

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL DALAM UPAYA  
MENCAPAI PROFITABILITAS PADA PT. NAFO  
DI BANYUWANGI**

SKRIPSI



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

Oleh:

*Ratih Wijayanti*

NIM : 980810201487 E

Asal	Studi	Klass 658.81 WIJ a
Te ma Tel	Om 2001 -	
No Induk	6233448.	

**PROGRAM S1 EXTENSION  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER  
2000**

## JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL DALAM UPAYA MENCAPAI PROFITABILITAS  
PADA PT. NAFO DI BANYUWANGI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**N a m a** : Ratih Wijayanti

**N.I.M.** : 980810201487 E

**Jurusan** : Manajemen

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal :

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

### Susunan Panitia Penguji

**Ketua,**



Dra. Soewanti S.

NIP. 130 359 304



**Sekretaris,**



Drs. Didik Pudjo M., M.Si.

NIP. 131 627 513

**Anggota,**



Dra. Diah Yulisetiari, M.Si.

NIP. 131 624 474

**Mengetahui / Menyetujui**

**Universitas Jember**

**Fakultas Ekonomi**

**Dekan,**



Drs. H. Liakip, SU.

NIP. 130 531 976



**TANDA PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Analisis Penetapan Harga Jual dalam Upaya Mencapai  
Profitabilitas Pada PT. NAFO Banyuwangi  
Nama Mahasiswa : RATHI WIJAYANTI  
NIM : 980810201487-E  
Jurusan : Manajemen  
Mata Kuliah Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disahkan oleh:

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Drs. Achmad Ichwan  
NIP. 130 781 340

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Susanti Prasetyaningtias, M.Si  
NIP.132 006 243

## MOTTO:

“Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang Menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah yang paling Pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantaraan kalam. Dia mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”. (Surat Al’Alaq:1-5)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”. (Surat Alam Nasyrah:5-8)

“Allah akan mengangkat orang-orang yang beriman dan berilmu diantara kamu dengan beberapa derajat”. (Surat Mujadalah:11)





Kuhaturkan skripsi ini untuk:

Ibu (almarhumah) dan Bapak tercinta,

Mas Wiwied (sekeluarga),

Mbak Mima (sekeluarga),

dan Ferry tersayang.

ABSTRAKSI

Penelitian dilaksanakan pada PT. NAFO Banyuwangi dengan mengambil judul “Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Upaya Mencapai Profitabilitas Pada PT. NAFO Di Banyuwangi”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menetapkan harga jual yang tepat pada masing-masing produk (kaleng jenis RECT 198 gram dan kaleng jenis RECT 340 gram) tahun 2000 dan untuk mengetahui tingkat profitabilitas pada masing-masing produk tahun 2000.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara atau interview dan pengamatan secara langsung atau observasi terhadap obyek yang diteliti. Penelitian bersifat deskriptif. Gay dan Diehl (1992:235) mengatakan bahwa penelitian deskriptif pada dasarnya bertujuan untuk memecahkan suatu masalah yang ada saat ini dan kemudian diprediksi keadaan yang akan terjadi pada masa yang akan datang. Marzuki (1983:8) juga mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang hanya menggambarkan keadaan suatu obyek atau persoalan dan tidak dimaksudkan untuk mengambil atau menarik kesimpulan yang berlaku umum.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga jual yang ditetapkan untuk kaleng jenis RECT 198 gram sebesar Rp.1.182,00/kaleng, sedangkan untuk kaleng jenis RECT 340 gram sebesar Rp. 1.550,00/kaleng. Tingkat profitabilitas untuk kaleng jenis RECT 198 gram sebesar 0,08, sedangkan untuk kaleng jenis RECT 340 gram sebesar 0,35.

Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan yang telah dilakukan secara terperinci, maka dapat disimpulkan bahwa untuk menetapkan harga jual pada kaleng jenis RECT 198 gram dan kaleng jenis RECT 340 gram; PT. NAFO Banyuwangi menggunakan tahapan analisis antara lain: meramalkan penjualan, menghitung tingkat perputaran persediaan, menyusun anggaran produksi, menyusun anggaran biaya semi variabel, menyusun anggaran biaya produksi, menyusun anggaran biaya produksi dan komersial variabel, menentukan besarnya mark-up, sehingga harga akan dapat ditetapkan harga jual sebesar Rp. 1.182,00/ kaleng jenis RECT 198 gram dan Rp. 1.550,00/kaleng jenis RECT 340 gram.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, meskipun jauh dari sempurna.

Judul skripsi “Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Upaya Mencapai Profitabilitas Pada PT. NAFO Di Banyuwangi” ini, diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Ekstension Universitas Jember.

Penulis telah banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak selama proses penyusunan hingga terselesainya skripsi ini. Tiada kata selain ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada.

1. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan bimbingan, pengarahan, dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Achmad Ichwan selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan dengan penuh perhatian memberikan saran serta bimbingan hingga terselesainya skripsi ini.
3. Ibu Dra. Susanti Prasetyaningtias, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Program Ekstension Universitas Jember.
4. Dekan Fakultas Ekonomi Program Ekstension Universitas Jember beserta staff pengajar dan karyawan.
5. Bapak Gunawan Sutandy, selaku pimpinan beserta staff dan karyawan PT. NAFO Banyuwangi.
6. Bapak, kakak-kakak dan adikku, yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil.
7. Khusus buat Yulli R, Yetti R, Sulistiyoningsih (Nining), Eko II, Rengga S. (rekan-rekan Manajemen Program Ekstension), Eni (Noi), ibu kost dan adik-adik kost Halmahera III/4 (Puji, Atin, Bella dan Fenny), teman-teman Halmahera Raya No. 14 (mas Very, Agus, Erji, Wawan, Pras dan Diki) terima kasih atas dukungan semangat dan do'anya.

## Digital Repository Universitas Jember

Walaupun dalam penyusunan skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun penulis sadar akan keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun selalu diharapkan. Akhirnya, mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Jember, Oktober 2000

Penulis





DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PERSETUJUAN .....	
HALAMAN PENGESAHAN .....	
ABSTRAKSI .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Penelitian .....	2
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Batasan Masalah .....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Sebelumnya .....	4
2.2 Landasan Teori .....	5
2.2.1 Pengertian Harga .....	5
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga .....	6
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga .....	8
2.2.4 Prosedur Penetapan Harga .....	10
2.2.5 Metode Penetapan Harga .....	11
2.3 Ramalan Penjualan .....	13
2.4 Persediaan .....	15
2.5 Anggaran Produksi .....	17
2.6 Analisis Perilaku Biaya .....	18
2.7 Analisis Profitabilitas .....	19

## III. METODE PENELITIAN

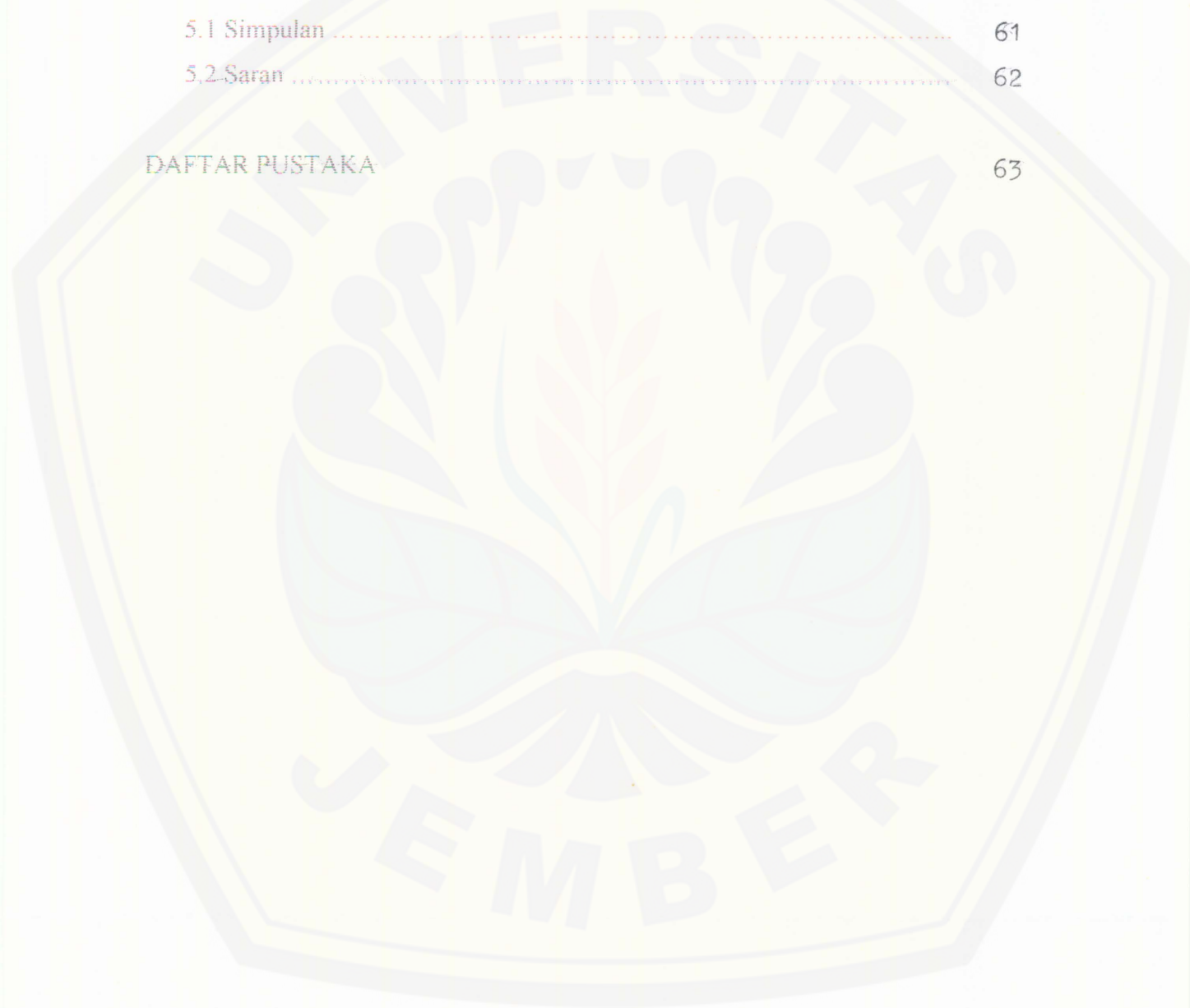
3.1 Rancangan Penelitian .....	21
3.2 Prosedur Pengumpulan Data .....	21
3.3 Metode Analisis .....	21
3.4 Kerangka Pemecahan Masalah .....	25

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	27
4.1.1 Struktur Organisasi .....	29
4.1.2 Personalia Perusahaan dan Fasilitas Kesejahteraan .....	35
4.1.3 Pengadaan Tenaga Kerja .....	35
4.1.4 Sistem Upah dan Gaji .....	37
4.1.5 Hari Kerja dan Jam Kerja .....	37
4.1.6 Kegiatan Produksi .....	38
4.1.6.1 Bahan-bahan yang Digunakan .....	38
4.1.6.2 Peralatan Proses Produksi .....	39
4.1.6.3 Proses Produksi .....	40
4.1.6.4 Hasil Produksi .....	45
4.1.7 Kegiatan Pemasaran .....	46
4.1.7.1 Saluran Distribusi dan Daerah Pemasaran .....	46
4.1.7.2 Volume Penjualan dan Harga Jual Kaleng .....	47
4.2 Analisis Data .....	48
4.2.1 Penetapan Harga Jual .....	48
4.2.1.1 Meramalkan Penjualan Masing-masing Produk Tahun 2000 .....	48
4.2.1.2 Menghitung Inventory Turn Over (ITO) Masing-masing Produk Tahun 2000 .....	49
4.2.1.3 Menyusun Anggaran Produksi Masing-masing Produk Tahun 2000 .....	51
4.2.1.4 Analisis Pemisahan Biaya Semi Variabel ke dalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2000 .....	51
4.2.1.5 Menghitung Anggaran Biaya Produksi Tahun 2000 .....	54



4.2.1.6 Menyusun Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Masing-masing Produk Tahun 2000 .....	56
4.2.1.7 Menentukan Besarnya Mark-Up/Laba Tahun 2000 .....	57
4.2.1.8 Menetapkan Harga Jual Masing-masing Produk Tahun 2000 .....	59
4.2.2 Menentukan Tingkat Profitabilitas Masing-masing Produk Tahun 2000 .....	59
V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan .....	61
5.2-Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA	63



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Klasifikasi, Jenis Upah/Gaji dan Jumlah Tenaga Kerja PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1999 .....	36
4.2 Tarif Tenaga Kerja Langsung Setiap Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995-1999 (Rupiah/Kaleng) .....	37
4.3 Harga Bahan Baku Per Satuan pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Rupiah) .....	39
4.4 Kuantitas Standart Pemakaian Bahan Baku PT. NAFO Banyuwangi .....	40
4.5 Volume Produksi Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Kaleng) .....	45
4.6 Biaya Overhead Pabrik, Biaya Pemasaran, Biaya Administrasi dan Umum pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995–1999 .....	46
4.7 Volume Penjualan Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Kaleng) .....	47
4.8 Harga Jual Per Kaleng Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Rupiah) .....	47
4.9 Persediaan Awal dan Persediaan Akhir Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Kaleng) .....	48
4.10 Ramalan Penjualan Kaleng Jenis RECT 198 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	48
4.11 Persediaan Akhir Kaleng Jenis RECT 198 gram dan Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	49
4.12 Pemisahan Biaya Overhead Pabrik Kaleng Jenis RECT 198 gram ke dalam Unsur Biaya Variabel dan Biaya Tetap Berdasarkan Volume Produksi pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	52
4.13 Pemisahan Biaya Overhead Pabrik Kaleng Jenis RECT 340 gram ke dalam Unsur Biaya Variabel dan Biaya Tetap Berdasarkan Volume Produksi pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	53

4.14 Ramalan Harga Bahan Baku Tinplate pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	54
4.15 Biaya Bahan Baku Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	55
4.16 Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung Kaleng Jenis RECT 198 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	55
4.17 Biaya Tenaga Kerja Langsung Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	56
4.18 Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Kaleng Jenis RECT 198 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	57
4.19 Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	57
4.20 Perhitungan Mark-Up Kaleng Jenis RECT 198 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 .....	58



JEMBER



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	25
4.2 Struktur Organisasi PT. NAFO Banyuwangi .....	30
4.3 Proses Pembuatan Kaleng Jenis RECT 198 gram dan Kaleng Jenis RECT 340 gram .....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Ramalan Penjualan Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	64
2. Persediaan Akhir Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	65
3. Pemisahan Biaya Pemasaran/Penjualan ke dalam Unsur Biaya Variabel dan Biaya Tetap Berdasarkan Volume Penjualan pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	67
4. Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum ke dalam Unsur Biaya Variabel dan Biaya Tetap Berdasarkan Volume Penjualan pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	68
5. Ramalan Harga Bahan Baku Kawat BWG No.12 pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	69
6. Biaya Bahan Baku Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	69
7. Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	70
8. Perhitungan Mark-Up Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 .....	71
9. Perhitungan Contribusi Margin Ratio Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000 .....	72

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pada era globalisasi memberikan dampak yang sangat besar terhadap kondisi perekonomian di Indonesia. Para pelaku ekonomi semakin memperketat persaingan di dunia industri. Adanya situasi dan kondisi seperti ini menyebabkan pihak manajemen berusaha semaksimal mungkin untuk bertindak efektif, efisien dan produktif agar tetap bertahan dan bahkan semakin berkembang.

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya tidak lepas dari motivasi untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Manajemen perusahaan harus dapat memperkirakan segala kemungkinan dan peluang di masa yang akan datang yang dapat diraih oleh perusahaan sekaligus melihat tantangan dan hambatan yang mungkin dihadapi oleh perusahaan sehingga aktivitas perusahaan dapat lebih terarah dan terkendali.

Penetapan harga jual dalam prosesnya terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan yaitu antara lain permintaan produk, target pangsa pasar, reaksi pesaing, penggunaan strategi penetapan harga, saluran distribusi dan produksi, biaya untuk memproduksi dan untuk membeli produk. Oleh karena itu, jika dapat mengetahui faktor-faktor tersebut diharapkan pihak manajemen perusahaan dapat menetapkan harga yang tepat untuk produk yang akan dihasilkan.

Perusahaan harus melakukan tindakan yang tepat dalam mengatasi setiap permasalahan yang kompleks dan mempengaruhi usaha mereka. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang produksi barang akan menghadapi masalah-masalah terutama dibidang pemasaran. Salah satunya adalah mengenai penetapan harga jual yang harus ditetapkan oleh perusahaan.

Keputusan mengenai penetapan harga jual harus dilakukan dengan cermat dan hati-hati. Apabila tidak cermat akan berakibat fatal bagi perusahaan dengan menanggung kerugian terus-menerus yang disebabkan karena terlalu rendahnya harga jual produk sehingga tidak dapat menutup biaya-biaya yang dikeluarkan



oleh perusahaan dan tertimbunnya produk di gudang karena produk tidak laku dijual. Keputusan penetapan harga jual juga berkaitan erat dengan penentuan biaya-biaya yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut.

## 1.2 Perumusan Masalah

PT. NAFO di Banyuwangi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha produksi kaleng untuk makanan dalam kaleng dengan produk dalam berbagai jenis dan ukuran. Sejak awal berdiri, perusahaan banyak mengalami kemajuan karena banyaknya permintaan dari para konsumen. Karena banyaknya permintaan tersebut perusahaan sering kesulitan dalam menentukan harga jual yang telah ditetapkan tanpa mengurangi produksi barang dan keuntungan tetap maksimal.

