



**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL
DALAM UPAYA MEMAKSIMALKAN LABA
PADA PT. GERONGAN SURAJAYA
DI PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Jember



Oleh :

Maria Triana Agustin

NIM. D1B195-250

Asal	: Hadiah	Klasifikasi 658.8 AGU a
	: Pembelian	
Terima Tgl:	: 8 JUL 2000	
No. Induk :	: PTI-2000-10-2-233.	

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2000**



JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DALAM UPAYA MEMAKSIMALKAN
LABA PADA PT. GERONGAN SURA JAYA
DI PASURUAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Maria Triana Agustin

N. I. M. : D1B1 95-250

J u r u s a n : Manajemen

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

13 Juni 2000

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

Susunan Panitia Penguji

Ketua,

Drs. Syamsuri

NIP. 130 287 119

Sekretaris,

Dra. Istifadah, M.Si

NIP. 131 877 448

Anggota,

Drs. H. Marjanto

NIP. 130 324 100



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Drs. H. Sukusni, M.Sc

NIP.130 350 764

TANDA PERSETUJUAN

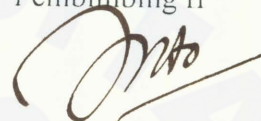
Judul Skripsi : Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Upaya
Memaksimalkan Laba Pada PT. Gerongan Sura Jaya Di
Pasuruan
Nama Mahasiswa : Maria Triana Agustin
NIM : D1 B1 95. 250
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I



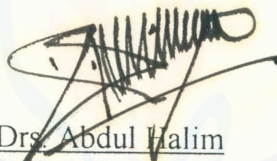
Drs. H. Maryanto
NIP. 130 324 100

Pembimbing II



Drs. Wasito, AK
NIP. 131 966 372

Ketua Jurusan



Drs. Abdul Halim
NIP. 130 674 838

Tanggal Persetujuan : 26 Mei 2000

MOTTO

Janganlah takut, Sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau, Aku akan memegang engkau dengan tangan kananKu yang membawa kemenangan.

(Yesaya 41 : 10)

Keberhasilan Dari Suatu Kerja Merupakan Manifestasi Dari Semua Niat Dan Keseriusan

(Renungan Pribadi)

Skripsi Ini Kupersembahkan untuk :

Indonesia, Tanah Airku

Orang tuaku Bapak Drs. Johannes Muljadi dan Ibu

Lusia Surati

Kedua Kakakku Mbak Erna dan Mbak Susi

Rachman Ady Karya Tersayang

Almamaterku Universitas Jember

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadapan Tuhan Yang Maha Kasih atas segala karuniannya-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DALAM UPAYA MEMAKSIMALKAN LABA PADA PT. GERONGAN SURAJAYA DI PASURUAN ”.

Skripsi ini adalah merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Jember.

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

1. Bapak Drs. H. Maryanto, selaku dosen pembimbing I dan Bapak Drs. Wasito, AK, selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran dan kesabaran dalam memberikan bimbingan, pengarahan demi selesainya penulisan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Abdul Halim, selaku Ketua Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. H. Sukusni, Msc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak Drs. Djoko Supadmoko, AK selaku dosen wali
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
6. Pimpinan perusahaan beserta seluruh staff PT. Gerongan Sura Jaya Pasuruan, terlebih Bapak Yongky Sutedja selaku pimpinan, yang telah banyak membantu dan memberikan informasi yang diperlukan penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini
7. Kedua orang tua Bapak Drs. Johanes Muljadi dan Ibu Lusiana Surati mbak Erna dan mbak Susi juga si kecil Jordan yang selalu memberikan do'a, semangat dan

kasihnya kepada penulis yang telah banyak memberikan dukungan moril maupun materiil.

8. Teman-teman kelas Manajemen Genap '95 atas persahabatannya selama kuliah.
9. Kang Ady yang menemaniku dengan kasih sayangnya, dorongan serta kecamannya.
10. Sahabat baikku Endah dan Rizki yang menemaniku dalam tawa.
11. Teman Kost di D. Toba 4 : Purwati, Rifa, Anis, Theres, Cita, Ayu, Yeyen, Eva, Iik, Sari, Lia, Dyna, Ninip, dan semuanya.
12. Teman KKN Pace : Baban, Bril, Ari Lilis, Inggar, Tri Dewi, Ail (Always Together...)
13. My friend rental *Bambooleo* (Mas Antok, Mas Imam, Edi dan Dian /Gp) yang telah banyak membantu penulis.

Penulis mengharapkan skripsi ini mendapatkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membaca dan memerlukannya.

Jember, Mei 2000

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	3
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian	4
1.4 Metode Penelitian	4
1.4.1 Metode Pengumpulan Data	4
1.4.2 Metode Analisis Data	4
1.5 Batasan Masalah	8
1.6 Terminologi	9
1.7 Kerangka Pemecahan Masalah	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Harga	12
2.2 Tujuan Penetapan Harga	13
2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Harga	14
2.4 Penyesuaian Harga	21
2.5 Ramalan Penjualan	22

2.6 Analisis Biaya Semi Variabel	24
2.7 Pengertian Profitabilitas	27
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	28
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan	28
3.3 Aspek Personalia	31
3.3.1 Sistem Pengupahan dan Jenis Tenaga Kerja	31
3.3.2 Jam Kerja Karyawan	32
3.3.3 Tunjangan Kesejahteraan Karyawan	33
3.4 Aspek Produksi	33
3.4.1 Bahan Baku	33
3.4.2 Peralatan dan Fasilitas Produksi	34
3.4.3 Proses Produksi	35
3.4.4 Jenis dan Hasil Produksi	40
3.5 Aspek Pemasaran	41
3.6 Aspek Keuangan	44
BAB IV ANALISIS DATA	
4.1 Penentuan Besarnya Keuntungan Harga Jual Kebijaksanaan Perusahaan	45
4.1.1 Ramalan Penjualan	45
4.1.2 Perhitungan Inventori Turn Over (ITO)	45
4.1.3 Perhitungan Anggaran Produksi	46
4.1.4 Pemisahan Biaya Semi Variabel Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	47
4.1.5 Perhitungan Rugi-Laba Tahun 2000 Berdasarkan Harga Jual Perusahaan	50
4.2 Penentuan Besarnya Harga Jual dan Keuntungan yang akan di capai Berdasarkan Hasil Analisis	52
4.2.1 Penentuan Harga Jual Spring Bed	52

4.2.2 Penentuan Harga Jual Box Spring	55
4.3 Analisis Perbandingan Rugi-Laba Tahun 2000	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.	Jumlah Tenaga Kerja Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya	32
2.	Bahan Baku Spring Bed	34
3.	Bahan Baku Penolong Spring Bed	34
4.	Bahan Baku Box Spring	34
5.	Bahan Baku Penolong Box Spring	34
6.	Data Persediaan Barang Jadi Tahun 1995-1999 pada PT. Gerongan , Sura Jaya, Pasuruan	40
5.	Data Harga Bahan Baku Per dan Busa Tahun 1995-1999	41
6.	Standart Pemakaian Bahan Baku	41
7.	Data Produksi dan Data Penjualan Tahun 1995-1999	43
8.	Data Harga Jual per unit Tahun 1995-1999	43
9.	Data Biaya Semi Variabel, Variabel, dan Tetap Tahun 1995-1999	44
10.	Ramalan Penjualan Tahun 2000	45
11.	Inventory Turn Over (ITO) Tahun 2000	46
12.	Hasil Pemisahan Biaya Semi Variabel Tahun 2000	49
13.	Alokasi Biaya Variabel masing – masing Jenis Produk	50
14.	Perhitungan Rugi Laba Tahun 2000, Berdasarkan Harga Jual Kebijaksanaan Perusahaan	52
15.	Perhitungan Rugi Laba Tahun 2000, Berdasarkan Harga Jual Hasil Analisis	58
16.	Analisis Perbandingan Rugi Laba Berdasarkan Harga Jual Perusahaan dan Hasil Analisis Tahun 2000	59

