan yang menjadi obyek penelitian ini, juga metode ini cepat untuk mengantisipasi segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi penentuan harga jual.

Dengan digunakannya metode *Direct Cost Pricing* maka permasalahan yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah :

1. Berapa harga jual yang harus ditetapkan oleh perusahaan atas tiap-tiap jenis produknya di tahun 2002 ini dengan menggunakan metode *Direct Cost Pricing* ?
2. Setelah menentukan harga jual dengan menggunakan metode diatas maka berapa tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan di tahun 2002 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk menentukan harga jual masing-masing jenis produk pada tahun 2002.
2. Untuk menentukan laba bersih tahun 2002.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang mungkin bisa dipetik dari hasil penelitian ini nantinya yaitu :

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan dalam menentukan besarnya harga jual dimasa yang akan datang agar diperoleh tingkat keuntungan seperti yang diharapkan oleh perusahaan.
2. Bagi penulis sendiri manfaat yang bisa dipetik dari diadakannya penelitian ini adalah saat untuk menerapkan dan mencurahkan teori yang pernah diperoleh yang tentunya berkaitan dengan objek penelitian si penulis.



II. Tinjauan Pustaka

2.1 Penelitian Sebelumnya

Feni Dianawati (1997) mencoba untuk menganalisis penentuan harga jual pada PT. Pabrik Tenun Kantjil Mas di Bangil, Pasuruan dengan menggunakan metode *Direct Cost Pricing*, yaitu suatu metode untuk menentukan harga jual suatu barang. Dan hasil analisa tersebut memberikan suatu tingkat harga baru yang lebih tinggi dari harga sebelumnya, dan hasil yang akan diterima menunjukkan adanya jumlah kuantitas yang menurun tetapi diperoleh tingkat keuntungan yang lebih tinggi dengan adanya penghematan pada biaya variabel.

Dandi Pirngadl (1996) melakukan suatu analisis penentuan harga jual dan upaya untuk meningkatkan profitabilitas pada PT. Sari Husada, Yogyakarta. dengan menggunakan dasar Metode *Mark-up Pricing*, yaitu suatu metode penentuan harga jual dimana perusahaan harus menetapkan terlebih dahulu prosentase tertentu diatas harga produk yang dibeli dan prosentase ini dikenal dengan nama *mark-up*. Prosentase ini memiliki dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi (harga beli) dan bagian untuk laba yang diberikan

Sedangkan pada penelitian ini, penulis mencoba untuk menganalisis penentuan harga jual dalam upaya memaksimalkan laba pada PT. Treasure Shoes di Surabaya dengan menggunakan Metode *Direct Cost Pricing*. Alasan yang mendasar dari penggunaan metode dalam penelitian ini adalah perusahaan yang menjadi obyek penelitian merupakan produsen atau penghasil atas produk yang mereka ciptakan sendiri, sehingga penulis menetapkan penentuan harga jual yang sesuai

dengan kondisinya adalah dengan menggunakan Metode *Direct Cost Pricing*.

Selain itu metode *Direct Cost Pricing* ini dirasakan lebih cepat untuk mengantisipasi segala kemungkinan yang bisa saja terjadi didalam menentukan harga, misalnya naiknya harga bahan baku akibat krisis ekonomi.

Sedangkan perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah pada penggunaan metode penentuan harga jual menurut perusahaan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Harga Jual

Menurut para ekonom, nilai dan faedah (*utility*) merupakan konsep yang sangat berkaitan. *Utility* adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Dalam perekonomian kita sekarang ini untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu produk digunakan uang bukan sistem barter. Jumlah uang digunakan dalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang. Jadi harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. (Basu Swasta, 1990 : 24)

Dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Bahkan penjual juga menginginkan sejumlah keuntungan dari harga tersebut.

Konsep lain yang menunjukkan apabila harga suatu barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah sehingga dapat menciptakan langganan. Dalam hal ini, harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari pesaing, sehingga dalam hal ini penetapan harga jual dari setiap penjual akan berbeda.

Dalam kebijaksanaan penentuan harga yang dilakukan oleh setiap perusahaan tidak semudah seperti yang dibayangkan dan akan sering mengalami kesulitan. Untuk menetapkan harga jual biasanya dilakukan dengan mengadakan percobaan untuk menguji pasarnya. Apabila pembelian yang dilakukan oleh konsumen volumenya meningkat, berarti harga yang ditetapkan sudah tepat dan konsumen mau menerima sehingga laba yang diharapkan dapat tercapai.

2.2.2 Tujuan Penetapan Harga

Setelah kita membaca dan memahami definisi dari harga jual tersebut maka selanjutnya kita beralih pada pembahasan mengenai tujuan yang akan kita capai.

Banyak perusahaan yang mengadakan pendekatan terhadap penetapan harga jual berdasarkan tujuan yang hendak dicapai. Keputusan untuk menetapkan harga sering melibatkan kepentingan pimpinan terutama untuk produk baru. Penetapan tingkat harga jual itu biasanya dilakukan dengan mengadakan perubahan untuk menguji pasarnya, apakah menerima atau menolaknya. Jika pasar menerima penawaran tersebut berarti harga telah sesuai, tetapi jika sebaliknya maka harga perlu diubah secepatnya.

Disini perlu ditinjau tujuan dari penetapan harga jual tersebut, yaitu :

1. Mendapatkan laba maksimum
2. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*
3. Mencegah atau mengurangi persaingan
4. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih

2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual

Setelah menentukan tujuan maka selanjutnya kita akan membahas tentang faktor yang memberikan pengaruh terhadap penentuan harga jual.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan tertentu, dalam mencapai tujuan perlu kiranya memperhatikan faktor berikut ini.

Adapun faktor-faktor tersebut meliputi : (Basu Swasta, 1990 : 242)

1. Tujuan Perusahaan

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lain. Tujuan yang hendak dicapai antara lain laba maksimum, volume penjualan tertentu, penguasaan pasar, dan kembalinya modal yang tertanam.

2. Biaya

Perlu dipertimbangkannya faktor biaya karena biaya merupakan dasar dalam penentuan harga jual, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup biaya akan mengalami kerugian. Sebaliknya apabila suatu tingkat harga yang ditetapkan melampaui semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi maka perusahaan akan mengalami keuntungan.

3. Penawaran dan Permintaan

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

4. Elastisitas Permintaan

Faktor lain yang dapat mempengaruhi penentuan harga jual adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

5. Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang-barang dari hasil pertanian misalnya dijual dalam persaingan murni. Dalam persaingan seperti ini penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga tinggi pada pembeli yang lain.

Selain persaingan murni, dapat pula terjadi persaingan yang lain misalnya : persaingan tidak sempurna, oligopoli dan monopoli.

6. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga

dan praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

7. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya; merupakan suatu periode dimana harga berada pada tingkat yang lebih rendah.

2.2.4 Metode Penetapan Harga Jual

Didalam menentukan kebijakan yang akan diterapkan dalam kegiatan perusahaan tergantung kepada permasalahan yang dihadapi, demikian pula masalah harga perlu pembahasan yang cermat.

Penentuan harga jual ini banyak faktor yang mempengaruhinya, selain biaya dari pembuatan produk itu sendiri. Harga jual ini harus disesuaikan dengan jenis perusahaan, produk dan pasarnya.

Ada beberapa metode penentuan harga jual, tetapi yang sering dipakai adalah lima metode seperti berikut ini : (Mas`ud MC, 1991 : 112)

1. *Gross Margin Pricing*
2. *Direct Cost Pricing*
3. *Full Cost Pricing*
4. *Time and Material Pricing*
5. *Capital Employed Pricing*

1. Gross Margin Pricing

Didalam harga jual dengan pendekatan ini pada umumnya tepat digunakan bagi perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan. Dengan kata lain perusahaan tidak membuat produk sendiri, melainkan membeli dari perusahaan lain, kemudian baru menjual kembali untuk menentukan tingkat laba yang diinginkan, perusahaan harus menetapkan prosentase tertentu

diatas harga produk yang dibeli dan prosentase ini dikenal dengan nama *mark-up*. Prosentase dari *mark-up* ini mempunyai dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi (harga beli) dan bagian untuk laba yang diberikan. Adapun rumus penentuan harga jual menurut metode ini adalah:
Harga Jual = Cost Product + (prosentase *Mark-up* x Dasar penentuan produk).

2. Direct Cost Pricing

Untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan semua biaya baik biaya variabel maupun biaya tetap harus tercover untuk itu, umumnya metode ini diterapkan pada produk yang diproduksi tapi tidak melebihi daya serap pasar.

Metode ini dikenal dengan " Metode Income Pricing ", karena hanya memperhitungkan biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan sehingga menghasilkan *Marginal Income*. *Marginal Income* berapa yang dikehendaki atau kelebihan atas biaya-biaya variabel berapa yang dikehendaki oleh perusahaan.

Adapun rumus metode ini adalah :

$$\text{Harga Jual} = (\text{Biaya Produksi Variabel} + \text{Biaya Produksi Lain-lain}) + (\text{Prosentase yang diinginkan} \times \text{Dasar Penentuan Laba}).$$

3. Full Cost Pricing

Perhitungan harga jual dalam metode ini semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menetapkan harga jual, jadi semua biaya untuk membuat produk tersebut ditambah dengan prosentase laba yang diinginkan untuk menutup biaya operasi dan laba yang diinginkan.

Adapun rumusnya :

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

4. Time and Material Pricing

Dalam metode ini tarif ditentukan dari upah langsung dan tarif lainnya dari bahan baku masing-masing, tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tidak langsung serta laba yang diinginkan. Metode ini kebanyakan digunakan pada perusahaan jasa.

Adapun rumusnya :

$$\text{Harga Jual} = [\text{Biaya Bahan Baku} + \text{Margin (Biaya Bahan Baku)}] + [\text{Biaya Tenaga Kerja Langsung} + \text{Margin (Biaya Tenaga Kerja Langsung)}]$$

5. Return on Capital Employed Pricing

Metode ini prosedurnya dengan menentukan *mark-up* tertentu dari capital employed, yaitu cost yang mempunyai peranan dalam memproduksi barang.