Melihat keadaan tersebut maka perusahaan harus mencari pemecahan dari masalah untuk dapat mempertahankan volume penjualan. Selain itu agar perusahaan dapat bertahan pada posisi pasar maka perusahaan harus dapat mengantisipasi keadaan tersebut. Salah satunya adalah menetapkan harga jual produk dengan pendekatan terhadap biaya dan segala aktivitas perusahaan. Yang menjadi permasalahan adalah bagaimana perusahaan dapat menetapkan harga jual yang tepat dalam upaya mencapai profitabilitas pada PT. NAFO di Banyuwangi?

Bertitiktolak dari permasalahan di atas maka skripsi ini diberi judul: **“ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL DALAM UPAYA MENCAPAI PROFITABILITAS PADA PT. NAFO DI BANYUWANGI”**.

## 1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menetapkan harga jual yang tepat pada masing-masing produk untuk tahun 2000.
- b. Untuk mengetahui bagaimana tingkat profitabilitas pada masing-masing produk untuk tahun 2000.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dengan adanya penelitian ini adalah.

- a. Sebagai sumbangan pemikiran, bahan informasi dan dasar pertimbangan khususnya dalam menetapkan harga jual yang tepat dimasa yang akan datang, agar profitabilitas dapat dicapai pada PT. NAFO Banyuwangi.
- b. Dapat dijadikan sebagai bahan tambahan dan dasar dalam penelitian sejenis.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Produk yang dihasilkan oleh PT. NAFO Banyuwangi adalah kaleng oval 400 gram, kaleng oval 225 gram, kaleng silinder 325 gram, kaleng silinder 425 gram, kaleng RECT 198 gram dan kaleng RECT 340 gram. Tetapi pada batasan masalah lebih difokuskan hanya pada kaleng RECT 198 gram dan kaleng RECT 340 gram, karena produksi kedua kaleng tersebut kontinyu.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya mengenai penetapan harga jual pernah dilakukan oleh Santo Adi Wijoyo (1999:94) yang berjudul "Analisis Penentuan Harga Jual Sebagai Usaha Mencapai Penjualan Yang Direncanakan Pada PT. NAFO Banyuwangi", menggunakan analisis trend linier dengan batasan harga jual minimal, maka harga jual yang ditetapkan pada tahun 1999 untuk kaleng jenis RECT 198 gram sebesar Rp. 251,- menjadi Rp. 245,-, sedangkan untuk kaleng jenis RECT 340 gram sebesar Rp. 295,- menjadi Rp. 291,-.

Penelitian lainnya juga pernah dilakukan oleh Indah Sadya Wigati (1999:94) yang berjudul "Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Rangka Meningkatkan Profitabilitas Pada Perusahaan Sepatu Eternal Di Mojokerto". Pada akhir penelitiannya diperoleh suatu kesimpulan bahwa dalam menentukan harga jual pada sepatu laki-laki dewasa, sepatu wanita dewasa dan sepatu anak-anak itu berbeda dan masing-masing memberikan *contribusi margin* serta *operating ratio* yang berbeda pula. Dengan adanya peningkatan tingkat *contribusi margin* tersebut kemungkinan akan dapat menutup biaya produksi dan perolehan laba yang diharapkan perusahaan akan semakin besar. Dengan adanya penurunan tingkat *operating ratio*, maka akan semakin kecil pula biaya operasi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan.

Dari penelitian-penelitian di atas terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan pada PT. NAFO Banyuwangi. Persamaan dan perbedaan tersebut adalah sebagai berikut.

1a. Persamaan penelitian dengan skripsi Santo Adi Wijoyo antara lain:

1. obyek penelitian atau perusahaan yang diteliti
2. jenis produk (kaleng) yang diteliti
3. metode penetapan harga jual yang digunakan
4. saluran distribusi dan daerah pemasaran

b. Perbedaannya antara lain:

1. judul atau tema penelitian



2. tujuan penelitian
3. periode waktu yang diteliti
4. volume penjualan dan harga jual produk

2a. Persamaan penelitian dengan skripsi Indah Sadya Wigati antara lain:

1. judul atau tema penelitian
2. tujuan penelitian
3. metode analisis untuk mengetahui tingkat profitabilitas

b. Perbedaannya antara lain:

1. obyek penelitian atau perusahaan yang diteliti
2. produk yang diteliti
3. periode waktu yang diteliti
4. metode penetapan harga jual yang digunakan

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian Harga

Penetapan harga sebenarnya cukup kompleks dan sulit. Dapat dilihat bahwa kekompleksan dan pentingnya penetapan harga memerlukan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga yang tepat.

Menurut para ekonom, harga, 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. Perekonomian kita sekarang, dalam mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu produk adalah dengan menggunakan uang bukan sistem barter. Jumlah uang yang digunakan dalam pertukaran mencerminkan tingkat harga dari suatu barang. Jadi harga dapat didefinisikan sebagai berikut. (Basu Swastha DH. dan Irawan 1990:241)

*"Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya".*

Penetapan harga jual merupakan masalah dalam hal.

1. Perusahaan untuk pertama kalinya harus menetapkan harga jual pada waktu menawarkan produk baru, untuk saluran baru atau mengadakan kontrak kerja baru.
2. Perusahaan terpaksa harus merubah harga jualnya karena meragukan ketepatannya dalam hubungannya dengan permintaan atau biaya atau karena terjadi perubahan dalam permintaan atau biaya atau karena secara berkala harus diadakan penurunan harga.
3. Perusahaan saingan merubah harga jualnya, sehingga perusahaan harus mempertimbangkan apakah juga akan merubah harga jualnya.
4. Perusahaan menghasilkan beberapa jenis barang yang saling berhubungan, dalam hal biaya dan atau permintaan. Yang menjadi masalah adalah penentuan hubungan optimal antara harga barang-barang tersebut.

### 2.2.2 Tujuan Penetapan Harga

Dalam strategi penetapan harga, manajemen perusahaan terlebih dahulu harus menetapkan tujuan atau sasaran penetapan harga (*pricing objective*). Adapun tujuan atau sasaran yang ingin diperoleh perusahaan dalam hal ini dibagi menjadi tiga kriteria antara lain. (Indah Sadya Wigati, 1999:21)

1. Berorientasi pada laba untuk:
  - a. mencapai target laba investasi atau laba penjualan bersih
  - b. memaksimalkan laba
2. Berorientasi pada penjualan untuk:
  - a. meningkatkan penjualan
  - b. mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar
3. Berorientasi pada status quo untuk:
  - a. menstabilkan harga
  - b. meningkatkan persaingan

Tujuan penetapan harga jual antara lain sebagai berikut. (Indah Sadya Wigati, 1999:25)



- a. harga yang rendah menarik banyak pembeli
  - b. biaya produksi dan biaya distribusi per satuan turun bila output dinaikkan
  - c. harga yang rendah mendesak saingan potensial dan aktual
2. Mengeruk uang sebanyak-banyaknya dari golongan pembeli yang bersedia membayar harga tinggi (*market skimming objective*) dengan cara menetapkan harga tinggi, kemudian berangsur-angsur menurunkannya untuk menarik segmen pasar yang lebih peka terhadap harga. Hal ini tercapai apabila:
- a. jumlah pembeli yang permintaannya bersifat inelastis yang cukup banyak
  - b. biaya produksi dan biaya distribusi per satuan tidak terlalu tinggi bila menghasilkan volume yang lebih absolut.
  - c. kemungkinan timbulnya saingan karena harga tinggi tidak banyak
  - d. harga tinggi dapat menimbulkan kesan kualitas produk yang unggul
3. Mendapatkan uang tunai secepat mungkin (*early-cash recovery objective*) merupakan tujuan dari perusahaan yang berada dalam kesulitan keuangan atau yang menganggap masa depan suram.
4. Mendapatkan *rate of return* yang memuaskan. Perusahaan sudah puas dengan tingkat pengendalian yang umum (konseptual) bagi investasi yang telah diadakan dan resiko yang dihadapi, meskipun harga yang lebih tinggi dapat menghasilkan *return* yang lebih besar.
5. Meningkatkan penjualan seluruh *product-line* dengan cara menetapkan harga yang rendah bagi barang yang banyak disukai untuk menarik sebanyak mungkin pembeli, yang diharapkan juga akan tertarik untuk membeli barang-barang lainnya (*lossleader pricing*).

Perusahaan dalam menetapkan harga jual harus memperhatikan berbagai hal pokok seperti para konsumen akhir, para penyalur, saingan, para supplier bahan dan tenaga kerja, pemerintah dan para manajer perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Basu Swastha DH. dan Irawan (1990:242), tujuan penetapan harga jual adalah sebagai berikut;

1. meningkatkan penjualan.
2. mempertahankan dan memperbaiki market share.
3. stabilitas harga.



4. mencapai target pengembalian investasi.
5. mencapai laba maksimum.

### 2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga

Tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor baik secara langsung maupun tidak langsung antara lain, (Basu Swastha DH. dan Irawan,1990:242)

#### 1. Kondisi Perekonomian

Kedadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, suatu periode dimana harga berada pada tingkat yang lebih rendah.

#### 2. Permintaan dan Penawaran

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

#### 3. Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan merupakan sifat permintaan pasar yang akibatnya tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual.

- a. *Inelastis* yaitu jika permintaan bersifat inelastis, maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada volume penjualannya.
- b. *Elastis* yaitu jika permintaan bersifat elastis, maka perubahan harga akan mengakibatkan terjadinya perubahan volume penjualan dalam perbandingan yang lebih besar.
- c. *Unitary Elasticity* yaitu jika permintaan itu bersifat unitary elasticity, maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan jumlah yang dijual dalam proporsi yang sama.

#### 4. Persaingan

Reaksi dan persaingan bisa dikatakan pasti akan selalu membayangi suatu produk, walaupun bagi produk yang benar-benar baru dalam bidangnya. Ancaman persaingan yang potensial akan semakin besar jika pasar mudah dimasuki dan prospek laba semakin menggembirakan. Persaingan biasanya datang dari tiga sumber yaitu:

- a. produk serupa/sejenis
- b. produk pengganti (produk sama dengan bahan dasar yang berbeda)
- c. produk yang tidak serupa tetapi mencari konsumen yang sama

Persaingan bisa terjadi pada beberapa situasi pasar.

- a. Persaingan Murni (*Pure Competition*)

Dalam persaingan ini jumlah penjual dan pembeli banyak, pilihan barang juga banyak, sehingga akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli yang lain.

- b. Persaingan Tidak Sempurna (*Imperfect Competition*)

Dalam persaingan ini barang-barang yang dihasilkan perusahaan telah dibedakan dengan memberikan merek.

- c. Oligopoli

Dalam persaingan ini beberapa penjual menguasai pasar, sehingga harga yang ditetapkan dapat lebih tinggi.

- d. Monopoli

Dalam persaingan ini jumlah penjual yang ada di pasar hanya satu, sehingga penentuan harga akan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti permintaan barang yang bersangkutan, harga barang substitusi/pengganti dan peraturan harga dari pemerintah.

## 5. Biaya

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

## 6. Tujuan Perusahaan



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

#### 7. Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah penting untuk membantu perusahaan dalam penetapan harga jual, sehingga akan dapat diketahui apabila terdapat kekurangan dalam menetapkan harga jual suatu barang.

#### 2.2.4 Prosedur Penetapan Harga

Tiap-tiap perusahaan dalam memilih harga jualnya tergantung dari kebijaksanaan masing-masing perusahaan. Kegiatan ini merupakan pendahuluan perhitungan atas biaya-biaya yang akan dikeluarkan untuk membuat suatu produk. Hal ini tidak dapat dihindarkan karena pada prinsipnya harga jual tidak dapat dipisahkan dari biaya. Kalangan luas telah sepakat bahwa penetapan harga jual secara nyata harus didasarkan pada tiga faktor yaitu biaya, permintaan dan persaingan.

Ada dua pendekatan pokok yang dapat digunakan dalam menetapkan harga jual antara lain.

##### 1. Pendekatan Teoritis

Pendekatan ini digunakan apabila manajemen memiliki informasi lengkap mengenai fungsi biaya, fungsi permintaan dan bentuk pasarnya. Pendekatan teoritis didasarkan pada teori ilmu ekonomi dimana harga jual terbentuk dari pertemuan kurva permintaan dan kurva penawaran. Kedua kurva tersebut berbeda bentuk untuk tiap perusahaan, tergantung bentuk pasar yang dihadapi dan elastisitas harga produk yang dihasilkan. Dalam prakteknya pendekatan ini sangat sulit diterapkan walaupun mempunyai banyak kelebihan. Hal ini disebabkan karena untuk memerlukan informasi yang lengkap dan akurat yang sangat sulit.

##### 2. Pendekatan Pragmatis



Melalui *mark-up pricing* dan kaitannya dengan harga pokok produksi dimana mark-up adalah sejumlah tambahan yang dihitung dari prosentase tertentu dari biaya yang disebut dengan *cost plus pricing*.

Dalam hal ini ketentuan *mark-up pricing* antara lain:

- prosentase mark-up harus bergerak ke arah berlawanan dengan biaya satuan,
- semakin tinggi biaya satuan produk, semakin rendah prosentase mark-up,
- prosentase mark-up harus bergerak ke arah yang berlawanan dengan perputaran penjualan,
- semakin tinggi perputaran penjualan, semakin rendah prosentase mark-up,
- prosentase mark-up barang-barang dengan merek pengecer harus lebih tinggi daripada mark-up barang-barang dengan merek manufaktur, sedangkan harga barang bermerek pengecer harus lebih rendah daripada harga barang bermerk manufaktur.

#### 2.2.5 Metode Penetapan Harga

Ada beberapa metode dalam penetapan harga jual antara lain. (Philip Kotler, 1995:589)

##### a. Penetapan Harga Mark-Up (*Mark-Up Pricing*)

Penetapan harga yang berorientasi pada biaya (*cost oriented pricing*) adalah penetapan harga dengan menjadikan biaya yang telah dikeluarkan sebagai dasar penetapan. Penetapan harga ini dapat dijalankan dengan metode *mark-up pricing*. Harga jual ditetapkan dengan menambah prosentase tertentu pada total biaya per satuan barang. Mark-up didefinisikan sebagai jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya suatu produk untuk menghasilkan harga jual (Basu Swastha DH.dan Irawan, 1990:256). Besarnya mark-up yang ditentukan ada dua macam, yaitu.

##### 1. Mark-up yang ditentukan dari prosentase biaya produk

Jika mark-up ditentukan dari biaya produknya, maka prosentase mark-up tersebut dikalikan dengan biaya produk kemudian ditambahkan dengan

biaya produk, sehingga akan didapatkan sejumlah rupiah sebagai harga jual dengan rumus.

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

2. Mark-up yang ditentukan dari harga jual

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

$$\text{Harga jual} = \frac{\text{biaya}}{(1 - \% \text{ mark-up})}$$

b. Penetapan harga berdasarkan sasaran pengembalian

Perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atau investasi yang diinginkan (*return of investment/ROI*). Harga untuk memperoleh pengembalian tersebut dihitung dengan rumus. (Philip Kotler, 1995:591)

$$\text{Harga} = \text{biaya per unit} + \frac{\text{ROI} \times \text{modal yang diinvestasikan}}{\text{unit terjual}}$$

Penetapan harga ini cenderung mengabaikan elastisitas harga dan harga pesaing. Produsen seharusnya mempertimbangkan berbagai harga dan memperkirakan pengaruhnya pada volume penjualan dan labanya.

c. Penetapan harga berdasarkan nilai yang diyakini

Penetapan harga berdasarkan nilai yang diyakini sesuai dengan pemikiran penempatan produk. Perusahaan mengembangkan konsep produk untuk pasar sasaran tertentu dengan mutu dan harga yang telah direncanakan. Kemudian manajemen memperkirakan volume yang diharapkan terjual pada harga tersebut.

d. Penetapan harga nilai

Beberapa perusahaan menggunakan penetapan harga nilai dengan menetapkan harga rendah untuk penawaran bermutu tinggi. Penetapan harga nilai bukan sekedar menurunkan harga produk dibandingkan para pesaingnya.



c. Penetapan harga berdasarkan harga berlaku

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

f. Penetapan harga penawaran tertutup

Penetapan harga yang kompetitif umum digunakan jika perusahaan melakukan penawaran atas suatu proyek. Perusahaan mendasarkan harganya berdasarkan harapannya mengenai bagaimana penetapan harga pesaing dan bukan berdasarkan hubungan yang kaku atas biaya atau permintaan perusahaan. Perusahaan ingin memenangkan kontrak tersebut tetapi tidak dapat menetapkan harga di bawah suatu tingkat tertentu. Sebaliknya semakin tinggi perusahaan menetapkan harga di atas biaya, maka semakin kecil peluangnya untuk memenangkan kontrak.

### 2.3 Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan merupakan dasar untuk perencanaan dalam suatu perusahaan yaitu suatu cara untuk mengukur atau menaksir kondisi bisnis yang berkenaan dengan produk yang akan dijual di masa mendatang. Pengukuran tersebut dapat dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran kuantitatif biasanya menggunakan metode statistik dan matematik, sedangkan pengukuran kualitatif biasanya menggunakan pendapat. Penggunaan metode statistik secara keseluruhan di sini masih kurang dapat dipercaya hasilnya, sebab banyak hal yang tidak dapat diukur secara kuantitatif seperti perkembangan politik dan kebijaksanaan pemerintah, struktur masyarakat dan perbedaan konsumen. Sebaliknya penggunaan pendapat saja justru banyak kelemahannya karena bersifat pribadi dan sukar dimengerti oleh pihak lain, sehingga harus ada keterpaduan antara keduanya. Adapun metode peramalan berasal dari. (Gunawan Adisaputro, 1996:148)

1. Peramalan berdasarkan pendapat

- Biasanya digunakan dalam kondisi bisnis, dimana sumber-sumber pendapat yang dipakai sebagai dasar adalah.