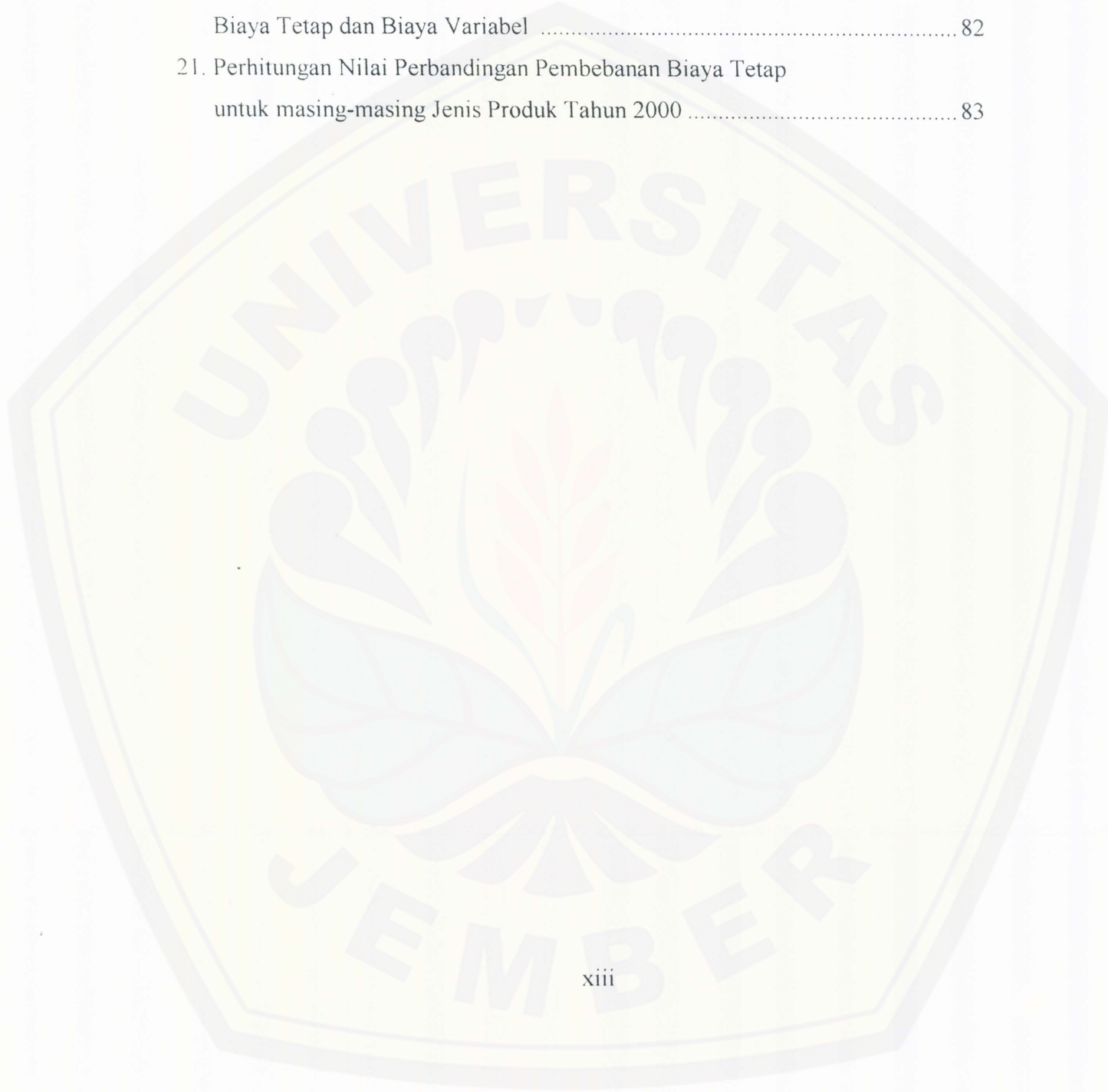
DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
1.	Kurva Permintaan	14
2.	Kurva Penawaran	15
3.	Terjadinya Harga	16
4.	Laporan Rugi Laba	27
5.	Struktur Organisasi PT. Gerongan Sura Jaya	29
6.	Skema Proses Produksi Matras	35
7.	Skema Proses Produksi Divan	36
8.	Skema Proses Produksi Boxi	36
9.	Skema Proses Produksi Sandaran	37
10.	Saluran Distribusi PT. Gerongan Sura Jaya	42

DAFTAR LAMPIRAN

No. Judul	Hal
1. Ramalan Penjualan Spring Bed Tahun 2000	63
2. Ramalan Penjualan Box Spring Tahun 2000	64
3. Ramalan Harga Per Tahun 2000	65
4. Ramalan Harga Busa Tahun 2000	66
5. Perhitungan ITO Spring Bed Tahun 2000	67
6. Perhitungan ITO Box Spring Tahun 2000	68
7. Pemisahan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Spring Bed Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	69
8. Pemisahan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Spring Bed Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	70
9. Pemisahan Biaya Bahan Baku Penolong Spring Bed Menjadi dan Biaya Variabel	71
10. Pemisahan Biaya Bahan Baku Box Spring Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	72
11. Pemisahan Biaya Listrik Spring Bed Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	73
12. Pemisahan Biaya Listrik Box Spring Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	74
13. Pemisahan Biaya Reparasi Spring Bed Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	75
14. Pemisahan Biaya Reparasi Box Spring Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	76
15. Pemisahan Biaya Pemasaran Spring Bed Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	77
16. Pemisahan Biaya Pemasaran Box Spring Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	78

17. Pemisahan Biaya Administrasi Dan Umum Spring Bed Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	79
18. Pemisahan Biaya Administrasi Dan Umum Box Spring Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	80
19. Pemisahan Biaya Lain-Lain Spring Bed Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	81
20. Pemisahan Biaya Lain- Lain Box Spring Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel	82
21. Perhitungan Nilai Perbandingan Pembebanan Biaya Tetap untuk masing-masing Jenis Produk Tahun 2000	83



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya setiap perusahaan yang didirikan adalah untuk mendapatkan keuntungan, meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan berusaha meningkatkan aktivitasnya dalam jangka panjang. Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya tergantung pada pimpinan perusahaan dalam melakukan fungsi manajemen yang meliputi : perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pelaksanaan dan pengawasan perusahaan tersebut.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan, yang mencakup kegiatan-kegiatan untuk merencanakan dan menentukan kebijaksanaan pemasaran seperti produk, penentuan harga jual, kegiatan promosi dan sistem distribusi. Dengan melaksanakan kegiatan pemasaran yang baik, maka akan memberikan sumbangan yang besar terhadap kemajuan dan perkembangan perusahaan sehingga akan menunjang tercapainya tujuan perusahaan.

Perekonomian Indonesia saat ini berada dalam kondisi krisis dan lesu dibandingkan dengan kondisi perekonomian pada tahun-tahun sebelumnya. Keadaan seperti itu akan menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif dan sulit diantara perusahaan yang ada, terutama bagi perusahaan yang menghasilkan produk sejenis. Disamping itu pihak konsumen akan memperoleh keuntungan karena dapat memilih produk yang disenangi dengan berbagai alasan seperti : Harga, kualitas atau model yang disenangi. Dengan adanya kondisi seperti ini perusahaan harus segera mengantisipasinya agar tujuan perusahaan yang ditentukan dapat tercapai. Perusahaan harus segera mengadakan evaluasi mengenai kualitas produk, saluran distribusi pemasaran,

promosi penjualan dan penetapan harga jual produknya.

Salah satu kebijaksanaan perusahaan yang dianggap penting diantaranya tentang penetapan harga jual produk. Keputusan penetapan harga jual produk selayaknya dilakukan dengan hati-hati, karena apabila tidak tepat akan berakibat fatal bagi perusahaan yaitu kerugian yang terus menerus dan tertimbunnya produk di gudang karena produk tersebut tidak laku dijual. Dalam pengambilan keputusan mengenai harga jual, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual, karena harga jual dipengaruhi oleh faktor internal yaitu tujuan perusahaan, biaya produksi, jenis produk yang dihasilkan, laba yang diharapkan dan faktor eksternalnya yaitu pesaing, peraturan pemerintah, citra atau kesan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan (Machfudz, 1994 :101).