Adapun rumusnya :

$$\text{HargaJual} = \frac{\text{TotalCost} + (\text{Pr osentasexTotalCapitalEmployed})}{\text{VolumePenjualan} \cdot (1 - (\text{Pr osentasexAktivaLancar}))}$$

Dari berbagai macam-macam metode penentuan harga jual seperti telah diuraikan diatas, penulis menentukan besarnya nilai harga jual pada penelitian ini dengan menggunakan pendekatan melalui metode *Direct Cost Pricing*.

2.2.5 Memulai dan Menanggapi Perubahan Harga

Penetapan harga merupakan tantangan pada saat perusahaan akan menghadapi situasi yang mungkin mengharuskan mereka hendak menaikkan atau menurunkan harga. (Kottler, 1997 : 227)

1. Kenaikkan Harga

Banyak perusahaan terpaksa menaikkan harga untuk melayani suatu permintaan yang berlebihan, jika suatu perusahaan tidak sanggup lagi melayani setiap pesanan, perusahaan dapat menaikkan harga. Kenaikan harga dapat dilaksanakan secara tersembunyi dengan menghapuskan aneka potongan harga dan menambahkan jenis barang yang lebih mahal pada suatu jajaran produk, dapat pula harga dinaikkan secara terang-terangan.

Setiap kenaikan harga harus disertai dengan program penérangan secara seksama, memberitahukan kepada kaum pelanggan apa sebab harga terpaksa dinaikkan dan memberi saran tentang cara-cara menekan biaya. Keadaan lain yang mendorong kenaikan harga adalah harga dinaikkan dengan melebihi jumlah kenaikan biaya karena perlu mendahului inflasi selanjutnya dan menghindarkan pengendalian oleh pihak pemerintah.

2. Penurunan Harga

Ada beberapa alasan tertentu yang mendorong suatu perusahaan untuk mengadakan penurunan, sekalipun tindakannya itu dapat mengganggu keserasian industri dan memancing suatu perang harga. Salah satu alasan ialah kelebihan kapasitas. Dalam keadaan ini perusahaan memerlukan volume penjualan lebih besar, namun rupanya gagal mencapainya dengan peningkatan upaya niaga, penyempurnaan produk dan upaya lain untuk meningkatkan volume penjualan.

2.2.6 Ramalan Penjualan

Setelah melewati tahapan pemahaman tentang hal-hal menyangkut situasi yang mempengaruhi penetapan harga jual maka akan membahas tentang ramalan penjualan. Adapun tentang uraian ramalan penjualan akan dibahas pada penjelasan dibawah ini.

Dalam dunia usaha sering berhadapan dengan keadaan yang tidak pasti, akan tetapi suatu perusahaan tidaklah akan dapat menjalankan aktivitas perusahaannya dengan baik tanpa adanya suatu rencana walaupun rencana itu hanyalah berupa hasil dari suatu ramalan.

Ramalan penjualan ini dapat digunakan oleh manajer perusahaan dalam menyusun anggaran guna menunjang aktivitas dimasa mendatang, disamping itu dapat digunakan untuk menyusun atau mengetahui kegiatan apa yang dilakukan di kemudian hari, sehingga dapat mengatur penggunaan sarana produksi secara efektif dan efisien. Ada empat cara yang dapat dipakai untuk meramalkan tingkat penjualan yaitu :

1. Metode ramalan penjualan berdasarkan pendapat
 - a. pendapat dari pembeli
 - b. pendapat dari salesman
 - c. pendapat dari manajer cabang atau daerah penjualan
 - d. pendapat para ahli
2. Berdasarkan metode statistik
 - a. analisa trend
 - b. analisa korelasi

3. Berdasarkan metode khusus
 - a. analisa product line
 - b. analisa industri
 - c. analisa penggunaan akhir
4. Metode eksperimentasi

Ad.1 Metode Ramalan Penjualan Atas Dasar Pendapat

Metode penjualan ini merupakan pengukuran peramalan penjualan secara kualitatif. Pendapat sebagai dasar ramalan penjualan hanya diambilkan dari hasil yang sifatnya kualitatif, sehingga unsur-unsur subyektifitas menjadi dominan.

Metode ramalan penjualan ini akan dapat dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan yang sifatnya belum dapat dijadikan sebagai ukuran, hal ini disebabkan oleh adanya informasi yang masih diragukan. Untuk metode ramalan penjualan ini dapat dijadikan sebagai ukuran apabila didukung oleh data-data yang sifatnya kuantitatif.

Ad.2 Metode Ramalan Penjualan Berdasarkan Statistik

Metode ini menggunakan data-data berupa angka-angka dan pada dasarnya dapat digunakan dengan analisis trend dan analisis korelasi. Analisa trend merupakan gerakan yang berjangka panjang, naik turun serta cenderung untuk menuju suatu arah menaik atau menurun. Analisis trend time series menggunakan tahun pertama sebagai dasar dalam usaha menghitung ramalan penjualan. Hal ini dapat dibenarkan apabila keadaan perekonomian relatif stabil, tetapi apabila kondisi perusahaan mengalami fluktuasi penjualan yang tajam, maka kurang tepat sebagai periode dasar, tengah dalam usaha peramalan penjualannya, hal ini dapat dibenarkan

apabila pada periode dasar tidak terdapat perbedaan yang mencolok dengan data observasi sebelum dan sesudah periode dasar.

Analisis korelasi pada dasarnya memperhitungkan variabel yang dianggap berpengaruh sekali terhadap penjualan, sehingga dalam hal ini jelas tidak hanya variabel waktu saja yang mendapat perhatian, sehingga metode ini dapat dilacak kebenarannya dan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap hasil penjualan maupun kegiatan perusahaan. Apabila variabel tersebut tidak jelas pengaruhnya terhadap hasil penjualan maupun kegiatan perusahaan maka metode regresi akan menyesatkan.

Ad.3 Metode Ramalan Penjualan dengan Metode Khusus

Seperti telah disebutkan dimuka, bahwa metode khusus ini ada tiga macam yaitu : analisa product line, analisa industri, dan analisa penggunaan akhir.

Pada analisa product line umumnya digunakan oleh perusahaan yang menghasilkan lebih dari satu macam produk. Masing-masing produk diramalkan dengan metode tersendiri, atau sama dengan metode untuk meramal produk lain, ataupun berbeda sekali.

Pada analisa industri diperlukan ramalan pasar (*market share*) yang dimiliki perusahaan, dengan asumsi variabel-variabel yang mempengaruhi *market share* dapat diperkirakan dengan pasti.

Sedangkan pada analisa penggunaan akhir, digunakan untuk meramal produk yang tidak langsung dikonsumsi masyarakat tetapi perlu pengolahan atau proses lebih lanjut untuk menjadi produk akhir. Permintaan produk dipengaruhi oleh produk akhir yang berasal dari produk akhir yang menggunakan. Misalnya : koran, variabel yang terpengaruh terhadap penjualan koran pasti berpengaruh pula terhadap penjualan kertas koran.

Ad.4 Ramalan Penjualan dengan Metode Eksperimentasi

Metode ini digunakan oleh perusahaan yang baru memulai usahanya, atau dengan dikeluarkannya produk baru. Metode ini sifatnya coba-coba untuk mengetahui potensi penjualan produknya.

Metode-metode ramalan penjualan tersebut diatas mempunyai kelebihan dan kekeurangannya sendiri-sendiri, akan tetapi baik atau tidaknya metode peramalan penjualan ditentukan dalam penerapannya atas kondisi perusahaan dalam hal ini perlu juga dipertimbangkan manfaat serta karakteristik dari produk yang dihasilkan.

Dalam penelitian ini, metode ramalan penjualan yang digunakan adalah Metode Statistik, yaitu suatu metode yang menggunakan data berupa angka-angka.

Sedangkan analisa yang akan diaplikasikan pada penelitian ini menggunakan Analisa Trend. Analisa Trend adalah gerakan yang berjangka panjang, naik turun serta cenderung menuju ke suatu arah menaik atau menurun. Cara-cara penerapan garis trend tersebut dilaksanakan secara bebas, setengah rata-rata atau secara matematis.

Secara bebas artinya bahwa garis trend yang dihasilkan dapat ditarik begitu saja berdasarkan pertimbangan masing-masing orang yang melakukannya. Sedangkan penerapan garis trend dengan setengah rata-rata dilakukan berdasarkan perhitungan melalui persamaan : (Gunawan Adi Saputro, 1991 : 159)

$$Y = a + bx$$

Dimana :

a = konstanta

b = konstanta

n = banyaknya data

x = satuan waktu

Garis trend yang diterapkan secara matematis dapat ditentukan melalui persamaan :

(El Qodri, 1991 : 5)

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = besarnya nilai yang diramalkan

a = nilai trend pada periode dasar

b = tingkat perkembangan nilai yang diramalkan

x = unit tahun yang dihitung dari periode dasar

Sedangkan secara least square, titik tengah digunakan sebagai tahun dasar, sehingga jumlah nilai dalam skala x harus sama dengan nol. Persamaan yang digunakan untuk menentukan nilai a dan b adalah : (El Qodri, 1994 : 8)

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

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

2.2.7 Penentuan Besarnya Persediaan

Perusahaan perlu untuk menentukan besarnya persediaan karena persediaan selalu dibutuhkan oleh setiap perusahaan, tanpa persediaan perusahaan dihadapkan pada resiko tidak dapat memenuhi keinginan langganan yang membutuhkan produknya. Hal ini berarti akan kehilangan

kesempatan memperoleh keuntungan yang seharusnya diperoleh. Persediaan diadakan apabila manfaat yang diharapkan dari persediaan tersebut lebih besar dari biaya-biaya yang ditetapkan. Pada dasarnya persediaan mempermudah dan memperlancar jalannya operasi perusahaan yang harus dilakukan secara berturut-turut untuk memproduksi barang. Persediaan yang diadakan mulai dari persediaan barang mentah sampai barang jadi, menurut Sofyan Assauri (1991 : 177) berguna untuk :

1. Menghilangkan resiko keterlambatan datangnya barang atau bahan yang dibutuhkan perusahaan.
2. Menghilangkan resiko dari material yang dipesan apabila rusak sehingga harus dikembalikan.
3. Mempertahankan stabilitas operasi perusahaan atau menjamin kelancaran arus produksi.