- a. Pendapat Salesman  
Para salesman diminta untuk mengukur apakah ada kemajuan atau kemunduran yang berhubungan dengan tingkat penjualan dan mengestimasi tingkat penjualan pada daerah masing-masing. Perkiraan para salesman perlu diawasi karena kemungkinan sifatnya subyektif dan cenderung didasarkan pada kepentingan pribadi.
  - b. Pendapat Sales Manager  
Perkiraan dari para salesman perlu dibandingkan dengan perkiraan yang dibuat oleh kepala bagian penjualan, yang tentunya mempunyai pertimbangan sendiri dan pandangan yang lebih luas serta lebih obyektif karena mempertimbangkan banyak faktor yang mungkin juga disebabkan pendidikannya relatif lebih tinggi dan pengalamannya juga lebih banyak dibidang penjualan.
  - c. Pendapat Para Ahli  
Pendapat yang pertama dan kedua seringkali bertentangan satu sama lain sehingga perusahaan menganggap perlu untuk meminta pertimbangan kepada orang yang dianggap ahli, yang disebut konsultan.
  - d. Survei Konsumen  
Apabila ketiga pendapat diatas masih kurang dapat dipertanggung-jawabkan maka biasanya diadakan penelitian langsung terhadap konsumen karena dianggap paling obyektif.
2. Peramalan berdasarkan perhitungan statistik
- Yaitu metode yang mengupayakan penekanan unsur subyektivitas seminimal mungkin. Ada beberapa metode antara lain analisa trend linier yang terbagi dalam garis trend linier bebas, garis trend linier setengah rata-rata atau secara matematis. Garis trend linier bebas artinya bahwa garis trend yang dihasilkan dapat ditarik begitu saja berdasarkan pertimbangan masing-masing orang yang melakukannya, sehingga sifat subyektifnya kurang memenuhi syarat ilmiah. Penerapan garis trend setengah rata-rata dilakukan berdasarkan perhitungan persamaan. (Gunawan Adisaputro, 1996:160)

$$Y = a + bX$$

dimana a = rata-rata kelompok I

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

n = jumlah tahun dalam kelompok I dan II

X = jumlah tahun diketahui dari periode dasar

### 3. Ramalan penjualan dengan metode khusus

Ada tiga ramalan penjualan dengan metode khusus yaitu:

- a. analisa *Product Line* yaitu analisa yang digunakan oleh perusahaan yang mempunyai produk lebih dari satu macam. Masing-masing produk diramalkan dengan metode tersendiri atau terpisah.
- b. analisa Industri yaitu analisa yang diperlukan untuk meramalkan pasar (*market share*) yang dimiliki oleh perusahaan dengan asumsi bahwa variabel yang mempunyai *market share* dapat diperkirakan dengan pasti.
- c. analisa penggunaan akhir yaitu analisa yang digunakan untuk meramalkan produk yang tidak langsung dapat dikonsumsi oleh masyarakat, namun perlu proses lebih lanjut untuk menjadi produk akhir.

## 2.4 Persediaan

Persediaan selalu dibutuhkan oleh setiap perusahaan dan harus ada pada tingkat yang memadai artinya tidak terlalu besar atau terlalu kecil. Tanpa persediaan para pengusaha akan dihadapkan pada resiko tidak dapat memenuhi keinginan langganan yang membutuhkan produknya. Hal ini berarti akan kehilangan kesempatan memperoleh keuntungan yang seharusnya dapat diperoleh. Persediaan diadakan apabila manfaat yang diharapkan dari perusahaan 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 selanjutnya menyampaikan kepada konsumen. Persediaan dimulai dari bahan mentah sampai barang jadi antara lain berguna untuk.

1. Menghilangkan resiko keterlambatan datangnya barang atau bahan yang dibutuhkan perusahaan.



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

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persediaan yaitu.

1. Daya tahan barang yang akan disimpan.
2. Sifat penawaran barang yang bersangkutan.
3. Biaya-biaya yang timbul yaitu biaya persediaan yang berkaitan dengan penentuan persediaan optimal antara lain biaya penyimpanan, biaya pengadaan, biaya kehabisan persediaan dan biaya pembelian.
4. Besarnya modal kerja yang tersedia.
5. Resiko yang harus ditanggung yaitu resiko yang berasal dari manusia, alam maupun dari sifat barangnya.

Meramalkan tingkat persediaan masing-masing produk dengan menggunakan ITO (*Inventory Turn Over*) yaitu kemampuan dana yang tertanam dalam persediaan berputar dalam suatu periode tertentu. Penentuan besarnya inventory atau alokasi modal dengan inventory mempunyai efek yang langsung terhadap keuntungan perusahaan, rumusnya adalah.

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



## 2.5 Anggaran Produksi

Berdasarkan pada ramalan penjualan yang telah dibuat untuk periode yang sama maka disusun anggaran produksi. Anggaran produksi dalam arti luas adalah penjabaran rencana penjualan menjadi rencana produksi, sedangkan dalam arti sempit disebut juga anggaran jumlah yang harus diproduksi yang merupakan suatu perencanaan tingkat atau volume suatu barang yang harus diproduksi oleh perusahaan agar sesuai dengan volume penjualan yang telah direncanakan. Adapun fungsi anggaran produksi adalah sebagai:

### 1. Alat Perencanaan

Alat perencanaan didasarkan pada anggaran yang telah disusun sebelumnya, yang menunjukkan bahwa semua hal yang berhubungan dengan produksi seperti kebutuhan bahan mentah, kebutuhan tenaga kerja, kapasitas mesin, penambahan modal dan kebijaksanaan persediaan disesuaikan dengan kemampuan penjualannya.

### 2. Alat Pengkoordinasian

Mengkoordinasikan berapa jumlah yang akan diproduksi dengan keadaan keuangan, keadaan modal, perkembangan dan tingkat penjualan.

### 3. Alat Pengawasan

Pengawasan produksi meliputi pengawasan kualitas dan pengawasan biaya. Yang perlu diperhatikan dalam hal ini adalah pengawasan bahan mentah, penganalisaan proses produksi, penentuan *routing* dan *scheduling*, pemberian perintah kerja (*dispatching*) dan akhirnya sampai pada *follow-up*.

Selain itu fungsi anggaran produksi adalah untuk:

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

## 2.6 Analisis Perilaku Biaya

Penganalisaan penetapan harga jual produk memerlukan pengetahuan akan perilaku biaya dalam arti biaya apa saja yang nanti akan dimasukkan ke dalam komponen harga jual, sebab di dalam akuntansi biaya yang konvensional komponen harga jual terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik (BOP) baik yang bersifat tetap maupun variabel. Konsep harga produk tidak selalu relevan dengan kebutuhan manajemen, oleh karena itu timbul konsep lain yang tidak memperhitungkan semua biaya produksi dalam menentukan harga jual produknya. Metode ini disebut dengan metode *variable costing*, dimana biaya dibagi menjadi tiga yaitu. (Mulyadi, 1991:63)

1. Biaya tetap yaitu biaya yang bersifat tetap yang tidak akan terpengaruh oleh perubahan tingkat output atau aktivitas perusahaan, seperti biaya sewa, gaji karyawan tetap, penyusutan, pajak, asuransi dan sebagainya.
2. Biaya variabel yaitu biaya-biaya yang bersifat variabel, artinya biaya yang besarnya berubah-ubah tergantung pada tingkat output atau aktivitas perusahaan secara proporsional, semakin besar jumlah yang diproduksi maka semakin besar pula biaya-biaya seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik variabel yang bila tidak diproduksi sama sekali maka biaya variabelnya tidak ada.
3. Biaya semi variabel yaitu biaya yang tidak bisa dimasukkan sebagai biaya tetap karena jumlahnya selalu berubah-ubah, namun juga tidak dapat dikatakan sebagai biaya tidak tetap karena perubahannya tidak sejalan dengan perubahan volume produksi. Penetapan harga jual dalam kaitannya dengan biaya semi variabel harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Metode yang bisa digunakan untuk memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel adalah.
  - a. Metode biaya berjaga  
yaitu metode yang mencoba menghitung berapa biaya yang harus tetap dikeluarkan andaikata perusahaan ditutup sementara atau produksi sama dengan nol. Biaya berjaga ini merupakan biaya tetap, sedangkan



perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan biaya berjaga merupakan biaya variabel.

- b. Metode titik tertinggi dan titik terendah  
yaitu metode untuk mengadakan perbandingan suatu biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dan paling rendah pada masa lalu. Alasan digunakannya metode ini karena fluktuasi penjualan dan produksi perusahaan tidak terlalu tinggi, sehingga perbandingan suatu biaya pada tingkat kegiatan tertinggi dan terendah di masa yang lalu dianggap masih relevan.
- c. Metode kuadrat terkecil  
yaitu metode yang menganggap bahwa biaya dengan volume kegiatan berbentuk garis lurus dengan persamaan  $Y = a + bX$ , dimana Y merupakan variabel tidak bebas yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel X yang merupakan variabel bebas, variabel X menunjukkan volume kegiatan, a menunjukkan unsur biaya tetap dalam variabel Y dan b menunjukkan unsur biaya variabelnya.

## 2.7 Analisis Profitabilitas

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan atas penjualan produk yang dihasilkan. Adolf Matz, Milton F. Usry dan Lawrence H. Hammer (1996:426) mengatakan bahwa untuk mengetahui tingkat keuntungan yang diperoleh dapat dilakukan dengan pendekatan margin kontribusi yang merupakan dasar penilaian terhadap keberhasilan dan profitabilitas kegiatan pemasaran. Selain itu pendekatan margin kontribusi merupakan indikator yang lebih baik daripada penjualan karena margin kontribusi menunjukkan jumlah yang tersedia untuk menutup biaya tetap, beban pemasaran dan administrasi tetap serta menghasilkan sejumlah laba.

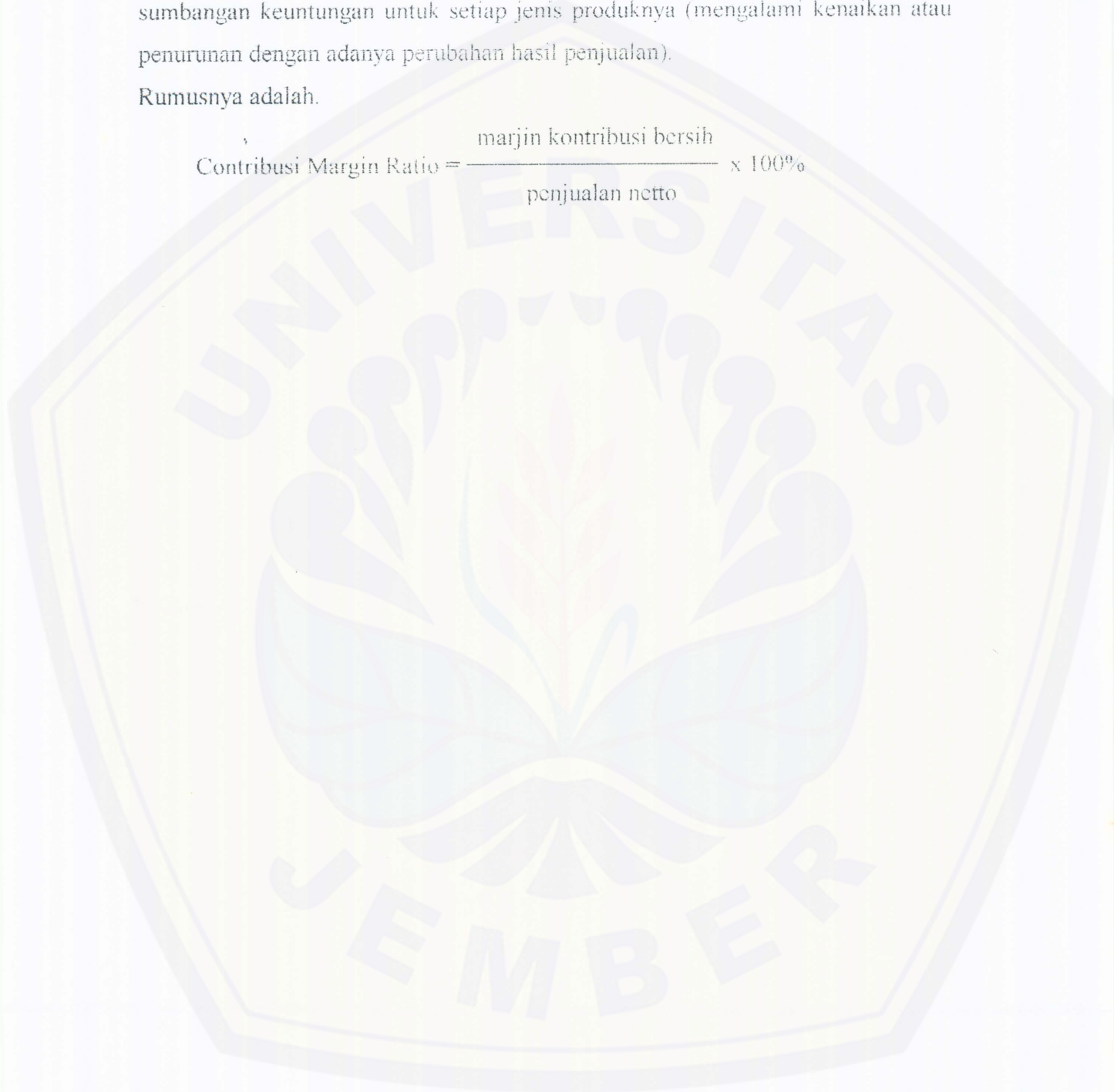
Margin kontribusi (*Contribution Margin*) yang kadang-kadang disebut laba marjinal (*Marginal Income*) adalah selisih diantara hasil penjualan dan biaya variabel, dengan cara mengurangkan semua biaya variabel dari hasil penjualan (Adolf Matz, Milton F. Usry dan Lawrence H. Hammer 1996:181). Laba marjinal



adalah selisih penjualan dikurangi biaya variabel dalam bentuk prosentase dan merupakan bagian dari hasil penjualan yang dapat digunakan untuk menutup biaya merupakan keuntungan sebelum pajak, sehingga akan diketahui berapa sumbangan keuntungan untuk setiap jenis produknya (mengalami kenaikan atau penurunan dengan adanya perubahan hasil penjualan).

Rumusnya adalah.

$$\text{Contribusi Margin Ratio} = \frac{\text{margin kontribusi bersih}}{\text{penjualan netto}} \times 100\%$$



### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Gay dan Diehl (1992:235) penelitian deskriptif (*Descriptive Research*) pada dasarnya bertujuan untuk memecahkan suatu masalah yang ada saat ini dan kemudian diprediksi keadaan yang akan terjadi pada masa yang akan datang. Marzuki (1983:8) mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang hanya menggambarkan keadaan suatu obyek atau persoalan dan tidak dimaksudkan untuk mengambil atau menarik kesimpulan yang berlaku umum.

#### 3.2 Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data sebagai bahan analisis dengan menggunakan metode *field research* yaitu suatu metode pengumpulan data yang diperoleh langsung dari perusahaan. Teknik dan cara yang digunakan dalam metode ini adalah,

a. Metode Wawancara atau Interview

Adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan dalam kaitannya dengan permasalahan yang diteliti.

b. Metode Pengamatan atau Observasi

Adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti.

#### 3.3 Metode Analisis

a. Untuk menetapkan harga jual yang tepat pada masing-masing produk tahun 2000, maka digunakan tahapan analisis sebagai berikut.

1. Ramalan penjualan

Ramalan penjualan untuk mengetahui penjualan pada tahun 2000, digunakan trend linier dengan metode *least square* rumusnya adalah, (Gunawan - Adisaputro, 1992:159).

$$Y = a + b X$$

dimana:  $a = \frac{\sum Y}{n}$  dan  $b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$

keterangan: Y = ramalan penjualan di masa yang akan datang

X = satuan waktu

a = bilangan konstanta

b = koefisien regresi

n = jumlah periode

2. Inventory Turn Over (ITO)

Untuk menentukan persediaan akhir barang jadi tahun 2000, rumusnya adalah. (Gunawan Adisaputro, 1992:195)

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

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

3. Anggaran Produksi

Anggaran produksi digunakan agar volume penjualan sesuai dengan tingkat penjualan yang dianggarkan maka disusun anggaran produksi sebagai berikut. (Gunawan Adisaputro, 1992:183)

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

4. Anggaran Biaya Semi Variabel

Anggaran biaya semi variabel digunakan untuk memisahkan biaya variabel dan biaya tetapnya dengan metode kuadrat terkecil.

$$Y = a + bX$$

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

keterangan: Y = biaya semi variabel

a = biaya tetap



b = biaya variabel

X = volume kegiatan

n = banyaknya data

5. Anggaran Biaya Produksi

Anggaran biaya produksi digunakan untuk mengetahui rencana biaya produksi yang meliputi.

a. Anggaran biaya bahan baku

Tkt produksi x standar penggunaan bahan x harga bahan baku/satuan

b. Anggaran biaya tenaga kerja

Tkt produksi x standar waktu(DLH) x tarif upah/satuan waktu

c. Anggaran biaya overhead pabrik yang sudah dipisahkan menjadi biaya variabel dan biaya tetap.

6. Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel

Biaya produksi

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik	xxx +	
Jumlah biaya produksi variabel		xxx

Biaya komersial variabel

Biaya penjualan/pemasaran	xxx	
Biaya administrasi dan umum	xxx +	
Jumlah biaya komersial variabel		xxx +

Total biaya variabel xxx

Setelah disusun biaya produksi dan komersial variabel, maka dihitung biaya variabel per unitnya yaitu.

$$\text{Biaya variabel per unit} = \frac{\text{jumlah biaya variabel}}{\text{jumlah unit yang diproduksi}}$$

7. Menentukan Besarnya Mark-Up (Laba)

Untuk menentukan besarnya mark-up tahun 2000 terlebih dahulu menghitung harga pokok produksinya, rumusnyaya adalah. (Anto Dajan, 1991:20)

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

keterangan: X = rata-rata mark-up  $(X_1 + X_2 + \dots + X_n)/n$

n = periode

#### 8. Menentukan Harga Jual Masing-masing Produk

Dalam menetapkan harga jual masing-masing produk, rumusnya adalah.  
(Philip Kotler, 1995: 589)

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

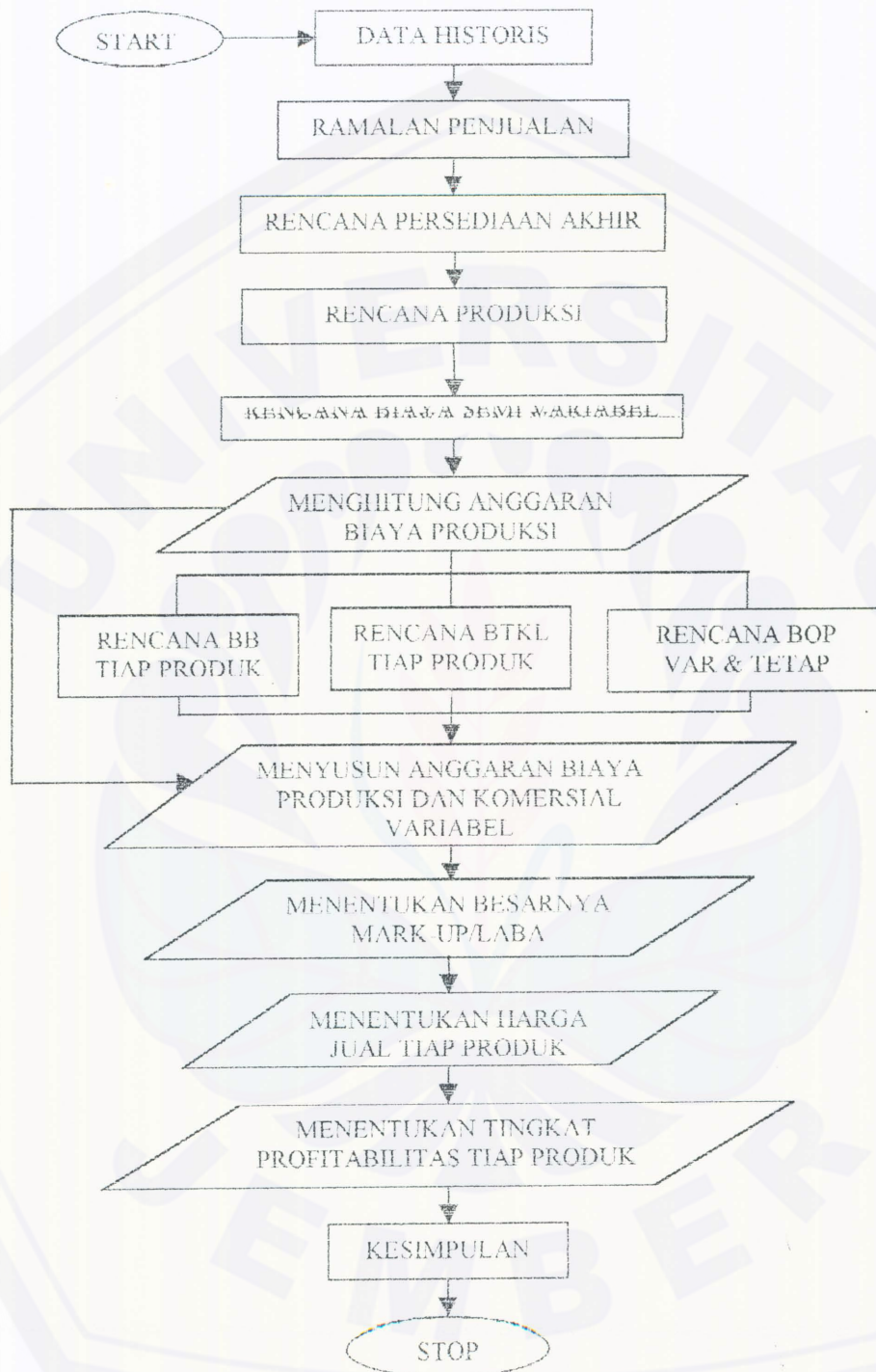
- b. Untuk mengetahui tingkat profitabilitas produk yang dihasilkan dihitung dengan perhitungan marjin kontribusi yaitu. (Adolf Matz, Milton F. Usry dan Lawrence H. Hammer, 1996:181)

Penjualan	xxx
Biaya variabel	<u>xxx -</u>
Marjin kontribusi	xxx

Sehingga akan dapat dihitung *Contribution Margin Ratio*-nya yaitu.

$$\text{Contribusi Margin Ratio} = \frac{\text{marjin kontribusi bersih}}{\text{penjualan netto}} \times 100\%$$

3.4 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan kerangka pemecahan masalah:

1. Diawali dengan pengumpulan data historis perusahaan.
2. Meramalkan penjualan berdasarkan data historis perusahaan.
3. Menghitung persediaan akhir untuk masa yang akan datang.
4. Menghitung rencana produksi produk.
5. Menghitung rencana biaya semi variabel.
6. Menghitung anggaran biaya produksi yang meliputi:
  - a. rencana biaya bahan baku
  - b. rencana biaya tenaga kerja langsung
  - c. rencana biaya overhead pabrik
7. Menyusun anggaran biaya produksi variabel dan komersial variabel.
8. Menentukan besarnya mark-up/laba.
9. Menghitung dan menentukan harga jual masing-masing produk.
10. Menghitung tingkat profitabilitas masing-masing produk.
11. Kesimpulan.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. NAFO (Perseroan Terbatas National Foodpackers) didirikan pada tahun 1956 yang berlokasi di Banyuwangi tepatnya di Jalan Bawean No.7 Kotak Pos 115 Sukowidi, oleh lima orang pemegang saham yang dipimpin oleh Kwee Soen Tiek atau dikenal dengan sebutan Bapak Dipo Subagio yang menjabat sebagai direktur muda dan mulai berproduksi pada tahun 1978.

Perusahaan ini tercatat pada notaris The Sik Kie di Surabaya pada tanggal 25 Juli 1955 dengan akte No.JA5/63/11 dan termuat dalam berita negara RI No.23 tanggal 20 Maret 1956. Sesuai dengan namanya, perusahaan ini bergerak dalam bidang industri makanan dalam kaleng terutama adalah pengalengan ikan yang populer dengan nama "sardines".

PT. NAFO merupakan perusahaan pengalengan sardines pertama di Indonesia, sehingga sejak mulai berproduksi perusahaan ini berkembang dengan pesat, mengingat pada saat itu masih belum ada saingan. Pemilihan lokasi perusahaan di Banyuwangi pada tahun 1956 didasarkan pada beberapa faktor antara lain.

- a. Sarana hubungan cukup tersedia terutama komunikasi telepon.
- b. Tenaga kerja lebih mudah diperoleh.
- c. Sumber air cukup.
- d. Sarana angkutan hasil produk tersedia baik dengan kereta api maupun mobil.

Seiring perkembangan PT. NAFO yang sangat pesat tersebut, maka mulailah bermunculan pabrik sardines yang lain di Muncar. Namun hal ini belum mempengaruhi kelancaran dibidang pemasaran hasil produksi PT. NAFO, karena produk-produk baru dari perusahaan lain belum dikenal oleh masyarakat. Tetapi dari segi lain terutama bahan baku ikan lemuru mengalami persaingan ketat untuk mendapatkannya.

Akibat berkurangnya bahan baku disamping mulai timbul persaingan pasar dan juga masuknya sardines import dari Jepang, maka PT. NAFO mulai mengalami kemunduran yang akhirnya pada bulan Oktober 1967 perusahaan



beserta karyawannya dijual kepada PT. MANTRUST (Management Trust). Perusahaan ini berpusat di Jakarta dan memiliki cabang-cabang di beberapa daerah yang bergerak dalam bidang industri makanan dalam kaleng.

Sejak tanggal 5 Desember 1967 pengelolaan PT. NAFO diambilalih oleh PT. MANTRUST yang merupakan induk perusahaan yang berlokasi di Jalan Jatinegara Barat No.124 Jakarta. PT. NAFO adalah salah satu anak perusahaan yang pada saat itu pimpinan perusahaan dipercayakan kepada Bapak Leonardus Budyanto Hermawan.

Pada tahun 1968 dengan adanya direksi baru PT. NAFO mengalami perubahan dalam beberapa hal antara lain.

- a. Penambahan tenaga kerja secara besar-besaran.
- b. Penambahan mesin baru.
- c. Perluasan perusahaan.
- d. Kualitas dan kuantitas perusahaan ditingkatkan.
- e. Membentuk tim khusus untuk pembelian ikan.

Namun usaha perubahan ini belum mampu mengatasi kesulitan untuk mendapatkan bahan baku sebanyak yang diharapkan karena banyaknya pabrik baru yang bermunculan dan adanya peraturan baru Pemerintah Daerah Tingkat II Banyuwangi, dimana pendaratan ikan harus dipusatkan di Muncar, maka direksi mengambil langkah dengan mendirikan pabrik baru pada tahun 1972 di Muncar dengan nama PT. BLAMBANGAN RAYA. Sejak kegiatan pengalengan ikan ini ditangani oleh PT. Blambangan Raya, PT. NAFO dicoba untuk mengalengkan daging sapi yang produknya dikenal dengan nama "corned beef". Pada mulanya usaha pengalengan daging sapi ini berjalan dengan lancar. Bahan baku (daging sapi) disuplai dari para jagal yang sapinya sebagian besar didatangkan dari Bali.

Namun setelah Pemerintah Daerah Bali mengeluarkan peraturan dengan larangan bahwa sapi Bali tidak boleh dikirim ke lain daerah tanpa seijin Pemda Bali, karena disinyalir pada tahun 1974 sapi Bali tersebut banyak yang terjangkit suatu penyakit yang dikenal dengan penyakit jembrana. Penyakit ini dapat menular kepada manusia, sehingga usaha untuk memperoleh bahan baku sesuai dengan yang diharapkan mengalami kesulitan. Pihak direksi PT. MANTRUST



mengetahui gejala-gejala yang akan mengakibatkan perusahaan mengalami kemacetan total tersebut segera mengambil kebijaksanaan untuk mendirikan PT. BALI RAYA yang merupakan perusahaan daging sapi yang berlokasi di Jalan Benoa, Sanggaran, Denpasar, Bali.

Setelah usaha pengalengan daging sapi dipindahkan ke daerah Bali maka PT. NAFO mengalihkan usahanya dari pengalengan makanan (Canning Industry) menjadi perusahaan pembuat kaleng untuk industri makanan dalam kaleng (Can Making Industry). Hal ini dilakukan atas dasar pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut.

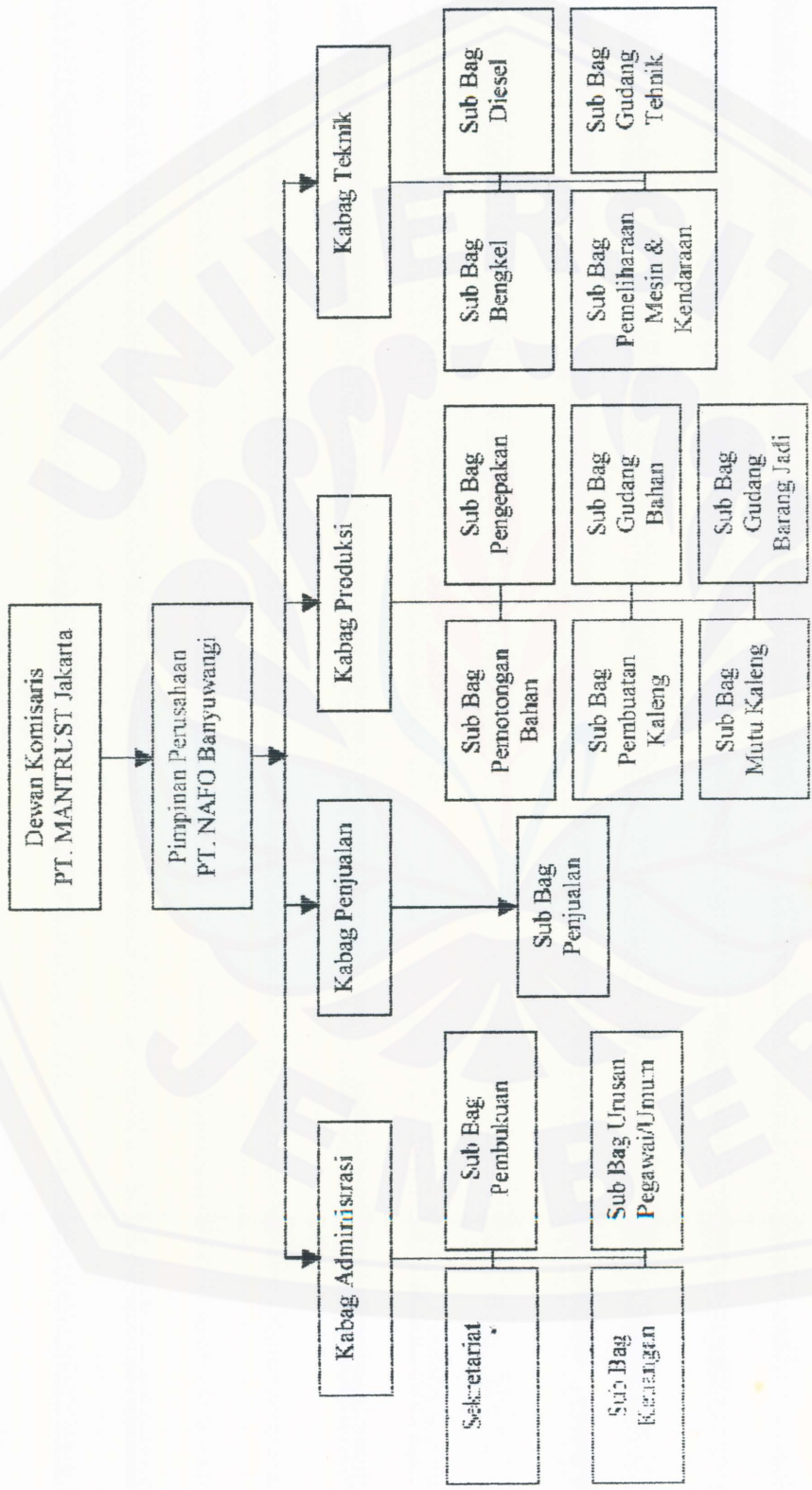
- a. Jarak dengan konsumen dekat, sehingga resiko kerusakan dalam pengangkutan kecil.
- b. Biaya pengangkutan lebih rendah, sehingga harga kaleng bisa ditekan.
- c. Lebih mudah mengadakan komunikasi dengan konsumen.

Mulai tahun 1976 sampai dengan tahun 1998 PT. NAFO Banyuwangi dipimpin oleh Bapak Hardy Atmajaya, BC, ME. Dan pada akhir tahun 1998 sampai sekarang pimpinan dipgng oleh Bapak Gunawan Sutandy. Sampai saat ini kegiatan perusahaan berjalan lancar dan laju perkembangannya cukup baik.

#### **4.1.1 Struktur Organisasi**

Struktur organisasi yang digunakan oleh PT. NAFO Banyuwangi adalah struktur organisasi garis. Dalam organisasi ini lintas wewenang dan tanggung jawab berjalan lurus dan vertikal, sehingga organisasi ini bersifat sederhana.

Adapun struktur organisasi PT. NAFO Banyuwangi dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut ini.



Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. NAFO Banyuwangi  
Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi

Tugas masing-masing bagian dalam struktur organisasi PT. NAFO Banyuwangi adalah sebagai berikut.

- a. Dewan Komisaris PT. MANTRUST Jakarta tugasnya adalah:
  - mengangkat dan memberhentikan pimpinan perusahaan
  - mengawasi segala tindakan pimpinan perusahaan agar menjalankan perusahaan dengan sebaik-baiknya
  - menjaga agar tindakan pimpinan tidak merugikan perusahaan
- b. Pimpinan Perusahaan tugasnya adalah:
  - menetapkan kebijaksanaan umum perusahaan bersama-sama staff dalam pencapaian tujuan perusahaan
  - merencanakan pengembangan atau kegiatan perusahaan
  - mengarahkan, mengawasi dan meminta pertanggungjawaban para bawahan atas tugas yang dilimpahkan kepadanya
  - mewakili perusahaan dalam mengadakan hubungan dengan pihak luar perusahaan
- c. Kepala Bagian Administrasi tugasnya adalah:
  - merencanakan kegiatan administrasi perusahaan dan mengkoordinir karyawan sub-sub bagian
  - membawahi sub-sub bagian antara lain.
    - 1) Sekretaris tugasnya adalah:
      - a) membuat dan membalas surat untuk perusahaan setelah diketahui pimpinan perusahaan
      - b) melaksanakan administrasi kearsipan
      - c) menerima tamu, telepon dan berita dari pihak luar
    - 2) Sub Bagian Pembukuan tugasnya adalah:
      - a) mencatat secara teratur dan sistematis kegiatan transaksi perusahaan dan melaporkannya kepada kepala bagian administrasi
      - b) mengadakan pencatatan atau pembukuan tentang transaksi-transaksi yang terjadi pada perusahaan dan menangani masalah administrasi perusahaan secara total atau menyeluruh



- 3) Sub Bagian Keuangan tugasnya adalah:
- a) mencatat keluar masuknya dana dan alokasi dana tersebut untuk kepentingan aktivitas perusahaan
  - b) memegang uang kas perusahaan baik yang bersifat intern misalnya pembayaran gaji karyawan maupun yang bersifat ekstern seperti pembayaran atas pembelian bahan

- 4) Sub Bagian Urusan Pegawai/Umum tugasnya adalah:
- mengurus para pegawai yang meliputi penarikan tenaga kerja, kesejahteraan karyawan, latihan karyawan dan membawahi beberapa sub seksi antara lain:
    - a. sub seksi urusan kendaraan
    - b. sub seksi urusan keamanan
    - c. sub seksi urusan pengobatan
    - d. sub seksi urusan kantin
    - e. sub seksi urusan kebersihan
    - f. sub seksi urusan koperasi
    - g. sub seksi urusan mess/perumahan

- d. Kepala Bagian Penjualan/Pemasaran tugasnya adalah:
- mengepalasi bagian penjualan/pemasaran yang bertanggung jawab langsung kepada pimpinan perusahaan dan menjalankan fungsi penjualan serta mengadakan komunikasi dengan para langganan
  - merencanakan kegiatan pemasaran secara keseluruhan
  - melakukan kegiatan pengawasan pemasaran secara teliti

Karyawan bagian pemasaran bertanggung jawab langsung kepada kepala bagian pemasaran dan bertugas:

- melakukan riset pemasaran
- melakukan komunikasi dengan para konsumen atau perusahaan pemakai produk untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan saling menguntungkan antara kedua belah pihak
- melakukan penjualan dan pengiriman barang/produk
- melakukan promosi terhadap produk perusahaan

e. Kepala Bagian Produksi tugasnya adalah:

- merencanakan atau mengadakan persiapan secara sistematis kegiatan produksi yang akan dijalankan perusahaan, sehingga proses produksi berjalan dengan baik dan lancar
- memimpin proses produksi pembuatan kaleng mulai awal sampai menjadi barang jadi serta pengepakkannya, sehingga barang siap dikirim kepada konsumen (dijual)
- mengkoordinir dan mengawasi pelaksanaan proses produksi
- membawahi beberapa kepala sub-sub bagian antara lain.