Keputusan mengenai penetapan harga jual produk untuk mendapatkan keuntungan yang diharapkan akan berkaitan erat dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut. Untuk mendapatkan keuntungan yang diharapkan dapat dilakukan dengan menaikkan harga jual, meningkatkan volume penjualan, atau menekan biaya-biaya yang dikeluarkan. Biaya akan mempengaruhi harga jual untuk mencapai tingkat keuntungan yang direncanakan, harga akan mempengaruhi volume penjualan, sedangkan volume penjualan akan mempengaruhi volume produksi dan volume produksi akan mempengaruhi besarnya biaya yang akan dikeluarkan. Seperti yang diungkapkan oleh (Machfudz, 1994:271) “Dengan mengadakan pendekatan terhadap biaya dan segala aktivitas perusahaan, diharapkan dapat memecahkan masalah mengenai penentuan harga jual yang tepat agar tujuan perusahaan tercapai “.

1.2 Pokok Permasalahan

PT. Gerongan Sura Jaya yang berlokasi di Gerongan Pasuruan adalah perusahaan yang memproduksi Spring bed dan Box Spring. Dalam memasarkan hasil produksinya perusahaan terlibat dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lain yang memproduksi barang sejenis. Untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya dan memperoleh laba yang diharapkan oleh perusahaan, maka perusahaan harus segera melakukan tindakan antisipasi. Salah satu kebijaksanaan yang penting adalah penetapan harga jual (Swasta, Irawan, 1995 : 170).

Pada tahun 1999 perusahaan telah menetapkan besarnya harga jual untuk masing-masing jenis produk yang dihasilkan. Dari harga jual yang telah ditetapkan tersebut perusahaan mengharapkan akan memperoleh laba yang maksimal. Namun *apakah harga jual yang telah ditetapkan tersebut sudah mampu memberikan keuntungan yang maksimal?, atau ada harga lain yang dapat memberikan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan ?*.

Pemecahan masalah tersebut dapat dilakukan dengan cara menganalisis faktor harga jual dalam kaitannya dengan pencapaian tujuan perusahaan.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka skripsi ini diberi judul : “ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DALAM UPAYA MEMAKSIMALKAN LABA PADA PT GERONGAN SURAJAYA DI PASURUAN”.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui besarnya harga jual sekaligus keuntungan maksimal yang akan dicapai berdasarkan kebijaksanaan perusahaan tahun 2000
2. Untuk menentukan harga jual sekaligus keuntungan yang akan dicapai berdasarkan hasil analisis tahun 2000

3. Untuk mengetahui selisih perolehan laba yang dicapai berdasarkan harga jual kebijaksanaan perusahaan dengan harga jual hasil analisis.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi pihak perusahaan dalam menentukan besarnya harga jual dimasa yang akan datang agar dapat diperoleh tingkat profitabilitas yang lebih tinggi.
2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi perusahaan lain dalam memecahkan persoalan yang sama.
3. Bagi mahasiswa penelitian ini merupakan kesempatan untuk memperluas wawasan pemikiran dengan melihat kenyataan yang sebenarnya, setelah selama ini dibekali disiplin ilmu secara teoritis dan sebagai bahan masukan.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Yaitu cara pengumpulan data dengan mengadakan wawancara secara langsung dengan masing-masing kepala bagian dan pihak-pihak lain dalam perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Observasi

Yaitu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, mulai dari proses produksi sampai produk siap dipasarkan untuk mendapatkan data yang diperlukan.

1.4.2 Metode Analisis Data

1. Untuk mengetahui besarnya keuntungan yang akan dicapai berdasarkan kebijaksanaan perusahaan digunakan langkah analisis sebagai berikut :
 - a. Untuk meramalkan tingkat penjualan yang akan datang digunakan metode Trend Linear Sederhana (Least Square), dengan rumus

sebagai berikut : (Adisaputra ,1991:159)

$$Y = a + bX$$

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

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

Dimana :

Y = Ramalan penjualan periode yang akan datang

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Satuan Waktu

n = Banyaknya data

b. Untuk menentukan besarnya persediaan akhir digunakan rumus sebagai berikut : (Adisaputra ,1991:164)

$$\text{ITO (Tingkat Perputaran Persediaan)} = \frac{\text{Rencana Penjualan}}{\text{Persediaan rata-rata}}$$

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

c. Untuk mengetahui besarnya tingkat produksi pada periode yang akan datang digunakan budget produksi dengan rumus : (Adisaputra, 1991:151)

Tingkat Penjualan xxx

Tingkat Persediaan Akhir xxx +

Jumlah xxx

Tingkat Persediaan Awal xxx -

Tingkat Produksi xxx

d. Untuk memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel menggunakan metode kuadrat terkecil, dengan rumus sebagai

variabel menggunakan metode kuadrat terkecil, dengan rumus sebagai berikut : (Mulyadi ,1991: 517)

$$Y = a + bX$$

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

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

Dimana :

Y = Biaya semi variabel pada tingkat kegiatan X

a = Biaya Tetap

b = Biaya variabel

X = Volume Kegiatan

n = Banyaknya data

e. Menentukan harga jual masing-masing jenis produk dengan Metode *Direct Cost Pricing* (Mas'ud, 1991: 254).

Harga Jual = (Biaya produksi variabel + Biaya lain-lain variabel) + (% laba yang diharapkan x Total biaya variabel)

f. Menghitung besarnya laba yang akan dicapai dengan analisis laporan rugi laba dengan rumus :(Mulyadi ,1991 : 184)

Penjualan	xxx
Biaya Variabel.....	xxx -
Contribusi Margin.....	xxx
Biaya Tetap.....	xxx -
Laba atau Rugi	xxx

2. Untuk menentukan besarnya harga jual dan keuntungan yang akan dicapai

berdasarkan hasil analisis dilakukan dengan prosedur sebagai berikut :

- a. Menentukan jumlah permintaan terhadap barang yang dijual oleh perusahaan dengan rumus : (Dumairy ,1992 : 91)

$$Q = a - bP$$

Dimana :

Q = Jumlah barang yang diminta berdasarkan harga baru

P = Harga jual barang per unit dari hasil analisis

a = Bagian jumlah barang yang diminta yang ditentukan oleh variabel yang sudah dimasukkan sebagai variabel penentu dalam fungsi tersebut

b = Koefisien fungsi permintaan yang menunjukkan dampak marginal dari masing-masing variabel bebas terhadap jumlah barang yang diminta.

- b. Untuk menghitung total biaya digunakan rumus : (Swasta dan Irawan ,1995:272)

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = Total Biaya

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

- c. Untuk menghitung tingkat pendapatan digunakan rumus : (Swasta dan Irawan ,1995:272)

$$R = P \times Q$$

Dimana :

R = Total pendapatan

P = Harga per unit

Q = Jumlah unit yang diproduksi untuk dijual

- d. Kemudian untuk menghitung besarnya keuntungan digunakan rumus :

(Swasta dan Irawan ,1995:273)

$$K = R - C$$

Syarat keuntungan maksimum :

$$K' = 0 \text{ atau}$$

$$MR = MC (R' = C')$$

Dimana :

K = Keuntungan

R = Total pendapatan

C = Total Biaya

MR=Tingkat Pendapatan

MC= Tingkat biaya

3. Analisa perbandingan Rugi-Laba 1999

Untuk mengetahui selisih perolehan laba yang dicapai berdasarkan harga jual dari perusahaan dengan keuntungan yang dicapai berdasarkan harga jual hasil analisis.