2.2.8 Anggaran Produksi

Anggaran produksi ini diperlukan dalam penentuan harga jual karena dalam anggaran produksi ini diperlukan untuk mengetahui rencana produksi pada periode yang akan datang, maka perlu dibuat anggaran produksi yang akan didasarkan pada ramalan penjualan yang telah dibuat untuk periode yang sama. Perencanaan produk mencakup masalah yang berhubungan dengan penentuan tingkat produksi yang diharapkan, penggunaan fasilitas produksi dan tingkat persediaan barang jadi.

Jumlah barang yang telah direncanakan untuk dijual yang berhubungan dengan kebutuhan tingkat produksi dalam persediaan, akan menghasilkan jumlah barang yang harus diproduksi oleh perusahaan

Anggaran produksi adalah suatu perencanaan atau volume barang yang diproduksi oleh perusahaan agar sesuai dengan volume atau tingkat penjualan yang telah direncanakan. (Gunawan Adi Saputro, 1990 : 157) Adapun didalam penentuan anggaran produksi dapat dilakukan dengan menggunakan perumusan sebagai berikut :

Tingkat Penjualan	xxx
Tingkat Persediaan Akhir	<u>xxx</u> +
Jumlah	xxx
Tingkat Persediaan Awal	<u>xxx</u> -
Budget Produksi	xxx

2.2.9 Analisis Biaya Semi Variabel

Analisa biaya semi variabel diperlukan dalam ruang lingkup penentuan harga jual karena dari analisa tersebut terdapat pemisahan antara biaya variabel dengan biaya tetap. Pemisahan komponen tetap dan variabel dalam biaya semi variabel adalah penting bagi pengendalian manajemen secara keseluruhan.

Biaya variabel merupakan suatu biaya yang senantiasa ada pada tiap perusahaan.

Bagian tetap dari biaya semi variabel menunjukkan adanya beban minimum atau beban pokok bagi perusahaan yang benar-benar mempunyai jasa hasil dan tersedia untuk digunakan. Bagian variabel dan semi variabel menunjukkan adanya beban yang timbul karena sungguh-sungguh mengkonsumsi jasa.

Analisa biaya semi variabel biasanya dilakukan atas dasar kumpulan yang memusatkan pada perilaku masa lalu, suatu biaya pada berbagai tingkat efektifitas. Apabila analisa ini dilakukan secara seksama,

maka akan diperoleh taksiran yang baik mengenai elemen tetap dan biaya variabel. (Mulyadi, 1991: 63)

Pada penelitian ini, metode yang digunakan untuk menganalisa biaya semi variabel adalah Metode Kuadrat Terkecil, yaitu suatu metode yang menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Dimana Y merupakan biaya tidak bebas yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x yang merupakan variabel bebas. Variabel Y menunjukkan biaya, sedangkan variabel x menunjukkan adanya volume kegiatan, didalam persamaan tersebut a merupakan unsur biaya tetap dalam variabel Y, sedangkan b menunjukkan biaya variabel. (Mulyadi, 1991 : 61)

$$b = \frac{nXY - X.Y}{nX^2 - (X)^2}$$

$$a = \frac{Y - b.X}{n}$$

2.2.10 Pengertian Profitabilitas

Pada bahasan ini merupakan bahasan terakhir dari analisis penentuan harga jual, karena tujuan dari perusahaan itu adalah untuk

mencari laba.

Adapun definisi dari profitabilitas ini adalah sisa yang tertinggal setelah semua faktor-faktor produksi telah dikompensasi penuh.

49

III. Metodologi Penelitian



Milik UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan ini merupakan penelitian survei karena langsung pada objek penelitian. Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data informasi yang langsung diperoleh dari objek penelitian dengan melalui penelitian langsung di lapangan, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh sudah dalam bentuk olahan (tersusun).

3.2 Prosedur Pengumpulan Data

1. Interview

Metode pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Observasi

Metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.

3.3 Metode Analisa Data

3.3.1 Sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh penulis, dimana telah diuraikan dalam penulisan sebelumnya, maka untuk mengetahui besarnya harga jual dan laba bersih yang akan ditetapkan oleh perusahaan, berikut ini akan diuraikan langkah-langkah analisa dengan menggunakan metode *Direct Cost*

1. Perhitungan Besarnya Tingkat Penjualan

Untuk meramalkan tingkat penjualan yang akan datang digunakan Metode Trend least Square, dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} \quad \sum X = 0$$

Dimana :

Y = ramalan penjualan periode yang akan datang

a = konstanta

b = koefisien regresi

x = satuan waktu

n = banyaknya data

2. Perhitungan Penentuan Persediaan Akhir

Untuk menentukan besarnya persediaan akhir digunakan rumus sebagai berikut : (Adi Saputro, 1991 : 164)

$$\text{Inventory Turn Over (ITO)} = \frac{\text{Rencana Penjualan}}{\text{Persediaan Rata - rata}}$$

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

3. Perhitungan Penentuan Besarnya Tingkat Produksi

Untuk mengetahui besarnya tingkat produksi pada periode yang akan datang digunakan budget produksi yang dirumuskan sebagai berikut :
(Mahfudz MC, 1991 : 157)

Tingkat Penjualan	xxx
Tingkat Persediaan Akhir	xxx +
	——
Jumlah	xxx
Tingkat Persediaan Awal	xxx -
	——
Tingkat Produksi	xxx

4. Perhitungan Biaya Bahan Baku

Untuk menghitung besarnya biaya bahan baku per unit, rumus yang diterapkan adalah:

$$\text{Biaya Bahan Baku / Penolong} = \text{SUR} \times \text{Harga per satuan}$$

Sedangkan untuk meramalkan harga pembelian bahan baku dan bahan penolong untuk periode yang akan datang digunakan Geometric Mean.

Geometric Mean merupakan ukuran pusat data yang paling sering digunakan, karena mudah untuk dimengerti.

Geometric Mean, sering juga disebut dengan Rata-rata ukur, adalah

ukuran yang paling baik perolehan nilai datanya (Bambang, Kustianto-Rudy

Adapun perumusan dari Geometric Mean tersebut adalah sebagai berikut :
(Anto Dajan, 1994 : 151)

$$GM = (X1 \times X2 \times \dots \times Xn)^{1/n}$$

Dimana :

GM : Geometric Mean

X1 : variabel kenaikan ratio pertama

X2 : variabel kenaikan ratio kedua

Xn : variabel kenaikan ratio ke-n

5. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung (yang selanjutnya disingkat TKL)

Untuk menghitung biaya TKL per unit digunakan rumus sebagai berikut :

Biaya TKL = Jumlah Unit yang dihasilkan x Upah per unit

6. Perhitungan Penentuan Biaya Produksi dan Biaya Operasi

Untuk menyusun anggaran biaya produksi dan biaya operasi untuk periode yang akan datang digunakan persamaan seperti berikut ini :

Biaya Produksi Variabel :

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik	<u>xxx</u> +
Total Biaya Produksi Variabel	xxx

Biaya Operasi Variabel :

Biaya Pemasaran	xxx
Biaya Administrasi dan Umum	xxx
Biaya Telepon	<u>xxx</u> +

Sedangkan untuk memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya variabel dan biaya tetap digunakan Metode Kuadrat Terkecil (Mulyadi, 1991 : 517) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

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

$$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

Dimana :

Y : biaya semi variabel pada tingkat kegiatan X

a : biaya tetap

b : biaya variabel

x : volume kegiatan

n : banyaknya data

7. Penentuan Harga Jual Tiap-tiap Jenis Produk

Untuk menentukan harga jual tiap-tiap jenis produk digunakan Metode *Direct Cost Pricing* yang dirumuskan sebagai berikut : (Machfudz, 1991 : 254)

$$\text{Harga Jual} = (\text{Biaya Produksi Variabel} + \text{Biaya lain-lain variabel}) + (\% \text{ Laba yang diharapkan perusahaan} \times \text{Dasar Penentuan})$$

8. Perhitungan Rugi dan Laba

Untuk menghitung besarnya laba yang akan dicapai digunakan analisa Laporan Rugi Laba seperti berikut ini :

Penjualan	xxx
Biaya Variabel	<u>xxx</u> +
<u>Kontribusi Marjin</u>	xxx
Biaya tetap	<u>xxx</u> -
Laba atau Rugi	xxx

