



**EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL MENGGUNAKAN METODE
COST-PLUS PRICING PADA CV MACARINDO BERKAH GROUP
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Yulinar Maulidia

170210301068

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2022



**EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL MENGGUNAKAN METODE
COST-PLUS PRICING PADA CV MACARINDO BERKAH GROUP
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1) dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

Yulinar Maulidia

170210301068

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2022

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Puji syukur atas berkat dan rahmat Allah SWT, serta doa dari orang-orang yang tercinta skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua tersayang Ibu Sri Wahyuni dan Bapak Ebi Dwi Zattaufiq yang kusayang dan kucintai. Terima kasih atas segala kasih sayang, cinta, dukungan, pengorbanan dan doa-doa yang selalu dipanjatkan untuk kebaikan dan kesuksesan anaknya. Semoga ini bisa membuat Ibu dan Bapak bahagia;
2. Bapak/Ibu guru sejak TK hingga Perguruan Tinggi yang kuhormati serta semua orang yang telah memberikan ilmu serta pengalaman dengan tulus dan ikhlas;
3. Almamater saya yakni Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang saya cintai.

MOTO

كُم بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بَيْنَهُمُ الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالًا

تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu...”

(Q.S An-Nisa' [4]:29)¹



¹ Menteri Agama Republik Indonesia. 2009. Al Qur'an dan Terjemahan. Jakarta: Almahira

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulinar Maulidia

NIM : 170210301068

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Evaluasi Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing* pada CV Macarindo Berkah Group di Kabupaten Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya plagiasi. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat saksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 30 November 2022

Yang menyatakan,

Yulinar Maulidia

NIM 170210302068

PERSETUJUAN

**EVALUASI PENETAPAN HARGA JUAL MENGGUNAKAN METODE
COST-PLUS PRICING PADA CV MACARINDO BERKAH GROUP
DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Oleh

Nama : Yulinar Maulidia
NIM : 170210301068
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan : 2017
Tempat, Tanggal Lahir: Malang, 21 Juli 1998

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Sri Kantun, M.Ed.
NIP. 195810071986022001

Tiara, S.Pd., M.Pd.
NIP. 199209172019032020

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Evaluasi Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing* pada CV Macarindo Berkah Group di Kabupaten Jember**” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Rabu, 30 November 2022

Tempat : Ruang Sidang 44C 104

Tim Penguji

Ketua

Dr. Sri Kantun, M.Ed.
NIP. 195810071986022001

Anggota I

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 196002171986031003

Sekretaris

Tiara, S.Pd., M.Pd.
NIP. 199209172019032020

Anggota II

Wiwin Hartanto, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198709242015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Dr. Bambang Soepeno, M.Pd.
NIP.196006121987021001

RINGKASAN

Evaluasi Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing* pada CV Macarindo Berkah Group di Kabupaten Jember; Yulinar Maulidia; 170210301068; 2022; 52 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi; Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial; Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan; Universitas Jember.

Perkembangan Usaha Kecil Menengah yang semakin meningkat menyebabkan masyarakat tertarik untuk membuka usaha-usaha baru. Hal tersebut menimbulkan persaingan yang cukup ketat, terlebih pada usaha-usaha yang sejenis. Persaingan yang terjadi mendorong para pelaku usaha untuk menerapkan berbagai strategi dalam menghadapi pesaing. Salah satu strategi yang ditempuh pelaku usaha yaitu penentuan harga jual. Perusahaan perlu menetapkan harga jual secara tepat agar dapat bertahan ditengah ramainya persaingan namun juga tetap mendapatkan laba yang diinginkan. Harga jual yang terlalu tinggi membuat pembeli tidak tertarik untuk membeli produk perusahaan, namun harga jual yang terlalu rendah membuat perusahaan mendapatkan laba yang sedikit. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing*.

Penelitian ini merupakan penelitian evaluatif dengan menilai tingkat kesesuaian penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* yang sesuai standar dengan realita di lapangan. Lokasi penelitian ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah CV Macarindo Berkah Group Jember. Metode pengambilan data yang digunakan adalah dokumen dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah analisis evaluatif dengan langkah membandingkan data yang didapatkan dari lapangan dengan standar yang ada, penilaian kesesuaian dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pada tahapan penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember dengan yang sesuai standar. Hal tersebut ditunjukkan

dengan tidak adanya perhitungan ROI per unit pada CV Macarindo Berkah Group Jember. Selain itu, perusahaan juga telah menetapkan biaya per unit produk tanpa melakukan pencatatan serta perhitungan secara rinci data biaya yang terjadi pada satu kali produksi. Sehingga terdapat perbedaan biaya per unit produk yang perusahaan tetapkan yaitu sejumlah Rp5.900,00 dengan yang sesuai standar yaitu sejumlah Rp6.248. Maka, terdapat selisih sebesar Rp348,00.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember telah sesuai dengan standar yang ada dengan tingkat kesesuaian 64,28%. Hal tersebut ditunjukkan dengan kelengkapan komponen serta selisih target harga jual yang tidak jauh berbeda. Target harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan yaitu Rp10.458,93 dimana perusahaan membulatkannya dan menjual produknya seharga Rp10.000,00. Sedangkan, target harga jual yang sesuai standar sejumlah Rp10.911,50. Sehingga, terdapat selisih target harga jual sebesar Rp452,57.

Berdasarkan hal di atas dapat disimpulkan bahwa CV Macarindo Berkah Group telah melakukan penerapan penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* yang sesuai dengan standar. Namun kesesuaian tersebut masih belum maksimal dikarenakan beberapa kekurangan antara lain yaitu tidak adanya penggolongan biaya berdasarkan tingkat aktivitasnya dan pada tahapan penetapan harga jual yaitu belum terdapat perhitungan ROI dan anggaran laba rugi. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya melakukan perhitungan ROI dan mulai melakukan penganggaran laba rugi agar dapat melihat kinerja keuangan pada perusahaan.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Evaluasi Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember di Kabupaten Jember**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Soepeno, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sumardi, M. Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Retna Ngesti Sedyati, M.P, selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Wiwin hartanto, S.Pd., M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember dan selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini;
5. Dr. Sri Kantun, M.Ed. selaku Dosen Pembimbing I dan Tiara, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini;
6. Drs. Joko Widodo, M.M. selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini;
7. Semua dosen-dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah membimbing serta memberikan ilmu kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini;

8. Pemilik serta karyawan CV Macarindo Berkah Group Jember yang turut membantu dalam memberikan informasi dan pengumpulan data skripsi;
9. Seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember,

Penulis



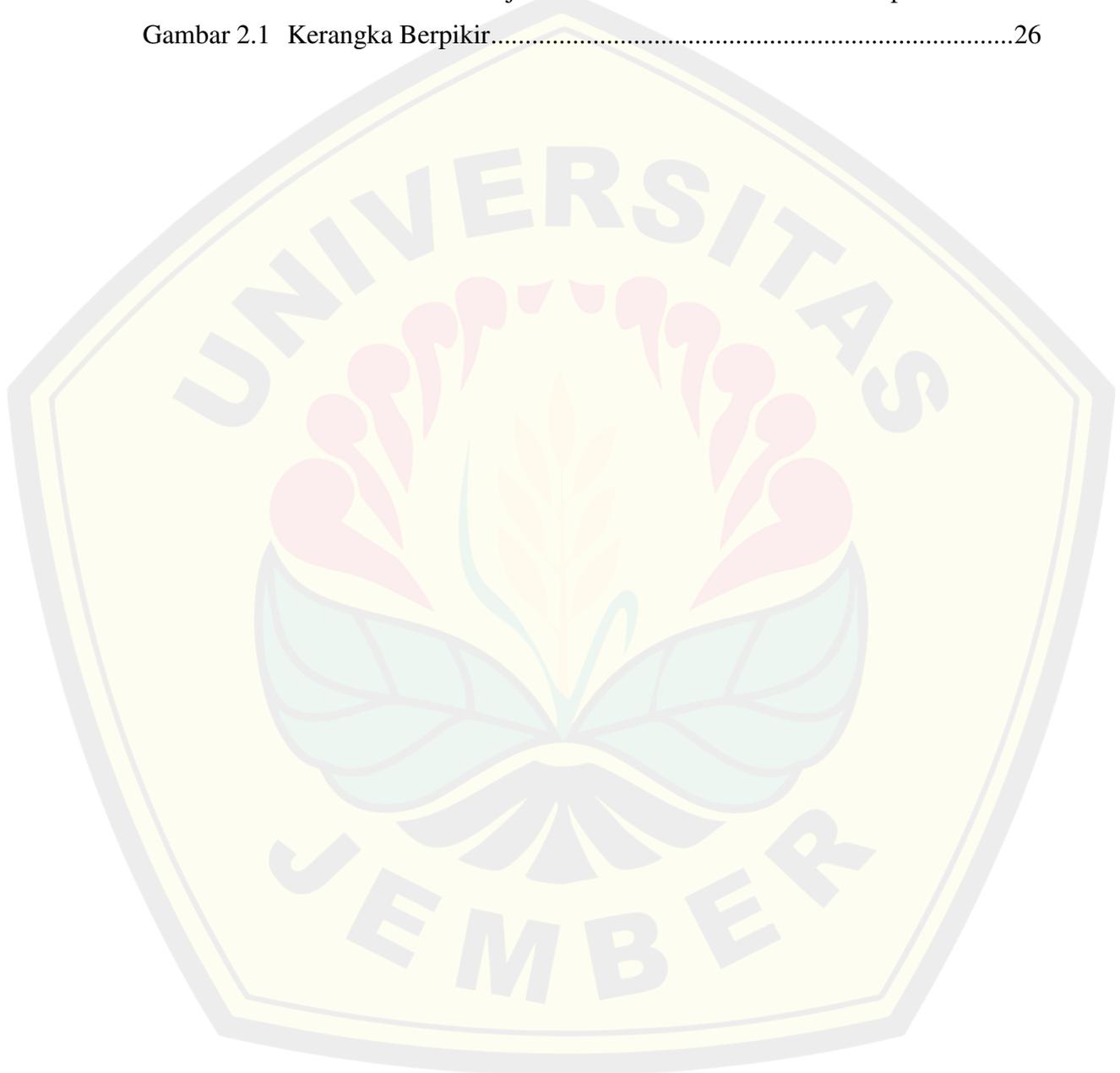
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Teori Tentang Harga Jual	11
2.2.1 Pengertian Harga Jual.....	11
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga Jual	12
2.2.3 Komponen Penetapan Harga Jual.....	14
2.3 Penetapan Harga Jual Metode <i>Cost-Plus Pricing</i>	15
2.3.1 Tahapan Penetapan Harga Jual Metode <i>Cost-Plus Pricing</i>	18
2.3.2 Penggolongan Biaya pada Penetapan Harga Jual Metode <i>Cost-Plus Pricing</i>	19
2.3.3 Perhitungan Harga Jual Per Unit Metode <i>Cost-Plus Pricing</i> .	22
2.3.4 Perhitungan Biaya dalam Penetapan Harga Jual <i>Cost-Plus Pricing</i>	22
2.4 Kerangka Berpikir Penelitian	26
BAB 3. METODE PENELITIAN	27
3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Metode Penetapan Lokasi Penelitian	27
3.3 Definisi Operasional Konsep	28
3.3.1 Harga Jual.....	28
3.3.2 Penetapan Harga Jual dengan Metode <i>Cost-Plus Pricing</i>	28
3.4 Jenis dan Sumber Data	28
3.4.1 Data Primer.....	28

3.4.2 Data Sekunder	29
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5.1 Metode Dokumen	29
3.5.2 Metode Wawancara	29
3.6 Metode Analisis Data.....	30
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum CV Macarindo Berkah Group Jember	33
4.2 Kelengkapan Komponen Penetapan Harga Jual Metode <i>Cost-Plus Pricing</i> CV Macarindo Berkah Group Jember	39
4.2.1 Kelengkapan Komponen Penggolongan Biaya Berdasarkan Fungsi Pokok dalam Perusahaan	39
4.2.3 Kelengkapan Komponen Penggolongan Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Tingkat Aktivitas	40
4.2.4 Kelengkapan Komponen Tahapan Penetapan Harga Jual.....	40
4.2.4 Kesesuaian Penetapan Harga Jual Metode <i>Cost-Plus Pricing</i> CV Macarindo Berkah Group Jember dengan Standar Penetapan Harga Jual	42
4.3 Pembahasan.....	44
BAB 5. PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN PENELITIAN.....	53

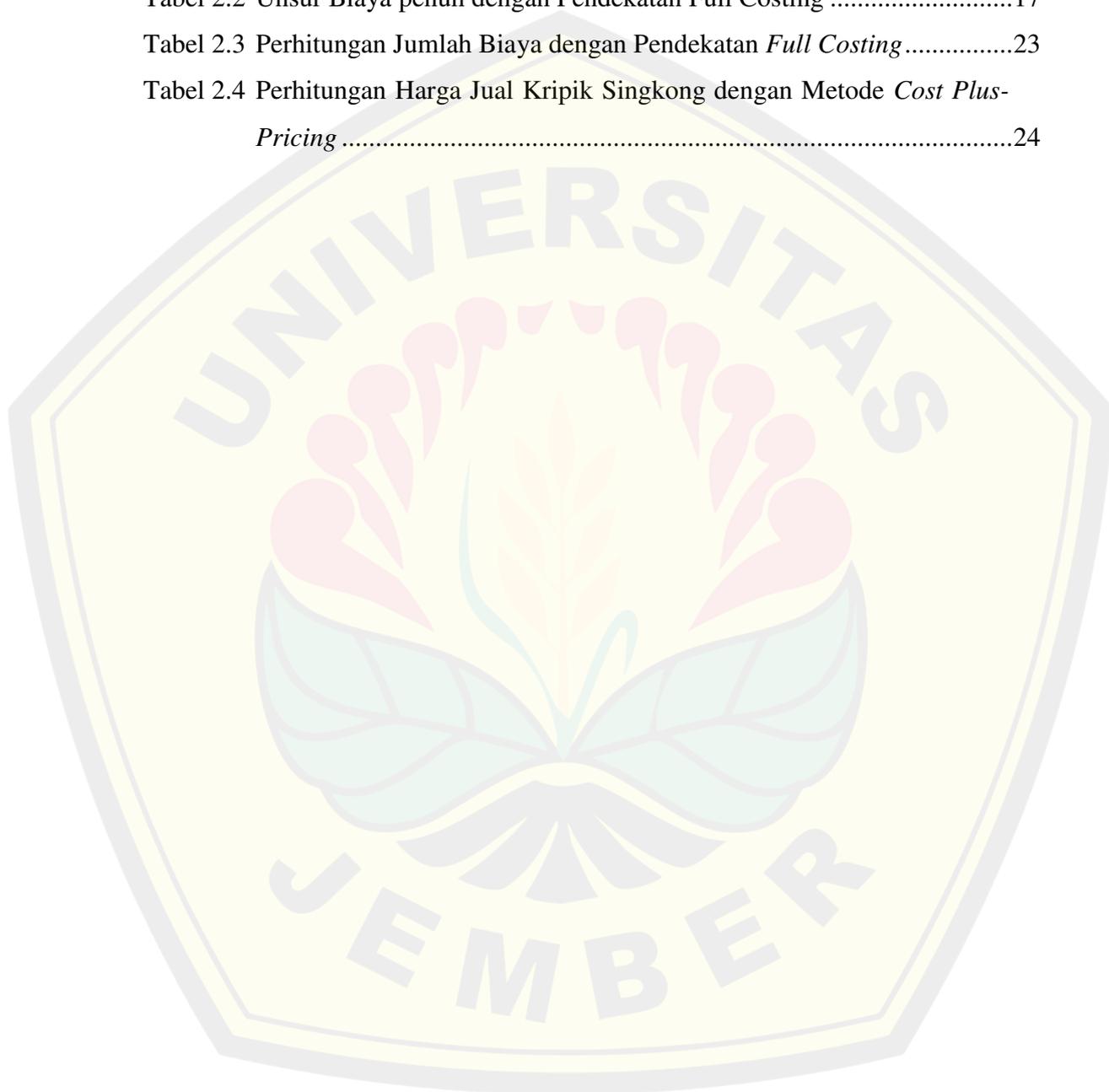
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Persentase Penjualan CV Macarindo Berkah Group.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	26



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2.2 Unsur Biaya penuh dengan Pendekatan Full Costing	17
Tabel 2.3 Perhitungan Jumlah Biaya dengan Pendekatan <i>Full Costing</i>	23
Tabel 2.4 Perhitungan Harga Jual Kripik Singkong dengan Metode <i>Cost Plus-Pricing</i>	24



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Matriks Penelitian.....	53
Lampiran 2 Pedoman Pra Penelitian dan Penelitian	55
Lampiran 3 Dokumen Laporan Keuangan CV Macarindo Berkah Group Jember.....	56
Lampiran 4 Dokumen Aktiva Tetap CV Macarindo Berkah Group Jember	58
Lampiran 5 Dokumen Pembelian Bahan Baku CV Macarindo Berkah Group Jember.....	59
Lampiran 6 Indikator Penilaian Komponen Penetapan Harga Jual Metode Cost- Plus Pricing CV Macarindo Berkah Group Jember.....	60
Lampiran 7 Tabel Penilaian Kesesuaian Penetapan Harga Jual Metode Cost- Plus pricing CV Macarindo Berkah Group Jember.....	62
Lampiran 8 Aktiva Tetap CV Macarindo Berkah Group Jember.....	70
Lampiran 9 Perhitungan Harga Jual yang Dilakukan	71
Lampiran 10 Perhitungan Harga Jual yang Sebenarnya	73
Lampiran 11 Pedoman Penelitian	78
Lampiran 12 Lembar Wawancara.....	80
Lampiran 13 Denah Lokasi CV Macarindo Berkah Group Jember.....	83
Lampiran 14 Dokumentasi Kegiatan	84
Lampiran 15 Surat Izin Penelitian	88
Lampiran 16 Lembar Surat Selesai Penelitian.....	89
Lampiran 17 Lembar Konsultasi Pembimbing 1	90
Lampiran 18 Lembar Konsultasi Pembimbing 2	91
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup Peneliti	92

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Usaha Kecil Menengah saat ini semakin meningkat, terlebih Pemerintah Indonesia sedang menggalakkan pengembangan Usaha kecil Menengah karena sektor ini berhasil membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan Produk Domestik Bruto. Usaha Mikro Kecil Menengah memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat pertumbuhan UMKM pada tahun 2019 naik menjadi 65,4 juta dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 64,1 juta. Melansir dari indonesiabaik.id pemerintah telah menurunkan pajak pelaku UMKM dari 1% menjadi 0,5% (Setyawan, 2021) sehingga semakin banyak masyarakat yang tertarik membuka usaha-usaha baru. Hal ini dapat menyebabkan terjadinya persaingan yang cukup ketat dalam usaha tersebut. Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019 juga menyatakan bahwa salah satu jenis usaha yang mengalami peningkatan produksi yaitu usaha makanan dengan presentase sebesar 3,74%. Hal tersebut membuktikan bahwa usaha makanan ringan menjadi salah satu usaha di Indonesia yang memiliki banyak pesaing.

Perkembangan UMKM ini juga mendorong timbulnya usaha-usaha lain dengan tujuan yang sama. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Siagian (2012) yang menyatakan bahwa dalam dunia usaha pasti terdapat persaingan dan sifat, bentuk serta intensitas persaingan yang terjadi mempengaruhi cara yang akan ditempuh oleh para pengambil keputusan untuk menentukan strategi dalam menghadapi para pesaing. Oleh karena itu dengan adanya persaingan antar usaha maka idealnya perusahaan akan menetapkan berbagai strategi untuk mempertahankan kualitas produknya dan harga jualnya agar mampu bersaing dengan usaha-usaha lain yang sejenis.

Dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yaitu perubahan-perubahan yang terjadi terhadap persaingan pada perusahaan dalam memperebutkan pelanggan pada periode-periode tertentu. Setiap perusahaan perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan

supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi di pasar. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk yang berupa pemotongan harga, iklan/promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar (Mujahidin, 2014).

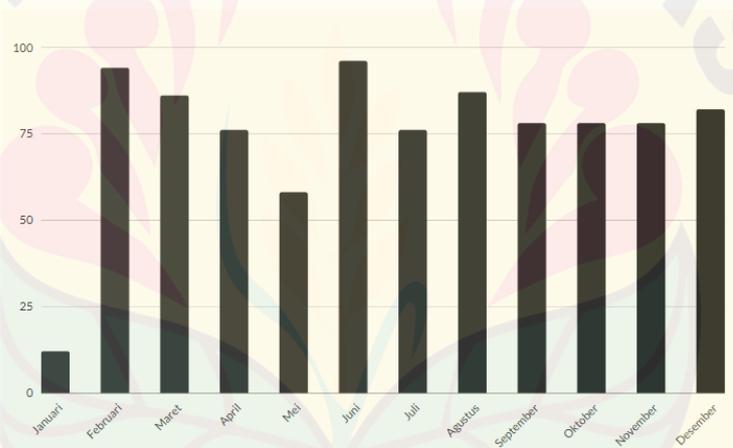
Perusahaan harus dapat menentukan harga jual secara tepat agar dapat bertahan di tengah ramainya persaingan. Harga jual produk yang tepat akan membuat produk dari perusahaan tersebut akan terus diminati oleh masyarakat. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Fandy (2015) bahwa tujuan menetapkan harga salah satunya yaitu untuk membentuk atau mempertahankan citra perusahaan. Namun untuk menentukan harga jual sendiri juga memerlukan beberapa pertimbangan, seperti harga bahan baku, harga ongkos angkut dan daya beli masyarakat. Jika suatu perusahaan dalam menentukan harga jual tidak disertai pertimbangan tersebut, maka perusahaan tersebut akan kalah bersaing dengan perusahaan lain. Selain itu, perusahaan juga harus mempertahankan kualitas produk mereka dengan harga jual yang bersaing juga di pasaran.

Permasalahan penetapan harga jual produk pada perusahaan seringkali membuat sulit manajemen ataupun pemilik dalam membuat suatu keputusan. Terutama jika permasalahan tersebut terjadi pada perusahaan yang persaingannya sangat ketat. Perusahaan perlu melakukan evaluasi dan revisi secara berulang agar harga jual yang ditentukan dapat sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Idealnya perusahaan dalam menentukan harga jual akan mempertimbangkan beberapa faktor antara lain tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, memperhatikan aspek struktur biaya (tetap dan variable) serta beberapa jenis biaya lainnya, sifat pasar dan permintaan, persaingan dan lain sebagainya (Chandra, 2013). Harga jual pada perusahaan sangat berpengaruh terhadap penjualan sehingga perusahaan harus menetapkan harga jual dengan tepat. Harga jual yang tidak tepat akan menyebabkan pembeli tidak tertarik untuk membeli produk perusahaan (Kriswanto, 2019). Oleh karena itu diperlukan sebuah cara atau metode yang dapat digunakan pemilik usaha untuk menentukan penetapan harga jual produk yang tepat yang dapat mempertahankan keberlangsungan perusahaan ditengah persaingan yang semakin ketat.

Penetapan harga jual dapat ditentukan dengan beberapa metode yaitu metode penetapan harga jual berdasarkan biaya yang terdiri dari *Cost-Plus Pricing method*, *mark up pricing method*, dan penetapan harga BEP (*Break Even Point*), yang kedua metode penetapan harga jual berdasarkan harga pesaing, yang ketiga metode penetapan harga jual berdasarkan permintaan (Mulyadi, 2015). Pada umumnya industri manufaktur yang penjualan barangnya dijual secara langsung pada konsumen akhir biasanya menggunakan metode penetapan harga jual *cost-plus pricing*. Hal tersebut dikarenakan metode *cost-plus pricing* dapat digunakan oleh perusahaan yang membutuhkan kepastian mengenai biaya. Metode *cost-plus pricing* juga dapat digunakan secara praktis karena dalam penerapannya hanya perlu menambahkan taksiran biaya penuh masa yang akan datang dengan laba yang diinginkan. Metode *cost-plus pricing* memiliki dua komponen utama yang harus diperhatikan untuk menentukan harga jual yang tepat diantaranya yaitu biaya produksi setiap unit dan *mark up* atau keuntungan yang diinginkan.

Perusahaan dalam menghitung harga jual dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* idealnya harus mempertimbangkan kondisi permintaan dan harga produk pesaing karena kedua hal tersebut menentukan presentase *mark up* atau keuntungan yang diinginkan. Selain itu dalam menentukan presentase *mark up* perusahaan harus mengklasifikasikan biaya menjadi dua bagian yaitu biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk dan biaya yang langsung dipengaruhi oleh volume produk (Mulyadi, 2015). Namun dalam penerapannya perusahaan seringkali mengalami permasalahan dalam menentukan presentase *mark up* karena perusahaan hanya menjumlah seluruh komponen biaya tanpa diklasifikasikan. Hal tersebut dapat menyebabkan harga menjadi terlalu tinggi ataupun terlalu rendah. Hal tersebut juga terjadi pada CV Macarindo Berkah Group yakni salah satu usaha lokal asli Kabupaten Jember yang bergerak di bidang makanan ringan. Berdasarkan hasil observasi CV Macarindo Berkah Group mempunyai tingkat persaingan yang cukup ketat dikarenakan terdapat banyak produk pesaing yang memiliki produk sejenis dengan harga yang relatif sama seperti Macaroni Ngehe, Macaroni Pedaz, Mie Lidi, dan lain-lain.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa banyaknya persaingan usaha sejenis, menyebabkan CV Macarindo Berkah Group menetapkan harga jual dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya. Penetapan harga jual merupakan salah satu hal yang dapat menunjang keberlangsungan usaha. Perhitungan dan pembebanan biaya-biaya pada suatu produk haruslah tepat, karena hal tersebut dapat berpengaruh terhadap harga jual suatu produk. Penetapan harga jual yang salah akan mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian karena harga jual yang ditetapkan tidak dapat menutup seluruh biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Menurut pemilik berdasarkan hasil observasi penetapan harga jual dilakukan untuk mempertahankan jumlah penjualan produk pada CV Macarindo Berkah Group. Adapun jumlah penjualan pada CV Macarindo Berkah Group dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.1 Data Persentase Penjualan CV. Macarindo Berkah Group Tahun 2021

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa persentase penjualan pada CV Macarindo Berkah Group mengalami perkembangan yang fluktuatif. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya penetapan harga jual agar dapat menstabilkan penjualan produk pada CV Macarindo Berkah Group. Penetapan harga jual yang tepat adalah penetapan harga jual yang didasari dengan harga pokok produksi yang ditambahkan dengan *mark up*, sehingga perhitungan harga pokok produksi yang akurat saja belum cukup untuk penetapan harga jual produk

maka perlu adanya perhitungan *mark up* yang didasarkan pada biaya non produksi dan laba yang diinginkan oleh perusahaan yang dinyatakan dalam presentase (Samryn, 2012). Penetapan harga jual dapat ditentukan dengan beberapa metode yaitu metode penetapan harga jual berdasarkan biaya yang terdiri dari *cost-plus pricing method*, *mark up pricing method*, dan penetapan harga BEP (*Break Even Point*), yang kedua metode penetapan harga jual berdasarkan harga pesaing, yang ketiga metode penetapan harga jual berdasarkan permintaan. Metode yang digunakan dalam Penetapan harga jual produk adalah sistem penetapan biaya berdasarkan metode penetapan harga jual normal (*normal pricing*) atau biasa disebut dengan istilah *cost-plus pricing*. *Cost-plus pricing* merupakan metode Penetapan harga jual dalam bentuk paling sederhana berdasarkan biaya (Swastha, 2014:154). Metode *cost-plus pricing* dihitung dengan cara nilai biaya total ditambahkan dengan nilai margin.

Menurut Helmi selaku pemilik CV Macarindo Berkah Group dalam menetapkan harga jual pemilik berorientasi pada laba tanpa melakukan perhitungan harga jual secara tepat dan masih mengandalkan pikiran menurut pemilik usaha yaitu dengan cara menambahkan seluruh biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya listrik lalu ditambahkan dengan laba yang diinginkan. Namun setelah observasi yang dilakukan oleh peneliti, CV Macarindo belakangan ini menutup beberapa outletnya di wilayah Jember. Hal ini mengindikasikan bahwa persaingan usaha semakin ramai dan membuat CV Macarindo Berkah Group menekan biaya perusahaan dengan menutup beberapa outletnya. Hal tersebut dapat terjadi karena beberapa pesaing yang sejenis memiliki harga produk yang lebih murah dan kuantitasnya sama dengan produk dari CV Macarindo Berkah Group.

Perhitungan harga jual produk dengan tepat agar tetap bisa bersaing di pasaran. Untuk mengetahui harga jual yang tepat maka diperlukan informasi mengenai harga pokok produk yang tepat juga. Setiap perusahaan memerlukan perhitungan akuntansi khususnya informasi harga produk untuk membantu manajemen perusahaan dalam menentukan harga jual produk yang tepat.

Kebijakan dalam penetapan harga jual dapat menunjang keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Observasi awal yang dilakukan juga diketahui informasi bahwa metode penetapan harga jual yang digunakan oleh CV Macarindo Berkah Group adalah metode *cost-plus pricing*. Berdasarkan penjelasan dari Bapak Helmi selaku pemilik CV Macarindo Berkah Group yaitu untuk menentukan harga jual yaitu dengan menambahkan seluruh harga pokok produksi seperti kemasan, tenaga kerja, promosi, bahan baku, peralatan, sewa tempat dengan laba yang diinginkan. Jadi, metode yang digunakan oleh CV Macarindo Berkah Group sesuai dengan metode penetapan harga jual *cost-plus pricing* yaitu menambahkan seluruh biaya penuh dengan laba yang diinginkan. Namun CV Macarindo Berkah Group tidak mengklasifikasikan biaya yang dikeluarkan.

Penelitian yang dilakukan Christanti & Harijanto (2014) dengan judul “Evaluasi Penetapan Harga Jual Produk dengan menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing* pada UD. Sinar Bakti”. Hasil dari penelitian ini mendapatkan hasil bahwa UD. Sinar Bakti masih menggunakan metode harga jual yang ditetapkan oleh produsen atau dengan menggunakan harga jual relatif. Perusahaan tidak menetapkan komponen-komponen biaya produksi sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi daripada harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode *cost-plus pricing*. Hal ini dapat diartikan dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* menyebabkan harga jual produk lebih rendah.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Nita Wulandari (2021), dengan judul “Evaluasi Harga Jual dengan Metode *Cost-Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing* Pada UMKM Saputra Snack di Kota Bontang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil evaluasi harga jual produk dengan menggunakan metode *cost-plus pricing* pendekatan *full costing* di UMKM Saputra Snack masih bisa bersaing dengan produk sejenis, karena harga jualnya produk sejenis di pasaran masih tinggi. Oleh karena itu, hasil dari evaluasi harga jual produk UMKM Saputra Snack masih wajar dan harga jual produk dapat ditingkatkan sehingga dapat meningkatkan keuntungan seperti yang diharapkan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Evaluasi Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Pada CV. Macarindo Berkah Group Di Kabupaten Jember**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana kesesuaian penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* yang diterapkan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dengan standar yang berlaku?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis kesesuaian penetapan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing* yang diterapkan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dengan standar yang berlaku.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak sebagai berikut:

a. Bagi akademisi

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya dan dapat memberikan kontribusi positif yang berkaitan dalam bidang akuntansi manajemen.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dan pengembangan penelitian lebih lanjut, serta dijadikan bahan kepustakaan yang akan memberikan pemikiran dan masukan yang positif.

c. Bagi peneliti

Diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan baru mengenai penetapan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing* pada suatu unit industri serta salah satu sarana untuk menerapkan metode penetapan harga

jual yang sudah diperoleh dengan praktik sesungguhnya.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Peneliti membahas tentang tinjauan pustaka yang dijadikan sebagai dasar teori dalam penelitian pada bab 2 ini. Adapun kajian teori dalam penelitian ini, meliputi:

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian kali ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nita Wulandari (2021)	Evaluasi Harga Jual dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Full Costing</i> pada UMKM Saputra Snack Kota Bontang	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil evaluasi perhitungan metode <i>cost plus pricing</i> pendekatan <i>full costing</i> lebih besar daripada perhitungan yang dilakukan UMKM Saputra Snack. Dengan perhitungan metode <i>cost-plus pricing</i> pendekatan <i>full costing</i> pada UMKM Saputra menunjukkan harga jual masih berada diantara harga pesaing, karena harga jual produk yang sejenis di pasaran masih tinggi. Dengan demikian UMKM Saputra Snack dapat menggunakan perhitungan harga jual metode <i>cost plus pricing</i> pendekatan <i>full costing</i> sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menetapkan harga jual pada produk keripik bawis jika ingin mendapatkan keuntungan yang diharapkan, karena dengan harga jual yang digunakan pemilik UMKM saat ini tidak dapat mencapai laba yang diharapkan sehingga dengan <i>cost plus pricing</i>

No.	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			pendekatan <i>full costing</i> dapat dijadikan pertimbangan pemilik UMKM Saputra Snack untuk memperhitungkan kembali dalam menetapkan harga jual produk dengan memperhatikan harga pesaing.
2.	Sigit Wisnu S.B dan Lailatul Fitriah (2020)	Penetapan Harga Jual Dengan Metode <i>cost Plus pricing</i> menggunakan Pendekatan <i>full Costing</i> pada Ud. Dzaky Alam Food tahun 2019	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari perhitungan harga jual dengan metode <i>cost plus pricing</i> menggunakan metode <i>full costing</i> menghasilkan harga jual yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan, sehingga dengan harga jual yang rendah maka akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk dan mampu bersaing di pasar dengan demikian laba yang diharapkan juga akan tercapai.
3.	Jennifer T. Moniung, Jontje J Tinangon, dan Meily Y B Kalalo (2020)	Penentuan Harga Pokok Produk dan Penerapan <i>Cost Plus Pricing Method</i> dalam Penentuan Harga Jual pada Rumah Makan Ikan Bakar Dabu-Dabu Lemong	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan hasil analisa diantara dua pendekatan dalam metode <i>cost plus pricing</i> . Harga jual yang terbentuk oleh <i>variable costing</i> lebih tinggi dibandingkan dengan pendekatan <i>full costing</i> . Tetapi jika dilihat dari harga pokok produksi, pendekatan <i>variable costing</i> menghasilkan nilai lebih rendah disbanding dengan pendekatan <i>full costing</i> . Berdasarkan hasil penelitian juga dapat diketahui bahwa harga jual yang ditetapkan oleh pemilik mempunyai perbedaan jika dihitung dengan menggunakan metode <i>Cost Plus Pricing</i> . Secara garis besar harga yang ditetapkan oleh pemilik bukanlah harga yang menguntungkan jika dibandingkan dengan harga jual yang dihitung menggunakan

No.	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Arfahtuddin (2020)	Evaluasi Penetapan Harga Jual Produk dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> (Studi pada <i>Coffeshop</i> Kota Malang)	metode <i>Cost Plus Pricing</i> . Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemilik <i>coffeshop</i> masih menggunakan metode harga jual yang ditetapkan oleh produsen atau mengikuti harga pasaran. Setelah dilakukan perhitungan dengan metode <i>cost plus pricing</i> menunjukkan perbandingan harga jual yang direkomendasikan. Yakni pada produk kopi susu tubruk yang menjadi Rp.12.000 dan pada produk <i>Coffe Latte</i> menjadi Rp. 19.000

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian terdahulu. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dalam penelitian ini dilakukan perbandingan menggunakan tabel penilaian kesesuaian harga jual metode *cost-plus pricing* yang sesuai standar sehingga dapat diketahui tingkat kesesuaian teori dengan keadaan di lapang. Sedangkan, persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama mengevaluasi metode penetapan harga yang terdapat pada perusahaan dengan menggunakan metode *cost-plus pricing*.

Penelitian yang dilakukan pada penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan serta referensi dalam melaksanakan penelitian ini. Dengan mengutip beberapa teori dan beberapa tahapan serta melihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu mengenai metode Penetapan harga menggunakan metode *cost-plus pricing*.

2.2 Teori Tentang Harga Jual

2.2.1 Pengertian Harga Jual

Harga selalu menjadi penentu atau kesepakatan terjadinya keputusan pembelian atau tidak dalam sebuah proses jual beli yang dilakukan. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk maupun jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena mempunyai

atau memakai produk ataupun jasa tersebut (Philip Kotler, 2012). Sedangkan, Alma (2013), menjelaskan bahwa harga adalah nilai dari suatu barang yang dapat dinyatakan dengan uang. Berdasarkan definisi tersebut maka harga dapat diartikan sebagai alat tukar atau sejumlah uang untuk mendapatkan produk ataupun jasa.

Harga jual dapat diperoleh dari penjumlahan produksi total ditambah dengan *mark up* yang digunakan untuk menutup biaya overhead pabrik. Mulyadi (2015) menyatakan bahwa harga jual harus mampu menutup biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Sedangkan Lestari, dkk (2017) mendefinisikan harga jual sebagai nilai maupun angka yang telah menutupi biaya produksi secara keseluruhan dengan ditambahkan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga jual merupakan nilai yang telah menutupi biaya produksi kemudian ditambahkan dengan *mark up* untuk memperoleh laba yang diinginkan.

2.2.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Perusahaan perlu menetapkan harga jual produknya sebelum dijual ke pasar. Harga tentunya memiliki peranan penting dalam tercapainya kesepakatan jual beli antara konsumen dan produsen. Penetapan harga jual tentunya memiliki pengaruh yang begitu penting terhadap keuangan perusahaan. Penetapan harga jual disini harus diperhatikan dengan pertimbangan-pertimbangan yang ada. Pertimbangan-pertimbangan tersebut tentunya digunakan untuk menentukan apakah penetapan harga jual yang digunakan sudah sesuai dengan target pasar. Perusahaan dalam menentukan harga jual harus memiliki tujuan yang akan dicapai agar dapat memberikan arah dalam mengambil keputusan. Tujuan Penetapan harga jual menurut Saladin (2011) terdiri dari:

- a. Mencapai keuntungan yang maksimal

Beberapa perusahaan menetapkan keuntungan sebagai tujuan perusahaan maka dari itu penetapan harga menjadi salah satu alat untuk menjabai tujuan keuntungan yang maksimal.

b. Merebut pangsa pasar

Banyak perusahaan yang ingin memaksimalkan pangsa pasarnya. Penetapan harga bertujuan untuk merebut pangsa pasar dengan harga yang rendah maka perusahaan mampu merebut pangsa pasar namun disisi lain perusahaan juga dapat memperoleh laba yang maksimal. Oleh karena itu, Penetapan harga jual diperlukan untuk tujuan memaksimalkan pangsa pasar.

c. Mendapatkan hasil yang cukup agar uang kas segera kembali

Tak sedikit perusahaan yang baru memulai usahanya dan memiliki tujuan untuk segera mengembalikan modal. Maka penetapan harga jual dalam hal ini memiliki tujuan yaitu mendapatkan hasil yang dirasa sudah cukup supaya uang kas segera kembali.

d. Menetapkan harga untuk sasaran berdasarkan target penjualan dalam periode tertentu

Beberapa perusahaan banyak yang telah memiliki target konsumen, dengan begitu perusahaan dapat melakukan Penetapan harga dengan melihat sasaran yang telah di targetkan oleh perusahaan.

e. Menetapkan harga untuk promosi

Penetapan harga juga bertujuan untuk menentukan harga ketika perusahaan melakukan promosi. Penetapan harga dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan dan berguna untuk mempertahankan eksistensi suatu usaha.

f. Menetapkan harga yang tinggi

Banyak perusahaan yang sekarang memilih untuk menentukan harga dengan laba yang maksimal atau tinggi. Perusahaan memperkirakan permintaan dan biaya yang berkaitan dengan beberapa alternatif harga yang akan menghasilkan laba sekarang maupun memiliki tingkat pengembalian investasi yang maksimal.