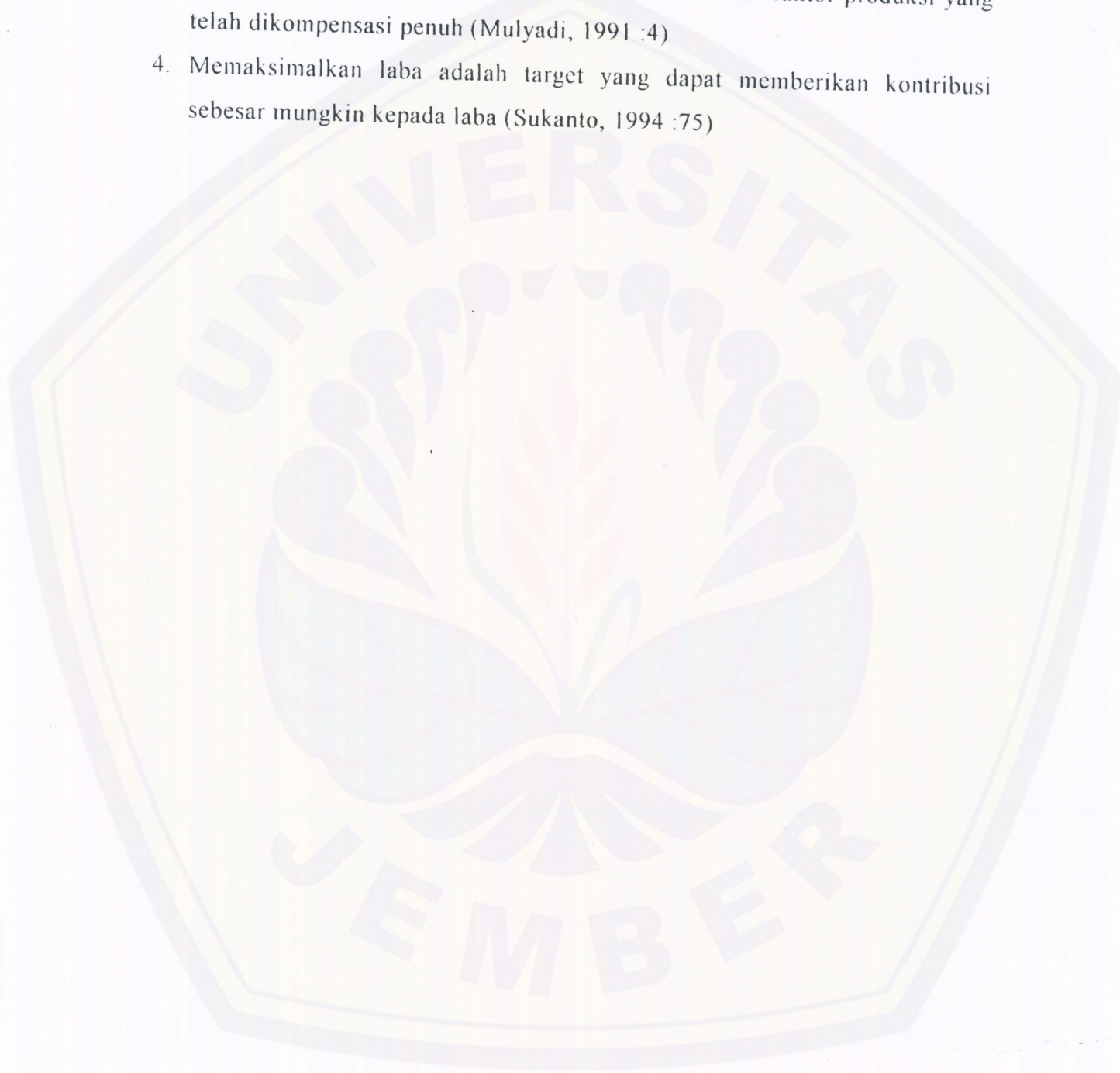
1.5 Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya permasalahan batasan masalah yang akan ditentukan adalah :

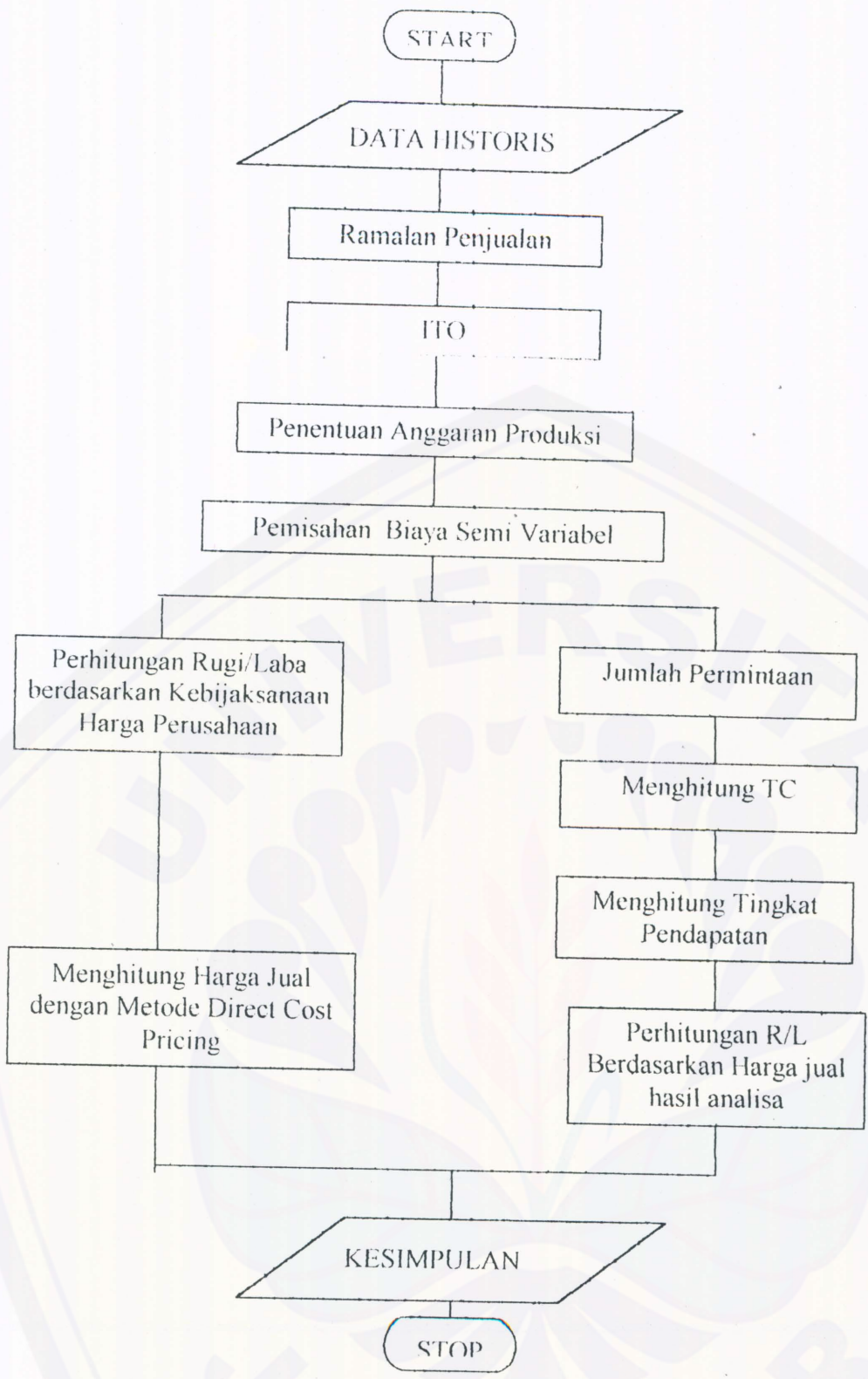
1. Periode penelitian selama 1995 – 1999
2. Produk yang dianalisis adalah Spring Bed dan Box Spring