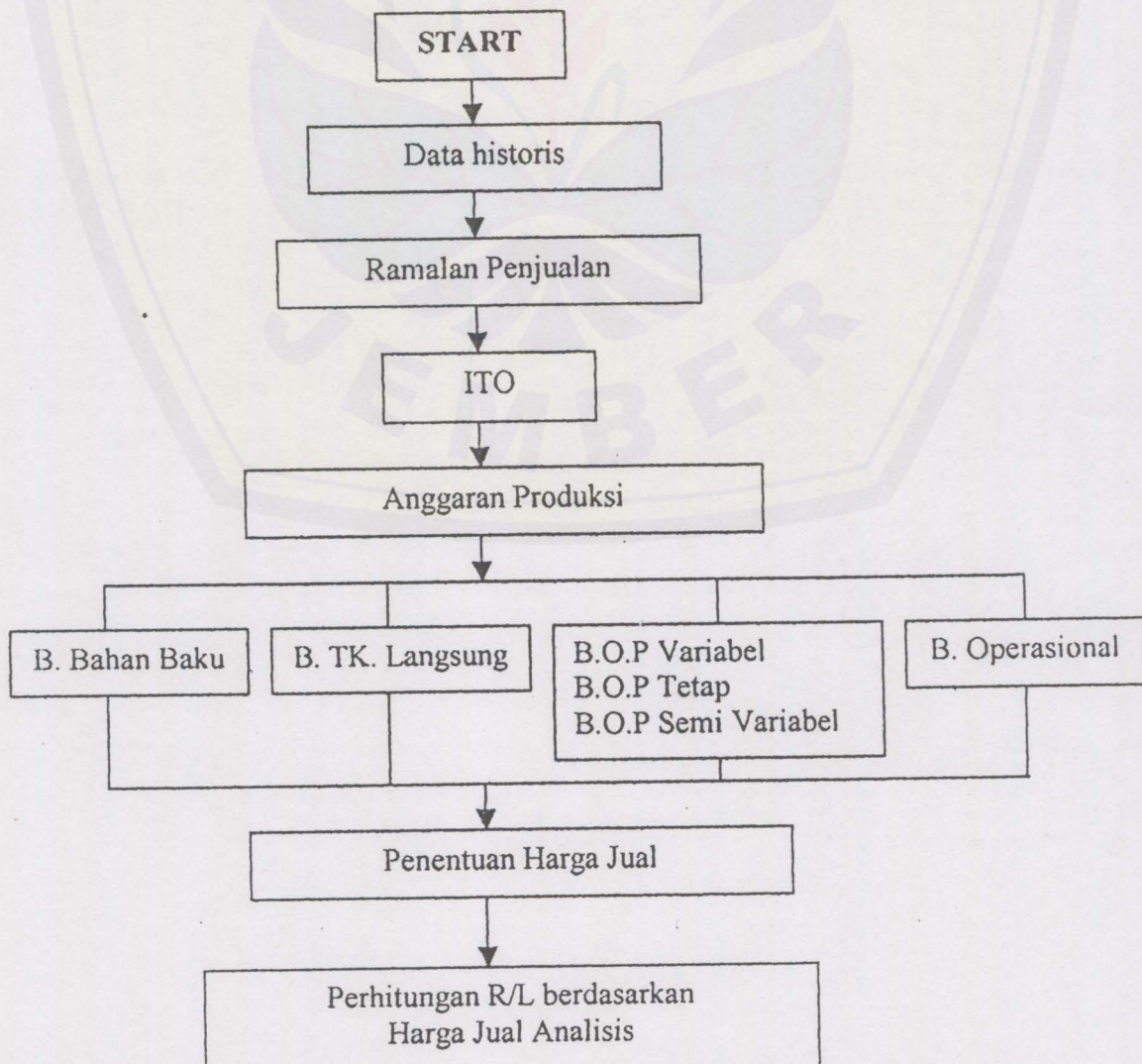
3.4 Batasan Masalah

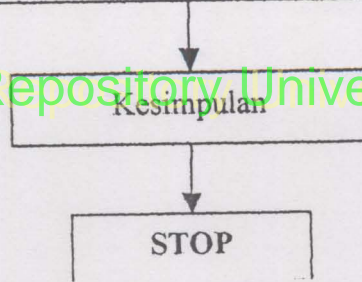
Pada penelitian ini produk yang dianalisis adalah sandal dan sepatu kulit.

3.5 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah ini dibuat adalah bertujuan untuk memudahkan dalam memahami urutan pemecahan masalah dalam hal ini penelitian yang sedang berlangsung.

Adapun bentuk kerangka pemecahan masalah tergambar seperti dibawah ini :





IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Milik UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan

Nama perusahaan ini seperti tercantum dalam surat ijin pendiriannya adalah PT.Treasure Shoes yang berkedudukan di Jalan Petemon nomor 149, Kotamadya Surabaya, Jawa Timur. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 2 Mei 1990 oleh Bapak Rendra Tanuwidjaja dengan dasar surat ijin sebagai berikut :

- a. Surat Ijin Usaha Perusahaan (SIUP) Nomor :
67/B.2/OH/KDH/AA.SIP 00354/F
- b. Surat Ijin Perindustrian Nomor :
521/E.6/VIII/1981 kode 3140-06/153.2/14 Tanggal 25 Juli 1993
- c. Surat Ijin Departemen Tenaga Kerja Nomor :
L.11/0007A

Pada awal perintisannya, perusahaan hanya memproduksi sandal jepit karet bermerk Seagull dengan wilayah pemasaran sekitar Surabaya dan sekitarnya, dengan jumlah tenaga kerjanya saat itu berjumlah 12 orang. Lambat laun dengan seiring kemajuan usahanya, perusahaan mencoba untuk memproduksi sepatu dari kulit mengingat saat itu sepatu jenis itu masih sedikit ragam dan jenisnya di pasaran.

Untuk menindaklanjuti kebijaksanaan perusahaan maka direkrutlah tenaga ahli dalam pembuatan sepatu kullt mulai dari penyamakan hingga proses pencetakannya. Tenaga ahli ini direkrut dari Magetan, mengingat wilayah ini

banyak sekali pengrajin barang-barang
Perusahaan dalam menentukan lokasi usaha berpijak kepada berbagai pertimbangan antara lain tersedianya tenaga kerja, kemudahan dalam membeli bahan baku, fasilitas pengangkutan dan memungkinkan untuk memperluas

wilayah usahanya, disamping juga memberikan kemudahan didalam pemasarannya.

PT.Treasure terus mengalami kemajuan, sehingga perlu sekali untuk memperhatikan kualitas hasil produksinya untuk menambah kepercayaan konsumen dan perusahaan perlu juga untuk melaksanakan strategi pemasaran lain yang dianggap dapat lebih meningkatkan volume penjualan.

Namun pada masa perkembangan perusahaan yang cukup pesat tersebut tidak dapat terus berjalan mulus. Hal ini disebabkan oleh krisis moneter yang melanda semua sektor industri pada tahun 1997 tak terkecuali PT.Treasure Shoes..

Akhirnya pimpinan mengambil langkah untuk mengurangi volume produksinya serta memaksa perusahaan untuk mengambil langkah pengurangan karyawan demi menghindari kebangkrutan. Beruntung krisis ini tidak membuat perusahaan terpuruk terlalu lama, sedikit demi sedikit perusahaan mulai menjalankan usahanya walau masih dibayangi mahalannya berbagai bahan baku dan bahan penunjang produksi perusahaan, khususnya kulit.

Pada tahun berikutnya perusahaan mengembangkan produk yang dihasilkan dengan menambah jenis produknya berupa sandal kulit. Produk sandal kulit ini walaupun awalnya masih diproduksi dalam skala kecil, tetapi sudah mendapat respon pasar yang baik, yang ditunjukkan dengan meningkatnya volume penjualan. Hal ini juga turut meningkatkan penjualan sepatu kulit. Perusahaan menginginkan untuk tahun-tahun berikutnya mengupayakan untuk meningkatkan volume penjualannya, melihat kebijaksanaan perekonomian pemerintah kita yang akan mengarah kepada pasar bebas, dimana akan tercipta suatu iklim kompetisi yang semakin ketat.

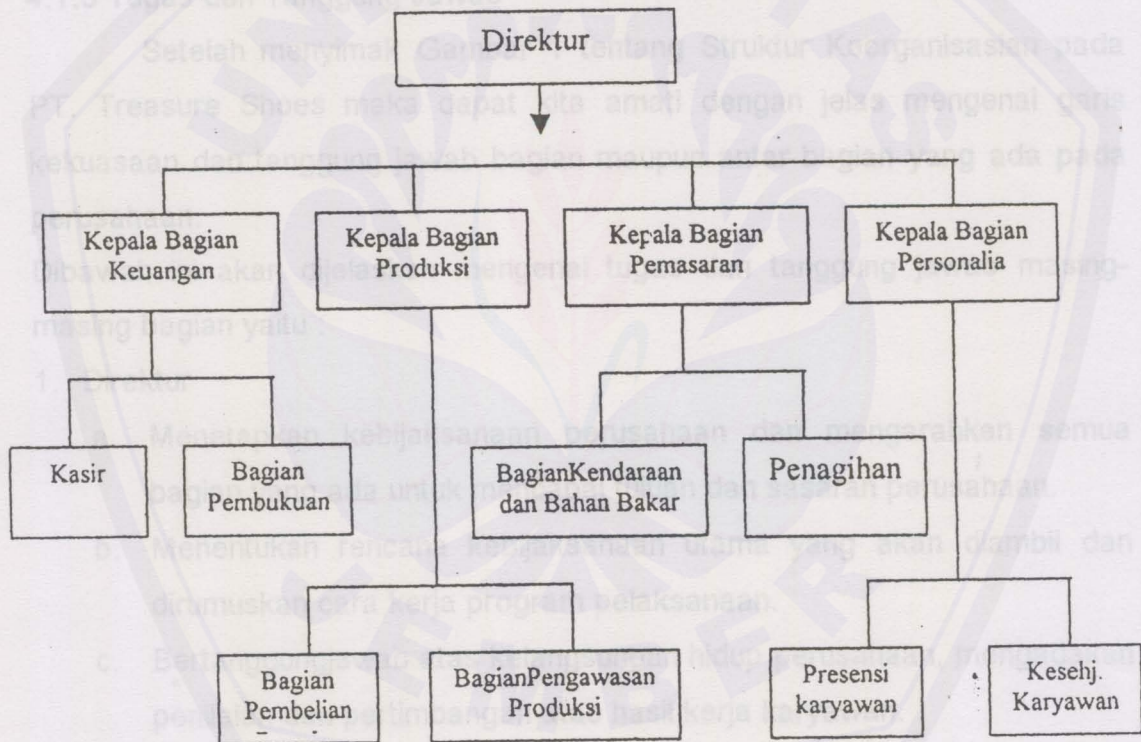
Hal penting yang perlu diperhatikan adalah penentuan harga jual produk dari perusahaan karena perusahaan menginginkan untuk menciptakan produk berkualitas baik dengan harga yang terjangkau oleh konsumen sehingga perusahaan mampu menempatkan produknya di pasar dan mampu bersaing dengan produk-produk dari luar negeri.