2.2.3 Komponen Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual menjadi salah satu hal yang cukup penting dilakukan oleh perusahaan. Tjiptono (2017) menyatakan bahwa agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Terdapat suatu komponen dalam menentukan harga jual yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya yang perlu diperhatikan dalam menentukan harga jual. Kamaruddin (2013) menjelaskan bahwa biaya (*cost*) adalah komponen penting yang harus dipertimbangkan dalam penetapan harga jual produk atau jasa. Harga jual produk atau jasa pada umumnya ditentukan dari jumlah semua biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut dengan *mark-up*. Cara penetapan harga jual tersebut dikenal dengan pendekatan *Cost-Plus*. *Cost Plus* merupakan nilai biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (*mark-up*) yang ditentukan. Dalam konsep perhitungan harga pokok dikenal dua pendekatan yaitu:

- a. Perhitungan harga pokok penuh (*full costing*), dalam pendekatan ini harga pokok produksi terdiri dari biaya-biaya yang berkaitan dengan pembuatan produk baik yang bersifat variable maupun yang bersifat tetap diantaranya yaitu:
 - 1) Bahan baku langsung, yaitu bahan utama pada proses produksi yang menjadi bagian dari produk yang dihasilkan
 - 2) Upah langsung, yaitu upah yang dibayarkan oleh perusahaan kepada pegawai yang terlibat secara langsung dalam proses produksi
 - 3) Biaya overhead pabrik variable, yaitu biaya yang berubah-ubah sesuai dengan perubahan volume produk yang di produksi
 - 4) Biaya overhead pabrik tetap, yaitu biaya yang jumlahnya tidak berubah-ubah setiap kali pembayaran

b. Perhitungan harga pokok variabel (*variable costing*), dalam pendekatan ini yang dimasukkan sebagai komponen harga pokok produk adalah seluruh biaya-biaya yang bersifat variabel. Biaya variabel tersebut adalah:

- 1) Biaya bahan baku langsung
- 2) Biaya tenaga kerja langsung
- 3) Biaya penjualan variabel
- 4) Biaya umum dan administrasi variable

2.3 Penetapan Harga Jual Metode *Cost-Plus Pricing*

Harga jual harus dapat menutup seluruh biaya yang digunakan dalam proses produksi dan mampu menghasilkan laba yang sesuai dengan investasi. Terdapat tiga metode penetapan harga jual menurut Mulyadi (2015) yaitu metode harga jual pesanan khusus, metode harga jual waktu dan bahan dan metode harga jual normal.

Metode harga jual pesanan khusus merupakan metode harga jual yang dilakukan ketika perusahaan mendapatkan pesanan diluar pesanan biasa. Konsumen yang melakukan pesanan khusus biasanya meminta harga dibawah harga jual normal karena pesanan khusus biasanya jumlahnya lebih besar. Utari (2016) menyatakan bahwa pesanan khusus merupakan penjualan yang harganya dijual dibawah harga normal karena perusahaan ingin menggunakan kapasitas yang menganggur atau ingin menjual kelebihan barang jadi. Sehingga, metode harga jual pesanan khusus dapat digunakan hanya ketika terdapat pesanan khusus.

Metode harga jual waktu dan bahan pada dasarnya sama dengan *cost plus pricing* yaitu ditentukan dengan cara menambahkan biaya penuh dengan laba yang diharapkan. Namun, harga jual waktu dan bahan biasanya digunakan oleh perusahaan bengkel mobil, motor, dok kapal dan lainnya yang menjual jasa reparasi bahan dan suku cadang (Swastha, 2010). Hal tersebut dikarenakan volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani pelanggan. Sedangkan, volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai

pelengkap penyerahan dihitung berdasarkan jumlah bahan dan suku cadang yang diberikan kepada pelanggan. Selain itu, metode penetapan harga jual waktu dan bahan biasanya juga digunakan pada usaha salon karena volume jasa dapat dihitung berdasarkan waktu *treatment* dan penggunaan bahan seperti shampoo, vitamin rambut, cat rambut dan lain sebagainya.

Metode penetapan harga jual normal biasanya disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual normal ditentukan dengan cara menambahkan biaya masa yang akan datang dengan presentase *markup* yang akan dihitung menggunakan formula tertentu. *Cost-plus pricing* merupakan Penetapan harga jual yang dilakukan dengan cara menambahkan laba yang diinginkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi serta memasarkan suatu produk. Metode penetapan harga jual menggunakan *cost-plus pricing* menurut Mulyadi (2001) dapat dihitung menggunakan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Perhitungan taksiran biaya penuh untuk mengetahui harga jual dalam menggunakan metode *cost-plus pricing*. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing* (Mulyadi, 2015). Metode *full costing* pada penelitian ini memperhitungkan seluruh unsur biaya produksi ke dalam kos produksi. Contohnya, usaha makanan ringan yang memproduksi macaroni dan dalam 1 hari dapat memproduksi 1.500 bungkus macaroni. Adapun dalam proses produksinya usaha tersebut membelanjakan bahan baku berupa macaroni mentah 150kg seharga Rp30.000,00 per kilogram, minyak goreng 30 liter seharga Rp21.000,00 per liter, 50 bungkus bumbu rasa rasa seharga Rp6.000,00 per bungkusnya, gas elpiji 3 tabung seharga Rp163.000,00 per tabungunya. Perusahaan dalam memproduksi macaroni membutuhkan 2 tenaga kerja yang diberi upah sebesar Rp2.500.000,00 per orangnya. Perusahaan juga membutuhkan 2 tenaga kerja untuk memasarkan produknya yang diberi upah sebesar Rp1.000.000,00 per

orangnya , biaya administrasi dan umum perusahaan Rp1.000.000,00, dan biaya pemasaran sejumlah Rp500.000,00. Sehingga dapat di simulasikan perhitungan menggunakan pendekatan *full costing* yang dijadikan dasar penetapan harga jual berikut ini:

Tabel 2.2 Unsur Biaya penuh dengan Pendekatan Full Costing (dalam Rupiah)

Biaya Bahan Baku	5.934.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	5.000.000,00
Biaya Overhead Pabrik	2.000.000,00
Taksiran Total Biaya Produksi	<u>12.934.000,00</u>
Biaya Administrasi dan Umum	1.000.000,00
Biaya Pemasaran	500.000,00
Total Biaya Komersial	<u>1.500.000,00 +</u>
Taksiran Biaya Penuh	<u>14.434.000,00</u>

Selain taksiran biaya dalam menentukan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* juga diperlukan perhitungan laba yang diharapkan. Dalam keadaan normal harga jual harus dapat menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang diharapkan. Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan investasi yang ditanamkan dengan mempertimbangkan beberapa pertimbangan tertentu (Mulyadi, 2015) yaitu:

- Cost of capital* yaitu biaya yang dikeluarkan untuk investasi yang dilakukan oleh perusahaan
- Resiko bisnis dimana semakin besar resiko bisnis yang dihadapi oleh perusahaan maka semakin besar presentase yang ditambahkan pada *cost of capital* didalam memperhitungkan laba yang diinginkan.
- Capital employed* yaitu jumlah investasi yang ditanamkan untuk memproduksi dan memasarkan produk ataupun jasa. Semakin besar investasi yang ditanamkan dalam memproduksi dan memasarkan produk atau jasa maka, semakin besar pula laba yang diinginkan dalam perhitungan harga jual.

Berdasarkan pertimbangan diatas maka dapat disimpulkan bahwa dalam menentukan laba yang diharapkan maka perlu menghitung laba atas investasi atau tingkat pengembalian yang diinginkan (ROI) atas investasi yang dilakukan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengalikan investasi yang dilakukan dengan presentase ROI yang ditentukan oleh perusahaan. Sehingga, perhitungan ROI per unit dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$ROI \text{ per unit} = \frac{\text{Investasi} \times \%ROI}{\text{Total unit yang diproduksi}}$$

2.3.1 Tahapan Penetapan Harga Jual Metode *Cost-Plus Pricing*

Perusahaan dalam menetapkan harga jual suatu produk harus memperhatikan berbagai hal sehingga pasti terdapat proses ataupun tahapan dalam melakukan penetapan harga jual. Garrison (2013) menjelaskan bahwa metode *cost-plus pricing* merupakan metode atau cara menentukan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi per unit dan menentukan laba yang diinginkan oleh perusahaan lalu kemudian perusahaan bisa menentukan harga jual produknya. Selanjutnya dalam menentukan harga jual yang tepat dibutuhkan metode penetapan harga pokok produksi yang tepat pula (Harjanti, 2021). Penetapan harga pokok produk atau harga pokok produksi harus diperhitungkan secara tepat dan akurat. Hal ini dikarenakan Penetapan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting untuk menentukan harga pokok persediaan serta menentukan harga jual. Selain itu manfaat dari menentukan harga pokok produksi selanjutnya adalah sebagai dasar dalam menyusun Laporan Harga Pokok Produksi, menyusun laporan keuangan berupa Laporan Neraca dan laporan Laba Rugi. Berdasarkan dari penjelasan diatas maka tahapan dalam menentukan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* terdiri dari :

a. Menentukan Metode Harga Pokok Produksi yang Akan Digunakan

Menurut Lendombela, dkk (2021) ada dua metode dalam menentukan harga pokok produksi yaitu metode *Full Costing* yaitu metode

penentuan biaya produksi yang memperhitungkan seluruh unsur biaya produksi ke dalam biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Selanjutnya yang kedua yaitu metode *Variable Costing* yang merupakan metode penentuan biaya produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam biaya produksi, diantaranya seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

b. Menentukan Laba yang Diinginkan

Sebelum menentukan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* perusahaan perlu menetapkan berapa persen laba yang diinginkan oleh perusahaan. Menurut Ardhianto (2019) laba merupakan kelebihan total pendapatan dibandingkan total bebannya. Sujarweni (2017) juga menyatakan bahwa laba merupakan angka terakhir dari perhitungan laba rugi yang didapatkan dari laba operasi ditambah pendapatan lain-lain dikurangi dengan beban lain-lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa laba merupakan pendapatan yang telah dikurangi dengan beban lain yang diambil dari tingkat pengembalian yang diinginkan (ROI) atas investasi yang dilakukan atau presentase *mark-up*.

c. Menentukan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing*

Setelah seluruh biaya total dan laba yang diinginkan telah ditentukan maka perusahaan dapat menentukan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* sesuai dengan rumus yang ada.

2.3.2 Penggolongan Biaya pada Penetapan Harga Jual Metode *Cost-Plus Pricing*

Penggolongan merupakan proses pengelompokkan secara sistematis atas beberapa elemen atau bagian yang terdapat pada golongan-golongan tertentu. Penggolongan bertujuan untuk memberikan informasi secara ringkas. Sehingga, penggolongan pada biaya yang ada pada penetapan harga jual metode *cost-plus pricing* digunakan untuk menyajikan informasi mengenai biaya secara ringkas dan jelas.

Setiap perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya tentu akan mengeluarkan sejumlah biaya untuk berbagai kebutuhan, biaya sendiri dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis. Penggolongan biaya menurut Anwar & Ashari (2010) dapat dilakukan dengan enam cara yaitu berdasarkan fungsi pokok, penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi, penggolongan biaya sesuai dengan tendesi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau volume, penggolongan biaya sesuai dengan objek atau pusat biaya yang dibiayai, penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya, dan penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan perusahaan. Namun pada penelitian ini hanya digunakan tiga cara penggolongan biaya, yaitu:

a. Penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan

Dalam perusahaan, penggolongan biaya menurut fungsi pokok disebut dengan penggolongan dasar yang digolongkan menjadi:

1) Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang berhubungan dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk siap jual. Biaya produksi dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

- a) Biaya bahan baku
- b) Biaya Tenaga Kerja
- c) Biaya Overhead Pabrik

2) Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang berhubungan dengan usaha dalam memperoleh pesanan dan memenuhi pesanan. Contohnya seperti biaya promosi, gaji karyawan bagian penjualan, komisi penjualan, biaya angkut barang.

3) Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum merupakan seluruh biaya yang hubungannya dengan pengaturan, pengawasan, dan tata usaha perusahaan. Contohnya seperti gaji direksi, gaji karyawan pada bagian administrasi kantor, gaji karyawan bagian keuangan, biaya perlengkapan kantor, penyusutan peralatan kantor, biaya rekening listrik maupun telepon.

b. Penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai

Biaya berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai diklasifikasikan menjadi 2 golongan yaitu:

1) Biaya produksi langsung

Biaya produksi secara langsung dapat dihitung sebagai harga pokok produk atau langsung dibebankan pada produk. Biaya produksi langsung terdiri atas:

- a) Biaya bahan langsung
- b) Biaya tenaga kerja langsung.

2) Biaya produksi tidak langsung

Biaya produksi tidak langsung dapat disebut juga dengan Biaya Overhead Pabrik (BOP), yaitu biaya yang dibutuhkan dalam pembuatan produk, selain biaya bahan langsung dan biaya tenaga kerja langsung. Kelompok biaya produksi tidak langsung yaitu:

- a) Bahan penolong
- b) Tenaga kerja tidak langsung
- c) biaya produksi tidak langsung

c. Penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas

Kelompok biaya berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas adalah sebagai berikut:

1) Biaya tetap atau konstan

Biaya tetap merupakan biaya yang sampai tingkat aktivitas tertentu berjumlah tetap, tidak berpengaruh terhadap perubahan tingkat aktivitas. Misalnya biaya penyusutan aktiva tetap, PBB, biaya sewa, dll.

2) Biaya variabel

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya sebanding dengan perubahan tingkat aktivitas. Biaya variabel terdiri atas: biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan bakar tenaga listrik dan uang lembur.

3) Biaya semi variabel

Biaya semi variabel merupakan biaya yang mempunyai unsur tetap maupun variabel karena biaya semi variabel sering disebut dengan biaya campuran (*mixed cost*). Contohnya yaitu kalkulasi, biaya pemeliharaan dan perbaikan mesin, biaya pemanasan dan penerangan.

Penelitian ini hanya menggunakan tiga penggolongan biaya tersebut karena dalam menentukan harga jual menggunakan *cost-plus pricing* tidak melihat penggolongan dengan periode akuntansi, pengendalian serta tujuan pengambilan keputusan.

2.3.3 Perhitungan Harga Jual Per Unit Metode *Cost-Plus Pricing*

Formulasi perhitungan harga jual berdasarkan biaya secara umum dapat dinyatakan kedalam persamaan berikut:

$$\text{Harga Jual per Unit} = \frac{\text{Biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit)}}{\text{dengannya}} + \text{Persentase Mark up}$$

(Mulyadi 2001)

Sementara presentase *mark up* dihitung menggunakan rumus:

$$\% \text{ Mark Up} = \frac{\text{Laba yang di harapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung dengan volume}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung dengan volume}}$$

(Mulyadi 2001)

2.3.4 Perhitungan Biaya dalam Penetapan Harga Jual *Cost-Plus Pricing*

Biaya sebagai dasar Penetapan harga jual maka baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing* biaya penuh pada masa yang akan datang dibagi menjadi dua yaitu biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk. Pada saat menentukan harga jual taksiran biaya penuh yang secara langsung

berhubungan oleh volume produk dipakai sebagai dasar penetapan harga jual, sementara taksiran biaya penuh yang tidak berhubungan dengan volume produk akan ditambahkan ke dalam laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan *mark up* (Mulyadi 2015).

Berikut merupakan ilustrasi penerapan metode penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*:

CV Suka Singkong merupakan usaha makanan ringan berupa keripik singkong. Dalam mempertimbangkan Penetapan harga jual produk singkongnya untuk tahun anggaran yang akan datang. Perusahaan menggunakan metode harga jual *cost-plus pricing* dengan pendekatan *full costing*. Perusahaan berencana akan memproduksi 2.500 unit dengan mengharapkan ROI 25% dan investasi yang dibutuhkan sebesar Rp25.000.000,00 dengan taksiran biaya penuh untuk tahun anggaran yang akan datang sebagai berikut:

Tabel 2.3 Perhitungan Jumlah Biaya dengan Pendekatan *Full Costing*

(dalam Rupiah)

Biaya Bahan Baku	20.000.000,00	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	2.000.000,00	
Biaya Overhead Pabrik	1.500.000,00+	
Biaya Produksi		23.500.000,00
Biaya Administrasi dan Umum	1.500.000,00	
Biaya Pemasaran	1.000.000,00 +	
Biaya Komersil		2.500.000,00 +
Biaya Penuh		26.000.000,00

Perusahaan dalam menghitung target harga jual harus menghitung biaya per unit, ROI per unit dan presentase *mark-up*. Biaya per unit produk didapat dari total biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku langsung Rp20.000.000,00; biaya tenaga kerja langsung Rp2.000.000,00; dan biaya *overhead* pabrik Rp1.500.000,00 dibagi dengan unit yang diproduksi yaitu 2.500 unit sehingga total biaya per unit keripik singkong yaitu Rp9.400,00 Berikut perhitungan harga jual keripik singkong menggunakan metode *cost-plus pricing*:

a. ROI per unit

$$\begin{aligned}
 ROI \text{ per unit} &= \frac{25.000.000 \times 25\%}{2.500} \\
 &= \frac{6.250.000}{2.500} \\
 &= 2.500
 \end{aligned}$$

b. Target Harga Jual

Tabel 2.4 Perhitungan Harga Jual Kripik Singkong dengan Metode *Cost Plus-Pricing* (dalam Rupiah)

Perhitungan Mark Up:	
Biaya Administrasi dan Umum	1.500.000,00
Biaya Pemasaran	1.000.000,00
Laba yang diharapkan (25%) x Rp25.000.000,00	6.250.000,00+
Jumlah	8.750.000,00
Biaya Produksi	23.500.000,00 :
	0,3723
Presentase Mark Up : 0,3723 x 100	37,23%
Perhitungan Harga Jual :	
Biaya Produksi	23.500.000,00
Presentase Mark up (37,23% x Rp 23.500.000,00)	8.749.050,00
Jumlah Harga Jual	32.249.050,00
Jumlah Produksi Bulan Januari	2.500:
Harga Jual per kg	12.899,62