1.6 Terminologi

1. Analisis adalah suatu penelitian/studi mendalam terhadap suatu masalah/keadaan tertentu untuk menentukan pentingnya masalah tersebut. (Mulyadi, 1991 :69)
2. Harga Jual adalah harga yang ditentukan oleh penjual/produsen berdasarkan biaya per unit ditambah dengan jumlah tertentu untuk menutup laba yang diinginkan pada unit tersebut. (Swastha, 1995:149)
3. Laba adalah sisa yang tertinggal setelah semua faktor-faktor produksi yang telah dikompensasi penuh (Mulyadi, 1991 :4)
4. Memaksimalkan laba adalah target yang dapat memberikan kontribusi sebesar mungkin kepada laba (Sukanto, 1994 :75)



1.7 KERANGKA PEMECAHAN MASALAH



Keterangan :

1. Sebelum menilai analisis data terlebih dahulu harus diperoleh data historis dari perusahaan.
2. Dengan melihat data penjualan perusahaan akan dapat dihitung ramalan penjualan dan menyusun anggaran produksinya.
3. Berdasarkan data biaya dan anggaran produksi, kemudian memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel untuk menyusun anggaran biaya variabel pada periode yang akan datang.
4. Setelah mengetahui jumlah biaya variabel kemudian menentukan harga jual dengan metode *Direct Cost Pricing*
5. Kemudian menghitung besarnya keuntungan yang akan dicapai perusahaan tahun 2000 berdasarkan harga yang telah ditetapkan perusahaan
6. Untuk menentukan harga jual masing-masing jenis produk dan menghitung tingkat keuntungan yang berdasarkan harga jual hasil analisis dilakukan melalui tahap-tahap :
 - a. Menentukan jumlah permintaan
 - b. Menghitung total biaya
 - c. Menghitung total pendapatan
 - d. Menghitung tingkat keuntungan
7. Dari hasil perhitungan, kemudian ditarik suatu kesimpulan sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi perusahaan.

II. LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Harga

Setiap perusahaan yang mengejar keuntungan dan sejumlah badan sosial pada suatu waktu dihadapkan dengan masalah menetapkan harga barang-barang dan jasa yang disediakan. Harga termasuk didalamnya antara lain ongkos angkutan, imbalan jasa, biaya, uang kuliah, uang sewa, pungutan, dan harga (Kotler, 1995:47).

Dalam teori ekonomi, harga, nilai, faedah merupakan istilah-istilah yang saling berhubungan. Faedah adalah atribut suatu barang yang dapat memuaskan kebutuhan. Sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu barang kita menggunakan uang, dan istilah yang dipakai adalah harga. Jadi harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah.

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swasta, 1995:147)

Konsep yang lain menunjukkan apabila harga suatu barang yang dibeli oleh konsumen dapat memberikan hasil yang memuaskan, maka dapat dikatakan bahwa penjualan total suatu perusahaan akan berada pada tingkat yang memuaskan, diukur dalam nilai rupiah, sehingga dapat menciptakan langganan.

Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari pesaing, sehingga dalam hal ini penetapan harga dari penjual akan berbeda.

Kebijaksanaan penentuan harga jual yang dilakukan oleh setiap perusahaan tidak semudah yang dibayangkan dan akan lebih sering mengalami kesulitan. Penentuan harga yang dilakukan atas dasar pertimbangan non strategis yang sering dilakukan oleh perusahaan-perusahaan adalah kurang tepat, memang harga dalam hal ini merupakan salah satu elemen daya saing, tetapi perlu disadari bahwa sebagai daya

saing tidak bisa berdiri sendiri dalam menghadapi persaingan yang ketat serta perubahan ekonomi yang tidak menentu. Untuk menetapkan harga jual biasanya dilakukan dengan mengadakan percobaan untuk menguji pasarnya, apakah harga tersebut dapat diterima atau ditolak. Apabila pembelian yang dilakukan oleh konsumen volumenya meningkat, berarti harga yang ditetapkan sudah layak dan konsumen mau menerima sehingga laba yang diharapkan bisa tercapai.

2.2. Tujuan Penetapan Harga

Pada umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga produknya. Tujuan tersebut antara lain (Swasta, 1995:149)

1. Mendapatkan laba maksimum

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

2. Mendapatkan pengembalian investasi ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih. Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambilkan dari laba perusahaan, dan laba hanya bisa diperoleh bilamana harga jauh lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.

3. Mencegah atau mengurangi persaingan.

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijaksanaan harga. Hal ini dapat diketahui bilamana para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama. Oleh karena itu persaingan hanya mungkin dilakukan tanpa melalui kebijaksanaan harga, tetapi dengan servis lain. Persaingan seperti ini disebut persaingan bukan harga (*Non price competition*).

4. Mempertahankan atau memperbaiki *Market Share*.

Memperbaiki *Market Share* hanya mungkin dilaksanakan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan di bidang lain seperti bidang pemasaran, keuangan, dan sebagainya. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan sangat terbatas, biasanya penentuan harga ditujukan untuk sekedar mempertahankan *Market Share*.

2.3. Faktor- faktor yang mempengaruhi tingkat harga

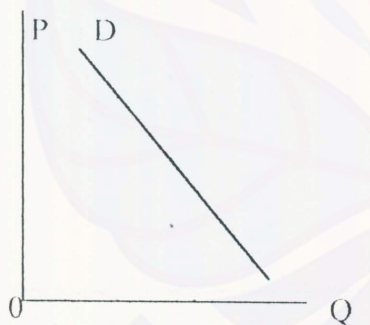
Kegiatan usaha yang dilakukan oleh setiap perusahaan terutama dalam penentuan harga jual akan mempunyai tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan dari penentuan harga jual tersebut perusahaan perlu kiranya memperhatikan beberapa faktor yang sangat mempengaruhi penentuan harga jual. Faktor-faktor tersebut antara lain (Swasta, 1995:242):

1. Keadaan perekonomian

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

2. Penawaran dan Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta menjadi lebih besar. Hubungan antara harga dengan jumlah yang diminta ini dapat digambarkan dalam kurva permintaan sebagai berikut :



Gambar 1. KURVE PERMINTAAN

Keterangan :

P = Harga barang

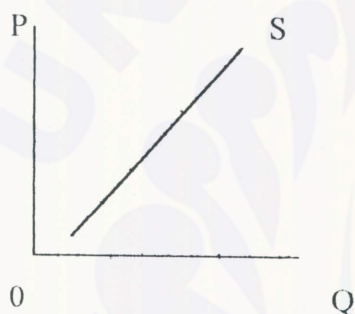
Q = Kuantitas atau jumlah permintaan

D = Demand (setiap titik pada kurve permintaan yang menunjukkan kombinasi antara jumlah permintaan dengan tingkat harga)

Kurve permintaan mempunyai slope negatif, hal ini sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa jumlah permintaan terhadap suatu barang berbanding terbalik dengan tingkat harganya, jika harga tinggi jumlah barang yang diminta sedikit dan jika harga rendah jumlah yang diminta lebih besar.

Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada satu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

Hubungan antara harga dengan jumlah yang ditawarkan tersebut dapat digambarkan dalam bentuk kurve penawaran berikut :



Gambar 2. KURVE PENAWARAN

Keterangan :

P = Harga barang

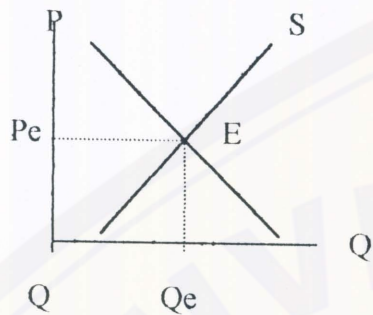
Q = Jumlah penawaran

S = Suplay

Setiap titik pada kurve penawaran yang menunjukkan kombinasi antara jumlah penawaran dengan tingkat harga.

Kurve penawaran mempunyai slope yang positif, hal ini sesuai dengan hukum penawaran yang menyatakan bahwa jumlah penawaran suatu barang berbanding lurus dengan tingkat harga, artinya jika harga tinggi maka jumlah barang yang ditawarkan besar dan jika harga rendah, jumlah barang yang ditawarkan sedikit.