4.1.2 Struktur Organisasi

Setiap perusahaan yang ada selalu mempunyai sistem organisasi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan, baik yang bersifat ekonomis maupun yang bersifat sosial. Organisasi akan menjalin hubungan dan kerja sama antara atasan dan bawahan.

Struktur organisasi dalam perusahaan adalah kerangka kerja yang menunjukkan hubungan diantara bagian, tugas-tugas dan tanggung jawab dalam mencapai tujuan bersama. Tepat tidaknya struktur organisasi suatu perusahaan akan berpengaruh kepada kelancaran aktifitas usaha dan terhadap perkembangan usaha seluruhnya, karena pada dasarnya bentuk organisasi dan manajemen dari perusahaan diarahkan untuk memanfaatkan segala sumber daya semaksimal mungkin agar tercapai efisiensi.

Untuk mengetahui secara jelas tentang struktur keorganisasian pada PT.Treasure Shoes dapat disimak pada bagan dibawah ini :



Gambar 1 : Struktur Organisasi PT. Treasure Shoes, Surabaya

Sumber : PT. Treasure Shoes, Surabaya

4. Kepala Bagian Pemasaran

- a. Mengadakan pengamatan pasar.
- b. Melaksanakan dan bertanggungjawab atas terlaksananya promosi penjualan.
- c. Berusaha mencari daerah pemasaran yang baru.
- d. Mengadakan kontrak-kontrak penjualan.

5. Kepala Bagian Personalia

- a. Memberi laporan kepada Direktur tentang perkembangan aktivitas kerja para karyawan guna diadakan penilaian.
- b. Mengadakan atau mencari karyawan dan menyeleksi calon karyawan apabila perusahaan membutuhkan karyawan baru.
- c. Mengurus masalah-masalah yang berhubungan dengan peningkatan kerja karyawan.

4.1.4 Keadaan Produksi

1. Bahan-bahan yang digunakan untuk produksi, yaitu :

- a. Bahan Utama terdiri dari : kulit sapi, karet, dan kulit oscar (imitasi).
- b. Bahan Penolong terdiri dari : lem dan benang.

2. Peralatan yang digunakan untuk produksi, yaitu :

- a. Mesin Plong dan Pembentuk.
- b. Mesin Pengepres.
- c. Mesin Pencuci dan Pengering Kulit.
- d. Mesin Jahit Sepatu dan Sandal.
- e. Alat Pewarna dan Penyablon Kulit.
- f. Mesin Keling Lehang

4.1.5 Proses Produksi

Proses produksi adalah suatu cara atau tehnik yang dipakai untuk menciptakan suatu barang dengan menggunakan berbagai bahan baku yang ada serta mesin dan peralatan yang tersedia dalam perusahaan.

Berikut ini disajikan urutan proses produksi yang ada pada PT.Treasure Shoes, Surabaya :

1. Penyortiran kulit yang akan diolah.
2. Pencucian kulit dan pengeringannya.
 - a. Setelah melalui proses penyortiran, kulit selanjutnya dicuci dan dikeringkan dengan menggunakan mesin pencuci dan pengering kulit.
3. Pengepresan
 - a. Membentuk kulit supaya rata, dengan menggunakan mesin pres.
4. Pewarnaan
 - a. Kulit setelah dipres akan dilakukan pewarnaan dengan jalan direndam kedalam bak yang sebelumnya telah diberi pewarna tertentu.
5. Pengguntingan
 - a. Bahan yang telah melampaui proses pengepresan selanjutnya dilakukan pengguntingan menurut mal atau cetakan produk yang telah ada.
6. Pengeplongan dan pencetakan
 - a. Bahan baku karet pada tahapan produksi ini menjalani proses pengeplongan untuk selanjutnya menjadi sol atau landasan dari sepatu dan sandal.
 - b. Bahan baku kulit setelah melewati proses pengguntingan selanjutnya masuk kepada tahapan pencetakan. Proses ini menggunakan mesin pencetak.

7. Penjahitan dan Pengeleman

Pada tahapan ini, kulit dan karet sol yang telah tercetak selanjutnya menjalani proses penjahitan setelah sebelumnya bahan yang tersebut diatas dilem untuk memperkuat struktur produk itu sendiri.

8. Pelobangan

Proses ini hanya dikenakan pada produk sepatu. Pelobangan ini dimaksudkan untuk tempat tali sepatu.

9. Finishing

Finishing atau proses akhir merupakan tahapan untuk memoles produk yang telah jadi supaya terlihat indah dan bagus. Sekaligus juga menyeleksi produk yang mengalami cacat produksi.

10. Pengepakan

Produk setelah melampaui tahapan finishing, selanjutnya akan dimasukkan kedalam kardus untuk menjaga produk agar tidak rusak dan juga memberi citra eksklusif atas produk dari PT.Treasure Shoes.

Agar lebih jelasnya, berikut ini gambaran urutan proses produksi yang ada pada PT.Treasure Shoes :



4.1.6 Hasil Produksi

Adapun hasil produksi dari PT.Treasure Shoes adalah sebagai berikut :

1. Sepatu Kulit
2. Sandal Kulit

Untuk mengetahui data persediaan awal dan persediaan akhir kedua jenis produk, maka disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1. Data Persediaan Barang Jadi Tahun 1997-2001 pada PT.Treasure Shoes, Surabaya

Tahun	Sepatu Kulit (unit)		Sandal Kulit (unit)	
	Persediaan Awal	Persediaan Akhir	Persediaan Awal	Persediaan Akhir
1997	121	141	90	165
1998	141	200	165	240
1999	200	285	240	359
2000	285	390	359	427
2001	390	500	427	610

Sumber Data : PT. Treasure Shoes, Surabaya

Untuk mengetahui besarnya harga bahan baku yang digunakan oleh PT. Treasure Shoes dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Data Harga Bahan Baku Kulit, Karet dan Kulit Oscar untuk periode Tahun 1997-2001

	Kulit	Karet	Kulit Oscar
--	-------	-------	-------------

Tahun	Kulit (Rp./meter)	Karet (Rp./meter)	Kulit Oscar (Rp./meter)
1997	45.000	4.200	20.000
1998	49.725	4.850	23.025
1999	50.000	5.000	23.100
2000	50.700	5.350	24.725
2001	51.600	5.500	25.500

Sumber Data : PT. Treasure Shoes

Setelah mengetahui besarnya harga bahan baku maka berikut ini akan ditampilkan tabel yang menunjukkan besarnya penggunaan bahan baku yang dipakai oleh PT. Treasure Shoes, Surabaya.

Tabel 3. Standar Penggunaan Bahan Baku pada PT. Treasure Shoes, Surabaya

Jenis Bahan Baku	Sepatu Kulit	Sandal Kulit
	(Standar Penggunaan)	(Standar Penggunaan)
Kulit	0,8	0,2
Karet	0,5	0,5
Kulit Oscar	0,3	0,5

Sumber Data : PT. Treasure Shoes, Surabaya

4.1.7 Keadaan Pemasaran

Pemasaran produk adalah kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan penyaluran barang dari pihak produsen sampai ke konsumen.

1. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran produk untuk PT. Treasure Shoes, Surabaya meliputi : seluruh wilayah Jawa Timur, sebagian Jawa Tengah dan Bali.

2. Strategi Pemasaran

Dalam memasarkan produknya, PT. Treasure Shoes memperhatikan

faktor demografi dan faktor musim disamping

Beberapa faktor lainnya, pula memberikan potongan harga. Penentuan waktu yang tepat dalam memasarkan produk merupakan bagian dari keberhasilan bagi perusahaan.

Berikut kami lampirkan data penjualan dan data produksi PT.Treasure Shoes, Surabaya berupa tabel seperti yang tercantum dibawah ini :

Tabel 4. Data Produksi dan Data Penjualan tahun 1997-2001 pada PT.Treasure Shoes, Surabaya

Tahun	Produksi (unit)		Penjualan (unit)	
	Sepatu Kulit	Sandal Kulit	Sepatu Kulit	Sandal Kulit
1997	3.000	3.500	3.450	2.900
1998	3.479	3.989	3.600	3.350
1999	4.071	4.509	4.000	4.000
2000	4.401	5.076	4.450	5.100
2001	5.264	5.690	5.045	5.850

Sumber Data : PT.Treasure Shoes

Untuk mengetahui data harga jual per unit produk PT.Treasure Shoes dalam periode lima (5) tahun terakhir, dapat disimak pada tabel berikut:

Tabel 5. Data Harga Jual Per Unit Periode Tahun 1997-2001 PT.Treasure Shoes

Tahun	Sepatu Kulit(Rp./unit)	Sandal Kulit(Rp./unit)
1997	102.299	52.124
1998	113.875	60.017
1999	120.690	61.404

Tabel .6. Data Biaya Variabel, Biaya Semi Variabel, dan Biaya Tetap
Tahun 1997 – 2001 pada PT. Treasure Shoes

Keterangan	Tahun				
	1997	1998	1999	2000	2001
<u>Jenis Biaya</u>					
<u>Biaya Variabel</u>					
- Sepatu Kulit					
Bahan Baku	107.257.500	125.813.000	152.842.500	198.000.000	220.058.000
TKL	8.510.000	10.620.000	15.850.250	19.350.000	25.120.000
- Sandal Kulit					
Bahan Baku	150.500.250	185.472.000	212.258.500	245.100.000	272.050.000
TKL	8.510.000	10.620.000	15.850.250	19.350.000	25.120.000
<u>Biaya Semi Variabel</u>					
<u>B.O.P :</u>					
B. Pembantu Sepatu	52.800.000	55.500.000	57.857.000	87.500.000	90.000.000
Kulit					
B. Pembantu Sandal	52.800.000	55.500.000	57.857.000	87.500.000	90.000.000
Kulit					
TK. Tak Langsung	50.700.000	65.500.000	70.300.000	75.100.000	82.000.000
Listrik	1.600.000	1.721.000	1.779.000	1.835.000	1.901.000
Reparasi	1.365.000	1.453.000	1.721.000	1.915.000	2.021.000
<u>B. Operasional</u>					
Adm. Dan Umum	1.315.000	1.389.000	1.442.000	1.501.000	1.598.000
Telepon	2.800.000	2.810.000	2.830.000	2.835.000	2.855.000
Pemasaran	6.406.000	7.456.000	8.135.000	8.970.000	10.252.000