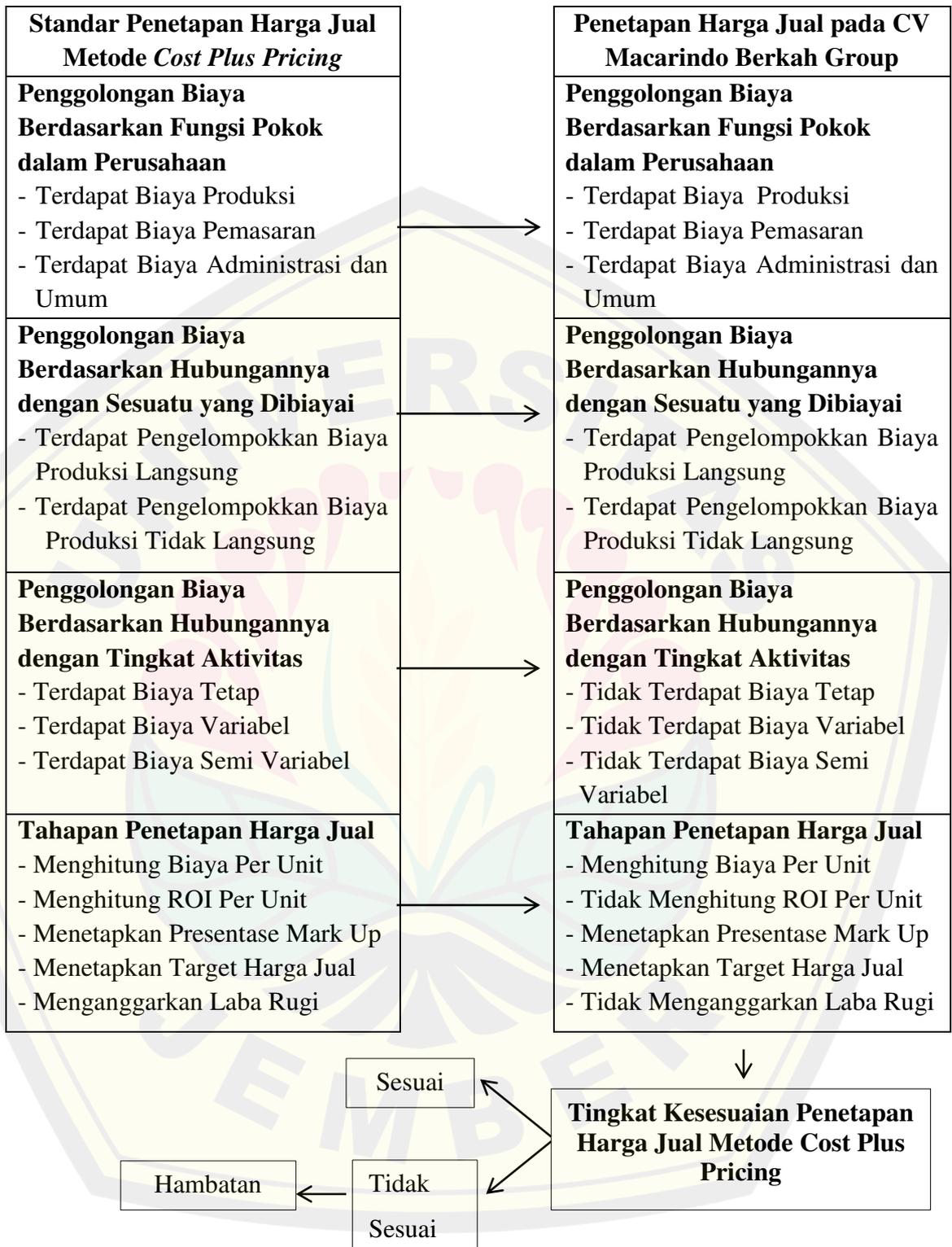
c. Laba rugi yang dianggarkan

Dengan mengetahui harga jual per unit maka dapat dihitung laba operasi yang diperoleh atas 2.500 unit keripik singkong yang diproduksi.

Penjualan (Rp12.899,62 x 2.500)	Rp32.249.050,00
Harga pokok penjualan (Rp9.400,00 x 2.500)	Rp23.500.000,00
Laba kotor	Rp8.749.050,00
Total Biaya administrasi dan penjualan	Rp2.500.000,00
Laba bersih	Rp6.249.050,00

Berdasarkan langkah perhitungan menentukan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* maka, diperoleh bahwa biaya produk per unit sebesar Rp9.400,00 *mark up* yang diinginkan perusahaan sebesar 37,23% dengan memperhitungkan biaya administrasi dan penjualan sehingga target harga jual untuk tiap unit produk sebesar Rp12.899,62 di mana jika perusahaan memproduksi sebanyak 2.500 unit, laba bersih yang dihasilkan sebesar Rp6.249.050,00.

2.4 Kerangka Berpikir Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab 3 ini mengulas mengenai metode yang digunakan pada penelitian ini. Metode penelitian yang dijelaskan, meliputi:

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian evaluatif yang bertujuan menganalisis tingkat kesesuaian penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember serta menjelaskan hambatan dalam menerapkan Penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* sesuai dengan standar. Objek penelitian yang digunakan yaitu metode penetapan harga jual menggunakan *cost-plus pricing* CV Macarindo Berkah Group Jember. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data utama dan data pendukung. Metode Penetapan lokasi dipilih menggunakan cara *purposive area*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua cara, yakni observasi dan wawancara. Metode analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan komponen atau indikator yang digunakan dalam menentukan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember dan Penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* yang sesuai standar yaitu mengkaji dokumen dengan cara melakukan pencatatan, pengumpulan bahan-bahan tertulis yang mempunyai keterkaitan dengan permasalahan yang tengah penulis amati.

3.2 Metode Penetapan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan. Penetapan lokasi penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive area*. Menurut Herdiansyah (2013) metode penetapan lokasi secara *purposive area* adalah Penetapan lokasi penelitian yang ditentukan secara sengaja sesuai dengan tujuan penelitian dan didasrakan atas pertimbangan-pertimbangan tertentu. Penelitian ini dilakukan di CV Macarindo Berkah Group yang terletak di Jalan Sriwijaya Gg.

XX no. 11, Karangrejo, Sumbersari, Kabupaten Jember. Peneliti memilih CV Macarindo Berkah Group dikarenakan beberapa pertimbangan, antara lain karena perusahaan tersebut yang baru saja berdiri dan sudah cukup populer di wilayah Jember selain itu perusahaan juga telah menerapkan metode Penetapan harga jual *cost-plus pricing* serta bersedia memberikan data-data yang diperlukan untuk penelitian.

3.3 Definisi Operasional Konsep

3.3.1 Harga Jual

Harga jual dalam penelitian ini adalah biaya-biaya yang digunakan CV Macarindo Berkah Group seperti biaya produksi, biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum yang perusahaan hitung menggunakan metode Penetapan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* yaitu dengan menambahkan seluruh biaya produksi dengan laba yang diinginkan.

3.3.2 Penetapan Harga Jual dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

Penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses Penetapan harga jual sesuai standar untuk menentukan harga jual pada CV. Macarindo Berkah Group. Komponen-komponen yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu seluruh biaya total yang terdiri dari biaya langsung, biaya *overhead*, biaya tenaga kerja, dan biaya lain-lain serta presentase *markup*.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data diperlukan untuk melengkapi isi dari penelitian.

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Data primer bersumber dari pemilik dan bagian keuangan berupa informasi data-data presentase penjualan dalam setahun, laporan biaya produksi, dan cara perusahaan menentukan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing*.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung seperti dari sumber yang berkaitan. Data pendukung meliputi informasi mengenai profil CV Macarindo Berkah Group Jember, struktur organisasi serta berbagai informasi yang diperoleh dari wawancara dengan pemilik dan bagian administrasi keuangan CV Macarindo Berkah Group Jember.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan metode dokumen serta didukung dengan metode wawancara yang dilakukan secara langsung di lapangan dan secara tidak langsung melalui kontak online dengan pemilik.

3.5.1 Metode Dokumen

Peneliti telah memperoleh data maupun informasi dari CV Macarindo Berkah Group Jember yang berkaitan dengan tujuan penelitian menggunakan metode dokumen yang merupakan metode utama pada penelitian ini. Dokumen yang diperoleh dalam penelitian ini yakni laporan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing*, laporan biaya-biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya administrasi dan lain sebagainya serta dokumen profil dan struktur organisasi CV Macarindo Berkah Group Jember.

3.5.2 Metode Wawancara

Metode wawancara dijadikan sebagai metode pendukung yang dilakukan oleh peneliti dan diperoleh secara bertahap seta diajukan kepada subjek penelitian yaitu pemilik serta bagian administrasi CV Macarindo Berkah Group Jember dalam bentuk pertanyaan yang berkaitan dengan informasi yang akurat. Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilaksanakan secara tatap muka langsung maupun secara online melalui chat WhatsApp dengan pemilik CV Macarindo Berkah Group Jember dan kepada bagian administrasi keuangan. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab dengan informan menggunakan pedoman wawancara yang sebelumnya telah disusun oleh peneliti, yakni berkaitan

dengan metode Penetapan harga jual *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember. Data yang diperoleh dalam metode wawancara yaitu informasi dari informan terkait pertanyaan yang sesuai dengan pedoman wawancara.

3.6 Metode Analisis Data

Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode evaluatif. Metode evaluatif mengungkapkan hal-hal yang terjadi yang disusun dalam rangkaian kata yang berisikan perbandingan suatu objek dengan standar yang ada. Tahapan dalam menganalisis data pada penelitian ini ada tiga, yakni tahap deskriptif, evaluatif, dan penarikan kesimpulan.

a. Tahap Deskriptif

Tahap pertama dalam menganalisis data evaluatif adalah tahap deskriptif. Peneliti menggambarkan permasalahan yang terjadi pada perusahaan dengan cara mendeskripsikan kelengkapan komponen penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember.

b. Tahap Evaluatif

Setelah tahap deskriptif, langkah selanjutnya dalam menganalisis data adalah tahap evaluatif. Pada tahap evaluasi peneliti membandingkan data yang telah didapatkan dari lapangan dengan standar atau tolak ukur yang ada. Adapun tahapan analisis data evaluatif dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Peneliti menggambarkan metode Penetapan harga jual yang ada pada CV Macarindo Berkah Group
- 2) Membandingkan komponen Penetapan harga jual pada CV Macarindo Berkah Group dengan standar Penetapan harga jual dengan metode *cost-plus pricing*. Peneliti membuat tabel penilaian kesesuaian Penetapan harga jual pada CV Macarindo Berkah Group dengan standar Penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing*.

Tabel 3.1 Penilaian Kesesuaian Penetapan Harga Jual Metode *Cost-Plus Pricing* dengan Standar

No	Indikator	Penetapan harga jual CV Macarindo Berkah Group	Kesesuaian		Ket.
			Ya	Tidak	
1.	Tahapan penetapan harga jual				
2.	Penggolongan biaya pada penetapan harga jual				
3.	Perhitungan harga jual per unit				
4.	Perhitungan biaya				

Tabel penilaian kesesuaian penetapan harga jual metode *cost-plus pricing* dengan standar lebih lengkap dapat dilihat pada lembar lampiran 5. Data pada tabel di atas nantinya akan dihitung untuk memperoleh tingkat kesesuaian. Menurut Widoyoko (2012) rumus untuk menentukan tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase Kesesuaian} = \frac{\text{Perolehan Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100$$

Selanjutnya untuk menentukan jarak interval antara jenjang kesesuaian dari “sesuai” hingga “tidak sesuai” menggunakan rumus berikut:

$$\text{Jarak Interval} = \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Jumlah Kelas Interval}}$$

Berdasarkan jarak interval diatas dapat disusun tingkat kesesuaian Penetapan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* berdasarkan presentase skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Presentase Skor Kesesuaian

Presentase Kesesuaian	Tingkat Kesesuaian
86%-100%	Sangat Sesuai
61%-80%	Sesuai
41%-60%	Kurang Sesuai
21%-40%	Sangat Kurang Sesuai
0%-20%	Tidak Sesuai

Persentase skor maksimal yaitu 100% dengan skor minimal 0% sedangkan jumlah kelas 5. Sehingga diperoleh jarak interval 20. Jarak interval berasal dari skor maksimal yaitu 100% dikurangi 20% skor minimal dibagi dengan 5 jumlah kelas interval.

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah melakukan perhitungan mengenai tingkat kesesuaian perhitungan harga jual CV Macarindo Berkah Group dengan standar Penetapan harga jual dengan metode *cost-plus pricing*, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Jika perhitungan harga jual pada CV Macarindo Berkah Group sudah sesuai dengan standar Penetapan harga jual metode *cost-plus pricing* maka diuraikan alasan mengapa sudah sesuai. Jika belum sesuai diuraikan mengenai hambatan-hambatan yang menyebabkan CV Macarinda Berkah Group tidak menentukan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* sesuai standar.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan terkait perhitungan harga jual menggunakan metode cost-plus pricing pada CV Macarindo Berkah Group. Bahasan lebih rinci akan diuraikan di bawah ini:

4.1 Gambaran Umum CV Macarindo Berkah Group Jember

4.1.1 Sejarah CV Macarindo Berkah Group Jember Kecamatan

Sumbersari Kabupaten Jember

CV Macarindo Berkah Group Jember merupakan usaha industri makanan ringan di bidang usaha snack macaroni kering yang beralamatkan di Jalan Sriwijaya XX No.11 Karangrejo, Summersari, Kabupaten Jember. Pemilik usaha CV Macarindo Berkah Group Jember bernama Helmi Zamrudiansyah. Awal mula terciptanya ide untuk membuka usaha macaroni kering yakni terinspirasi oleh snack macaroni yang dijual di Jakarta. Sebelum membuka usaha macaroni kering ini ternyata banyak usaha yang telah dijalani oleh Bapak Helmi selaku *founder* Macarina. Pada tahun 2015 berbisnis *franchise* Dawet Jepara 88 Inovasi dan membuka outlet minuman Sokelat Jember. Karena usaha tersebut tidak berjalan dengan lancar, beliau merantau ke ibu kota untuk mengembangkan usaha Sokelat Jember. Namun usaha untuk mengembangkan sokelat tersebut terhenti dikarenakan di Jakarta produk tersebut kurang diminati, produk minuman yang sedang digemari pada saat itu adalah *thai tea*, *buble*, dan sejenisnya sehingga diputuskan untuk tidak meneruskan memasarkan produk sokelat. Pada saat titik terendah itu beliau beralih menjadi tukang ojek online. Dari situlah Bapak Helmi memperoleh inspirasi untuk membuka usaha macarina, pada saat mengantarkan pelanggan untuk membeli macaroni yang memiliki pembeli sangat banyak. Atas dasar rasa penasaran tersebut beliau mulai mempelajari seluk beluk sistemnya dan cara memasarkan produk.

CV Macarindo Berkah Group Jember didirikan oleh Bapak Helmi Zamrudiansyah pada tahun 2017. Macarina memiliki 4 orang *founder*, yaitu Ilham Juni, Muhayati Rofiah, Fauziah Inayani, dan Helmi Zamrudiansyah yang

menjabat sebagai CEO CV Macarindo Berkah Group Jember. Produk yang dihasilkan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dinamakan Macarina. CV Macarindo Berkah Group Jember memiliki arti doa bagi macarina, agar selalu berkah dan bermanfaat bagi banyak orang. Nama Macarina yang dipakai tersebut awal mulanya dari singkatan macaroninya Ina, nama istrinya. Namun lambat laun bergeser menjadi Macaroni Nagih sebagai *tagline* produk tersebut. Kabar dari bapak Helmi di tahun keempat akan bergeser lagi menjadi Macaroninya Indonesia, hal ini sebagai wujud harapan CV Macarindo Berkah Group Jember siap untuk merambah kancah internasional.

Usaha untuk memasarkan produk macarina berawal dari *outlet* di Jalan Kalimantan (dekat *double way* Universitas Jember) dan sekarang telah berkembang dengan membuka *outlet-outlet* yang tersebar di berbagai daerah. *Outlet* tersebut diantaranya Jember terdapat tiga *outlet*, Surabaya, Jombang, Madiun, Solo dan Jakarta. Pemasaran produk berfokus pada pemasaran *online* dan *reseller*. Pemasaran secara online dilakukan melalui *shopee*, *GoFood* dan *GrabFood*. Pemasaran juga dilakukan melalui agen dan *reseller*. Perkembangan bisnis Macarina dari tahun 2017 hingga sekarang sangatlah pesat. Hal ini dilihat dari kapasitas produksi awal hanya memproduksi 5 kg sehari, dan sekarang mampu melakukan produksi 500 kg sehari. Macarina menggunakan bahan baku yang awet dan telah berstandar BPOM sehingga mudah dalam penyimpanan.

CV Macarindo Berkah Group Jember saat ini memiliki 24 karyawan, diantaranya 4 founder di bagian *Chief Executive Officer*, *Chief Production Officer*, *Chief Operation Officer*, dan *administration*. Bagian produksi terdapat 8 orang, 8 orang bagian *outlet*, 2 orang admin dan 2 orang di bagian *online marketing*.

4.1.2 Visi dan Misi CV Macarindo Berkah Group Jember Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember:

a. VISI

Menjadi pusat industri makanan ringan di Indonesia, dan memiliki “*core bisnis camilan*” olahan terbesar di Indonesia, bermanfaat untuk

banyak orang serta menjadi penyedia camilan yang inovatif, menjadi penyedia camilan yang peduli terhadap kesehatan.

b. MISI

- 1) Menambah pelanggan dengan edukasi pasar yang berkesinambungan
- 2) Membuka lapangan pekerjaan untuk orang yang kreatif dan kompeten
- 3) Terus berinovasi menciptakan produk yang aman dan layak untuk dikonsumsi
- 4) Menjaga kualitas produksi dengan bahan baku yang baik.

4.1.3 Makna Logo Perusahaan



Gambar 4.1 Logo Perusahaan CV Macarindo Berkah Group Jember

Sumber: CV Macarindo Berkah Group Jember, 2022

Maksud dari logo macarina tersebut memiliki berbagai makna, antara lain :

a. Makna macaroni miring

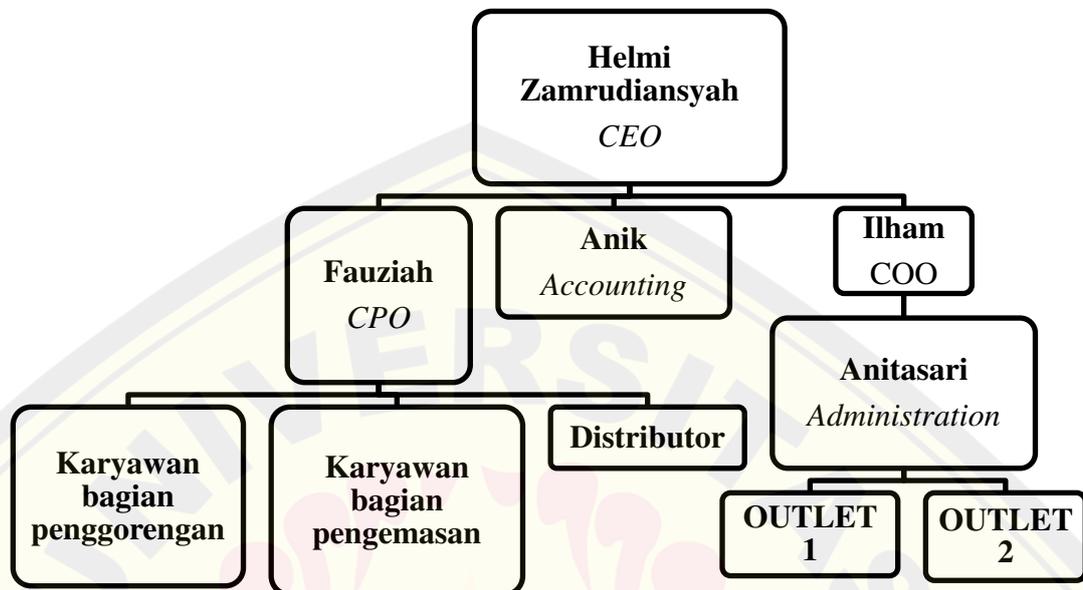
Menggambarkan produk yang dibuat adalah macaroni

b. Makna dari Warna

- 1) Merah, yaitu identik dengan pedas, sesuatu yang berani untuk melangkah dan merubah menjadi lebih baik

- 2) Putih, yaitu sebagai tanda bahwa usaha tersebut bersifat netral dimana tidak memandang dari segi apapun, tidak melihat kepentingan pribadi maupun golongan dan tidak memandang dari orang miskin maupun orang kaya. Jadi semua kalangan bisa menikmati macarina.
- c. Makna dari segi enam itu sebagai pilar sebuah usaha yang kokoh, yaitu:
- 1) Kejujuran
Usaha ini selalu mengedepankan kejujuran dalam aktivitasnya.
 - 2) Ketulusan
Dalam melakukan pekerjaan harus didasari dengan ikhlas tanpa pamrih.
 - 3) Tidak komersialistis/materialistis
Aktivitas sehari-hari dalam perusahaan tidak melulu tentang profit, namun juga memperhatikan nilai-nilai lain seperti kebanggaan.
 - 4) Kesabaran
Seluruh bagian dari macarina perlu memiliki kesabaran dalam hal apapun.
 - 5) Prioritas
Prioritas maksudnya bermanfaat bagi setiap orang.
 - 6) Syukur
Berapapun yang kita terima dari suatu usaha selalu disyukuri karena apa yang didapatkan itu yang terbaik buat kita.