1) Kepala Sub Bagian Mutu Kaleng (Peneliti Mutu Kaleng)

Kepala sub bagian ini membawahi bagian yang bertugas meneliti produk jadi apakah sudah baik, tidak ada cacatnya dan sesuai dengan standart kualitas yang telah ditentukan atau tidak.

2) Kepala Sub Bagian Pemotong Bahan

Kepala sub bagian ini membawahi bagian yang bertugas memotong bahan baku tinsplate yang akan diproses menjadi barang jadi, baik bagian untuk penutup atau untuk body kaleng.

3) Kepala Sub Bagian Pembuat Kaleng

Kepala sub bagian ini membawahi bagian yang bertugas membuat kaleng dari bahan yang telah dipotong oleh sub bagian pemotong bahan dan hasilnya merupakan kaleng yang siap dijual.

4) Kepala Sub Bagian Pengepakan

Kepala sub bagian ini membawahi bagian yang bertugas mengepak atau membungkus barang jadi ke dalam dos, sehingga produk siap dijual kepada konsumen.

5) Kepala Sub Bagian Gudang Bahan

Kepala sub bagian ini membawahi bagian yang bertugas menyimpan bahan yang telah dibeli oleh perusahaan dan menyiapkan bahan untuk proses produksi.



6) Kepala Sub Bagian Gudang Barang Jadi

Kepala sub bagian ini membawahi bagian yang bertugas menyimpan barang jadi yang sudah dipak dan siap untuk dikirim kepada konsumen atau langganan. Selain itu juga bertugas melayani bagian penjualan.

f. Kepala Bagian Teknik tugasnya adalah:

- mengepalai bagian teknik yang bertanggungjawab langsung kepada pimpinan perusahaan
- membantu kelancaran proses produksi yang dilakukan oleh bagian produksi
- membawahi karyawan sub-sub bagian antara lain.

1) Kepala Sub Bagian Bengkel

Karyawan sub bagian ini membawahi beberapa karyawan yang bertugas memperbaiki mesin-mesin dan kendaraan jika terdapat kerusakan.

2) Kepala Sub Bagian Pemeliharaan Mesin-mesin dan Kendaraan

Karyawan sub bagian ini membawahi beberapa karyawan yang bertugas memelihara mesin-mesin dan kendaraan yang dimiliki oleh perusahaan.

3) Kepala Sub Bagian Diesel

Karyawan sub bagian ini membawahi beberapa karyawan yang bertugas menangani mesin pembangkit tenaga listrik untuk menggerakkan mesin yang digunakan oleh bagian produksi dan untuk penerangan.

4) Kepala Sub Bagian Gudang Teknik

Karyawan sub bagian ini membawahi beberapa karyawan yang bertugas menangani penyimpanan persediaan sparepart untuk kebutuhan perbaikan mesin-mesin yang ada dalam perusahaan.



#### 4.1.2 Personalia Perusahaan dan Fasilitas Kesejahteraan

Kebijaksanaan perusahaan dalam bidang personalia disesuaikan dengan kondisi perusahaan dan peraturan pemerintah yang berlaku saat ini, dimana karyawan pada PT.NAFO Banyuwangi dibedakan menjadi 3 golongan antara lain.

1. Karyawan Bulanan

Karyawan bulanan merupakan karyawan atau pekerja yang mendapat gaji dengan perhitungan kerja bulanan.

2. Karyawan Harian

Karyawan harian merupakan karyawan yang mendapatkan upah berdasarkan jumlah hari kerja dimana dalam satu hari kerja selama 8 jam.

3. Karyawan Borongan

Karyawan borongan merupakan karyawan yang bekerja atas dasar ada tidaknya produksi.

Untuk fasilitas yang diberikan oleh PT. NAFO Banyuwangi dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan adalah dengan memberikan.

- a. Tunjangan kesehatan dalam bentuk penyediaan pengobatan gratis kepada karyawan yang sakit.
- b. Tunjangan kecelakaan kerja dengan mengikutsertakan seluruh karyawan pada asuransi tenaga kerja (ASTEK), bekerja sama dengan Departemen Tenaga Kerja sehingga diharapkan karyawan terjamin keselamatannya selama bekerja.
- c. Tunjangan hari raya Idul Fitri berupa paket dan uang.
- d. Pemberian bonus tahunan berdasarkan prestasi yang berhasil dicapai dan besarnya gaji serta masa kerja para karyawan.
- e. Fasilitas tempat ibadah terutama bagi karyawan yang beragama Islam.
- f. Pemberian cuti hamil bagi karyawan wanita yang hamil.
- g. Pemberian santunan kematian.

#### 4.1.3 Pengadaan Tenaga Kerja

Dalam pengadaan tenaga kerja, PT. NAFO Banyuwangi menggunakan sumber dari dalam perusahaan dan sumber dari luar perusahaan, yaitu.

- a. Tenaga pimpinan perusahaan ditunjuk langsung oleh PT. MANTRUST Jakarta sebagai induk perusahaan.
- b. Kepala bagian berasal dari dalam perusahaan berdasarkan pada kebijaksanaan promosi dari dalam perusahaan.
- c. Tenaga kerja bawahan lainnya berasal dari luar perusahaan berdasarkan permohonan kerja yang masuk.

Untuk lebih jelasnya jumlah dan jabatan tenaga kerja yang ada pada PT. NAFO Banyuwangi dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1 Klasifikasi, Jenis Upah/Gaji dan Jumlah Tenaga Kerja PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1999

No	Kalsifikasi	Jenis Upah/Gaji	Jumlah
1.	Tenaga Kerja Tak Langsung terdiri dari:		
	Pimpinan perusahaan	Bulanan	1
	Kepala bagian administrasi	Bulanan	1
	Kepala bagian penjualan/pemasaran	Bulanan	1
	Kepala bagian produksi	Bulanan	1
	Kepala bagian tehnik	Bulanan	1
	Sekretaris	Bulanan	1
	Sub bagian pembukuan	Bulanan	2
	Sub bagian keuangan	Bulanan	2
	Sub bagian urusan pegawai/umum	Bulanan	2
	Sie urusan kendaraan	Bulanan	10
	Sie urusan keamanan	Bulanan	12
	Sie urusan pengobatan	Bulanan	2
	Sie urusan kebersihan	Bulanan	3
	Sie urusan kantin	Bulanan	4
	Sie urusan mess/perumahan	Bulanan	2
	Sie urusan koperasi	Bulanan	2
	Kasubag bengkel	Bulanan	3
	Kasubag pemeliharaan mesin dan kendaraan	Bulanan	4
	Kasubag diesel	Bulanan	2
	Kasubag gudang tehnik	Bulanan	3
2.	Tenaga Kerja Langsung:		
	Kasubag peneliti mutu kaleng	Borongan	2
	Kasubag pemotong bahan	Harian	7
	Kasubag pembuat kaleng	Harian	47
	Kasubag pengepakan	Harian	9
	Kasubag gudang bahan	Borongan	2
	Kasubag gudang barang jadi	Borongan	3
	<b>J u m l a h</b>		<b>129</b>

Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi



#### 4.1.4 Sistem Upah dan Gaji

Imbalan jasa yang diberikan kepada karyawan adalah berupa gaji, sedangkan bagi tenaga kerja langsung berupa upah. Setiap tahun besarnya upah dan gaji berubah sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan. Adapun sistem upah dan gaji yang berlaku pada PT. NAFO Banyuwangi adalah sebagai berikut.

- Gaji karyawan non-pabrik dibayarkan sebulan sekali secara tetap sesuai dengan golongan/tingkatannya.
- Upah tenaga kerja langsung karyawan pabrik dibayarkan setiap seminggu sekali sesuai dengan hari kerja karyawan.
- Gaji karyawan pabrik bukan tenaga kerja langsung dibayarkan setiap sebulan sekali secara tetap.

Tabel 4.2 Tarif Tenaga Kerja Langsung Setiap Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Rupiah/Kaleng)

T a h u n	Jenis Kaleng	
	RECT 198 gram	RECT 340 gram
1995	850,00	915,00
1996	875,00	975,00
1997	895,00	1.125,00
1998	975,00	1.200,00
1999	1.050,00	1.325,00

Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi

#### 4.1.5 Hari Kerja dan Jam Kerja

Karyawan pada PT. NAFO Banyuwangi bekerja selama 6 hari kerja mulai hari Senin sampai dengan hari Sabtu. Jika kebetulan bertepatan dengan hari libur nasional dan hari raya maka karyawan diliburkan, begitu juga hari Minggu karyawan diliburkan. Untuk karyawan yang bekerja diluar waktu kerja nasional dianggap sebagai kerja lembur. Adapun pengaturan jam kerja yang berlaku pada PT. NAFO Banyuwangi diatur sebagai berikut.

- Jam kerja karyawan pabrik bagian produksi terbagi dalam dua shift, dimana setiap seminggu sekali diadakan pergantian shift.



- 1) Shift I yaitu hari Senin – Jum`at jam kerja mulai pukul 06.00 – 13.30, jam istirahat pukul 11.30 – 12.00, kecuali hari Jum`at jam istirahat pukul 11.00 – 13.00, sedangkan hari Sabtu jam kerja mulai pukul 06.00 – 11.00.
  - 2) Shift II yaitu hari Senin – Jum`at jam kerja mulai pukul 13.30 – 21.00, jam istirahat pukul 17.30 – 18.00, sedangkan hari Sabtu jam kerja mulai pukul 13.30 – 19.00, jam istirahat pukul 17.30 – 18.00.
- b. Jam kerja karyawan pabrik non-produksi dan karyawan non-pabrik.
- 1) Untuk hari Sabtu – Jum`at jam kerja mulai pukul 07.00 – 14.30, jam istirahat pukul 11.30 – 12.00, kecuali untuk hari Jum`at jam istirahat pukul 11.00 – 13.00.
  - 2) Untuk hari Sabtu jam kerja mulai pukul 07.00 – 12.00.

#### 4.1.6 Kegiatan Produksi

Kegiatan produksi pada PT. NAFO Banyuwangi meliputi hal-hal sebagai berikut:

##### 4.1.6.1 Bahan-bahan yang Digunakan

a. Bahan baku

Bahan baku yang digunakan dalam proses produksi dibagi menjadi dua kelompok antara lain.

- 1) Bahan baku utama yaitu bahan baku yang dalam proses produksinya relatif lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan bahan baku lainnya dan merupakan bahan baku pokok yang tidak bisa diganti dengan bahan baku lain. Adapun bahan baku utama yang digunakan adalah:
  - a) tinsplate berukuran tiap sheet size 0,23 x 835 x 869 berat 1,32 kg.
  - b) kawat seng BWG nomor 12.
- 2) Bahan penolong yaitu bahan yang jumlah pemakaiannya relatif kecil dibandingkan dengan bahan baku utama. Adapun bahan penolong yang digunakan adalah:
  - a) timah patri untuk menyambung body kaleng.

- b) darex cristal, alkohol, zince chlorida, amonium chlorida dan arpus untuk mengasami body kaleng.
- c) minyak goreng untuk melapisi sambungan body kaleng supaya tidak berkarat.
- d) latex darex untuk melapisi tutup kaleng atas dan bawah supaya tidak terjadi kebocoran sewaktu dipasang pada body kaleng.

b. Bahan bakar dan pelumas

Bahan bakar yang digunakan dalam proses produksi dibagi menjadi dua yaitu.

- 1) Bahan bakar pembangkit tenaga listrik mesin diesel menggunakan bahan bakar solar.
- 2) Bahan bakar untuk kompor pemanas timah patri menggunakan minyak tanah.

Pelumas mesin dan kendaraan yang digunakan dalam kegiatan produksi adalah:

- a) oli mediteranian SAE 40
- b) oli omega.

Data mengenai harga bahan baku yang dibutuhkan PT. NAFO Banyuwangi dalam menghasilkan kaleng dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4.3 Harga Beli Beli Baku Per Satuan pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Rupiah)

Jenis Bahan Baku	Satuan	T a h u n				
		1995	1996	1997	1998	1999
Tinplate	Sheet	2.110,00	2.399,00	2.400,00	3.000,00	3.600,00
Kawat Seng BWG No.12	Kg	1.700,00	1.700,00	1.850,00	2.250,00	2.650,00

Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi

**4.1.6.2 Peralatan Proses Produksi**

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi pembuatan kaleng adalah.

a. Sub bagian pemotong bahan baku utama

Peralatan yang digunakan berupa tinplate sheet size yaitu:

- 1) mesin sliter I, II, III dan motor.
- 2) mesin track krap lift dan motor.



## b. Sub bagian pembuatan kaleng dan kunci

Peralatan yang digunakan berupa mesin-mesin antara lain:

- 1) mesin body maker rectanguler dan motor.
- 2) mesin soldering station dan motor.
- 3) mesin flanger dan motor.
- 4) conveyor dan motor.
- 5) mesin steamer dan motor.
- 6) mesin stamping lid dan motor.
- 7) conveyor lid dan curling dan motor.
- 8) mesin oven dan motor.
- 9) mesin latex.
- 10) mesin kunci dan motor.

## c. Sub bagian peneliti dan mutu kaleng

Peralatan yang digunakan untuk meneliti kaleng adalah digital blank measuring.

## d. Sub bagian gudang bahan baku maupun gudang barang jadi, menggunakan forklift untuk mengangkut bahan baku ataupun barang jadi.

#### 4.1.6.3 Proses Produksi

Dalam proses produksinya PT. NAFO telah menentukan standart pemakaian bahan baku yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman tahun sebelumnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini.

Tabel 4.4 Kuantitas Standart Pemakaian Bahan Baku PT. NAFO Banyuwangi

Jenis Bahan Baku	Kuantitas Standart Pemakaian	
	RECT 198 gram	RECT 340 gram
Tinplate	0,0213	0,0233
Kawat Seng BWG No.12	0,004	0,004

Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi

Proses pembuatan kaleng RECT 198 gram dan RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi dibagi dalam tiga departemen antara lain.



a. Departemen I (*Cutting Department*)

Pada departemen ini dilakukan pemotongan bahan baku tinplate. Pemotongan tinplate ini dibagi menjadi dua jalur yaitu.

1) Jalur pemotongan untuk body kaleng (*body blank cutting line*)

Jalur ini menggunakan mesin sliter I yang berjalan secara semi otomatis untuk memotong bahan baku tinplate untuk semua jenis atau bentuk kaleng.

2) Jalur pemotongan bahan tutup kaleng untuk semua jenis kaleng

Jalur ini menggunakan mesin sliter II yang berjalan secara semi otomatis untuk memotong bahan tutup semua jenis kaleng.

b. Departemen II (*Can Making Department*)

Pada departemen ini merupakan proses pembuatan kalengnya, termasuk didalamnya adalah pembuatan body dan tutup kaleng serta memasang tutup dan body kaleng tersebut sehingga menjadi kaleng jadi.

Adapun langkah-langkah dalam departemen II ini adalah.

1) Pembuatan body kaleng

Setelah bahan baku tinplate dipotong, selanjutnya dimasukkan ke dalam bagian pembuatan body kaleng. Alat yang digunakan adalah body maker machine dan berbeda-beda pada setiap jenis kaleng.

2) Pengasaman

Pengasaman pada body kaleng yang akan disolder atau dipatri dengan menggunakan alat rol asam yaitu alat untuk membuat asam persiapan solder yang merupakan campuran dari bahan-bahan seperti zince oksida, alkohol, zince chlorida, amonium chlorida dan arpus, dengan perbandingan 1 : 5 : 4 : 4 : 1. Setelah itu body kaleng disolder.

3) Pemanasan

Adalah proses untuk mencairkan dan memanaskan bahan timah patri yang akan digunakan untuk menyolder sambungan body kaleng. Alat pemanasnya berupa kompor yang menggunakan bahan bakar minyak tanah.

4) Penyolderan body kaleng

Setelah body kaleng diasami, dilanjutkan dengan penyolderan sambungan body kaleng menggunakan alat rol solder (dengan bahan timah patri) yaitu alat untuk menyolder bagian (body kaleng) yang akan disambung.