Biaya Tetap					
Penyusutan Gedung	2.500.000	4.500.000	5.500.000	6.100.000	7.520.000
Penyusutan Mesin	1.068.000	1.420.000	1.780.000	1.900.000	2.400.000
Penyusutan kendaraan	1.200.000	1.600.000	2.000.000	2.400.000	2.800.000

Sumber Data : PT. Treasure Shoes

4.2 Analisa Data

4.2.1 Penentuan Besarnya Harga Jual dan Keuntungan Pada Tahun 2002

Dalam menentukan besarnya harga jual dan keuntungan berdasarkan hasil analisis digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Ramalan Volume Penjualan

Sebelum menentukan analisis harga jual produk, maka terlebih dahulu perlu dihitung ramalan penjualan dari produk tersebut. Dari data penjualan selama lima tahun terakhir maka dapat ditentukan perhitungan ramalan penjualan Tahun 2002 dengan menggunakan Metode Least Square seperti terlihat pada Lampiran 1 dan 2.

Dari lampiran 1 dan 2 tersebut dapat diketahui bahwa ramalan penjualan untuk masing-masing produk pada Tahun 2002 adalah :

Tabel 7. Ramalan Volume Penjualan Tahun 2002 pada PT.Treasure Shoes

Jenis Produk	Volume Penjualan (unit)
Sepatu Kulit	5.321
Sandal Kulit	6.535
Jumlah	11.856

Sumber Data : Lampiran 1 dan 2

2. Perhitungan Inventory Turn Over (ITO)

Metode ini dikenal juga sebagai metode tingkat perputaran persediaan. Perhitungan ITO ini merupakan dasar bagi penentuan besarnya persediaan akhir atas produk barang jadi.

Perusahaan menentukan besarnya ITO Tahun 2002 mengalami kenaikan sebesar 20 %. Dari tingkat kenaikan tersebut maka ITO untuk masing-masing produk diperoleh angka sebagai berikut :

- Sepatu Kulit = 13,596 kali
- Sandal Kulit = 13,536 kali

Untuk menghitung besarnya tingkat produksi masing-masing produk Tahun 2002 maka dapat dihitung sebagai berikut :

1. Sepatu Kulit

Tingkat Penjualan	= 5321
Tingkat Persediaan Akhir	= <u>283</u> +
Jumlah	= 5604
Tingkat Persediaan Awal	= <u>390</u> -
Jumlah Produksi	= 5214

Jadi besarnya tingkat produksi sebesar 5214 unit.

2. Sandal Kulit

Tingkat Penjualan	= 6535
Tingkat Persediaan Akhir	= <u>355</u> +
Jumlah	= 6890
Tingkat Persediaan Awal	= <u>427</u> -
Jumlah Produksi	= 6463

Jadi besarnya tingkat produksi sebesar 6463 unit.

4. Pemisahan Biaya Semi Variabel

Pemisahan biaya semi variabel dilakukan terhadap biaya-biaya yang mempunyai unsur biaya variabel dan biaya tetap didalamnya. Pemisahan biaya semi variabel perlu dilakukan karena penentuan harga jual dengan pendekatan *Direct Costing* hanya memperhitungkan biaya variabel saja yaitu biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan volume produksi, dalam hal ini volume produksi dua jenis produk yang diteliti. Biaya-biaya yang merupakan biaya semi variabel antara lain : biaya tenaga kerja tak langsung, biaya listrik, biaya administrasi

dan umum, biaya pemasaran, biaya reparasi dan biaya telepon. Adapun hasil perhitungan pemisahan biaya semi variabel dapat terlihat pada Tabel 8 berikut ini :

Tabel 8 Rencana B.O.P dan Operasional untuk biaya semi variabel

No.	Jenis Biaya	Biaya Variabel/unit (Rp.)	Biaya Tetap (Rp.)
1. Biaya Overhead Pabrik :			
-	Biaya TK Tak Langsung	6524	12.632.405
-	Biaya Listrik	96	942.003
-	Biaya Reparasi	160	311.076
2. Biaya Operasional :			
-	Biaya Pemasaran	842	997.540
-	Biaya Adm. dan Umum	621	9.120.604
-	Biaya Telepon	11	2.731.446

Sumber Data : Lampiran 14-19, data diolah

5. Menentukan Besarnya Biaya Bahan Baku, Bahan Penolong dan Biaya TKL per unit

a. Menentukan Biaya Bahan Baku dan Bahan Penolong Per Unit

Adapun perhitungan biaya bahan baku dan bahan penolong per unit untuk jenis produk secara lengkap terdapat pada lampiran 5 - 7.

Tabel 9. Biaya Bahan Baku dan Bahan Penolong Per Unit Produk pada Tahun 2002

Jenis Produk	Biaya Bahan Baku (Rp.)	Biaya Bahan Penolong (Rp.)
Sepatu Kulit	53.760	10.824
Sandal Kulit	27.149	10.824

Sumber Data : Lampiran 10 - 12, data diolah

Besarnya biaya bahan baku per unit tiap-tiap produk dipengaruhi oleh standar penggunaan bahan bakunya, sehingga besarnya biaya bahan baku tiap-tiap jenis produk berbeda, sedangkan besarnya biaya bahan penolong per unit tiap-tiap jenis produk sama karena tiap-tiap jenis produk memiliki standar penggunaan bahan penolong yang sama.

b. Menentukan Biaya TKL Per Unit

Perhitungan alokasi biaya tenaga kerja langsung per unit secara rinci terdapat pada lampiran 13. Dari perhitungan pada lampiran 13 tersebut diperoleh alokasi biaya tenaga kerja langsung per unit seperti pada tabel 10 berikut ini :

No.	Jenis Produk	Biaya TKL (Rp.)
1.	Sepatu Kulit	12.300
2.	Sandal Kulit	12.300

Sumber Data : Lampiran 13, data diolah

Pada tabel diatas terlihat bahwa biaya TKL per unit tiap-tiap produk adalah sama, karena pengalokasian biaya TKL untuk tiap-tiap jenis produk disesuaikan dengan volume produksi, dimana perbandingan antara total

45

biaya TKL. dengan volume produksi tiap-tiap jenis produk memiliki nilai yang sama.

6. Penyusunan Anggaran Biaya Produksi dan Biaya Operasi

Untuk menyusun anggaran biaya produksi dan biaya operasi per unit digunakan formulasi seperti terlihat pada tabel 11 berikut ini :

Tabel 11. Anggaran Biaya Produksi dan Biaya Operasi Per Unit Produk Tahun 2002

Jenis Biaya	Sepatu Kulit (Rp.)	Sandal Kulit (Rp.)
Biaya Produksi Variabel		
- B. Bahan baku	53.760	27.149
- B. Tenaga Kerja Langsung	12.300	12.300
B.O.P Variabel :		
- B. Bahan Penolong	10.824	8.384
- B. TK Tak Langsung	6.250	3.730
- B. Listrik	96	76
- B. Reparasi	160	140
Total Biaya Produksi Variabel	83.390	51.779

Biaya Operasi Variabel :

- B. Pemasaran	843	843
- B. Adm. dan Umum	621	621

Total Biaya Operasi Variabel	1.475	1.475
Total Biaya Variabel	84.865	53.254

Sumber Data : Tabel 8 - 10, data diolah

7. Perhitungan Harga Jual Masing-masing Produk

Untuk menghitung harga jual dengan menggunakan Metode *Direct Cost Pricing* terlebih dahulu harus diketahui laba yang diinginkan perusahaan dan dasar penentuan laba. Sebagai dasar penentu prosentase laba yang diinginkan, perusahaan berpatokan pada laba yang diperoleh pada tahun sebelumnya. Hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan maka ditetapkan laba untuk sepatu kulit adalah sebesar 65 % dan sandal kulit adalah sebesar 40 %. Dasar penentuan laba yang dipakai adalah seluruh biaya variabel.

Perhitungan harga jual masing-masing jenis produk dirumuskan dalam formulasi sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual} = (\text{Biaya Produksi Variabel} + \text{Biaya Lain-lain Variabel}) + (\% \text{ Laba yang diinginkan} \times \text{Dasar Penentuan Laba})$$

1. Sepatu Kulit

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (83.390 + 1.475) + (65\% \times 84.865) \\ &= 84.865 + 55.162 \\ &= 140.027 \end{aligned}$$

2. Sandal Kulit

$$\text{Harga Jual} = (51.779 + 1.475) + (40\% \times 53.254)$$

$$= 53.254 + 21.301$$

$$= 74.555$$

Tabel 12. Hasil Perhitungan Harga Jual Per Unit Produk Tahun 2002

No.	Jenis Produk	Harga Jual (Rp.)
1.	Sepatu Kulit	140.027
2.	Sandal Kulit	74.555

3. Perhitungan Rugi Laba Tahun 2002

Untuk menghitung estimasi Laporan Rugi Laba yang dicapai perusahaan Tahun 2002 digunakan metode analisa *Direct Costing*, karena metode ini lebih menitikberatkan pada penyajian biaya sesuai dengan perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan (*Classification by cost behaviour*). Dalam Laporan Rugi Laba *Direct Costing*, biaya tetap disajikan dalam satu kelompok tersendiri yang harus ditutup dari laba kontribusi yang diperoleh perusahaan sebelum timbul laba bersih (Mulyadi, 1991 : 135).