4.1.4 Struktur Organisasi CV Macarindo Berkah Group Jember
Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember



Gambar 4.2 Struktur Organisasi CV Macarindo Berkah Group Jember

Sumber: CV Macarindo Berkah Group Jember, 2022

Adapun *job description* dari struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. CEO (*Chief Executive Officer*) mempunyai fungsi:
 - 1) Memiliki visi misi perusahaan
 - 2) Membuat konsep, strategi, dan *planning* dalam rangka mengembangkan perusahaan
 - 3) Inovasi produk dan kemasan
- b. CPO (*Chief Production Officer*) mempunyai tugas:
 - 1) Mengatur stok dan proses produksi
 - 2) Mengelola arus kas gudang
 - 3) Melakukan *purchase order* ke *supplier*
 - 4) Menghitung gaji pegawai
 - 5) Menghitung *reward* dan *punishment* pegawai

- 6) Menghitung bagi hasil investor dan bagi hasil *founder*
- 7) Mencatat biaya operasional perusahaan
- c. COO (*Chief Operational Officier*) mempunyai tugas:
 - 1) Mengatur jadwal kerja pegawai
 - 2) Memberikan *reward* dan *punishment* terhadap pegawai
 - 3) Kontroling SOP pegawai
 - 4) Mengembangkan kinerja pegawai
 - 5) *Recruitment* dan training pegawai
- d. *Accounting* mempunyai tugas:
 - 1) Menghitung arus kas masuk dan keluar
 - 2) Kontroling asset yang dimiliki perusahaan
 - 3) Menghitung omset perusahaan
- e. Distributor mempunyai tugas:
 - 1) Menjual produk macarina kepada konsumen
 - 2) Mengawasi proses pengiriman barang
- f. Karyawan bagian penggorengan mempunyai tugas:
 - 1) Melakukan penggorengan produk macarina
- g. Karyawan bagian pengemasan mempunyai tugas:
 - 1) Melakukan pengemasan produk macarina
- h. Administrasi mempunyai tugas:
 - 1) Membuat jadwal kerja (*shift*) karyawan outlet
 - 2) Merekap data/nota penjualan outlet
- i. *OUTLET* mempunyai tugas:
 - 1) Menjual produk macarina ke pelanggan
 - 2) Melayani pelanggan sesuai dengan SOP perusahaan

4.2 Kelengkapan Komponen Penetapan Harga Jual Metode *Cost-Plus Pricing* CV Macarindo Berkah Group Jember

Berikut ini adalah kelengkapan komponen penetapan harga jual yang diterapkan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dan ditinjau kelengkapan komponennya dengan standar penetapan harga jual.

4.2.1 Kelengkapan Komponen Penggolongan Biaya Berdasarkan Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Komponen penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan merupakan bagian-bagian yang terkait dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember yang di golongkan menjadi 3 golongan yaitu Biaya Produksi, Biaya Pemasaran, serta Biaya Administrasi dan Umum. Berdasarkan penelitian pada CV Macarindo Berkah Group Jember telah terdapat penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok yang dilakukan oleh perusahaan. Adapun kelengkapan komponen penggolongan biaya yang dilakukan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dapat dilihat pada lampiran 7.

4.2.2 Kelengkapan Komponen Penggolongan Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Sesuatu yang Dibiayai

Komponen penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai merupakan bagian-bagian yang terkait dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember yang di golongkan menjadi 2 golongan yaitu Biaya Produksi Langsung dan Biaya Produksi Tidak Langsung. Berdasarkan penelitian pada CV Macarindo Berkah Group Jember perusahaan telah melakukan penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai. Adapun kelengkapan komponen penggolongan biaya yang dilakukan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dapat dilihat pada lampiran 7.

4.2.3 Kelengkapan Komponen Penggolongan Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Tingkat Aktivitas

Komponen penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas merupakan bagian-bagian yang terkait dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember yang di golongkan menjadi 3 golongan yaitu Biaya Tetap, Biaya Variabel, serta Biaya Semi Variabel. Berdasarkan penelitian pada CV macarindo Berkah Group Jember belum terdapat penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas. Adapun kelengkapan komponen penggolongan biaya yang dilakukan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dapat dilihat pada lampiran 7.

4.2.4 Kelengkapan Komponen Tahapan Penetapan Harga Jual

Komponen tahapan penetapan harga jual metode *cost-plus pricing* meliputi penentuan harga pokok produksi, menentukan biaya per unit, menentukan ROI per unit, menentukan presentase *mark up*, dan pengimplementasian metode *cost-plus pricing* dalam menetapkan target harga jual. Adapun kelengkapan komponen tahapan penetapan harga jual metode *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember dengan standar penetapan harga jual dapat dilihat pada lampiran 7. Tahapan penetapan harga jual yang terdapat pada CV Macarindo Berkah Group Jember yakni melakukan perhitungan beban penjualan, menentukan laba yang diinginkan serta mengimplementasikan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* yaitu dengan menjumlahkan seluruh biaya penuh dengan laba yang diinginkan. Berikut perbandingan tahapan yang dilakukan perusahaan dengan yang sesuai standar:

Tabel 4.1 Perbandingan Tahapan Penetapan Harga Jual

Keterangan Tahapan yang sesuai standar	Tahapan yang dilakukan perusahaan
Melakukan Perhitungan Biaya Per Unit	✓
Melakukan Perhitungan ROI Per Unit	-
Menetapkan Presentase <i>Mark Up</i>	✓
Menetapkan Target Harga Jual	✓
Menganggarkan Laba Rugi	-

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa tahapan yang dilakukan perusahaan hanya 3 yaitu melakukan perhitungan biaya per unit, menentukan presentase *mark up* menggunakan total biaya per unit dan menetapkan target harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing*.

Berdasarkan hasil penelitian meskipun tidak melakukan perhitungan ROI CV Macarindo Berkah Group tetap menentukan presentase laba operasional yang ingin dicapai yaitu 25%. Terdapat perbedaan antara perhitungan biaya per unit yang dilakukan oleh perusahaan yaitu sejumlah Rp5.900,00 dengan perhitungan biaya per unit yang sesuai standar yaitu sejumlah Rp6.248,00 sehingga terdapat selisih biaya per unit yaitu sejumlah Rp348,00. Perhitungan biaya per unit yang berbeda berpengaruh terhadap perhitungan harga jual. Oleh karena itu terdapat perbandingan antara target harga jual yang dikenakan perusahaan yaitu sejumlah Rp10.458,93 dengan yang sesuai standar yaitu sejumlah Rp10.911,50 sehingga terdapat selisih sebesar Rp452,57. Adapun kelengkapan perhitungan biaya per unit dan target harga jual dapat dilihat pada lampiran 7.

4.2.4 Kesesuaian Penetapan Harga Jual Metode Cost-Plus Pricing CV Macarindo Berkah Group Jember dengan Standar Penetapan Harga Jual

Berikut ini merupakan penetapan harga jual metode *cost-plus pricing* yang diterapkan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dan ditinjau kesesuaian komponennya dengan standar penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing*.

Tabel 4.2 Perbandingan Kelengkapan Per Komponen Penetapan Harga Jual CV Macarindo Berkah Group Jember

Komponen	Standar	Realisasi	Persentase Kesesuaian
Penggolongan Biaya Berdasarkan Fungsi Pokok dalam Perusahaan			
Pengelompokkan Biaya Produksi	✓	✓	100%
Pengelompokkan Biaya Pemasaran	✓	✓	100%
Pengelompokkan Biaya Administrasi dan Umum	✓	✓	100%
Penggolongan Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Sesuatu yang Dibiayai			
Pengelompokkan Biaya Produksi Langsung	✓	✓	100%
Pengelompokkan Biaya Produksi Tidak Langsung	✓	✓	100%
Penggolongan Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Tingkat Aktivitas			
Pengelompokkan Biaya Tetap	✓	-	0%
Pengelompokkan Biaya Variabel	✓	-	0%
Pengelompokkan Biaya Semi Variabel	✓	-	0%
Tahapan penetapan Harga Jual			
Menghitung Biaya Per Unit	✓	✓	100%
Menghitung ROI Per Unit	✓	-	0%
Menentukan Presentase Mark Up	✓	✓	100%
Menetapkan Target Harga Jual	✓	✓	100%
Menganggarkan Laba Rugi	✓	-	0%
Total Skor	14	9	64,28%

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa penetapan harga jual CV Macarindo Berkah Group Jember ditinjau kesesuaian komponennya dengan standar penetapan harga jual antara lain: Melakukan Pengelompokkan Biaya Produksi 100%; Melakukan Pengelompokkan Biaya pemasaran 100%; Melakukan Pengelompokkan Biaya Administrasi dan Umum 100%; Melakukan Pengelompokkan Biaya Produksi Langsung 100%; Melakukan Pengelompokkan Biaya produksi Tidak langsung 100%; Melakukan Pengelompokkan Biaya Tetap 0%; Melakukan Pengelompokkan Biaya Variabel 0%; Melakukan Pengelompokkan Biaya Semi Variabel 0% ;Menghitung Biaya Per Unit 100%; Menghitung ROI Per Unit 0%; Menentukan Presentase *Mark Up* 100%; Menetapkan Target Harga Jual 100%; Menganggarkan Laba Rugi 0%. Sehingga diperoleh presentase kesesuaian penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember yaitu:

$$\text{Persentase Kesesuaian} = \frac{\text{Perolehan Skor}}{\text{Skor Maksimal}} \times 100$$

$$\text{Persentase Kesesuaian} = \frac{9}{14} \times 100$$

$$= 64,28\%$$

Dengan hasil tersebut, maka penerapan harga jual metode *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember dikategorikan “Sesuai”. Berdasarkan persentase kesesuaian yang diperoleh dengan hasil 64,28% yang termasuk dalam kategori sesuai. Hasil sesuai tersebut diperoleh dari komponen penggolongan biaya yaitu dalam penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan dan penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai. Komponen lain yang sesuai yaitu komponen tahapan penetapan harga jual yang terdiri dari perhitungan biaya per unit, penetapan presentase *mark up* serta penetapan target harga jual.. Sedangkan ketidaksesuaian sebesar 35,72% diperoleh dari ketiadaan komponen tahapan perhitungan harga

jual yaitu pada perhitungan biaya per unit yang tidak terdapat biaya overhead variabel dimana terdapat empat indikator dalam perhitungan biaya per unit yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead tetap, biaya overhead variabel. Berikutnya diperoleh dari ketiadaan perhitungan ROI per unit, tidak adanya anggaran laba rugi yang dilakukan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dan tidak dilakukannya penggolongan biaya berdasarkan hubungan dengan tingkat aktivitas.

4.3 Pembahasan

Penetapan harga jual pada CV Macarindo Berkah Group Jember sudah sesuai dengan standar penetapan harga jual yang berlaku dengan tingkat kesesuaian 64,28%. Kategori rincian kesesuaian penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* dapat dilihat pada Lampiran 6 dan 7.

Komponen penggolongan biaya dapat digolongkan berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan yang didalamnya terdiri dari biaya produksi, biaya pemasaran serta biaya administrasi dan umum, yang kedua yaitu berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai dimana di dalamnya terdiri dari biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung, ketiga berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas yang terdiri dari biaya tetap konstan, biaya variabel serta biaya semi variabel. Biaya produksi tidak langsung pada komponen penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai meliputi biaya bahan penolong, biaya produksi, dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Samryn (2012) mengatakan bahwa informasi biaya sangat penting dalam penetapan harga, efisiensi penggunaan sumber daya. Evaluasi mengenai lini produk yang paling menguntungkan. Sehingga, penggolongan biaya masa yang akan datang perlu dilakukan sebagai bahan pengambilan keputusan. Penggolongan biaya yang dilakukan oleh perusahaan berguna untuk membuat pemisahan data yang jelas sesuai dengan divisi, menekan kerancuan pembiayaan dan tidak adanya kemungkinan biaya berulang.

Namun CV Macarindo Berkah Group Jember pada penggolongan biaya berdasarkan fungsi hubungannya dengan tingkat aktivitas belum melakukan

pengelompokkan biaya tetap, pengelompokkan biaya variabel, serta pengelompokkan biaya semi variabel. Sehingga pada komponen penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas tidak sesuai dengan standar dengan tingkat presentase 0%. Perusahaan tidak melakukan pengelompokkan biaya tetap dan biaya variabel karena pemilik merasa bahwa biaya produktivitas perusahaan tidak pasti setiap bulannya. Sehingga, perusahaan hanya melakukan perkiraan total pengeluaran setiap bulan dengan melihat pengeluaran bulan sebelumnya dan menyatukan perhitungan antara biaya tetap dengan biaya variabel. Tidak adanya penggolongan biaya tetap dan biaya variabel sehingga tidak ada pula pengelompokkan biaya semi variabel. Hal tersebut diungkapkan oleh pemilik CV Macarindo Berkah Group Jember sebagai berikut:

“Kalau saya ngitung biaya itu saya jadikan satu kayak sewa gedung, listrik, gaji, sama beban-beban yang lain itu dihitung sebagai beban penjualan. Lalu HPP itu sudah saya tentukan juga per produknya berapa lalu dijual berapa jadi tidak ada pengelompokkan antara biaya tetap sama biaya variabel”

Tidak adanya pengelompokkan biaya berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas pada CV Macarindo Berkah Group Jember menyebabkan akurasi data pembiayaannya menjadi tidak jelas dan rancu karena tidak ada pemisahan data sesuai dengan kebutuhan. Sehingga, dapat terjadi kesulitan dalam melakukan penyusunan laporan keuangan perusahaan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sulismai dkk (2021) bahwa pengindetifikasian, pemisahan dan pengelompokkan biaya dan unsur variabel merupakan hal yang sangat penting karena jika ketiga hal tersebut dilakukan dengan tidak benar, informasi yang dihasilkan menjadi tidak akurat. Sehingga, perusahaan perlu melakukan penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas yaitu mengelompokkan biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel karena apabila informasi yang digunakan tidak akurat maka keputusan yang dihasilkan pun akan menjadi kurang tepat atau bahkan menyimpang.

Komponen tahapan penetapan harga jual metode *cost-plus pricing* dimulai dari menentukan metode harga pokok produksi, menentukan biaya per unit,

menentukan ROI per unit, menentukan presentase *mark up* dan implementasi metode penetapan harga jual *cost-plus pricing*. Menurut Deviesa (2019) biaya per unit produk didapat dari total seluruh biaya untuk menghasilkan satu unit produk yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* variabel, dan biaya *overhead* tetap. Berdasarkan hasil penelitian pada CV Macarindo Berkah Group Jember telah melakukan perhitungan biaya per unit tetapi belum menghitungnya secara rinci. Perusahaan hanya melakukan pencatatan secara detail pada data beban penjualan saja. dikarenakan pemilik langsung menetapkan harga pokok produksi pada setiap produknya. Hal tersebut diungkapkan oleh pemilik CV Macarindo Berkah Group Jember sebagai berikut:

“Untuk penentuan harga pokok produksi memang sudah langsung ditetapkan setiap variannya karena biaya bahan baku yang tidak tentu habisnya setiap satu kali produksi. Karena kan minyaknya kalau dari awal pembuatan ya 6 dus tapi kalau produksi yang kedua ya tidak sampai 6 dus karena masih ada sisa minyak dari penggorengan pertama. Makanya macarina langsung menetapkan hpp per pcs setiap variannya”

Berdasarkan hasil penelitian perusahaan belum melakukan anggaran laba rugi. Komponen anggaran laba rugi dalam tahapan penetapan harga jual berfungsi sebagai pengawas laporan keuangan agar perusahaan dapat mengetahui seberapa besar laba yang akan diterima dan rugi yang akan ditanggung. Sehingga, perusahaan dapat membuat rencana untuk mengelola keuangannya dengan baik. Menurut Kasmir (2018) laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang menggambarkan hasil usaha dalam periode tertentu. Sehingga, laporan laba rugi harus dibuat dalam suatu periode tertentu untuk mengetahui jumlah perolehan dan biaya yang telah dikeluarkan, sehingga dapat diketahui perusahaan sedang dalam kondisi laba atau rugi. Tidak adanya laporan laba rugi mengakibatkan perusahaan mengalami kesulitan dalam memperhitungkan langkah kedepan untuk perusahaan.

Komponen perhitungan harga jual berikutnya yaitu menentukan ROI atau tingkat pengembalian investasi. ROI berfungsi sebagai alat kontrol untuk melihat bagaimana prospek perusahaan saat ini sehingga dapat memperoleh bayangan

langkah apa yang akan diambil oleh perusahaan. Selain itu, ROI berguna untuk mengukur profitabilitas perusahaan. Fahmi (2012) menyatakan bahwa ROI dapat digunakan untuk melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Adapun dalam menghitung ROI per unit berdasarkan hasil penelitian perusahaan belum melakukannya karena dalam penerapannya perusahaan langsung melakukan perhitungan presentase *mark up*. Oleh karena itu CV. Macarindo Berkah Group telah mengimplementasikan *cost-plus pricing* sesuai standar dengan presentase kesesuaian 64,28%.

Tidak adanya perhitungan ROI dan anggaran laba rugi menyebabkan perusahaan tidak dapat mengetahui secara pasti laba yang didapatkan perusahaan selama satu tahun. ROI berguna untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. Fungsi ROI sendiri menurut Munawir (2014) yaitu digunakan untuk mengukur efektifitas dari seluruh kegiatan operasional perusahaan dan penggunaan modal perusahaan. Sehingga, ROI dapat dijadikan sebagai alat untuk mengukur efisiensi penggunaan dana dan profitabilitas dari produk yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan anggaran laba rugi berguna untuk memberikan informasi mengenai laba rugi bersih yang akan ditanggung perusahaan dalam satu periode anggaran. Jika tidak terdapat keduanya maka perusahaan akan sulit untuk mengevaluasi keuangannya. Perhitungan ROI yang tidak dilakukan juga dapat menyebabkan perusahaan mendapatkan laba yang tidak maksimal sehingga dapat berakibat pada pengurangan produksi.