Menurut teori ekonomi harga akan ditentukan pada suatu titik pertemuan antara kurve permintaan dan kurve penawaran. Hal ini dapat diketahui dari penggabungan antara kurve permintaan dan kurve penawaran berikut ini :



Gambar 3. KURVE TERJADINYA HARGA

Keterangan : Harga yang terjadi terletak pada titik E, yaitu titik pertemuan antara kurve permintaan dengan kurve penawaran. Dimana pada tingkat harga setinggi P_e jumlah yang diminta sama dengan jumlah yang ditawarkan yaitu sebanyak Q_e , harga yang terjadi tersebut disebut harga keseimbangan.

3. Elastisitas Permintaan

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

4. Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang-barang dari hasil pertanian misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni. Dalam persaingan seperti ini penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli lain. Selain persaingan murni, dapat pula terjadi keadaan persaingan lainnya, seperti :persaingan tidak sempurna, oligopoli, dan monopoli.

5. Biaya

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

6. Tujuan perusahaan

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan-tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya. Tujuan-tujuan yang hendak dicapai tersebut antara lain:

a. Maksimisasi laba

Salah satu tujuan penetapan harga yang dapat digunakan adalah maksimisasi laba jangka pendek. Sejak perusahaan memutuskan untuk memaksimalkan laba, maka data biaya tetap dan biaya variabel harus dikumpulkan untuk membantu dalam penentuan harga optimum.

b. Maksimisasi pendapatan atau penjualan

Alternatif lain dari tujuan penetapan harga bagi perusahaan adalah berusaha memaksimalkan pendapatan. Tingkat pendapatan ini sering dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain :

- Pemisahan manajemen dari pemiliknya
- Sistem penggajian
- Berbagai macam resiko yang mungkin dihadapi

- b. Maksimisasi pendapatan banyak dianut oleh perusahaan-perusahaan dan nampaknya akibat-akibat dari tujuan penetapan harga itu mudah diketahui. Pada umumnya maksimisasi penjualan atau pendapatan ini dilakukan bilamana :
- Dasar penilaiannya adalah hasil penjualan bukan laba
 - Sulit memperkirakan permintaan
 - Ingin bersaing dengan menentukan harga lebih rendah serta penjualan maksimum.

c. Maksimisasi volume unit

Penetapan harga yang didasarkan pada volume unit maksimum yang mungkin terjual akan memberikan kemungkinan bagi perusahaan untuk mendapatkan laba yang lebih kecil.

7. Pengawasan pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga . Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk : penentuan harga maksimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli.

Menurut Machfudz faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang penentuan harga jual produk berasal dari dalam dan dari luar perusahaan. Faktor dari dalam perusahaan seperti biaya produksi dan biaya-biaya lain yang relevan, laba yang diinginkan , tujuan perusahaan, dan sebagainya.

Sedangkan faktor-faktor dari luar perusahaan yang mempengaruhi penentuan harga jual diantaranya : persaingan, luas pasar, sifat produk dan sebagainya. Penentuan harga jual sering kali tidak bisa sekali diambil untuk digunakan seterusnya, tetapi dengan beberapa revisi agar harga jual yang ditetapkan benar-benar bisa digunakan sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Penentuan harga jual yang salah seringkali berakibat fatal pada masalah keuangan masalah akan mempengaruhi kontinuitas perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau menimbunnya hasil produksi di gudang karena macetnya pemasaran.

Dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual maka dapat disimpulkan secara singkat mengenai faktor *internal* yang mempengaruhi harga jual, yaitu (Machfudz, 1991:105):

1. Laba dan tujuan-tujuan lain.

Laba pada umumnya merupakan tujuan utama dari usaha perusahaan dan perusahaan berusaha mengoptimalkan laba dengan berusaha meraih hasil penjualan yang tinggi dan biaya yang rendah. Hasil penjualan yang tinggi bisa diraih dengan volume penjualan yang besar dan atau dengan harga yang tinggi. Tetapi dalam prakteknya tidak semudah itu banyak faktor yang mempengaruhi baik volume penjualan atau harga. Laba maksimal bagi perusahaan merupakan yang bisa dicapai, bukan yang seharusnya bisa di capai. Kadang-kadang perusahaan tidak hanya bertujuan memperoleh semata-mata, mungkin menyediakan lapangan kerja, menggalang hubungannya dengan pihak tertentu dan sebagainya. Dan tentu saja disamping tujuan utama yaitu laba. Semua situasi ini akan mempengaruhi harga jual. Faktor selain laba harus diperhitungkan juga untuk menentukan harga yang tepat adalah bagian pasar (*Markert Share*) yaitu berapa laba seharusnya bisa diraih dibanding dengan pasar atau industri keseluruhan.

2. Situasi Pasar

Situasi pasar berpengaruh pada harga jual dalam hal ini bisa dibagi tiga, yaitu :

- a) Situasi persaingan
- b) Elastisitas permintaan
- c) Sifat produk

Untuk menentukan harga jual suatu produk pesaing atau produk yang sama atau produksi substitusi mempunyai peranan yang besar. Dalam persaingan yang sangat tajam dimana penjual beitu banyak dan jumlah pembeli yang seimbang dengan penjual maka persaingan sedikit saja dari harga akan mempengaruhi komposisi penawaran dan permintaan yang ada, begitu juga sebaliknya ada satu-satunya penjual, dan barang tersebut sangat dibutuhkan oleh pembeli maka si penjual bisa memasang

harga tanpa mengalami kesukaran atau sebaliknya hanya ada satu pembeli dengan banyak penjual.

Tetapi dalam situasi oligopoli dimana beberapa penjual menawarkan produk yang sama biasanya ada suatu perusahaan yang besar dan beberapa perusahaan yang lebih kecil tersebut akan mengikuti harga yang telah ditentukan oleh perusahaan yang lebih kecil, perusahaan yang kecil tersebut akan mengikuti harga yang telah ditentukan oleh perusahaan besar, harga semacam ini disebut harga pemimpin (*Price Leadership*)

Untuk produk perusahaan dimana konsumennya pada pasar yang *homogen* (pasar yang menjual produk serupa) seperti pasar ikan, pasar pakaian dan sebagainya, maka harga pada umumnya ditentukan oleh mekanisme pasar. Sedangkan pada produk untuk pasar yang *heterogen* perusahaan lebih leluasa dalam menentukan harga jual.

3. Biaya produksi dan operasi

Ada dua hal yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan mengenai kebijaksanaan penentuan harga jual yang berhubungan dengan biaya produksi dan operasi, yaitu :

- a. Struktur biaya
- b. Kebijakan harga karena struktur biaya

Struktur biaya dari perusahaan merupakan faktor yang sangat penting untuk menentukan harga jual. Struktur biaya adalah komposisi antara biaya tetap dengan biaya variabel. Pada perusahaan dengan proporsi biaya tetap lebih besar dibanding dengan biaya variabelnya maka perusahaan akan lebih berorientasi pada pasar (*Market Oriented*) artinya usaha perusahaan ditekankan pada pencarian atau perluasan pasar untuk produknya, sehingga akan meningkatkan volume penjualan yang besar. Sebaliknya dengan biaya variabel yang proporsional dari biaya tetap, perusahaan akan berorientasi pada biaya (*Cost Oriented*).

Karena dalam hal ini biaya tetap relatif lebih rendah, maka dengan penjualan yang tidak sebesar *Market Oriented* akan menutup biaya tetap tersebut dan

perusahaan akan memperoleh laba. Sehingga perusahaan lebih berkepentingan terhadap usaha menekan biaya variabel, meskipun perluasan pasar juga merupakan masalah yang penting.

Sedangkan kebijaksanaan terhadap struktur biaya merupakan faktor yang dominan dalam penentuan harga jual dengan berdasarkan perhitungan akuntansi yang berkenaan dengan biaya (tanpa memperhatikan pada faktor lain).

2.4 Penyesuaian Harga

Penetapan harga merupakan tantangan bukan saja pada saat suatu perusahaan untuk pertama kali menetapkan harga melainkan juga pada saat ia hendak mengadakan penurunan atau kenaikan harga (Kotler, 1995: 70).