Tabel 13. Perhitungan Rugi Laba Tahun 2002

Keterangan	Jumlah
Hasil Penjualan	
Sepatu kulit = $5.321 \times \text{Rp}.140.027$	Rp. 745.083.667
Sandal Kulit = $6.535 \times \text{Rp}.74.555$	<u>Rp. 487.216.925</u> +
Total Penjualan	Rp.1.232.300.592
Biaya Variabel	
- Biaya Produksi Variabel	
Sepatu Kulit = $5.214 \times \text{Rp}.83.390$	Rp.434.795.460
Sandal Kulit = $6.463 \times \text{Rp}.51.779$	<u>Rp.334.647.677</u> +
	Rp.769.443.137
- Biaya Operasional Variabel	
Sepatu Kulit = $5.214 \times \text{Rp}.1.475$	Rp. 7.690.650
Sandal Kulit = $6.463 \times \text{Rp}.1.475$	<u>Rp. 9.532.925</u> +
	<u>Rp. 17.223.575</u> +
Total Biaya Variabel	<u>Rp. 786.666.712</u> -
Contribusi Margin	Rp. 445.633.880
Biaya Tetap	<u>Rp. 12.632.405</u> -
Laba Bersih	<u>Rp. 433.001.475</u>

Sumber Data : Tabel 11,12 dan Lampiran 14 -19, data diolah



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari analisis data yang berkaitan dengan masalah penentuan harga jual dalam upaya penentuan laba bersih pada PT.Treasure Shoes, Surabaya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penentuan harga jual dengan menggunakan Metode *Direct Cost Pricing*,, menghasilkan harga jual untuk produk sepatu kulit adalah sebesar Rp.140.027 per unit sedangkan untuk produk sandal kulit, harga jual analisis ditetapkan sebesar Rp.74.555.

Rencana volume penjualan yang dihasilkan dari analisa data adalah sebesar 5.321unit dan untuk produk sandal kulit adalah sebesar 6.535 unit.

2. Dengan rencana penjualan dari masing-masing harga jual jenis produk, maka diperoleh laba bersih yang direncanakan sebesar Rp.433.001.475,-

5.2 Saran

Dari hasil analisa data dan kesimpulan diatas, maka dapatlah dikemukakan saran-saran yang berguna dalam mengambil kebijaksanaan penentuan harga jual produk. Adapun saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Dalam kebijaksanaan penentuan harga jual produk perusahaan dapat menggunakan analisis seperti yang telah diuraikan penulis, meskipun total penjualannya lebih rendah, tetapi total biaya variabel yang dikeluarkan justru lebih rendah. Hal ini disebabkan karena dengan harga jual hasil analisa akan terjadi penghematan total biaya variabel. Dengan penghematan biaya tersebut, perusahaan akan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan, Marwan Asri, 1991, **Anggaran Perusahaan**, Cetakan Ketiga, BPFE, Yogyakarta
- Basu Swastha, 1990, **Azas-Azas Marketing**, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta
- Dumairy, 1992, **Matematika Terapan Untuk Bisnis dan Ekonomi**, Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta
- Kottler, Phillip, 1997, **Manajemen Pemasaran**, Jilid Dua, PT.Prehallindo, Jakarta
- Kottler, Armstrong, 1997, **Prinsip-prinsip Pemasaran**, Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta
- Mahfudz Mas'ud, 1991, **Akuntansi Manajemen**, Buku Dua Edisi Tiga, BPFE, Yogyakarta
- Mulyadi, 1991, **Akuntansi Biaya Untuk Manajemen**, BPFE, Yogyakarta
- Poerwadarminta, 1995, **Kamus Besar Bahasa Indonesia**, PN Balai Pustaka, Jakarta
- Supriono, 1991, **Akuntansi Manajemen 3**, Edisi Satu, STIE YKPN,

Lampiran 1

Ramalan Penjualan Sepatu Kulit Tahun 2002

TAHUN	PENJUALAN (Y)	X	XY	X ²
1997	3.450	-2	-6.900	4
1998	3.600	-1	-3.600	1
1999	4.000	0	0	0
2000	4.450	1	4.450	1
2001	5.045	2	10.090	4
Σ	20.545		4.040	10

Sumber data : tabel 4, data diolah

$$Y = a + bx$$

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

$$= \frac{20.545}{5}$$

$$= 4.109$$

Persamaan trend adalah

$$Y = 4.109 + 404X$$

Ramalan penjualan sepatu kulit adalah

$$Y = 4.109 + 404 (3)$$

$$= 4.109 + 1212$$

$$= 5.321 \text{ unit.}$$

Jadi ramalan penjualan sepatu kulit adalah sebesar 5.321 unit.

Lampiran 2

Ramalan Penjualan Sandal Kulit Tahun 2002

Tahun	Penjualan (Y)	X	XY	X ²
1997	2900	-2	-5.800	4
1998	3.350	-1	-3.350	1
1999	4.000	0	0	0
2000	5.100	1	5.100	1
2001	5.850	2	11.700	4
Σ	21.200		7.650	10

Sumber data : tabel 4, data diolah

$$Y = a + bx$$

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

$$= \frac{21.200}{5}$$

$$= 4.240$$

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

$$= \frac{7.650}{10}$$

$$= 765$$

Persamaan trend adalah

$$Y = 4.240 + 765X$$

Ramalan penjualan tahun 2002 sandal kulit adalah

$$Y = 4.240 + 765 (3)$$

$$= 4.240 + 2295$$

$$= 6535 \text{ unit.}$$

Jadi ramalan penjualan sandal kulit tahun 2002 adalah 6535 unit.

Lampiran 3

Perhitungan ITO Sepatu Kulit Tahun 2002

Tahun	Persediaan Awal	Produksi	Penjualan	Persediaan Akhir
1997	121	3000	3450	141
1998	141	3479	3600	200
1999	200	4071	4000	285
2000	285	4401	4450	390
2001	390	5264	5045	500

Sumber Data : tabel 1 dan 2, data diolah

$$\begin{aligned}
 \text{ITO Tahun 2001} &= \frac{5045}{\frac{(390 - 500)}{2}} \\
 &= \frac{5045}{445} \\
 &= 11,33
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{ITO Tahun 2002} &= \text{ITO Tahun 2001} + (\text{ITO Tahun 2001} \times 20\%) \\
 &= 11,33 + (11,33 \times 20\%) \\
 &= 11,33 + 2,26 \\
 &= 13,596
 \end{aligned}$$

Lampiran 4

Perhitungan ITO Sandal Kulit Tahun 2002

Tahun	Persediaan Awal	Produksi	Penjualan	Persediaan Akhir
1997	90	3500	2900	165
1998	165	3989	3350	240
1999	240	4509	4000	359
2000	359	5076	5100	427
2001	427	5690	5850	610

Sumber Data : tabel 1 dan 2, data diolah

$$\begin{aligned}
 \text{ITO Tahun 2001} &= \frac{5850}{\frac{(427 + 610)}{2}} \\
 &= \frac{5850}{518,5} \\
 &= 11,28
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{ITO Tahun 2002} &= \text{ITO Tahun 2001} + (\text{ITO Tahun 2001} \times 20\%) \\
 &= 11,28 + (11,28 \times 20\%) \\
 &= 11,28 + 2,256 \\
 &= 13,536
 \end{aligned}$$

lampiran 5

Ramalan Harga Kulit Tahun 2002 (dalam rupiah)

Tahun	Biaya Bahan Baku	Kenaikan dalam rasio
1997	45.000	-
1998	49.725	1,105
1999	50.000	1,0055
2000	50.700	1,014
2001	51.600	1,017

Sumber data : tabel 2, data diolah

Tingkat perubahan biaya bahan baku kulit tahun 2002

$$GM = (X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot X_4)^{1/4}$$

$$GM = (1,105 \times 1,0055 \times 1,014 \times 1,017)^{1/4}$$

$$GM = 1,0344$$

$$GM = 3,44\%$$

Dengan demikian kenaikan biaya bahan baku kulit pada tahun 2002 adalah

$$\text{Rp. } 51.600 \times 3,44\% = \text{Rp. } 1.775,04$$

Lampiran 6

Ramalan Harga Karet Tahun 2002

Tahun	Biaya Bahan Baku	Kenaikan dalam rasio
1997	4.200	-
1998	4.850	1,154
1999	5.000	1,030
2000	5.350	1,07
2001	5.500	1,028

Sumber data : tabel 2, data diolah

Tingkat perubahan biaya bahan baku kulit tahun 2002

$$GM = (X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot X_4)^{1/4}$$

$$GM = (1,154 \times 1,030 \times 1,07 \times 1,028)^{1/4}$$

$$GM = 1,0693$$

$$GM = 6,93\%$$

Dengan demikian kenaikan biaya bahan baku pada tahun 2002 adalah

$$Rp. 5.500 \times 6,93\% = Rp. 381,15$$

Lampiran 7

Ramalan Harga Kulit Oscar Tahun 2002

Tahun	Biaya Bahan Baku	Kenaikkan dalam rasio
1997	20.000	-
1998	23.025	1,1512
1999	23.100	1,0032
2000	24.725	1,0703
2001	25.500	1,0313

Sumber data : tabel 2, data diolah

Tingkat perubahan biaya bahan baku tahun 2002

$$GM = (X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot X_4)^{1/4}$$

$$GM = (1,1512 \times 1,0032 \times 1,0703 \times 1,0313)^{1/4}$$

$$GM = 1,0615$$

$$GM = 6,15 \%$$

Dengan demikian kenaikan biaya bahan baku kulit oscar tahun 2002 adalah

$$Rp. 25.500 \times 6,15\% = Rp. 1.568,25$$

Lampiran 8

Ramalan Harga Bahan Penolong Benang Tahun 2002

Tahun	Biaya Bahan Baku	Kenaikan dalam rasio
1997	1.500	-
1998	1.725	1,15
1999	2.025	1,1739
2000	2.100	1,0370
2001	2.415	1,15