Secara umum kesesuaian penetapan harga jual pada CV. Macarindo Berkah Group Jember dari pembahasan di atas dapat dikatakan sesuai dengan standar yang berlaku dengan tingkat kesesuaian sebesar 64,28%. Berdasarkan 14 komponen yang dievaluasi, terdapat 9 komponen yang telah sesuai dengan standar penetapan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing*. Namun, masih terdapat kekurangan dikarenakan ketiadaan penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas, tidak adanya perhitungan ROI per unit dan tidak terdapat anggaran laba rugi. Sehingga, terdapat 5 komponen yang tidak

sesuai dengan tingkat ketidaksesuaian sebesar 35,72% tetapi masih dapat digantikan dengan fungsi yang sejenis seperti perhitungan harga jual yang dapat dilakukan dengan hanya menghitung presentase *Mark Up* tanpa menghitung total ROI per unit.



BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Harga jual merupakan sesuatu yang dibebankan kepada pelanggan yang mempengaruhi minat beli pelanggan. Sehingga suatu perusahaan harus memperhatikan komponen dan indikator pada penetapan harga jual karena akan berpengaruh terhadap keberlangsungan usahanya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* pada CV Macarindo Berkah Group Jember sudah sesuai dengan standar penetapan harga jual yang berlaku dengan tingkat kesesuaian sebesar 64,28%. Hasil tersebut masih dalam kategori sesuai yang artinya perhitungan penetapan harga jual sudah mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam pedoman perhitungan harga jual. Adapun ketidaksesuaian 35,72% meliputi tidak adanya penggolongan biaya berdasarkan hubungannya dengan tingkat aktivitas, tidak lengkapnya perhitungan biaya per unit, tidak adanya anggaran laba rugi, serta tidak adanya perhitungan ROI per unit. Namun ketidaksesuaian tersebut dapat tertutupi dengan aktivitas dan fungsi yang sejenis.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran kepada CV Macarindo Berkah Group Jember terkait penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* antara lain sebagai yaitu pemilik CV Macarindo Berkah Group Jember dapat lebih mempelajari mengenai standar penetapan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* dan bisa menyesuaikan kembali Penetapan harga jual metode *cost-plus pricing* dengan standar penetapan harga jual metode *cost-plus pricing*, berkaitan dengan tidak adanya laporan laba rugi pada CV Macarindo Berkah Group Jember maka, pemilik CV Macarindo Berkah Group dapat melakukan pencatatan keuangan dengan lebih rinci dan rapi lagi dan perusahaan dapat merekrut karyawan yang lebih memahami tentang standar penetapan harga jual.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa(Revisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Ardhianto, W. N. (2019). *Buku Sakti Pengantar Akuntansi*. Yogyakarta: Quadrant.
- Chandra, F. T. (2013). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Deviesa, D. (2019). *Akuntansi manajemen Strategis dan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Dewi Utari, A. P. (2016). *Akuntansi manajemen : pendekatan praktis edisi 4*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Fahmi, I. (2012). *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Herdiansyah, H. (2013). *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups*. Jakarta : Rajawali Pers.
- kamaruddin, A. (2013). *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya & Pengembangan Keputusan. Ed. Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Lestari, W., & Permana, D. B. (2017). *Akuntansi Biaya dalam Perspektif Manajerial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mujahidin, A. (2014). *Ekonomi Islam 2 (Pasar, Perdagangan, Manajemen, Produksi, Konsumsi, Institusi Keuangan dan Kontribusi)*. Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press.
- Mulyadi. (2001). *Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat & Rekayasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya, Edisi 5*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Munawir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan; Edisi Keempat*. Yogyakarta: Liberty.
- Noreen Garrison, B. (2013). *Akuntansi Manajerial Buku 1, Edisi 14*. Jakarta : Salemba Empat.
- Philip Kotler, G. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Saladin, D. (2011). *ntisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran, cetakan keempat*. Bandung: Linda Karya.

- Samryn, L. (2012). *Akuntansi Manajemen Informasi Biaya Untuk mengendalikan Aktivitas Operasi dan Investasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sartono, A. (2009). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Siagian, Sondang P. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sujarweni, W. W. (2017). *Analisi Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Edisi 13*. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Utari, D. (2016). *Akuntansi Manajemen (Pendekatan Praktis) edisi ke empat*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widoyoko, E. P (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Jurnal

- Chairul Anwar, L. F. (2010). Harga Pokok Produksi dalam Kaitannya dengan Penentuan Harga Jual untuk Pencapaian Target Laba Analisis. *1(1)*.79-94
- Christanti Natalia Soei, H. S. (2014). Penentuan Harga Jual Produk dengan Metode Cost-Plus Pricing pada UD. *Sinar Sakti. 2(3)*.208-217
- Jennifer T. M Moniung, J. J. (2020). Penentuan Harga Pokok Produk dan Penerapan Cost Plus Pricing Method dalam Menentukan Harga Jual pada Rumah Makan Ikan Bakar Dabu-Dabu Lemong. *15(1)*.14-20
- Ririh Sri Harjanti, H. E. (2021). Kemampuan Menentukan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual yang Tepat pada UMKM Kota Tegal di Tengah Masa Pandemi Covid 19. *6(2)*.106-112
- Sigit Wisnu S.B, L. F. (2020). Penetapan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing Menggunakan pendekatan Full Costing Pada UD.Dzaky Alam Food Tahun 2019. *10(2)*. 143-149
- Tesalonika J Lendombela, V. I. (2021). Penerapan Full Costing Sebagai Alat untuk Menghitung Harga Pokok Produksi pada UD. Mandiri Desa Pangku Kecamatan Ratahan. *9(1)*.600-607
- Wulandari, N. (2021). Evaluasi Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing Pendekatan Full Costing Pada UMKM Saputra Snack di Kota Bontang. *9(3)*.193-202

Yuni, S., Sartika, D., & Fionasari, D. (2021). Analisis Perilaku Biaya Terhadap Biaya Tetap. *1*(2).247-253

Skripsi

Arfatuddin. (2020). *Evaluasi Penetapan Harga Berbasis Biaya dengan Metode Cost-Plus Pricing dalam Meningkatkan Laba*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.

Web

<https://www.pajak.com/pwf/penurunan-tarif-pajak-pph-final-05-pelaku-umkm-apakah-tepat/> (dilansir pada 8 Mei 2022)

<https://kemenkopukm.go.id/data-umkm> (dilansir pada 14 April 2022)

<https://hasilun.puspendik.kemdikbud.go.id/akm/akm/soal?j=3&l=5&s=256>
(dilansir pada 14 April 2022)

LAMPIRAN PENELITIAN

Lampiran 1 Matriks Penelitian

Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Konsep	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Evaluasi Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> pada CV. Macarindo Berkah Group	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kesesuaian penetapan harga jual menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> yang diterapkan oleh CV Macarindo Berkah Group Jember dengan standar yang berlaku? 2. Apa saja hambatan CV Macarindo Berkah Group Jember dalam menerapkan metode <i>cost plus pricing</i>? 	<p>Mengevaluasi perhitungan harga jual produk pada CV. Macarindo Berkah Group dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i></p>	<p>Standar Penetapan Harga Jual Metode <i>Cost Plus Pricing</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penggolongan Biaya Berdasarkan Fungsi Pokok dalam Perusahaan <ol style="list-style-type: none"> a. Pengelompokkan Biaya Produksi b. Pengelompokkan Biaya Pemasaran c. Pengelompokkan Biaya Administrasi dan Umum 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian yakni CEO dari CV. Macarindo Berkah Group 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian evaluasi deskriptif. 2. Tempat penelitian yakni pada CV. Macarindo Berkah Group di Kabupaten Jember 3. Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan <ol style="list-style-type: none"> a. Wawancara b. Observasi c. Dokumen

Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Konsep	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
			<p>2. Penggolongan biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Sesuatu yang Dibiayai</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pengelompokkan Biaya Produksi b. Pengelompokkan Biaya Produksi Tidak langsung <p>3. Penggolongan Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Tingkat Aktivitas</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pengelompokkan Biaya Tetap b. Pengelompokkan Biaya Variabel c. Pengelompokkan Biaya Semi Variabel 		<p>4. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan : Analisis data model Miller dan Hubermman (1984) yang terdiri dari data collection, data reduction, data display dan conclusion.</p>

Judul Penelitian	Rumusan Masalah	Konsep	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
			<p>4. Tahapan Penetapan Harga Jual</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Menghitung Biaya Per Unit b. Menghitung ROI Per Unit c. Menentukan Presentase <i>Mark Up</i> d. Menetapkan Target Harga Jual e. Menganggarkan Laba Rugi 		

Lampiran 2 Pedoman Pra Penelitian dan Penelitian

A. Pedoman Pra Penelitian

Pedoman Dokumen

No.	Data yang ingin diperoleh	Sumber Data
1.	Dokumen lapaoran keuangan bulan Januari tahun 2022	Bagian Administrasi dan Keuangan CV Macarindo Berkah Group Jember

B. Pedoman Penelitian

Pedoman Dokumen

No.	Data yang ingin diperoleh	Sumber data
1.	Dokumen yang berkaitan dengan penetapan harga jual menggunakan metode <i>cost-plus pricing</i> , meliputi: Perhitungan Biaya Penjualan, Perhitungan BOP, Bukti Hasil Penjualan, Perhitungan Harga Pokok Produksi.	Bagian administrasi dan Keuangan CV MacarindoBerkah Group Jember
2.	Profil dan struktur usaha industri.	Pemilik CV Macarindo Berkah Group Jember

Pedoman Wawancara

No.	Data yang ingin diperoleh	Sumber data
1.	Informasi bahan baku, informasi keuangan dan hambatan pada penerapan harga jual menggunakan metode <i>cost-plus pricing</i>	Pemilik CV Macarindo Berkah Group Jember

Lampiran 3 Dokumen Laporan Keuangan CV Macarindo Berkah Group Jember

macarina
MACARONI NAGIH

macarina
GRAHA MACARINA
JL. Sriwijaya XX No.11 Jember - 0812 1775 7777

LAPORAN KEUANGAN APRIL 2022

HPP

KEMASAN	HPP PER PEN
ECOPACK	Rp 2.800
REGULER	Rp 4.800
POUCH	Rp 5.900
BOX	Rp 11.500
EXTRA	Rp 7.400
SHAKE	Rp 7.400

BEBAN PENJUALAN

REKONSTRUKSI	TOTAL
SEWA GEDUNG	Rp 2.150.000
LISTRIK	Rp 153.000
BEBAN GAJI	Rp 5.300.000
BEBAN LAIN-LAIN	Rp 11.500
TOTAL	Rp 7.550.400

HASIL PENJUALAN OUTLET KALIMANTAN

TANGGAL	ECOPACK	REGULER	POUCH	BOX	EXTRA	SHAKE
	Rp 6.000	Rp 8.000	Rp 10.000	Rp 20.000	Rp 20.000	Rp 20.000
4/2/2022	5	2	18	1	2	0
4/3/2022	7	3	13	0	0	0
4/4/2022	4	1	4	0	2	0
4/5/2022	1	3	10	0	1	0
4/6/2022	0	1	5	0	1	4
4/7/2022	0	0	6	1	1	1
4/8/2022	0	0	10	0	0	0
4/9/2022	3	2	7	1	3	1
4/10/2022	3	0	6	1	3	0
4/11/2022	9	0	13	0	1	0
4/12/2022	1	1	11	0	1	0

Gambar 1. Laporan Keuangan CV Macarindo Berkah Group jember

4/13/2022	1	4	12	1	1	0
4/14/2022	2	1	12	1	0	0
4/15/2022	7	4	16	2	2	0
4/16/2022	6	0	13	1	5	0
4/17/2022	2	0	12	1	1	0
4/18/2022	3	1	21	2	1	0
4/18/2022	0	0	9	0	0	0
4/20/2022	2	0	11	1	1	0
4/21/2022	1	0	18	2	1	0
4/22/2022	3	0	19	1	0	0
4/23/2022	4	0	15	3	0	0
4/24/2022	5	0	16	3	0	0
4/25/2022	5	0	21	3	2	0
4/26/2022	1	0	15	7	4	0
4/27/2022	5	0	16	1	1	0
4/28/2022	7	0	8	2	1	0
4/29/2022	0	0	0	0	0	0
4/30/2022	0	0	0	0	0	0
TOTAL	67	23	337	35	45	0

HASIL PENJUALAN OUTLET KARIMATA

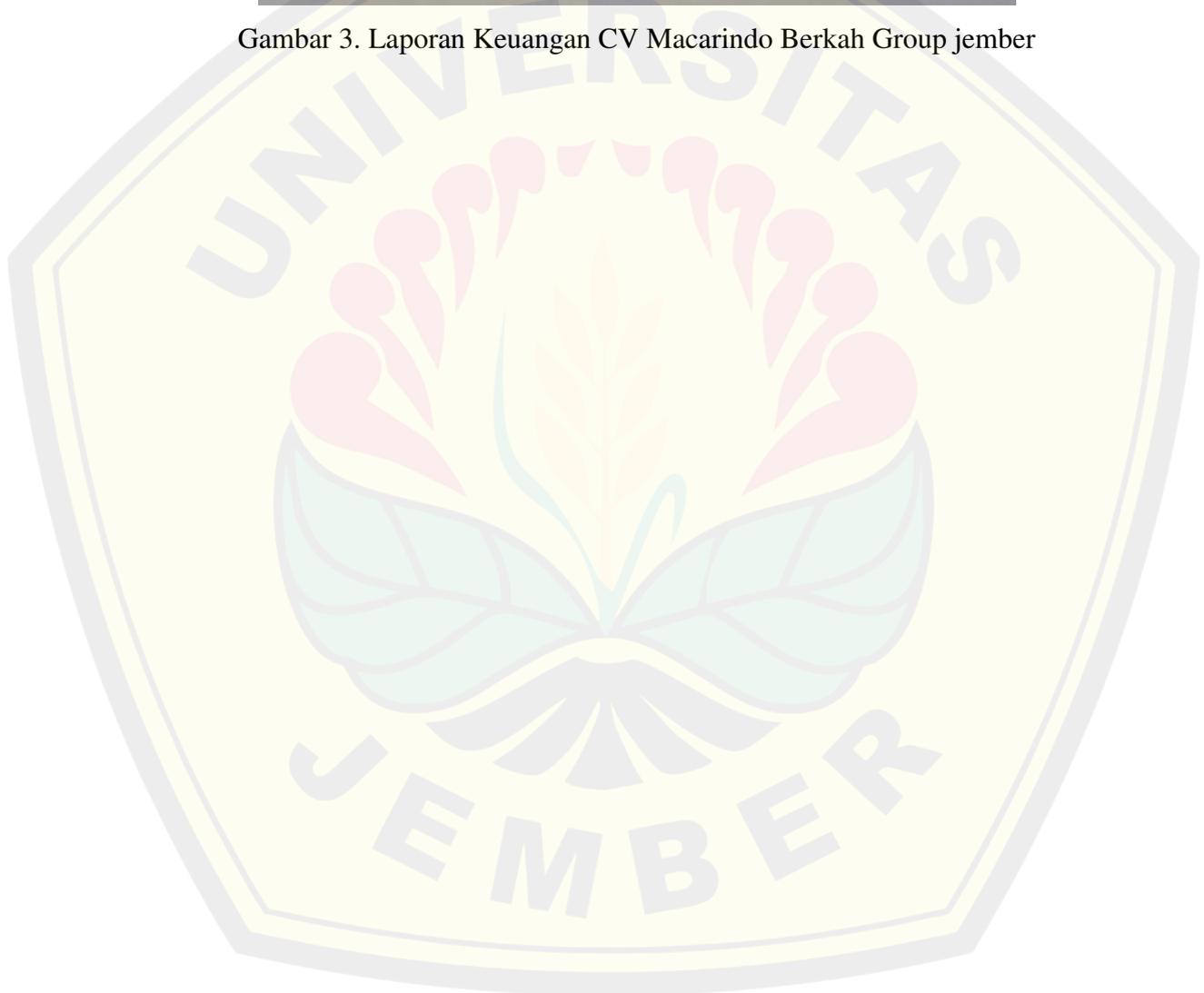
TANGGAL	ECOPACK	REGULER	POUCH	BOX	EXTRA	SHAKE
	Rp 6.000	Rp 8.000	Rp 10.000	Rp 20.000	Rp 20.000	Rp 20.000
4/2/2022	0	0	7	0	0	0
4/3/2022	0	0	10	0	1	0
4/4/2022	3	0	11	0	0	0
4/5/2022	1	1	2	1	0	0
4/6/2022	0	3	4	0	4	0
4/7/2022	0	0	6	0	0	0
4/8/2022	0	3	7	2	0	0
4/9/2022	2	2	11	2	1	0
4/10/2022	3	1	8	1	3	0
4/11/2022	0	0	12	0	3	0
4/12/2022	2	0	6	1	0	0
4/13/2022	2	1	4	0	0	0
4/14/2022	1	0	5	0	1	0
4/15/2022	6	3	10	1	2	0
4/16/2022	7	0	6	0	0	0
4/17/2022	4	1	5	1	3	0
4/18/2022	2	0	6	0	0	0
4/19/2022	0	0	4	0	0	0
4/20/2022	1	0	9	0	0	0
4/21/2022	2	0	3	0	1	0
4/22/2022	0	4	8	1	2	0
4/23/2022	0	1	5	0	0	0
4/24/2022	0	2	8	6	2	0
4/25/2022	0	1	11	0	9	0

Gambar 2. Laporan Keuangan CV Macarindo Berkah Group jember

4/26/2022	4	2	8	0	0	0
4/27/2022	1	0	16	0	2	0
4/28/2022	1	0	2	1	0	0
4/29/2022	0	0	0	0	0	0
4/30/2022	0	0	0	0	0	0
TOTAL	42	25	194	9	12	0

TOTAL PENDAPATAN		
KEMASAN	QTY	PENDAPATAN
ECOPACK	125	RP 750.000
REGULER	48	RP 384.000
POUCH	531	RP 5.310.000
BOX	47	RP 940.000
EXTRA	75	RP 1.500.000
SHAKE	6	RP 120.000
TOTAL	743	RP 8.264.000

Gambar 3. Laporan Keuangan CV Macarindo Berkah Group jember



Lampiran 4 Dokumen Aktiva Tetap CV Macarindo Berkah Group Jember



ASET MACARINA

No	Uraian Barang		aset		umur barang		akumulasi depresiasi			
	Nama	Thn Beli	Jml	harga akuisisi (RP)	harga aset (RP)	thn	bulan	penyusutan / bln (RP)	thn pakai	bulan
1	continuous sealer	2018	1	2,800,000	2,800,000	10	120	23,333	4	48
2	tabung gas (3Kg)	2017	12	150,000	1,800,000	20	240	7,500	5	60
3	tabung gas (6Kg)	2017	1	210,000	210,000	20	240	875	4	48
4	regulator	2018	4	70,000	280,000	5	60	4,667	4	48
5	spinner	2017	2	1,800,000	3,600,000	10	120	30,000	5	60
6	spinner	2018	2	1,300,000	2,600,000	10	120	21,667	4	48
7	mixer	2019	1	7,500,000	7,500,000	10	120	62,500	3	36
8	kipas angin	2018	3	280,000	840,000	5	60	14,000	2	24
9	stamper date	2019	1	1,200,000	1,200,000	5	60	20,000	2	24
10	lilidan	2020	1	130,000	130,000	5	60	2,167	2	24
11	trolly besar	2018	1	300,000	300,000	10	120	2,500	4	48
12	trolly kecil	2018	1	150,000	150,000	10	120	1,250	4	48
13	kompas	2018	7	525,000	3,675,000	10	120	30,625	4	48
14	timbangan elektrik	2017	1	400,000	400,000	10	120	3,333	5	60
15	Hp	2020	1	1,500,000	1,500,000	8	96	15,625	2	24