5) Pembersihan

Adalah kegiatan untuk membersihkan timah yang meleleh pada bagian body kaleng yang telah disolder dan juga untuk merapikan hasil penyolderan.

6) Pembuatan bibir kaleng

Setelah body kaleng disolder dan dibersihkan, dilanjutkan dengan pembuatan bibir kaleng menggunakan alat yang disebut flanger yaitu alat untuk membuat bibir kaleng yang akan diberi tutup.

7) Pembuatan tutup kaleng

Adalah kegiatan untuk membuat tutup kaleng yang akan dipasang pada body kaleng, baik tutup dasar (*lid bottom*) maupun tutup atas (*lid top*) kaleng. Alat yang digunakan adalah lid maker machine.

8) Pemberian latex pada tutup kaleng

Adalah kegiatan pemberian latex (lem perekat) pada setiap tutup kaleng yang dihasilkan oleh lid maker machine (mesin pembuatan tutup) agar dapat dilekatkan pada body kaleng.

9) Pemasangan body dan tutup kaleng

Adalah kegiatan pemasangan tutup kaleng pada body kaleng dengan alat yang disebut dengan steamer.

10) Finished goods

Adalah kaleng hasil produksi yang sudah jadi dan siap untuk dipak kemudian siap dijual kepada konsumen.

c. Departemen III (*Packing Department*)

Departemen ini berfungsi sebagai pengelola barang jadi yang meliputi kegiatan sebagai berikut.

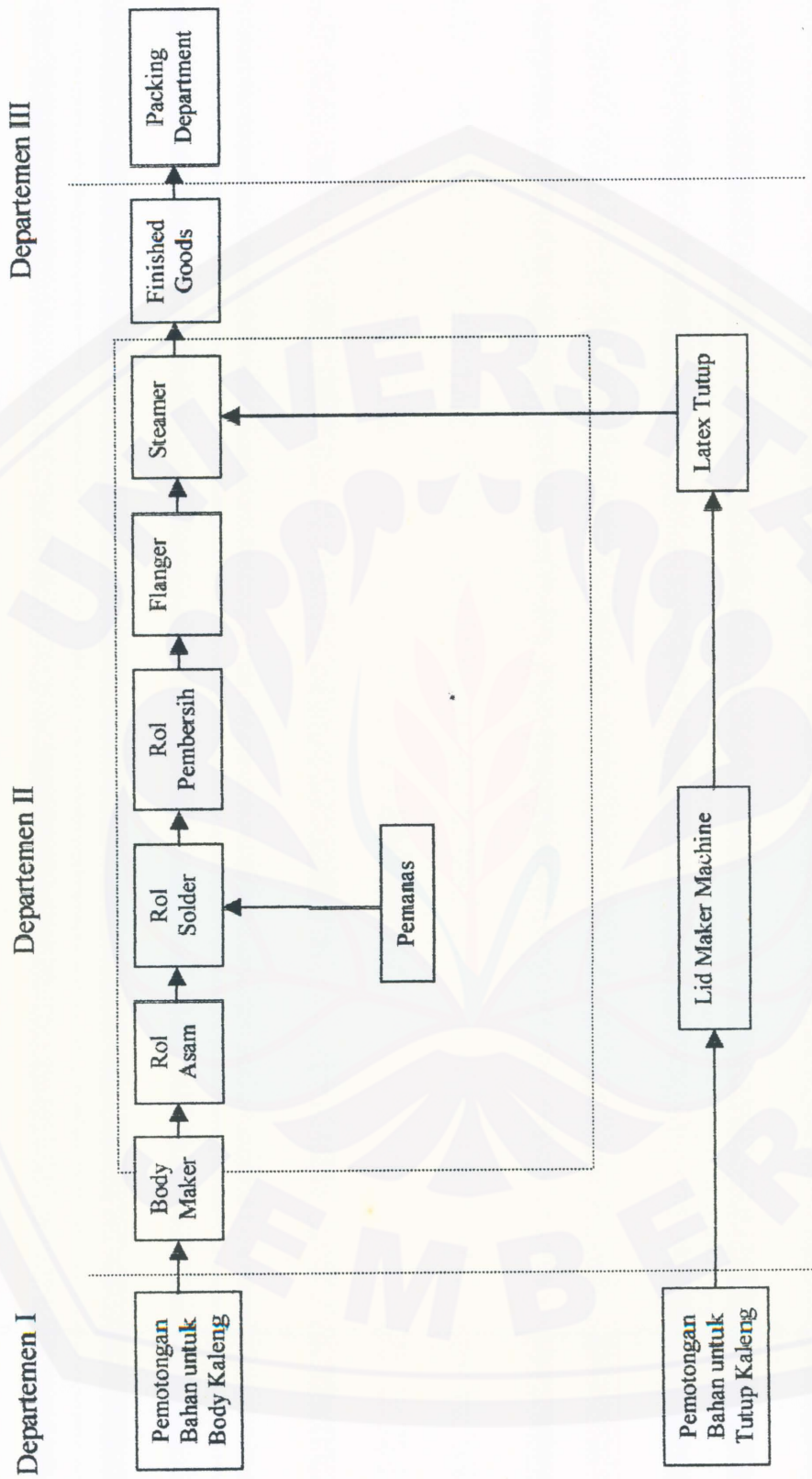
- 1) Menyortir (menyeleksi) kaleng yang baik dan yang cacat/rusak.
- 2) Membersihkan kaleng yang siap dipak.

- 3) Melakukan pengepakan kaleng hasil produksi.
- 4) Menyiapkan kaleng yang siap dikirim ke dalam gudang.

Untuk lebih jelasnya, proses pembuatan kaleng RECT 198 gram dan kaleng RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut ini.







Gambar 4.3 Proses Pembuatan Kaleng Jenis RECT 198 gram dan Kaleng Jenis RECT 340 gram  
Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi

#### 4.1.6.4 Hasil Produksi

PT. NAFO Banyuwangi telah dilengkapi sarana yang memadai berupa mesin-mesin kaleng, baik secara otomatis maupun manual. Produk yang dihasilkan oleh mesin-mesin tersebut antara lain.

a. Kaleng berbentuk oval, meliputi:

- 1) kaleng oval 400 gram.
- 2) kaleng oval 225 gram.

Kaleng jenis ini untuk mengalengkan ikan laut jenis lemuru (sardines).

b. Kaleng berbentuk bulat, meliputi:

- 1) can cylindries 425 gram.
- 2) can cylindries 325 gram.

Kaleng jenis ini untuk mengalengkan daging sapi, daging babi dan ikan laut.

c. Kaleng berbentuk persegi empat, meliputi:

- 1) can rectanguler 198 gram.
- 2) can rectanguler 340 gram.

Kaleng jenis ini untuk mengalengkan daging sapi yang disebut corned beef.

Dalam satu hari (14 jam kerja langsung), PT. NAFO Banyuwangi mampu memproduksi kaleng jenis RECT 198 gram rata-rata 30.000 kaleng, sedangkan kaleng jenis RECT 340 gram diproduksi rata-rata 20.000 kaleng.

Kaleng jenis RECT adalah kaleng yang paling aktif dan kontinyu yang diproduksi oleh PT. NAFO Banyuwangi, sehingga dalam analisis pembahasannya hanya difokuskan pada produksi kaleng jenis rectanguler. Perkembangan produksi kaleng selama tahun 1995 – 1999 dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini.

Tabel 4.5 Volume Produksi Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Kaleng)

T a h u n	Jenis Kaleng	
	RECT 198 gram	RECT 340 gram
1995	6.623.565	1.973.783
1996	6.953.067	2.086.683
1997	7.590.061	2.098.206
1998	8.430.740	2.363.506
1999	9.101.246	2.824.632

Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi



#### 4.1.7 Kegiatan Pemasaran

Pemasaran merupakan fungsi pokok dalam menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Pemasaran juga merupakan ujung tombak perusahaan dalam mendapatkan laba yang optimal dan tujuan-tujuan perusahaan lainnya, sehingga dapat menempatkan posisi pemasaran sebagai fungsi perusahaan yang sangat penting.

Berbagai fungsi pemasaran antara lain fungsi penjualan, fungsi pembelian dan fungsi pengumpulan informasi pasar merupakan fungsi-fungsi penting dalam kegiatan pemasaran. Hal ini disebabkan karena berhasil tidaknya usaha suatu perusahaan tergantung pada fungsi pemasaran tersebut.

##### 4.1.7.1 Saluran Distribusi dan Daerah Pemasaran

Dalam memasarkan hasil produksinya, perusahaan tidak menggunakan perantara sebagai penyalur. Saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi langsung karena distribusinya langsung dari produsen ke konsumen industri. Selain merupakan saluran distribusi yang paling pendek, saluran distribusi ini sangat efektif. Biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan hasil produksinya dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini.

Tabel 4.6 Biaya Overhead Pabrik, Biaya Pemasaran, Biaya Administrasi dan Umum pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999

Tahun	Biaya Overhead Pabrik (Rp)		Biaya Pemasaran (Rp)	Biaya Administrasi dan Umum (Rp)
	RECT 198 gram	RECT 340 gram		
1995	16.067.346,00	14.250.467,00	42.467.250,00	30.815.750,00
1996	22.085.568,00	25.013.590,00	47.013.950,00	35.117.600,00
1997	28.247.577,00	27.150.350,00	52.015.350,00	39.354.300,00
1998	35.127.575,00	32.156.579,00	57.516.900,00	44.565.200,00
1999	44.558.246,00	42.600.568,00	69.568.600,00	48.291.750,00

Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi

Daerah pemasaran produksi kaleng yang dihasilkan oleh PT. NAFO Banyuwangi sudah merambah sampai ke luar kota yang meliputi.



- a. PT. Bali Raya di Denpasar, Bali.
- b. PT. CIP (Canning Indonesian Product) di Denpasar, Bali.
- c. PT. Putra Darma di Bandung.
- d. PT. Pengembangan Raya di Negara, Bali.
- e. PT. Blambangan Raya di Muncar, Banyuwangi.

#### 4.1.7.2 Volume Penjualan dan Harga Jual Kaleng

Perkembangan volume penjualan dan harga jual masing-masing jenis kaleng yang dihasilkan oleh PT. NAFO Banyuwangi dari tahun 1995 – 1999 mengalami peningkatan sesuai dengan permintaan konsumen. Untuk lebih jelasnya, volume penjualan masing-masing jenis kaleng dapat dilihat pada tabel 4.7 dan tabel 4.8 berikut ini.

Tabel 4.7 Volume Penjualan Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Kaleng)

T a h u n	Jenis Kaleng		J u m l a h
	RECT 198 gram	RECT 340 gram	
1995	6.545.912	1.952.720	8.498.632
1996	6.868.930	2.024.543	8.893.473
1997	7.472.408	2.087.621	9.560.029
1998	8.231.893	2.249.012	10.480.905
1999	8.918.477	2.276.078	11.194.555

Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi

Tabel 4.8 Harga Jual Per Kaleng Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Rupiah)

T a h u n	Jenis Kaleng	
	RECT 198 gram	RECT 340 gram
1995	175,00	190,00
1996	185,00	200,00
1997	196,00	215,00
1998	210,00	225,00
1999	240,00	255,00

Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi

Perusahaan akan menyimpan kelebihan produk tersebut di dalam gudang yang pelaksanaan penjualannya menunggu produk berikutnya. Untuk lebih jelasnya, persediaan barang jadi dapat dilihat pada tabel 4.9 di bawah ini.

Tabel 4.9 Persediaan Awal dan Persediaan Akhir Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999 (Kaleng)

Tahun	Jenis Kaleng			
	RECT 198 gram		RECT 340 gram	
	Persediaan Awal	Persediaan Akhir	Persediaan Awal	Persediaan Akhir
1995	367.274	566.129	320.201	434.695
1996	566.129	748.898	434.695	245.300
1997	748.898	866.551	245.300	955.821
1998	866.551	950.688	955.821	976.884
1999	950.688	992.757	976.884	997.947

Sumber data: PT. NAFO Banyuwangi

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Penetapan Harga Jual

Untuk menetapkan harga jual pada masing-masing produk digunakan tahapan analisis sebagai berikut.

#### 4.2.1.1 Meramalkan Penjualan Masing-masing Produk Tahun 2000

Ramalan penjualan kaleng jenis RECT 198 gram dan kaleng jenis RECT 340 gram untuk tahun 2000 pada PT. NAFO Banyuwangi, didasarkan pada data penjualan historis selama 5 tahun terakhir yaitu mulai tahun 1995 – 1999. Analisis yang digunakan untuk merencanakan penjualan tahun 2000 adalah trend linier dengan metode *least square*, dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini.

Tabel 4.10 Ramalan Penjualan Kaleng Jenis RECT 198 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	6.545.912	-2	4	-13.091.824
1996	6.868.930	-1	1	-6868.930
1997	7.472.408	0	0	0
1998	8.231.893	1	1	8.231.893
1999	8.918.477	2	4	17.836.954
Jumlah	38.037.620	0	10	6.108.093

Sumber data: tabel 4.7, data diolah



Ramalan penjualan kaleng jenis RECT 198 gram tahun 2000 adalah:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{38.037.620}{5} = 7.607.524$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{6.108.093}{10} = 610.809,3$$

Jadi persamaan trend adalah:

$$Y = a + bX$$

$$= 7.607.524 + 610.809,3X$$

Ramalan penjualan kaleng jenis RECT 198 gram untuk tahun 2000 adalah:

$$\begin{aligned} Y &= 7.607.524 + 610.809,3X \\ &= 7.607.524 + 610.809,3(3) \\ &= 7.607.524 + 1.832.427,9 \\ &= 9.439.952 \text{ kaleng (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Ramalan penjualan kaleng RECT 340 gram tahun 2000 dihitung dengan cara yang sama dan perhitungannya dapat dilihat pada lampiran 1.

#### 4.2.1.2 Menghitung Inventory Turn Over (ITO) Masing-masing Produk Tahun 2000

Meramalkan tingkat persediaan masing-masing produk dengan menggunakan *Inventory Turn Over* (tingkat perputaran persediaan) yaitu kemampuan dana yang tertanam dalam persediaan dalam suatu periode tertentu.

Perhitungan tingkat perputaran persediaan (ITO) untuk kaleng jenis RECT 198 gram tahun 2000 dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini.

Tabel 4.11 Persediaan Akhir Kaleng Jenis RECT 198 gram dan Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Keterangan	Jenis Kaleng	
	RECT 198 gram	RECT 340 gram
Persediaan awal th. 99	950.688	976.884
Persediaan akhir th. 99	992.757	997.947
Volume penjualan th. 99	8.918.477	2.276.078
Ramalan penjualan th. 2000	9.439.952	2.397.264

Sumber data: tabel 4.9, data diolah



Perhitungan persediaan akhir kaleng RECT 198 gram tahun 2000 adalah:

$$\begin{aligned} \text{Persediaan rata-rata} &= \frac{\text{persediaan awal 1999} + \text{persediaan akhir 1999}}{2} \\ &= \frac{950.688 + 992.75}{2} \\ &= \frac{1.943.445}{2} = 971.722,5 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO tahun 1999} &= \frac{\text{rencana penjualan 1999}}{\text{persediaan rata-rata}} \\ &= \frac{8.918.477}{971.722,5} \\ &= 9,178008125 = 9,2 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

ITO tahun 1999 = ITO tahun 2000

$$\begin{aligned} \text{Persediaan rata-rata tahun 2000} &= \frac{\text{rencana penjualan 2000}}{\text{ITO 2000}} \\ &= \frac{9.439.952}{9,2} \\ &= 1026081,739 = 1.026.082 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persediaan rata-rata tahun 2000} &= \frac{\text{persediaan awal} + \text{persediaan akhir}}{2} \\ 1.026.082 &= \frac{992.757 + \text{persediaan akhir tahun 2000}}{2} \end{aligned}$$

Persediaan akhir tahun 2000 = 2.052.164 – 992.757 = 1.059.407 kaleng

Jadi persediaan akhir kaleng jenis RECT 198 gram tahun 2000 adalah 1.059.407 kaleng.

Persediaan akhir kaleng RECT 340 gram tahun 2000 dihitung dengan cara yang sama dan perhitungannya dapat dilihat pada lampiran 2.

#### 4.2.1.3 Menyusun Anggaran Produksi Masing-masing Produk Tahun 2000

Untuk meningkatkan volume penjualan tahun 2000 produksi masing-masing jenis kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi, maka anggaran produksi kedua jenis kaleng dapat disusun sebagai berikut.

##### a. Kaleng RECT 198 gram

Tingkat penjualan	9.439.952
Tingkat persediaan akhir	1.059.407 +
Jumlah	10.499.359
Tingkat persediaan awal	992.757 -
Tingkat produksi	9.506.602

Jadi anggaran produksi kaleng RECT 198 gram untuk tahun 2000 adalah 9.506.602 kaleng.

##### b. Kaleng RECT 340 gram

Tingkat penjualan	2.397.264
Tingkat persediaan akhir	1.086.631 +
Jumlah	3.483.895
Tingkat persediaan awal	997.947 -
Tingkat produksi	2.485.948

Jadi anggaran produksi kaleng RECT 340 gram untuk tahun 2000 adalah 2.485.948 kaleng.

#### 4.2.1.4 Analisis Pemisahan Biaya Semi Variabel ke dalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2000

Dalam metode *direct cost pricing* sangat memerlukan penggolongan biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume produksi, maka perlu diadakan analisis mengenai biaya variabel, khususnya biaya semi variabel yang mengandung unsur biaya variabel dan biaya tetap.

Dasar pembebanan biaya semi variabel tersebut yaitu:

1. bagian produksi didasarkan pada volume produksi
2. bagian pemasaran serta bagian administrasi dan umum didasarkan pada volume penjualan

Perhitungan pemisahan biaya overhead pabrik kaleng jenis RECT 198 gram dan kaleng jenis RECT 340 gram dapat dilihat pada tabel 4.12 dan 4.13 berikut ini.