Sumber data : PT. TREASURE SHOES

Tingkat perubahan biaya bahan baku penolong tahun 2002

$$GM = (X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot X_4)^{1/4}$$

$$GM = (1,15 \times 1,1739 \times 1,0370 \times 1,15)^{1/4}$$

$$GM = 1,1262$$

$$GM = 2,62\%$$

Dengan demikian kenaikan biaya bahan baku penolong tahun 2002 adalah

$$\text{Rp. } 2.415 \times 2,62\% = \text{Rp. } 63,273$$

Lampiran 9

Ramalan Harga Bahan Penolong Lem Tahun 2002

Tahun	Biaya Bahan Baku	Kenaikan dalam ratio
1997	1.750	-
1998	2.400	1,3714
1999	2.520	1,05
2000	2.800	1,1111
2001	2.850	1,0178

Sumber data : PT. TREASURE SHOES

Tingkat perubahan biaya bahan penolong pada tahun 2002 adalah

$$GM : (X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot X_4)^{\frac{1}{4}}$$

$$GM : (1,3714 \times 1,05 \times 1,1111 \times 1,0178)^{\frac{1}{4}}$$

$$BM : 1,1295$$

$$GM : 2,95 \%$$

Dengan demikian biaya bahan penolong tahun 2002

$$Rp. 2.850 \times 2,95 \% = Rp. 84,075$$

Lampiran 10

Perhitungan Biaya Bahan Baku Sepatu Kulit Tahun 2002

Jenis Bahan Baku	SUR (1)	Harga/satuan (2)	Biaya/unit (3) = (1) X (2)
Kulit	0,8	53.375	42.700
Karet	0,5	5.881	2.940
Kulit oscar	0,3	27.068	8.120
Jumlah biaya /unit			53.760

Sumber data : total 3 dan lampiran 5, 6, 7 diolah

Lampiran 11

Perhitungan Biaya Bahan Baku Sandal Kulit Tahun 2002

Jenis bahan baku	SUR (1)	Harga/satuan (2)	Biaya/unit (3) = (1) X (2)
Kulit	0,2	53.375	10.675
Karet	0,5	5.881	2.940
Kulit oscar	0,5	27.068	13.534
Jumlah biaya /unit			27.149

Sumber data : total 3 dan lampiran 5, 6, 7 diolah

Lampiran 12

Perhitungan Biaya Bahan Penolong Per unit Tiap Jenis Produk Tahun 2002

Jenis bahan baku	SUR (1)	Harga/satuan (2)	Biaya/unit (3) = (1) X (2)
Benang	2	2.478	4.956
lem	2	2.934	5.868
Jumlah biaya bahan penolong/unit			10.824

Lampiran 13

Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung (TKL) Per unit

Tiap Jenis Produk Tahun 2002

Berdasarkan kebijaksanaan perusahaan besarnya upah yang diberikan untuk tiap-tiap jenis produk sebesar Rp. 12.500 per unit. Untuk menentukan biaya TKL per unit digunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Biaya TKL} &= \text{Jumlah unit yang dihasilkan} \times \text{upah per unit} \\ &= 11.677 \times 12.500 \\ &= 145.962.500\end{aligned}$$

- Produk sepatu kulit

$$\begin{aligned}&= \frac{5.214}{11.856} \times 145.962.500 \\ &= 64.190.998\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Biaya TKL/unit} &= \frac{64.190.998}{5.214} \\ &= 12.300\end{aligned}$$

- Produk sandal kulit

$$= \frac{6.463}{11.856} \times 145.962.500$$

Digital Repository Universitas Jember

$$= 79.567.783$$

$$\text{Biaya TKL/unit} = \frac{79.567.783}{6463}$$

$$= 12.300$$

lampiran 14

Pemisahan Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung Tahun 2002

Tahun	X	Y	XY	X ²
1997	6.500	58.700.000	329.550.000.000	42.250.000
1998	7.468	65.500.000	489154.000.000	55.771.024
1999	8.580	70.300.000	603.174.000.000	73.616.400
2000	9.477	75.100.000	711.722.700.000	89.813.529
2001	10.954	82.000.000	898.228.000.000	119.990.116
Σ	42.979	343.600.000	3.031.828.700.000	381.441.069

Sumber data : tabel 4 dan 6 data diolah

Persamaan : $Y = a + bx$

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

$$= \frac{15.159.143.500.000 - 14.767.584.400.000}{60.010.904}$$

$$= 6.525$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$= \frac{343.600.000 - 280.437.975}{5}$$

Digital Repository Universitas Jember

maka besar biaya tenaga kerja tak langsung tahun 2002 adalah

- Biaya Variabel = Rp. 6.525
- Biaya Tetap = Rp. 12.632.405

69

Lampiran 15

Pemisahan Biaya Listrik Tahun 2002

Tahun	X	Y	XY	X ²
1997	6.500	1.600.000	10.400.000	42.250.000
1998	7.468	1.721.000	12.852.428.000	55.771.624
1999	8.580	1.779.000	15.638.820.000	73.616.400
2000	9.477	1.835.000	17.390.295.000	89.813.529
2001	10.954	1.901.000	20.823.554.000	119.990.116
Σ	42.979	8.836.000	77.105.097.000	381.441.069

Sumber data : tabel 4 dan 6 data diolah

Persamaan : $Y = a + bx$

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

$$= \frac{385.525.485.000 - 379.762.444.000}{60.010.904}$$

$$= 96$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$= \frac{8.836.000 - 4.125.984}{5}$$

$$= 942.003$$

maka besarnya biaya listrik tahun 2002 adalah

Lampiran 16

Pemisahan Biaya Reparasi Tahun 2002

Tahun	X	Y	XY	X ²
1997	6.500	1.365.000	8.872.500.000	42.250.000
1998	7.468	1.453.000	10.851.004.000	55.771.024
1999	8.580	1.721.000	14.776.180.000	73.616.400
2000	9.477	1.915.000	18.148.455.000	89.813.529
2001	10.954	2.021.000	22.138.034.000	119.990.116
Σ	42.979	8.475.000	74.776.173.000	381.441.069

Sumber data : tabel 4 dan 6 data diolah

Persamaan : $Y = a + bx$

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

$$= \frac{373.880.865.000 - 364.247.025.000}{60.010.904}$$

$$= 160$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$= \frac{8.475.000 - 6.919.619}{5}$$

$$= 311.076$$

Biaya pemrosesan tahun 2002 adalah

Lampiran 17

Pemisahan Biaya Pemasaran Tahun 2002

Tahun	X	Y	XY	X ²
1997	6.500	6.406.000	41.639.000.000	42.250.000
1998	7.468	7.456.000	55.681.408.000	55.771.024
1999	8.580	8.135.000	69.798.300.000	73.616.400
2000	9.477	8.970.000	85.008.690.000	89.813.529
2001	10.954	10.252.000	112.300.408.000	119.990.116
Σ	42.979	41.219.000	364.427.806.000	381.441.069

Sumber data : tabel 4 dan 6 data diolah

Persamaan : $Y = a + bx$

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

$$= \frac{1.822.139.030.000 - 1.771.551.401.000}{60.010.904}$$

$$= 843$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

maka besarnya biaya pemasaran tahun 2002 adalah

- Biaya Variabel = Rp. 843
- Biaya Tetap = Rp. 997.540

lampiran 18

Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2002

Tahun	X	Y	XY	X ²
1997	6.500	1.315.000	8.547.500.000	42.250.000
1998	7.468	1.389.000	10.373.052.000	55.771.024
1999	8.580	1.422.000	12.200.760.000	73.616.400
2000	9.477	1.501.000	14.224.977.000	89.813.529
2001	10.954	1.598.000	17.504.492.000	119.990.116
Σ	42.979	7.225.000	62.850.781.000	381.441.069

Sumber data : tabel 4 dan 6, data diolah

Persamaan : $Y = a + bx$

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

$$= \frac{314.253.905.000 - 310523.275.000}{60.010.904}$$

$$= 621$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

maka besar biaya administrasi dan umum tahun 2002 adalah

- Biaya Variabel = Rp. 621
- Biaya Tetap = Rp. 9.120.604

Lampiran 19

Pemisahan Biaya Telepon Tahun 2002

Tahun	X	Y	XY	X ²
1997	6.500	2.800.000	18.200.000.000	42.250.000.
1998	7.468	2.810.000	20.985.080.000	55.771.024
1999	8.580	2.830.000	24.281.400.000	73.616.400
2000	9.477	2.835.000	26.867.295.000	89.813.529
2001	10.954	2.855.000	31.273.670.000	119.990.116
Σ	42.979	14.130.000	121.607.445.000	381.441.069

Sumber data : tabel 4 dan 6 data diolah

Persamaan : $Y = a + bx$

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

$$= \frac{608.037.225.000 - 607.293.270.000}{60.010.904}$$

$$= 11$$

$$a = \frac{\Sigma Y - b \cdot \Sigma X}{n}$$

Lampiran 19

Pemisahan Biaya Telepon Tahun 2002

Tahun	X	Y	XY	X ²
1997	6.500	2.800.000	18.200.000.000	42.250.000.
1998	7.468	2.810.000	20.985.080.000	55.771.024
1999	8.580	2.830.000	24.281.400.000	73.616.400
2000	9.477	2.835.000	26.867.295.000	89.813.529
2001	10.954	2.855.000	31.273.670.000	119.990.116
Σ	42.979	14.130.000	121.607.445.000	381.441.069

Sumber data : tabel 4 dan 6 data diolah

Persamaan : $Y = a + bx$

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

$$= \frac{608.037.225.000 - 607.293.270.000}{60.010.904}$$

$$= 11$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$= \frac{14.130.000 - 472.769.000}{5}$$

$$= 2.731.446$$

maka besar biaya telepon tahun 2002 adalah

- Biaya Variabel = Rp. 11
- Biaya Tetap = Rp. 2.731.446