2.4.1 Penurunan harga

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

Alasan yang lain ialah kemerosotan saham pasar sebagai akibat persaingan harga yang sangat sengit. Alasan lain lagi yang mendorong penurunan harga ialah suatu gerakan mengejar dominasi dengan biaya rendah. Dalam peristiwa ini ada kemungkinan pihak yang menetapkan harga secara agresif sudah dari semula menikmati biaya yang lebih rendah, ataupun mengadakan penurunan harga dengan harapan memperbesar saham pasaran, yang akan memungkinkan penekanan berkat volume penjualan yang lebih besar.

2.4.2 Kenaikan Harga

Banyak perusahaan terpaksa menaikkan harga, tindakan itu diambilnya dengan mengabaikan kenyataan bahwa kenaikan harga itu tidak disenangi oleh pihak

pembeli, pihak penyalur, bahkan juga oleh barisan wiraniaga perusahaan itu sendiri. Kenaikan harga yang sukses banyak sekali meningkatkan laba.

Suatu keadaan yang mendorong penyesuaian harga kearah atas ialah inflasi biaya. Setiap kenaikan biaya yang tidak diiringi penambahan produktivitas mengurangi margin laba dan mendorong perusahaan-perusahaan untuk menaikkan harga secara berkala. Seringkali harga dinaikkan dengan melebihi jumlah kenaikan biaya karena perlu mendahului inflasi selanjutnya dan menghindarkan pengendalian harga oleh pihak pemerintah. Dunia usaha ragu untuk mengadakan pengikatan harga dalam kontrak jangka panjang karena dikhawatirkan inflasi biaya akan mengurangi margin labanya.

Keadaan lain yang dapat mendorong kenaikan harga ialah permintaan yang berlebihan. Jika suatu perusahaan tidak sanggup lagi melayani setiap pesanan, ia dapat menaikkan harga, menetapkan jatah, ataupun menetapkan keduanya. Kenaikan harga dapat dilaksanakan secara tersembunyi dengan menghapuskan aneka potongan harga dan menambahkan jenis barang yang lebih mahal pada suatu jajaran produk, dapat pula harga dinaikkan secara terang-terangan.

Dalam membebaskan kenaikan harga kepada kaum pelanggan, suatu perusahaan harus mempertimbangkan kesulitan yang akan dihadapi kaum pelanggan itu, dan janganlah bertindak sebagai seorang pemeras harga. Setiap kenaikan harga harus disertai program penerangan seksama, memberitahukan kepada kaum pelanggan apa sebabnya harga terpaksa dinaikkan dan memberi saran-saran tentang cara-cara untuk menekan biaya. Barisan wiraniaga perusahaan bersangkutan harus rajin mengunjungi kaum pelanggan dan membantu memecahkan aneka permasalahan kaum pelanggannya itu. Disamping itu perlu menambahkan anggaran periklanan atau menyempurnakan mutu barang.

2.5 Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan merupakan suatu perkiraan atau estimasi penjualan yang akan terjadi di masa yang akan datang untuk menghadapi unsur ketidakpastian.

dalam dunia usaha seringa berhadapan dengan keadaan yang tidak pasti, akan tetapi suatu perusahaan tidak akan menjalankan aktifitasnya dengan baik tanpa adanya suatu rencana, walaupun rencana tersebut hanyalah merupakan hasil dari suatu ramalan. Namun demikian bila ramalan tersebut atas dasar pemikiran dan perkiraan yang rasional serta dengan tehnik-tehnik tertentu maka hasilnya akan lebih baik dari pada tanpa rencana sama sekali.

Ramalan penjualan adalah :

“Sesuatu perkiraan atas ciri kuantitatif dan kualitatif termasuk harga dan perkembangan pasar suatu produk yang diproduksi suatu perusahaan, pada jangka waktu tertentu di masa yang akan datang”(Adisaputra,1991:57).

Dari ramalan penjualan ini maka pimpinan menentukan prinsip kebijaksanaan dalam penyusunan anggaran untuk menjalankan aktifitasnya di masa yang akan datang. Dalam penelitian ini digunakan metode peramalan penjualan berdasarkan statistik, tetapi pada dasarnya ada empat cara yang dapat dipakai untuk meramalkan tingkat penjualan yaitu :

1. Berdasarkan pendapat, berupa :
 - a. Pendapat dari pembeli (survei konsumen)
 - b. Pendapat dari salesman
 - c. Pendapat dari manajer cabang atau daerah penjualan
 - d. Pendapat para ahli
2. Dengan berdasarkan statistik, berupa :
 - a. Analisis *trend*
 - b. Analisis korelasi
3. Berdasarkan metode-metode khusus, berupa:
 - a. Analisis *product line*
 - b. Analisis industri
 - c. Analisis penggunaan akhir
4. Metode eksperimentasi

2.5.1 Metode Ramalan Penjualan Berdasarkan Statistik

Metode menggunakan data berupa angka-angka dan pada dasarnya dapat digunakan dengan analisis trend dan analisis korelasi.

Trend merupakan gerakan jangka panjang, naik turun serta cenderung menuju ke suatu arah menaik atau menurun. Analisis trend time series menggunakan tahun pertama sebagai tahun dasar dalam usaha menghitung ramalan penjualan. Hal ini dapat dibenarkan bila keadaan perekonomian relatif stabil, tetapi bila kondisi perusahaan mengalami fluktuasi penjualan yang tajam maka kurang tepat sebagai periode dasar.

Sedangkan analisis dengan *Least Square* menggunakan periode dasar tengah dalam usaha meramalkan penjualannya. Hal ini dapat dibenarkan apabila pada periode dasar tidak terdapat perbedaan yang mencolok dengan data observasi sebelum dan sesudah periode dasar. Analisis korelasi pada dasarnya memperhitungkan variabel yang dianggap berpengaruh sekali terhadap penjualan. Sehingga dalam hal ini jelas tidak hanya variabel waktu saja yang mendapat perhatian sehingga dapat dianggap baik sejauh variabel selain waktu dapat dilacak kebenarannya dan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap hasil penjualan maupun kegunaan perusahaan. Apabila variabel tersebut tidak jelas pengaruhnya terhadap hasil penjualan maka metode regresi akan menyesatkan.

2.6 Analisis Biaya Semi Variabel

Konsep biaya semi variabel merupakan konsep penting, karena biaya semi variabel adalah biaya yang senantiasa terdapat pada berbagai perusahaan. Bagian tetap biaya variabel menunjukkan adanya beban minimum atau beban pokok bagi yang benar-benar mempunyai jasa hasil dana tersedia untuk digunakan. Biaya variabel dan biaya semi variabel menunjukkan adanya beban yang timbul karena sungguh-sungguh mengkonsumsi jasa.