Tabel 4.12 Pemisahan Biaya Overhead Pabrik Kaleng Jenis RECT 198 gram ke dalam Unsur Biaya Variabel dan Biaya Tetap Berdasarkan Volume Produksi pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	16.067.346	6.623.565	4.387.161.331.000	10.642.311.060.000
1996	22.085.568	6.953.067	4.434.514.071.000	15.356.243.400.000
1997	28.247.577	7.590.061	5.760.902.598.000	21.440.083.250.000
1998	35.127.575	8.430.740	7.107.767.695.000	29.615.145.170.000
1999	44.558.246	9.101.246	8.283.267.875.000	40.553.555.820.000
Jumlah	146.086.312	38.698.679	30.373.583.570.000	117.607.338.700.000

Sumber data: tabel 4.5 dan 4.6, data diolah

Menggunakan metode least square dengan persamaan  $Y = a + bX$ , sehingga biaya variabelnya adalah:

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \\
 &= \frac{5(117.607.338.700.000) - (38.698.679)(146.086.312)}{5(30.373.583.570.000) - (38.698.679)^2} \\
 &= \frac{588.036.693.500.000 - 565.334.729.400.000}{151.867.917.850.000 - 149.758.775.600.000} \\
 &= \frac{22.701.964.100.000}{2.109.142.250.000} = 10,76360027 = 10,76 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

dan biaya tetapnya adalah:

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum Y - b\sum X}{n} \\
 &= \frac{146.086.312 - (10,76)(38.698.679)}{5} \\
 &= \frac{270.311.474}{5} \\
 &= \text{Rp. } 54.062.294,8,- = \text{Rp. } 54.062.295,- \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

Jadi persamaan trend adalah  $Y = 54.062.295 + 10,76X$



Tabel 4.13 Pemisahan Biaya Overhead Pabrik Kaleng Jenis RECT 340 gram ke dalam Unsur Biaya Variabel dan Biaya Tetap Berdasarkan Volume Produksi pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	14.250.467	1.973.783	3.895.819.331.000	28.127.329.510.000
1996	25.013.590	2.083.683	4.341.734.844.000	52.120.392.250.000
1997	27.150.350	2.098.206	4.402.468.418.000	56.967.027.270.000
1998	32.156.579	2.363.306	5.586.160.612.000	76.002.267.410.000
1999	42.600.568	2.824.632	7.978.545.935.000	120.330.927.600.000
Jumlah	141.171.554	11.343.810	26.204.729.140.000	333.547.924.040.000

Sumber data: tabel 4.5 dan 4.6, data diolah

Menggunakan metode least square dengan persamaan  $Y = a + bX$ , sehingga biaya variabelnya adalah:

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \\
 &= \frac{5(333.547.924.040.000) - (11.343.810)(141.171.554)}{5(26.204.729.140.000) - (11.343.810)^2} \\
 &= \frac{1.667.739.620.200.000 - 1.601.423.286.000.000}{131.023.645.700.000 - 128.682.025.300.000} \\
 &= \frac{66.316.334.200.000}{2.341.620.400.000} \\
 &= 28,32070228 \\
 &= 28,32 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

dan biaya tetapnya adalah:

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum Y - b\sum X}{n} \\
 &= \frac{141.171.554 - (28,32)(11.343.810)}{5} \\
 &= \frac{180.085.145,2}{5} \\
 &= \text{Rp. } 36.017.029,04,- \\
 &= \text{Rp. } 36.017.029,- \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

Jadi persamaan trend adalah  $Y = 36.017.029 + 28,32X$

Pemisahan biaya semi variabel (pemisahan biaya pemasaran/penjualan dan pemisahan biaya administrasi dan umum) dihitung dengan cara yang sama dan perhitungannya dapat dilihat pada lampiran 3 dan 4.

#### 4.2.1.5 Menghitung Anggaran Biaya Produksi Tahun 2000

Besarnya biaya produksi pada tahun 2000 akan diketahui setelah dihitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabriknya. Perhitungan biaya produksi adalah sebagai berikut.

##### a. Rencana biaya bahan baku

Tabel 4.14 Ramalan Harga Bahan Baku Tinplate pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	2.110	-2	4	- 4.220
1996	2.399	-1	1	- 2.399
1997	2.400	0	0	0
1998	3.000	1	1	3.000
1999	3.600	2	4	7.200
Jumlah	13.509	0	10	3.581

Sumber data: tabel 4.3, data diolah

Ramalan harga bahan baku tinplate tahun 2000 adalah:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{13509}{5} = 2701,8$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{3581}{10} = 358,1$$

Jadi persamaan trend adalah:  $Y = 2701,8 + 358,1X$

Ramalan harga bahan baku tinplate untuk tahun 2000 adalah:

$$\begin{aligned} Y &= 2701,8 + 358,1X \\ &= 2701,8 + 358,1(3) \\ &= 2701,8 + 1074,3 \\ &= 3776,1/\text{kaleng} \end{aligned}$$



Ramalan harga bahan baku kawat seng BWG No. 12 tahun 2000 dihitung dengan cara yang sama dan perhitungannya dapat dilihat pada lampiran 5.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.14 dan lampiran 5, hasil ramalan bahan baku masing-masing jenis kaleng dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini.

Tabel 4.15 Biaya Bahan Baku Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Jenis Kaleng	Biaya Bahan Baku Variabel (Rp)	Tingkat Produksi (Kaleng)	Jumlah Biaya (Rp)
RECT 198 gram	91,49039	9.506.602	869.767.858,1
RECT 340 gram	99,04313	2.485.948	246.216.070,9
Jumlah			1.115.983.929

Sumber data: lampiran 6 dan anggaran produksi

b. Rencana biaya tenaga kerja langsung

Tabel 4.16 Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung Kaleng Jenis RECT 198 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	850,00	-2	4	-1.700,00
1996	875,00	-1	1	-875,00
1997	895,00	0	0	0
1998	975,00	1	1	975,00
1999	1.050,00	2	4	2100,00
Jumlah	4.645,00	0	10	500,00

Sumber data: tabel 4.2, data diolah

Ramalan biaya tenaga kerja langsung kaleng jenis RECT 198 gram tahun 2000 adalah:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{4.645}{5} = 929$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{500}{10} = 50$$

Jadi persamaan trend adalah:  $Y = 929 + 50X$



Ramalan biaya tenaga kerja langsung kaleng jenis RECT 198 gram untuk tahun 2000 adalah:

$$\begin{aligned} Y &= 929 + 50X \\ &= 929 + 50(3) \\ &= 929 + 150 \\ &= 1079 \end{aligned}$$

Ramalan biaya tenaga kerja langsung kaleng jenis RECT 340 gram tahun 2000 dihitung dengan cara yang sama dan perhitungannya dilihat pada lampiran 7.

Berdasarkan perhitungan pada tabel 4.16 dan lampiran 7, hasil ramalan biaya tenaga kerja langsung kedua jenis kaleng dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini.

Tabel 4.17 Biaya Tenaga Kerja Langsung Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Jenis Kaleng	Biaya Tenaga Kerja Langsung (Rp)	Tingkat Produksi (Kaleng)	Jumlah Biaya (Rp)
RECT 198 gram	1.079,00	9.506.602	10.257.623.560,00
RECT 340 gram	1.421,00	2.485.948	3.533.775.082,00
Jumlah			13.533.775.082,00

Sumber data: lampiran 7, dan anggaran produksi, tabel 4.16

#### 4.2.1.6 Menyusun Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Masing-masing Produk Tahun 2000

Konsep *variable costing* hanya memasukkan unsur biaya variabel dalam perhitungan biayanya, maka penyusunan anggaran biaya produksi dan komersial variabel kedua jenis kaleng dapat dilihat pada tabel 4.18 dan tabel 4.19 berikut ini.

Tabel 4.18 Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Kaleng Jenis RECT 198 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Keterangan	Jumlah Produksi (Kaleng)	Biaya Produksi/Kaleng (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Produksi	9.506.602		
Biaya Bahan Baku		91,49093	869.767.858,1
Biaya Tenaga Kerja Langsung		1.079,00	10.257.623.560,00
Biaya Overhead Pabrik		10,76	102.291.037,5
Σ Biaya Produksi Variabel		1.181,25093	11.229.682.455,6
Biaya Komersial			
Biaya Pemasaran/Penjualan		9,18	87.270.606,36
Biaya Administrasi & Umum		6,22	59.131.064,44
Σ Biaya Komersial Variabel		15,40	146.401.670,80
Total Biaya Variabel		1.196,65093	11.376.084.126,00

Sumber data: 4.15 dan 4.17, tabel 4.12 dan 4.13

Tabel 4.19 Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Keterangan	Jumlah Produksi (Kaleng)	Biaya Produksi/Kaleng (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Produksi	2.485.948		
Biaya Bahan Baku		99,04313	246.2216.070,9
Biaya Tenaga Kerja Langsung		1.421,5	3.533.775.082,00
Biaya Overhead Pabrik		28,32	70.402.047,36
Σ Biaya Produksi Variabel		1.548,86313	3.850.393.200,26
Biaya Komersial			
Biaya Pemasaran/Penjualan		9,18	22.821.002,64
Biaya Administrasi & Umum		6,22	15.462.596,56
Σ Biaya Komersial Variabel		15,40	38.283.599,20
Total Biaya Variabel		1.564,26313	3.888.676.799,46

Sumber data: 4.15 dan 4.17, tabel 4.12 dan 4.13

#### 4.2.1.7 Menentukan Besarnya Mark-Up/Laba Tahun 2000

Untuk menentukan besarnya mark-up tahun 2000, rumusnya adalah.

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

Perhitungan mark-up kaleng jenis RECT 198 gram adalah.



Tabel 4.20 Perhitungan Mark-Up Kaleng Jenis RECT 198 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 1995 – 1999

Keterangan	Tahun				
	1995	1996	1997	1998	1999
Biaya Bahan Baku	2110	2399	2400	3000	3600
Biaya Tenaga Kerja Langsung	850,00	875,00	895,00	975,00	1.050,00
Biaya Overhead Pabrik	16.067,346	22.085.568	28.247.577	35.127.575	44.558.246
Harga Pokok Produksi	16.070,306	22.088,842	28.250,872	35.131,550	44,562,896
Produksi (Kaleng)	6.623.565	6.953.067	7.590.061	8.430.740	9.101.246
Harga Pokok Produksi/Kaleng	Rp. 2,43	Rp. 3,18	Rp. 3,72	Rp. 4,17	Rp. 4,90
Mark-up	71,02%	57,18%	51,42%	49,36%	47,98%

Sumber data: tabel 4.2, 4.5, 4.3, 4.6, data diolah dan tabel 4.8

Keterangan.

$$\text{Mark-up} = \frac{\text{harga jual/kaleng} - \text{harga pokok produksi/kaleng}}{\text{harga pokok produksi/kaleng}}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark-up tahun 1995} &= \frac{\text{Rp. 175} - \text{Rp. 2,43}}{\text{Rp. 2,43}} \\ &= 71,02\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark-up tahun 1996} &= \frac{\text{Rp. 185} - \text{Rp. 3,18}}{\text{Rp. 3,18}} \\ &= 57,18\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark-up tahun 1997} &= \frac{\text{Rp. 195} - \text{Rp. 3,72}}{\text{Rp. 3,72}} \\ &= 51,42\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark-up tahun 1998} &= \frac{\text{Rp. 210} - \text{Rp. 4,17}}{\text{Rp. 4,17}} \\ &= 49,36\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Mark-up tahun 1999} &= \frac{\text{Rp. 240} - \text{Rp. 4,90}}{\text{Rp. 4,90}} \\ &= 47,98\% \end{aligned}$$

Jadi besarnya mark-up kaleng jenis RECT 198 gram tahun 2000 adalah.

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

$$\begin{aligned} X &= (71,02\% + 57,18\% + 51,42\% + 49,36\% + 47,98\%)/5 \\ &= 55,392\% = 55\% \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$



Mark-up kaleng jenis RECT 340 gram tahun 2000 dihitung dengan cara yang sama dan perhitungannya dapat dilihat pada lampiran 8.

#### 4.2.1.8 Menetapkan Harga Jual Masing-masing Produk Tahun 2000

Setelah diketahui berapa besarnya mark-up kedua jenis kaleng, maka berdasarkan tabel 4.18 dan 4.19 harga jual dapat dihitung dengan rumus seperti di bawah ini.

Harga jual = biaya produksi + mark-up

a. Kaleng jenis RECT 198 gram

$$\begin{aligned}\text{Harga jual} &= 1.181,00 + 55\% \\ &= 1.181,00 + 0,55 \\ &= 1.181,55 \\ &= \text{Rp. } 1.182,00/\text{kaleng (dibulatkan)}\end{aligned}$$

b. Kaleng jenis RECT 340 gram

$$\begin{aligned}\text{Harga jual} &= 1.549,00 + 17,61\% \\ &= 1.549,00 + 0,1761 \\ &= 1.549,1761 \\ &= \text{Rp. } 1.550,00/\text{kaleng (dibulatkan)}\end{aligned}$$

#### 4.2.2 Menentukan Tingkat Profitabilitas Masing-masing Produk Tahun 2000

Perhitungan *contribution margin ratio* kaleng jenis RECT 198 gram dapat diketahui dengan menggunakan data penjualan, berdasarkan perhitungan anggaran produksi, penetapan harga jual, tabel 4.18 dan 4.19, maka perhitungannya adalah sebagai berikut.

Penjualan (9.439.952 x Rp. 1.182,00)		11.158.023.260,00
Harga pokok penjualan:		
Persediaan awal (992.757 x Rp. 240,-)	238.261.680	
Biaya produksi		
Biaya bahan baku	869.767.858,1	
Biaya tenaga kerja langsung	10.257.623.560,00	
Biaya overhead pabrik variabel	<u>102.291.087,5</u> +	
Jumlah biaya produksi variabel	11.229.682.455,6 +	
	11.467.944.135,6	
Persediaan akhir (1.059.407 x Rp. 1.182,00)	<u>1.252.219.074,00</u> -	
Jumlah harga pokok penjualan		<u>10.215.725.061,6</u> -
Contribusi Margin (CM)		942.298.200,00

Sehingga perhitungan kontribusi margin rasionya adalah.

$$\begin{aligned} \text{Contribusi Margin Ratio} &= \frac{942.298.200,00}{11.158.023.260,00} \times 100\% \\ &= 0,084450281 \\ &= 0,08 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Contribusi margin ratio kaleng jenis RECT 340 gram tahun 2000 dihitung dengan cara yang sama dan perhitungannya dapat dilihat pada lampiran 9.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan yang telah dilakukan secara terperinci pada bab IV yang bertujuan untuk menetapkan harga jual yang tepat dan untuk mengetahui tingkat profitabilitas masing-masing produk pada PT. NAFO Banyuwangi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Untuk menetapkan harga jual masing-masing produk tahun 2000.
  - a. Kaleng jenis RECT 198 gram.  
Dengan mark-up sebesar 55%, harga jual yang ditetapkan pada tahun 1999 untuk kaleng jenis RECT 198 gram sebesar Rp. 240,00/kaleng menjadi Rp.1.182,00/kaleng pada tahun 2000.
  - b. Kaleng jenis RECT 340 gram.  
Dengan mark-up sebesar 17,61%, harga jual yang ditetapkan pada tahun 1999 untuk kaleng jenis RECT 340 gram sebesar Rp.255,00/kaleng menjadi Rp.1.550,00/kaleng pada tahun 2000.
2. Untuk mengetahui tingkat profitabilitas masing-masing produk tahun 2000.
  - a. Kaleng jenis RECT 198 gram.  
Karena harga jual yang ditetapkan untuk kaleng jenis RECT 198 gram sebesar Rp. 1.182,00/kaleng, maka akan dapat meningkatkan keuntungan atau tingkat profitabilitas sebesar 0,08.
  - b. Kaleng jenis RECT 340 gram.  
Karena harga jual yang ditetapkan untuk kaleng jenis RECT 340 gram sebesar Rp. 1.550,00/kaleng, maka akan dapat meningkatkan keuntungan atau tingkat profitabilitas sebesar 0,35.



## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas, dapat disampaikan saran-saran bagi perusahaan khususnya pihak manajemen untuk pengambilan kebijaksanaan penetapan harga jual dalam upaya mencapai profitabilitas adalah sebagai berikut.

1. Guna mencapai profitabilitas sebaiknya perusahaan menetapkan harga jual tahun 2000 pada kaleng jenis RECT 198 gram menggunakan mark-up sebesar 55% karena dengan mark-up tersebut harga jual menjadi sebesar Rp. 1.182,00 per kaleng dan pada kaleng jenis RECT 340 gram mark-up sebesar 21%, sehingga harga jual menjadi sebesar Rp. 1.550,00 per kaleng. Hal itu disebabkan karena biaya produksi semakin besar. Dengan harga jual tersebut maka perusahaan dapat memperoleh laba untuk kaleng jenis RECT 198 gram sebesar 0,08 dan kaleng jenis RECT 340 gram sebesar 0,35.
2. Upaya untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, maka PT. NAFO Banyuwangi sebaiknya tetap meningkatkan produktivitas kerja para karyawan selain tetap mengadakan pengawasan dan evaluasi terhadap keputusan untuk menetapkan harga jual, agar produk perusahaan secara kontinyu dapat bersaing dengan produk perusahaan lain dan dapat menguasai pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto Dajan. 1991. *Pengantar Metoda Statistika*, Jilid II. Jakarta: LP3ES.
- Adolf Matz, Milton F. Ustry dan Lawrence H. Hammer. 1996. *Akuntansi Biaya: Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid 2. Terjemahan .... Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Basu Swasta, DH dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Gunawan Adisaputro dan Marwan Asri. 1992. *Anggaran Perusahaan*, Buku Satu Yogyakarta: BPFE.
- Gay dan Diehl. 1992. *Research Methods For Business And Management*. Macmillan Publishing Company.
- Indah Sadya Wigati. 1999. *Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Rangka Meningkatkan Profitabilitas Pada Perusahaan Sepatu Eternal Di Mojokerto*. Jember: Universitas Jember.
- Marzuki. 1983. *Manajemen Personalia: Tehnik Dan Konsep Modern*. Jakarta: Erlangga.
- Mas'ud. 1985. *Akuntansi Manajemen Dua*, Buku Dua. Yogyakarta: BPFE.
- Philip Kotler. 1995 *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan dari Marketing Management Analysis And Control. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. 1991. *Akuntansi Biaya: Peranan Biaya Dalam Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Santo Adi Wijoyo. 1999. *Analisis Penentuan Harga Jual Sebagai Usaha Mencapai Penjualan Yang Direncanakan Pada PT. NAFO Di Banyuwangi*. Jember: Universitas Jember.
- Tim Penyusun Kamus. 1996. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Penerbit Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Indonesia.