Gambar 1. Aset CV Macarindo Berkah Group Jember

16	tablet	2021	2	700,000	1,400,000	8	96	14,583	1	12
17	meja kursi	2021	1	1,500,000	1,500,000	5	60	25,000	1	12
18	freezer	2020	2	1,000,000	2,000,000	10	120	16,667	2	24
19	stainless depele	2021	1	6,000,000	6,000,000	10	120	50,000	1	12
20	container macaraina	2017	1	-	-	10	120	-	0	0
21	bangunan gudang	2018	1	-	-	10	120	-	0	0
22	cup siller	2020	1	700,000	700,000	10	120	5,833	2	24
23	tv	2019	1	-	-	5	60	-	0	0
24	rak produksi	2017	3	200,000	600,000	5	60	10,000	4	48
25	akrilik depele	2021	1	2,000,000	2,000,000	5	60	33,333	1	12
26	chopper	2021	1	300,000	300,000	5	60	5,000	1	12
27	wajan	2017	4	225,000	900,000	10	120	7,500	5	60
28	wajan	2018	4	225,000	900,000	10	120	7,500	5	60
29	rumboeng	2017	1	2,000,000	2,000,000	10	120	16,667	5	60
30	sound	2018	1	1,500,000	1,500,000	5	60	25,000	3	36

harga akuisisi umur barang
 harga barang per pec perkiraan umur bertahan
 barang 0 (karena rusak) bangsuntannya 0 (karena tidak sewa)

Gambar 2. Aset CV Macarindo Berkah Group Jember

Lampiran 5 Dokumen Pembelian Bahan Baku CV Macarindo Berkah Group Jember



Gambar 1 Bukti Pembelian Bahan Baku



Gambar 2 Bukti Pembelian Bahan Baku Gambar 3 Bukti Pembelian Bahan Baku

Lampiran 6 Indikator Penilaian Komponen Penetapan Harga Jual Metode Cost-Plus Pricing CV Macarindo Berkah Group Jember

No	Komponen	Indikator	Kriteria
1.	Penggolongan Biaya Berdasarkan Fungsi Pokok dalam Perusahaan	Pengelompokkan Biaya Produksi	Setiap transaksi pengeluaran yang berhubungan dengan biaya produksi.
		Pengelompokkan Biaya Pemasaran	Setiap transaksi pengeluaran yang berhubungan dengan biaya pemasaran.
		Pengelompokkan Biaya Administrasi dan Umum	Setiap transaksi pengeluaran yang berhubungan dengan biaya administrasi dan umum.
2.	Penggolongan Biaya Hubungannya dengan Sesuatu yang Dibiayai	Pengelompokkan Biaya Produksi Langsung	Setiap transaksi pengeluaran yang berhubungan dengan biaya produksi langsung.
		Pengelompokkan Biaya Produksi Tidak Langsung	Setiap transaksi pengeluaran yang berhubungan dengan biaya produksi tidak langsung.
3.	Penggolongan Biaya Hubungannya dengan Tingkat Aktivitas	Pengelompokkan Biaya Tetap	Setiap transaksi pengeluaran yang berhubungan dengan biaya tetap.
		Pengelompokkan Biaya variabel	Setiap transaksi pengeluaran yang berhubungan dengan biaya variabel.

	Pengelompokkan Biaya Semi Variabel	Setiap transaksi pengeluaran yang berhubungan dengan biaya semi variabel
4. Tahapan Penetapan Harga Jual	Menghitung Biaya Per Unit <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya Bahan Baku 2. Biaya Tenaga Kerja 3. Biaya Overhead 4. Biaya Administrasi dan Umum 	Setiap transaksi pengeluaran yang berhubungan dengan biaya produksi dan dibagi dengan jumlah produk yang diproduksi
	Menghitung ROI Per Unit	Setiap transaksi yang berhubungan dengan investasi yang dilakukan dan presentase tingkat pengembalian yang diinginkan
	Menentukan Presentase <i>Mark Up</i>	ROI per unit, seluruh biaya administrasi dan penjualan per unit, presentase <i>mark up</i> yang diinginkan, dan biaya produksi per unit.
	Menetapkan Target Harga Jual	Biaya per unit dan presentase <i>mark up</i>
	Menganggarkan Laba Rugi	Total penjualan, harga pokok penjualan, biaya administrasi dan umum, ROI, dan <i>mark up</i>

Sumber: Mulyadi, 2001:348-361; Mulyadi, 2015: 14-16 berdasarkan modifikasi

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Lampiran 7 Tabel Penilaian Kesesuaian Penetapan Harga Jual Metode Cost-Plus pricing CV Macarindo Berkah Group Jember

Komponen	No	Standar Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing	Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing CV Macarindo Berkah Group	Kesesuaian		Keterangan
				Sesuai	Tidak Sesuai	
Penggolongan Biaya Berdasarkan Fungsi Pokok dalam Perusahaan	1	Pengelompokkan Biaya Produksi	Terdapat Pengelompokkan Biaya Produksi	✓		Perusahaan dalam melakukan pencatatan akuntansi telah melakukan pengelompokkan biaya produksi yakni terdiri dari pencatatan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead.
	2	Pengelompokkan Biaya Pemasaran	Terdapat Pengelompokkan Biaya Pemasaran	✓		Perusahaan dalam melakukan pencatatan akuntansi telah melakukan pengelompokkan biaya pemasaran yakni pencatatan perhitungan biaya kegiatan promosi dan

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Komponen	No	Standar Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing	Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing CV Macarindo Berkah Group	Kesesuaian		Keterangan
				Sesuai	Tidak Sesuai	
						Iklan.
	3	Pengelompokkan Biaya Biaya Administrasi dan Umum	Terdapat Pengelompokkan Biaya Administrasi dan Umum	✓		Perusahaan dalam melakukan pencatatan akuntansi telah melakukan pengelompokkan biaya administrasi dan umum yakni pencatatan perhitungan biaya yang digunakan untuk mengkoordinasikan kegiatan produksi dan pemasaran seperti gaji karyawan dan overhead kantor
		Jumlah		3	0	100% (Sangat Sesuai)

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Komponen	No	Standar Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing	Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus pricing CV Macarindo Berkah Group Jember	Kesesuaian		Keterangan
				Sesuai	Tidak Sesuai	
Penggolongan Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Sesuatu	1	Pengelompokkan biaya produksi langsung	Terdapat pengelompokkan biaya produksi langsung	✓		Perusahaan dalam melakukan pencatatan akuntansi telah melakukan pengelompokkan biaya produksi langsung yakni pencatatan perhitungan biaya bahan mentah, tenaga kerja langsung dan distribusi yang terkait dengan produk yang di rproduksi.
	2	Pengelompokkan Biaya Produksi tidak langsung	Terdapat pengelompokkan Biaya Produksi tidak langsung	✓		Perusahaan dalam melakukan pencatatan akuntansi telah melakukan pengelompokkan biaya produksi tidak langsung yakni pencatatan perhitungan biaya listrik, penyusutan mesin, dan

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Komponen	No	Standar Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing	Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus pricing CV Macarindo Berkah Group Jember	Kesesuaian		Keterangan
				Sesuai	Tidak Sesuai	
						tenaga kerja tidak langsung.
		Jumlah		2	0	100% (Sangat Sesuai)

Komponen	No	Standar Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing	Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus pricing CV Macarindo Berkah Group Jember	Kesesuaian		Keterangan
				Sesuai	Tidak Sesuai	
Penggolongan Biaya Berdasarkan Hubungannya dengan Tingkat Aktivitas	1	Pengelompokkan Biaya Tetap	Terdapat Pengelompokkan Biaya Tetap		✓	Perusahaan dalam melakukan pencatatan akuntansi belum melakukan pengelompokkan biaya tetap yakni pencatatan

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Komponen	No	Standar Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing	Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus pricing CV Macarindo Berkah Group Jember	Kesesuaian		Keterangan
				Sesuai	Tidak Sesuai	
						perhitungan biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel tidak disendirikan pencatatannya.
	2	Pengelompokkan Biaya Variabel	Terdapat Pengelompokkan Biaya Variabel		✓	Perusahaan dalam melakukan pencatatan akuntansi belum melakukan pengelompokkan biaya tetap yakni pencatatan perhitungan biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel tidak

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Komponen	No	Standar Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing	Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus pricing CV Macarindo Berkah Group Jember	Kesesuaian		Keterangan
				Sesuai	Tidak Sesuai	
						disendirikan pencatatannya.
	3	Pengelompokkan Biaya Semi Variabel	Terdapat Pengelompokkan Biaya Semi Variabel		✓	Perusahaan dalam melakukan pencatatan akuntansi belum melakukan pengelompokkan biaya tetap yakni pencatatan perhitungan biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel tidak disendirikan pencatatannya.
		Jumlah		0	3	0% (Sangat Tidak Sesuai)

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Komponen	No	Standar Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing	Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus pricing CV Macarindo Berkah Group Jember	Kesesuaian		Keterangan
				Sesuai	Tidak Sesuai	
Tahapan Penetapan Harga Jual		Kelengkapan Tahapan Penetapan Harga Jual				
	1	Perhitungan biaya per unit	Terdapat perhitungan biaya per unit	✓		Perusahaan telah melakukan pencatatan perhitungan biaya per unit
	2	Perhitungan ROI Per Unit	Terdapat perhitungan ROI per unit		✓	Perusahaan belum melakukan perhitungan ROI sehingga belum terdapat ROI per unit pada perhitungan harga jual
	3	Perhitungan presentase mark up	Terdapat presentase mark up	✓		Perusahaan telah melakukan perhitungan presentase mark up
	4	Perhitungan Target harga jual	Terdapat perhitungan target	✓		Perusahaan telah melakukan

DIGITAL REPOSITORY UNIVERSITAS JEMBER

Komponen	No	Standar Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus Pricing	Penetapan Harga Jual Metode Cost Plus pricing CV Macarindo Berkah Group Jember	Kesesuaian		Keterangan
				Sesuai	Tidak Sesuai	
			harga jual			perhitungan target harga jual
	5	Anggaran laba rugi	Menganggarkan laba rugi		✓	Perusahaan belum melakukan pencatatan laporan laba rugi
		Jumlah		3	2	60% (Kurang Sesuai)

Lampiran 8 Aktiva Tetap CV Macarindo Berkah Group Jember

Berikut ini aktiva tetap yang dimiliki oleh CV Macarindo Berkah Group Jember untuk memproduksi macaroni, diantaranya:

Nama Barang	Unit	Waktu Manfaat (Bulan)	Harga Perolehan (Rp)	Total Harga Perolehan (Rp)	Depresiasi Per Bulan (Rp)
Peralatan					
Continuous sealer	1	120	2.800.000,00	2.800.000,00	23.333,33
Tabung gas (3kg)	12	240	150.000,00	1.800.000,00	7.500,00
Tabung gas (6kg)	1	240	210.000,00	210.000,00	875
Regulator	4	60	70.000,00	280.000,00	4.666,67
Spinner	2	120	1.800.000,00	3.600.000,00	30.000,00
Mixer	1	120	7.500.000,00	7.500.000,00	62.500,00
Kompore	7	120	525.000,00	3.675.000,00	30.625,00
Wajan	8	120	225.000,00	900.000,00	7.500,00
Total				20.765.000,00	167.000,00

Sumber: Data diolah, 2022

Keterangan:

1. Continues sealer merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk menyegel kemasan plastic.
2. Tabung gas merupakan alat yang digunakan sebagai bahan bakar kompor agar dapat digunakan untuk menggoreng produk macaroni.
3. Regulator merupakan alat yang dipasang pada tabung gas digunakan untuk menghubungkan tabung gas dengan kompor
4. Spinner merupakan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengurangi kadar minyak pada macaroni yang telah digoreng.
5. Mixer merupakan alat yang digunakan oleh persahaan untuk mengaduk bumbu kering agar tercampur secara merata pada macaroni.
6. Kompore merupakan alat yang digunakan untuk menggoreng macaroni.
7. Wajan merupakan alat yang digunakan sebagai tempat penggorengan macaroni.

Lampiran 9 Perhitungan Harga Jual yang Dilakukan

A. Perhitungan Biaya

Beban Penjualan		
No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Sewa gedung	2.150.000,00
2	Listrik	153.000,00
3	Beban gaji	3.300.000,00
4	Beban lain-lain	147.000,00
Total		5.750.400,00

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel menunjukkan bahwa total beban penjualan yang dikeluarkan untuk memproduksi macaroni varian pouch sejumlah Rp5.750.400,00

B. Perhitungan Biaya Tenaga Kerja

Tabel Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Bagian	Jumlah Pekerja	Upah pekerja (Rp)	Total (Rp)
Penggorengan	4	250.000,00	1.000.000,00
Pengemasan	4	250.000,00	1.000.000,00
			2.000.000,00

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel menunjukkan bahwa total biaya tenaga kerja yang dikeluarkan untuk memproduksi macaroni varian pouch sejumlah Rp2.000.000,00.

C. Perhitungan Biaya Per Unit

Biaya per unit macarina varian pouch telah ditetapkan langsung oleh perusahaan yaitu sebesar Rp5.900,00 dengan total produksi selama 1 bulan yaitu 1.700 unit.

D. Presentase Mark Up

Perusahaan tidak menetapkan tingkat pengembalian yang diinginkan (ROI) atas investasi yang dilakukan sehingga langsung menetapkan presentase mark up. Berikut perhitungan presentase mark up oleh perusahaan:

% mark up =	<u>Total biaya adm dan penjualan per unit</u>
	Biaya produksi per unit
=	<u>7.750.400 : 1.700 unit</u>
	5.900
=	<u>4.559,05</u>
	5.900
=	77,27%

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh bahwa presentase mar up 77,27%, dengan diperolehnya presentase mark up maka dapat ditentukan harga jual produk yang diproduksi.

E. Target Harga Jual

Biaya per unit + (Mark up x cost) = Target harga jual
5.900 + (77,27% x 5.900) = Target harga jual
5.900 + 4.558,93 = 10.458,93

Berdasarkan mark up yang telah diperoleh yaitu 77,27% dari biaya produksi macarina varian pouch per unit yang telah ditentukan perusahaan yaitu sebesar Rp5.900,00 maka mark up (laba per unit yang diinginkan) Rp4.558,93

Lampiran 10 Perhitungan Harga Jual yang Sebenarnya

A. Perhitungan Biaya Bahan Baku

Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku Bulan April 2022

Produk	Jumlah	Harga (Rp)	Total (Rp)
Macaroni	10 SAK	375.000,00	3.750.000,00
Bumbu	1 KG	38.000,00	38.000,00
Minyak Goreng	6 DUS	390.000,00	2.340.000,00
			6.128.000,00

Sumber: CV. Macarindo Berkah Group Jember 2022

Tabel menunjukkan bahwa total biaya bahan baku yang dikeluarkan untuk memproduksi macaroni varian pouch sejumlah Rp6.128.000,00

B. Perhitungan Biaya Tenaga kerja

Tabel Perhitungan Biaya Tenaga Kerja

Bagian	Jumlah Pekerja	Upah pekerja (Rp)	Total (Rp)
Penggorengan	4	250.000,00	1.000.000,00
Pengemasan	4	250.000,00	1.000.000,00
			2.000.000,00

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel menunjukkan bahwa total biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi macaroni varian pouch sejumlah Rp2.000.000,00

C. Perhitungan BOP

Tabel Perhitungan BOP

Keterangan	Kuantitas	Total Harga (Rp)
Biaya bahan penolong:		
Kemasan	5 PAK	195.000,00
Biaya Tenaga Kerja	4 pekerja	2.300.000
Tidak Langsung		
		2.495.000,00

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel menunjukkan bahwa total biaya overhead yang dikeluarkan untuk memproduksi macaroni varian pouch sejumlah Rp2.495.000,00

D. Perhitungan Administrasi dan Penjualan

Biaya administrasi dan penjualan merupakan biaya non produksi yang dikeluarkan untuk melaksanakan kegiatan usaha.

Tabel administrasi dan penjualan

Keterangan	Total (Rp)
Sewa gedung	1.300.000,00
Beban listrik	153.000,00
Beban lain-lain	117.400,000
Penyusutan peralatan	167.000,00
Gaji bagian administrasi	1.000.000,00
2.737.400,00	

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel menunjukkan bahwa total biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi macaroni varian pouch sejumlah Rp2.737000,00

E. Perhitungan biaya yang terjadi dalam 1x produksi macarina varian pouch pada bulan April 2022

Berikut data yang tersedia dimana perusahaan akan memproduksi macarina varian pouch sejumlah 1.700 unit dengan mengharapkan tingkat pengembalian 25% dari investasi yang telah dikeluarkan perusahaan yaitu sejumlah Rp20.765.000,00.

Tabel Data Biaya Macarina Varian Pouch Bulan April 2022

Keterangan	Jumlah (Rp)
Biaya bahan baku	6.128.000,00
Biaya tenaga kerja	2.000.000,00
Biaya overhead pabrik variabel	195.000,00
Biaya overhead pabrik tetap	2.300.000
Biaya adm dan penjualan variabel	1.167.000,00
Biaya adm dan penjualan tetap	1.570.000
TOTAL	13.360.000,00

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel menunjukkan bahwa total biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan untuk memproduksi macaroni varian pouch sejumlah Rp13.360.000,00.