Lampiran 1. Ramalan Penjualan Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	1.952.720	-2	4	-3.905.440
1996	2.024.543	-1	1	-2.024.545
1997	2.087.621	0	0	0
1998	2.249.012	1	1	2.249.012
1999	2.276.078	2	4	4.552.156
Jumlah	10.589.974	0	10	871.185

Sumber data: tabel 4.7, data diolah

Ramalan penjualan kaleng jenis RECT 340 gram tahun 2000 adalah:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{10.589.093}{5} = 2.117.818,6$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{871.185}{10} = 87.118,5$$

Jadi persamaan trend adalah:

$$Y = a + bX$$

$$= 2.117.818,6 + 87.118,5X$$

Ramalan penjualan kaleng jenis RECT 340 gram untuk tahun 2000 adalah:

$$Y = 2.117.818,6 + 87.118,5X$$

$$= 2.117.818,6 + 87.118,5(3)$$

$$= 2.117.818,6 + 261.355,5$$

$$= 2.379.174 \text{ kaleng (dibulatkan)}$$



Lampiran 2: Persediaan Akhir Kaleng Jenis RECT 198 gram dan Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Keterangan	Jenis Kaleng	
	RECT 198 gram	RECT 340 gram
Persediaan awal th. 99	950.688	976.884
Persediaan akhir th. 99	992.757	997.947
Volume penjualan th. 99	8.918.477	2.276.078
Ramalan penjualan th. 2000	9.439.952	2.397.264

Sumber data: tabel 4.9, data diolah

Perhitungan persediaan akhir kaleng RECT 340 gram tahun 2000 adalah:

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

$$= \frac{976.884 + 997.947}{2}$$

$$= \frac{1.974.831}{2}$$

$$= 987.415,5$$

$$\text{ITO tahun 1999} = \frac{\text{rencana penjualan 1999}}{\text{persediaan rata-rata}}$$

$$= \frac{2.276.078}{987.415,5}$$

$$= 2,305086359$$

$$= 2,3 \text{ (dibulatkan)}$$

$$\text{ITO tahun 1999} = \text{ITO tahun 2000}$$

$$\text{Persediaan rata-rata tahun 2000} = \frac{\text{rencana penjualan 2000}}{\text{ITO 2000}}$$

$$= \frac{2.397.264}{2,3}$$

$$= 1.042.288,696$$

$$= 1.042.289 \text{ (dibulatkan)}$$

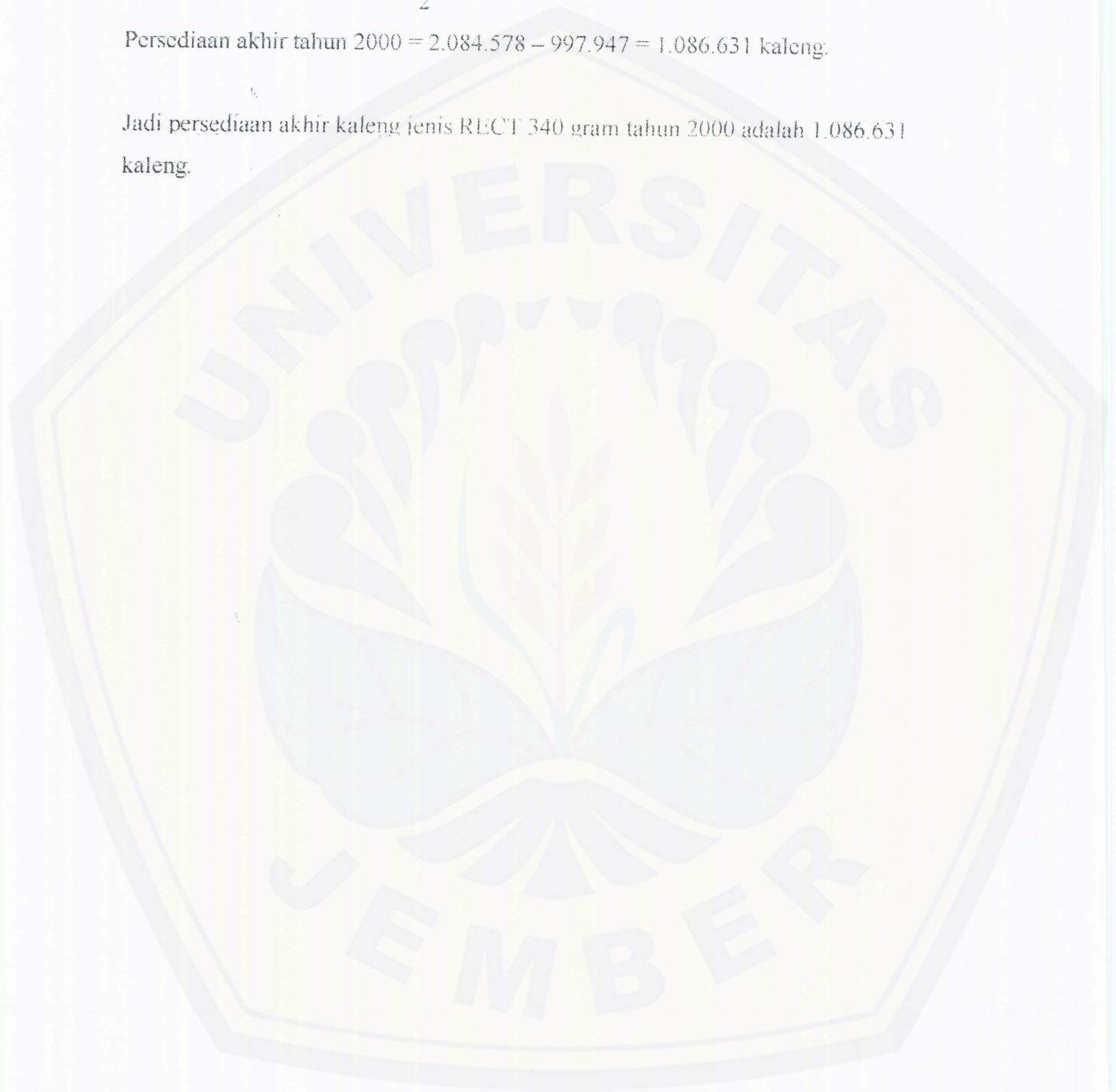
$$\text{Persediaan rata-rata tahun 2000} = \frac{\text{persediaan awal} + \text{persediaan akhir}}{2}$$

lanjutan lampiran 2

$$1.042.289 = \frac{997.947 + \text{persediaan akhir tahun 2000}}{2}$$

$$\text{Persediaan akhir tahun 2000} = 2.084.578 - 997.947 = 1.086.631 \text{ kaleng.}$$

Jadi persediaan akhir kaleng jenis RECT 340 gram tahun 2000 adalah 1.086.631 kaleng.



Lampiran 3: Pemisahan Biaya Pemasaran/Penjualan ke dalam Unsur Biaya Variabel dan Biaya Tetap Berdasarkan Volume Penjualan pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	42.467.250	8.498.632	72.226.745.870.000	360.913.529.800.000
1996	47.013.950	8.893.473	79.093.862.000.000	418.117.294.900.000
1997	52.015.350	9.560.029	91.394.154.480.000	497.268.254.400.000
1998	57.516.900	10.480.905	109.849.369.600.000	602.829.164.800.000
1999	69.568.600	11.194.555	125.318.061.600.000	778.789.519.000.000
Jumlah	268.582.050	48.627.594	477.882.193.550.000	2.657.917.762.900.000

Sumber data: tabel 4.6 dan 4.7, data diolah

Menggunakan metode least square dengan persamaan  $Y = a + bX$ , sehingga biaya variabelnya adalah:

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \\
 &= \frac{5(2.657.917.762.900.000) - (48.627.594)(268.582.050)}{5(477.882.193.550.000) - (48.627.594)^2} \\
 &= \frac{13.289.588.794.500.000 - 13.060.498.880.000.000}{2.389.410.967.750.000 - 2.364.642.898.000.000} \\
 &= \frac{229.089.914.500.000}{24.968.069.750.000} \\
 &= 9,175315385 \\
 &\approx 9,18 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

dan biaya tetapnya adalah:

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum Y - b\sum X}{n} \\
 &= \frac{268.582.050 - (9,18)(48.627.594)}{5} \\
 &= \frac{117.819.269,9}{5} \\
 &= \text{Rp. } 35.563.852,58,- \\
 &= \text{Rp. } 35.563.853,- \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

Jadi persamaan trend adalah:  $Y = 35.563.853 + 9,18X$



Lampiran 7. Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum ke dalam Unsur Biaya Variabel dan Biaya Tetap Berdasarkan Volume Penjualan pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	30.815.750	8.498.632	72.226.745.870.000	261.891.719.100.000
1996	35.117.600	8.893.473	79.093.862.000.000	312.317.427.400.000
1997	39.354.300	9.560.029	91.394.154.480.000	376.228.249.300.000
1998	44.565.200	10.480.905	109.849.369.600.000	467.083.627.500.000
1999	48.291.750	11.194.555	125.318.061.600.000	540.604.561.400.000
Jumlah	198.144.600	48.627.594	477.882.193.550.000	1.958.125.674.700.000

Sumber data: tabel 4.6 dan 4.7, data diolah

Menggunakan metode least square dengan persamaan  $Y = a + bX$ , sehingga biaya variabelnya adalah:

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \\
 &= \frac{5(1.958.125.674.700.000) - (480.6270594)(198.144.600)}{5(477.882.193.550.000) - (48.627.594)^2} \\
 &= \frac{9.790.628.373.500.000 - 9.635.295.162.000.000}{2.389.410.967.750.000 - 2.364.642.898.000.000} \\
 &= \frac{155.333.211.500.000}{24.968.069.750.000} \\
 &= 6,221274334 \\
 &= 6,22 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

dan biaya tetapnya adalah:

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum Y - b\sum X}{n} \\
 &= \frac{198.144.600 - (6,22)(48.627.594)}{5} \\
 &= \frac{104.319.034,7}{5} \\
 &= \text{Rp. } 20.863.806,94,- \\
 &= \text{Rp. } 20.863.807,- \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

Jadi persamaan trend adalah:  $Y = 20.863.807 + 6,22X$

Lampiran 5. Ramalan Harga Bahan Baku Kawat Seng BWG No.12 pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	1700	-2	4	-3400
1996	1700	-1	1	-1700
1997	1850	0	0	0
1998	2250	1	1	2250
1999	2650	2	4	5300
Jumlah	10150	0	10	2450

Sumber data: tabel 4.3, data diolah

Ramalan harga bahan baku kawat seng BWG no.12 tahun 2000 adalah:

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{10150}{5} = 2030$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{2450}{10} = 245$$

Jadi persamaan trend adalah:  $Y = 2030 + 245X$

Ramalan harga bahan baku kawat seng BWG no.12 untuk tahun 2000 adalah:

$$\begin{aligned} Y &= 2030 + 245X \\ &= 2030 + 245(3) \\ &= 2030 + 735 \\ &= 2765/\text{kaleng} \end{aligned}$$

Lampiran 6. Biaya Bahan Baku Masing-masing Jenis Kaleng pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Jenis Kaleng	Jenis Bahan Baku						Jumlah Biaya Bahan Baku Variabel
	Tinplate			Kawat Seng BWG No.12			
	Standar Penggunaan Bahan	Harga Bahan Baku	Jumlah	Standar Penggunaan Bahan	Harga Bahan Baku	Jumlah	
RECT 198 gr	0,0213	3776,1	80,43093	0,004	2765	11,06	91,49039
RECT 340 gr	0,0233	3776,1	87,98313	0,004	2765	11,06	99,04313
Jumlah							190,53406

Sumber data: tabel 4.4, lampiran 8 dan 9

Lampiran 7. Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Tahun	Y	X	X <sup>2</sup>	XY
1995	915,00	-2	4	-1.830,00
1996	975,00	-1	1	-975,00
1997	1.125,00	0	0	0
1998	1.200,00	1	1	1.200,00
1999	1.325,00	2	4	2.650,00
Jumlah	5.540,00	0	10	1.045,00

Sumber data: tabel 4.2, data diolah

Ramalan biaya tenaga kerja langsung kaleng jenis RECT 340 gram tahun 2000 adalah:

$$a = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{5.540}{5} = 1.108$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{1.045}{10} = 104,5$$

Jadi persamaan trend adalah:  $Y = 1.108 + 104,5X$

Ramalan biaya tenaga kerja langsung kaleng jenis RECT 340 gram untuk tahun 2000 adalah:

$$\begin{aligned} Y &= 1.108 + 104,5X \\ &= 1.108 + 104,5(3) \\ &= 1.108 + 313,5 \\ &= 1.421,5 \end{aligned}$$



Lampiran 8. Perhitungan Mark-Up Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO  
Banyuwangi Tahun 1995 – 1999

Keterangan	Tahun				
	1995	1996	1997	1998	1999
Biaya Bahan Baku	1700	1700	1850	2250	2650
Biaya Tenaga Kerja Langsung	915,00	975,00	1.125,00	1.200,00	1.325,00
Biaya Overhead Pabrik	14.250,467	25.013,590	27.150,350	32.156,579	42.600,568
Harga Pokok Produksi	14.252,082	25.016,165	27.153,875	32.160,479	42.604,643
Produksi (Kaleng)	1.973,783	2.083,683	2.098,206	2.363,506	2.874,632
Harga Pokok Produksi/Kaleng	Rp 7,22	Rp 12	Rp 12,94	Rp 13,61	Rp 15,08
Mark-up	25,32%	15,67%	15,62%	15,53%	15,91%

Sumber data: tabel 4.2, 4.3, 4.5, 4.6 (data diolah) dan tabel 4.8

Keterangan.

Mark-up =  $\frac{\text{harga jual/kaleng} - \text{harga pokok produksi/kaleng}}{\text{harga pokok produksi/kaleng}}$

Mark-up tahun 1995 =  $\frac{\text{Rp. 190} - \text{Rp. 7,22}}{\text{Rp. 7,22}}$

$$= \frac{\text{Rp. 190} - \text{Rp. 7,22}}{\text{Rp. 7,22}}$$

$$= 25,32\%$$

Mark-up tahun 1996 =  $\frac{\text{Rp. 200} - \text{Rp. 12}}{\text{Rp. 12}}$

$$= \frac{\text{Rp. 200} - \text{Rp. 12}}{\text{Rp. 12}}$$

$$= 15,67\%$$

Mark-up tahun 1997 =  $\frac{\text{Rp. 215} - \text{Rp. 12,94}}{\text{Rp. 12,94}}$

$$= \frac{\text{Rp. 215} - \text{Rp. 12,94}}{\text{Rp. 12,94}}$$

$$= 15,62\%$$

Mark-up tahun 1998 =  $\frac{\text{Rp. 225} - \text{Rp. 13,61}}{\text{Rp. 13,61}}$

$$= \frac{\text{Rp. 225} - \text{Rp. 13,61}}{\text{Rp. 13,61}}$$

$$= 15,53\%$$

Mark-up tahun 1999 =  $\frac{\text{Rp. 255} - \text{Rp. 15,08}}{\text{Rp. 15,08}}$

$$= \frac{\text{Rp. 255} - \text{Rp. 15,08}}{\text{Rp. 15,08}}$$

$$= 15,91\%$$

Jadi besarnya mark-up kaleng jenis RECT 198 gram tahun 2000 adalah.

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

$$X = (25,32\% + 15,67\% + 15,62\% + 15,53\% + 15,91\%)/5$$

$$= 17,61\%$$

Lampiran 9. Perhitungan Contribusi Margin Ratio Kaleng Jenis RECT 340 gram pada PT. NAFO Banyuwangi Tahun 2000

Penjualan (2.397.264 x Rp. 1.550,00)		3.715.759.200,00
Harga pokok penjualan:		
Persediaan awal (997.947 x Rp. 255,00)	254.476.485	
Biaya produksi		
Biaya bahan baku	246.216.070,9	
Biaya tenaga kerja langsung	3.533.775.082,00	
Biaya overhead pabrik variabel	70.402.047,36 +	
Jumlah biaya produksi variabel	3.850.393.200,00 +	
	4.104.869.685,26	
Persediaan akhir (1.059.407 x Rp. 586,5,-)	1.684.278.050,00 -	
Jumlah harga pokok penjualan		2.420.591.635,26 -
Contribusi Margin (CM)		1.295.167.565,00

Sehingga perhitungan kontribusi margin rasionya adalah.

$$\begin{aligned} \text{Contribusi Margin Ratio} &= \frac{1.295.167.565,00}{3.715.759.200,00} \times 100\% \\ &= 0,348560683 \\ &= 0,35 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Sumber data: perhitungan anggaran produksi, perhitungan harga jual, tabel 4.8, tabel 4.18 dan 4.19