Sehingga untuk menentukan target harga jual perusahaan harus menghitung:

1. Biaya per unit

Biaya bahan baku	6.128.000,00
Biaya tenaga kerja	2.000.000,00
Biaya overhead variabel	195.000,00
Biaya overhead tetap	<u>2.300.000,00</u>
Total biaya produksi	10.623.000,00

Biaya per unit produk didapatkan dari total seluruh biaya untuk menghasilkan satu unit produk yang terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik yaitu sejumlah Rp10.623.000,00 lalu dibagi dengan total produksi yaitu sejumlah 1.700 unit sehingga total biaya per unit produk yaitu:

$$\text{Biaya per unit} = \frac{10.623.000}{1.700} = 6.248$$

2. ROI per unit

ROI diperoleh dengan mengalikan investasi yang dilakukan Rp20.765.000,00 dengan presentase laba operasi yang diinginkan yaitu 25% sehingga menghasilkan tingkat pengembalian Rp5.191.250,00. Jika perusahaan ingin menghitung tingkat pengembalian per unit maka tingkat pengembalian yang diinginkan dapat dibagi dengan banyaknya jumlah unit yang diproduksi. Sehingga dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{ROI per unit} &= \frac{20.765.000 \times 25\%}{1.700} \\ &= \frac{5.191.250}{1.700} \\ &= 3.053,67 \end{aligned}$$

3. Presentase mark up

Presentase mark up merupakan laba operasi per unit dari total biaya produksi tiap unit. Presentase mark up dihitung menggunakan cost-plus pricing maka menggunakan persamaan

hasil presentase mark up dikalikan total biaya produksi per unit harus sama dengan ROI per unit ditambah biaya administrasi dan penjualan. Berikut perhitungan presentase mark up:

$$\begin{aligned}
 \% \text{ mark up} &= \frac{3.053,67 + (2.737.000 : 1.700)}{6.248} \\
 &= \frac{3.053,67 + 1.610}{6.248} \\
 &= \frac{4.663,67}{6.248} \\
 &= 74,64\%
 \end{aligned}$$

4. Target harga jual

Setelah memperoleh mark up 74,64 dari biaya produksi per unit Rp6.248,00 maka mark up (laba per unit yang diinginkan) Rp4.663,50. Berikut perhitungan target harga jual yangn diinginkan:

$$\begin{aligned}
 \text{Biaya per unit} + (\text{Mark up} \times \text{cost}) &= \text{Target harga jual} \\
 6.248 + (74,64\% \times 6248) &= \text{Target harga jual} \\
 6.428 + 4.663,50 &= 10.911,50
 \end{aligned}$$

Lampiran 11 Pedoman Penelitian

1. Pedoman Wawancara**PEDOMAN WAWANCARA
CEO CV Macarindo Berkah Group****A. Pertanyaan yang Berhubungan dengan Identitas pemilik dan perusahaan****I. Identitas Pemilik**

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

II. Pertanyaan**Perhitungan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* yang diterapkan oleh pemilik CV Macarindo Berkah Group Jember**

1. Dalam sehari CV Macarindo Berkah Group dapat menghasilkan berapa produk?
2. Terdapat berapa macam varian rasa macaroni yang di produksi?
3. Alat-alat apa saja yang digunakan dalam kegiatan produksi?
4. Apakah harga pokok produksi setiap varian sama? Jika berbeda, faktor apa saja yang mempengaruhi perbedaan tersebut?
5. Bagaimana cara perusahaan menentukan harga jual?
6. Bagaimana sistem penetapan harga yang sudah digunakan selama ini?
7. Apakah harga jual produk tersebut ditentukan dengan melihat harga pasar?
8. Biaya apa saja yang dikeluarkan dalam kegiatan produksi?
9. Kapan biasanya perusahaan melakukan pembelian bahan baku?
10. Berapa laba yang diinginkan perusahaan per produk?
11. Apakah perusahaan melakukan penggolongan biaya?
12. Berapakah biaya yang dikeluarkan untuk menyewa tempat produksi?
13. Berapa rata-rata biaya bahan bakar yang digunakan dalam satu bulan?

14. Apakah perusahaan melakukan perawatan/servis mesin dan kendaraan setiap bulannya?
15. Berapakah rata-rata biaya listrik yang dikeluarkan dalam satu bulan?
16. Apa saja hambatan dalam menentukan harga jual produk?

2. Pedoman Dokumentasi

PEDOMAN DOKUMENTASI

Komponen Dokumentasi : Data Utama

Hari/tanggal pelaksanaan

No.	Jenis Dokumen	Sub Komponen	Keberadaan Dokumen	
			Ada	Tidak
1.	Dokumen yang diperlukan dalam Penetapan harga jual pada CV Macarindo Berkah Grop	1. Dokumen pembelian bahan baku 2. Dokumen peralatan yang digunakan 3. Dokumen perlengkapan yang digunakan 4. Dokumen penjualan dan harga jual barang		

Lampiran 12 Lembar Wawancara

LEMBAR WAWANCARA KEPADA INFORMAN

(Bagian Administrasi dan Keuangan CV Macarindo Berkah Group Jember)

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Helmi Zamrudiansyah

Bagian : CEO CV Macarindo Berkah Group Jember

Alamat : JL. Sriwijaya XX No. 11
Kec. Sumbersari, Kab. Jember

Tanggal : 19 Mei 2022

II. Pertanyaan

Informasi Produksi Makaroni

1. Dalam sehari CV Macarindo Berkah Group dapat menghasilkan berapa produk?

Jawaban : “Bisa kurang lebih ya 200 sampai 300 pcs ya sehari”

2. Terdapat berapa macam varian rasa makaroni yang diproduksi CV Macarindo Berkah Group?

Jawaban : “Untuk macarina sendiri kan produknya ada 7 macam tapi yang macaroni goerengnya 6 jenis dengan 11 varian rasa”

3. Alat-alat apa saja yang digunakan dalam kegiatan produksi?

Jawaban : “Tentu nya wajan ya untuk menggoreng, kompor, lalu spinner alat untuk meniriskan minyak dan mixer untuk mengaduk bumbu”

Informasi Penggunaan Harga Jual

4. Apakah harga pokok produksi setiap variannya sama? Jika berbeda, faktor apa saja yang membuat harga pokok produksi macaroni nya berbeda?

Jawaban : “Faktor yang membuat harga pokok produksinya berbeda terletak pada ukuran setiap varian dan kemasan yang digunakan. Semakin besar ukurannya maka membutuhkan macaroni yang semakin banyak dan harga kemasannya pun berbeda setiap variannya.”

5. Bagaimana cara CV. Macarindo Berkah Group menentukan harga jual?

Jawaban : “Saya menghitung harga jual dengan cara menambahkan seluruh total biaya produksi dengan laba yang diharapkan. Laba yang diharapkan pun ditentukan dengan membandingkan produk dengan competitor, disini kita perlu compare.”

6. Bagaimana sistem penetapan harga yang sudah digunakan selama ini?

Jawaban : “Selama ini saya menjumlahkan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, BOP dengan laba yang diinginkan”

7. Apakah harga jual produk tersebut ditentukan dengan melihat harga pasar?

Jawaban : “iya tentu kami membandingkan dengan beberapa produk seperti macarini ngehe, macaroni bonju, macaroni kakarak, dan macaroni boncabe dengan membandingkan tingkat kerenyahan, kualitas rasa, distribusi, promosi, support system, takaran pedas, pengalaman shake dan harga pastinya.”

Informasi Biaya Produksi

8. Biaya apa saja yang dikeluarkan dalam kegiatan produksi?

Jawaban : “Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, BOP, biaya pemasaran, sama biaya administrasi dan umum”

9. Kapan Bapak melakukan pembelian bahan baku?

Jawaban : “ Tidak tentu ya, namun biasanya saya membeli bahan baku di akhir bulan tidak secara bersamaan karena kan habisnya.

Seperti minyak dulu yang habis ya belanja minyak, kalau macaroni habis ya belanja macaroni.”

10. Berapa laba yang diinginkan perusahaan per produk?

Jawaban : “sekitar 25% - 30% setiap produknya.”

11. Apakah CV. Macarindo Berkah Group melakukan penggolongan biaya?

Jawaban : “iya kami melakukan penggolongan biaya”

12. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk menyewa tempat produksi setiap bulannya?

Jawaban : “saya membayar sewa tempat sebesar Rp 1.300.000,00”

13. Berapa rata-rata biaya bahan bakar yang digunakan dalam satu bulan?

Jawaban: “kira-kira ya Rp 100.000,00”

14. Apakah Bapak melakukan perawatan/servis mesin dan kendaraan setiap bulannya dan berapa biayanya?

Jawaban: “Tidak, dek. Saya melakukan servis itu tergantung ada kerusakan atau tidak. Terkadang saya servis mesin 4 bulan sekali, mobil juga saya servis 1 tahun sekali.”

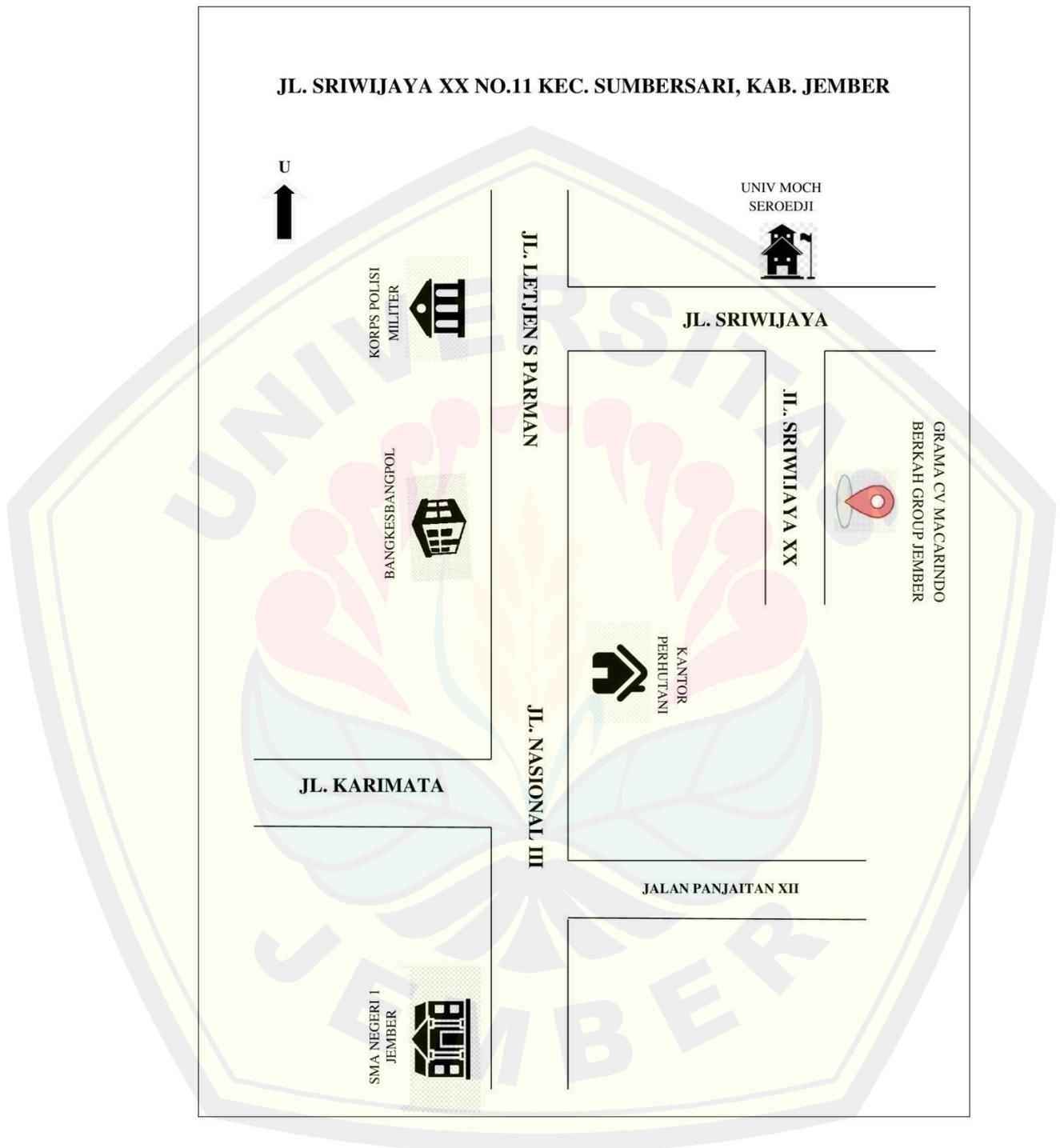
15. Berapa rata-rata biaya listrik yang dikeluarkan dalam satu bulan?

Jawaban: “Sekitar Rp 150.000, dek.”

16. Apa saja hambatan dalam menentukan harga jual produk?

Jawaban : “hambatan untuk menentukan harga jual sendiri itu ada di bahan baku yang harganya tidak stabil ya apalagi kan bahan baku utamanya minyak goreng yang harganya sering naik turun. Selain itu juga terhambat dalam menentukan laba yang diinginkan karena harus selalu membandingkan dengan kompetitor.”

Lampiran 13 Denah Lokasi CV Macarindo Berkah Group Jember



Lampiran 14 Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Rumah Produksi CV Macarindo Berkah Group Jember



Gambar 2. Wawancara dengan CEO CV Macarindo Berkah Group



Gambar 3 Bahan Baku Minyak



Gambar 4 Bahan Baku Macaroni



Gambar 5 Bahan Baku Bumbu



Gambar 6 Spinner Peniris Minyak



Gambar 7 Mixer Pengaduk Bumbu



Gambar 8 Sealer

Lampiran 15 Surat Izin Penelitian

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988
Laman: www.fkip.unjember.ac.id



Nomor : 4099/UN25.1.5/SP/2022
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Pemilik CV. Macarindo Berkah Group
Jl. Sriijaya 20 No.11
Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.

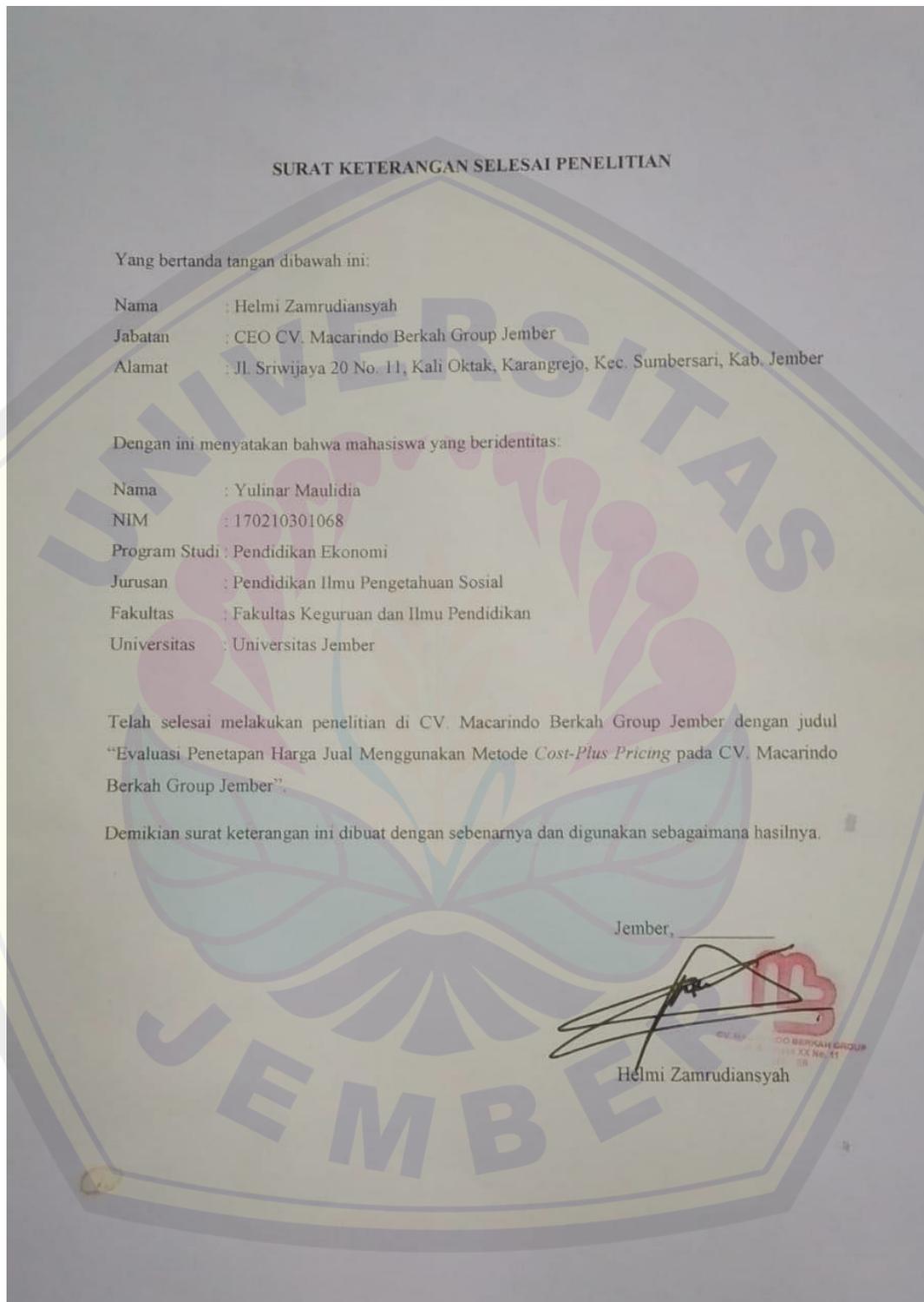
Nama : Yulinar Maulidia
NIM : 170210301068
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Waktu Pelaksanaan : Mei 2022

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian dengan judul "Evaluasi Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing* Pada Cv. Macarindo Berkah Group Di Kabupaten Jember". Sehubungan dengan hal tersebut mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.


a.n. Dekan
Wakil Dekan I,
Drs. Nuriman, Ph.D
NIP. 19650601 1993021 1 001

Lampiran 16 Lembar Surat Selesai Penelitian



Lampiran 17 Lembar Konsultasi Pembimbing 1



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Yulinar Maulidia
 NIM/ Angkatan : 170210301068 / 2017
 Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Evaluasi Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing* pada CV. Macarindo Berkah Group Jember di Kabupaten Jember
 Pembimbing I : Dr. Sri Kantun, M.Ed

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I
1.	12-09-2021	Judul Skripsi	GR A
2.	17-01-2022	Bab I	GR A
3.	21-01-2022	Bab E	GR A
4.	28-01-2022	Bab III dan lampiran	GR A
5.	21-02-2022	ACC Seminar Proposal	GR A
6.	06-09-2022	Revisi Seminar Proposal	GR A
7.	11-09-2022	Revisi Seminar Proposal	GR A
8.	06-06-2022	Bab IV	GR A
9.	09-06-2022	Bab IV	GR A
10.	04-07-2022	Bab IV, V	GR A
11.	26-08-2022	Bab IV, V	GR A
12.	16-08-2022	Bab IV, V, dan lampiran	GR A
13.	27-09-2022	Ujian Skripsi	GR A
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran 18 Lembar Konsultasi Pembimbing 2



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JEMBER**
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp. Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : Yulinar Maulidia
 NIM/ Angkatan : 170210301068 / 2017
 Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
 Judul Skripsi : Evaluasi Penetapan Harga Jual Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing* pada CV. Macarindo Berkah Group Jember di Kabupaten Jember
 Pembimbing II : Tiara, S.Pd., M.Pd

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II
1.	21-01-2021	Judul skripsi	✓
2.	29-01-2021	Judul skripsi	✓
3.	07-09-2021	Bab I	✓
4.	16-09-2021	Bab II	✓
5.	01-11-2021	Bab I, II, III	✓
6.	24-01-2022	Bab I, II, III	✓
7.	14-02-2022	Bab I, II, III	✓
8.	21-02-2022	Acc seminar proposal	✓
9.	03-08-2022	Revisi seminar proposal	✓
10.	15-08-2022	Bab IV, V	✓
11.	29-09-2022	Bab IV, V, lampiran	✓
12.	07-10-2022	Bab IV, V, lampiran	✓
13.	11-10-2022	Acc Ujian Skripsi	✓
14.			
15.			

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas**

Nama : Yulinar Maulidia
 Tempat/Tanggal Lahir : Malang, 21 Juli 1998
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Status : Belum Menikah
 Nama Orang Tua
 a) Ayah : Ebi Dwi Zattaufiq
 b) Ibu : Sri Wahyuni
 Alamat : Jl. Mukibat 3 RT.003/RW.001, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur
 Email : yulinarmaulidia21@gmail.com

B. Pendidikan

No.	Nama Sekolah	Tempat	Tahun Lulus
1.	SDN Purwosari 1	Jl. Kawedanan No. 1 Purwosari, Purwosari, Kec. Purwosari, Kab. Pasuruan, Jawa Timur	2011
2.	SMPN 1 Purwosari	Jl. Raya Puntir No. 128, Donorejo, Martopuro, Kec. Purwosari, Pasuruan, Jawa Timur	2014
3.	SMAN 1 Purwosari	Jl. Pegadaian No. 1B Purwosari, Purwosari, Kec. Purwosari, Kab. Pasuruan, Jawa Timur	2017