Pemisahan komponen tetap dan variabel dalam biaya semi variabel adalah penting bagi efektifitas analisis, biaya, volume, laba dan pengendalian manajemen

secara keseluruhan. Analisis biaya semi variabel biasanya dilakukan atas dasar kumpulan, yang memusatkan pada perilaku masa lalu, suatu biaya pada berbagai tingkat efektifitas. Apabila analisis ini dilakukan dengan seksama, maka akan diperoleh taksiran yang baik mengenai elemen tetap dan elemen variabel suatu biaya.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengadakan pemisahan biaya-biaya semi variabel menjadi elemen biaya tetap dan biaya variabel, antara lain :

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

Pada metode ini untuk memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel dalam periode tertentu dipilih dari titik yang mempunyai tingkatan aktivitas tertinggi dan terendah, atas dasar persamaan garis lurus $Y = a + bX$, perbedaan biaya antara kedua tingkatan tersebut disebabkan karena perubahan aktivitas dan besarnya tarif variabel.

b. Metode Biaya Berjaga

Metode ini menghitung berapa biaya yang harus tetap dikeluarkan andaikata perusahaan ditutup untuk sementara. Jadi produknya sama dengan nol, biaya ini disebut juga biaya berjaga ini merupakan bagian biaya tetap. Perbedaan antara biaya berjaga merupakan biaya variabel.

c. Metode Kuadrat Terkecil

Metode ini menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan: (Mulyadi, 1991:61)

$$Y = a + bX$$

Dimana Y merupakan biaya tidak bebas yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel X, yang merupakan variabel bebas. Variabel Y menunjukkan biaya, sedangkan variabel X menunjukkan adanya volume kegiatan, didalam persamaan tersebut menunjukkan :

a = unsur biaya tetap dalam variabel Y,

b = menunjukkan biaya variabel (Mulyadi, 1991:61)

dengan rumus sebagai berikut :

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

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

Diantara beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengadakan pemisahan biaya semi variabel, dipilih metode kuadrat terkecil yang digunakan pada penelitian ini

2.7 Pengertian Profitabilitas

Laba adalah sisa yang tertinggal setelah semua faktor-faktor produksi telah dikompensasi penuh. Tinggi rendahnya laba tergantung pada bagaimana kebijaksanaan perusahaan dijalankan. Efektivitas pada proses produksi serta penetapan biaya-biaya pemasaran secara proporsional, juga akan mempengaruhi besar kecilnya laba yang dihasilkan. Laba yang optimal akan diperoleh pada harga dan kuantitas yang tepat sesuai dengan kondisi permintaan barang di pasar.

Rugi adalah berkurangnya kekayaan perusahaan (selain terjadinya karena pengambilan modal) yang mana tidak ada kompensasi nilai yang diterima atau suatu pengorbanan sumber ekonomis yang tidak dapat mendatangkan penghasilan (Mulyadi, 1991:5)

Untuk melihat seberapa laba atau rugi, digunakan perhitungan R/L, yang mana akan diketahui seberapa laba atau rugi perusahaan dalam periode tertentu. Untuk itu digunakan pendekatan fungsional sebagai berikut: (Mulyadi, 1991:184)

Gambar 4. Laporan Rugi Laba

LAPORAN R/L PT.X PERIODE 2000	
- Penjualan.....	Rp.xxx
- Biaya variabel	<u>Rp.xxx -</u>
- Contribusi Margin.....	Rp.xxx
- Biaya Tetap.....	<u>Rp.xxx -</u>
- Laba atau Rugi bersih.....	<u><u>Rp.xxx</u></u>

Sumber : Mulyadi,1991:184

Informasi tentang laba atau rugi dalam suatu perusahaan sangat penting artinya bagi manajemen maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan. Angka tersebut dapat digunakan oleh manajemen sebagai penunjuk dalam mengambil berbagai keputusan, misalnya untuk menentukan apakah harga jual perlu dinaikkan atau diturunkan, apakah kebijaksanaan perlu diubah atau tidak.

III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

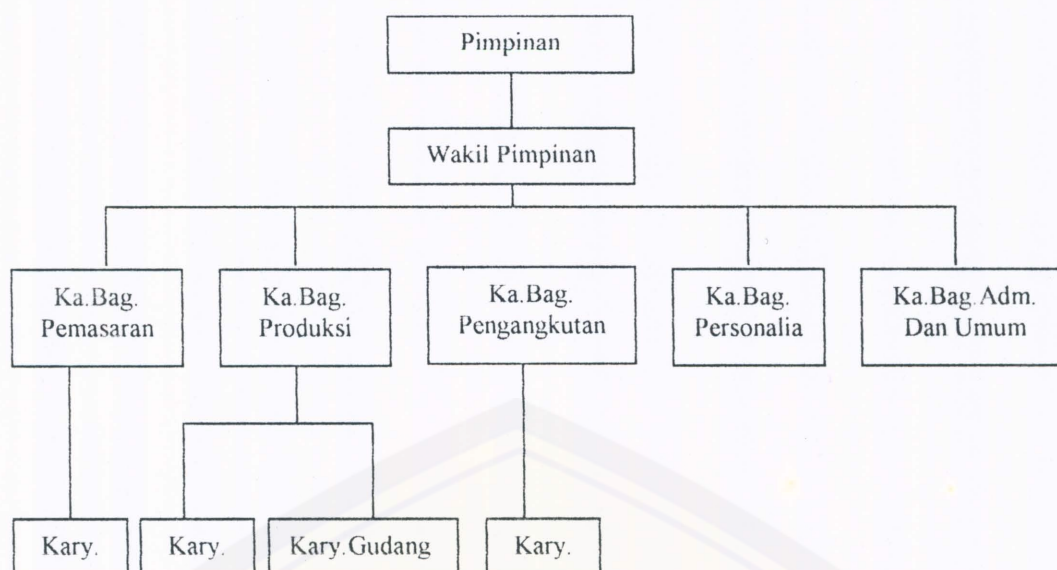
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Gerongan Sura Jaya yang berlokasi di Gerongan, Pasuruan berdiri pada tahun 1989 dengan bentuk usaha pada awalnya adalah UD Gerongan Sura Jaya yang bergerak pada jual beli spon. Setelah beberapa tahun berjalan sampai pada tahun 1992 pemilik perusahaan yang bernama Yongky Sutedja berupaya meningkatkan usahanya dengan merubah menjadi perseroan terbatas dengan usaha pembuatan spring bed (kasur pegas). Dalam operasinya perusahaan memiliki izin usaha nomor 5341 / 09.03 / PB / 89 yang disahkan berdasarkan akta notaris Buntoro Tigris Darmawan Ng, SH N0 401 12 Januari 1989. Dalam menjalankan usahanya bahan baku dan keperluan dibeli dari perusahaan kasur pegas yang lebih besar yaitu dari American Spring Bed. Merk yang digunakan untuk produknya adalah Trendy Spring Bed.

Berkaitan dengan lokasi perusahaan, perusahaan memiliki tempat yang strategis karena perusahaan dapat memperoleh bahan baku seperti pembuatan rangka yang terbuat dari kayu dapat diperoleh dengan mudah karena dekat dengan lokasi perusahaan perkayuan. Untuk meningkatkan usahanya pada tahun 1993, PT Gerongan Sura Jaya mendirikan kantor baru di Surabaya yang berlokasi di Jalan Kenjeran 168 sebagai kantor pusat pemasaran produknya.

3.2 Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Gerongan Sura Jaya memiliki Struktur Organisasi Fungsional. Dalam struktur organisasi ini, kekuasaan dan tanggung jawab tertinggi terletak ditangan satu pimpinan, segala perintah mengalir dari atas kebawah, dan dari bawahan terus kebawah yang paling rendah, setiap bawahan hanya bertanggung jawab pada atasannya dan atasan tersebut yang berhak memerintah dan mengawasi pekerjaan bawahannya, sesuai dengan fungsinya masing-masing. Secara skematis struktur organisasi PT. Gerongan Sura Jaya dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 5. STRUKTUR ORGANISASI PT. GERONGAN SURA JAYA TAHUN 2000

Sumber: PT. Gerongan Sura Jaya

Dengan adanya struktur organisasi maka akan nampak tugas dan tanggung jawab masing-masing karyawan dalam perusahaan itu. Pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian oleh PT. Gerongan Sura Jaya adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan

- Bertanggung jawab atas kemajuan dan kemunduran perusahaan
- Memimpin dan mengelola perusahaan sesuai dengan rencana perusahaan
- Mengatur dan mengadakan pembagian kerja agar tercapai kerjasama dan kesatuan tujuan demi tercapainya efisiensi
- Menentukan kebijaksanaan perusahaan baik yang bersifat umum, khusus mengenai keuangan, produksi, pemasaran, dan personalia
- Mengadakan hubungan dengan pihak ketiga bila terdapat hal-hal yang menyangkut perusahaan

2. Wakil Pimpinan
 - Membantu pimpinan melaksanakan segala aktivitas perusahaan
 - Menerima dan melaksanakan mandat dari pimpinan
 - Bertanggung jawab pada pimpinan dalam mengemban tugas yang dibebankan
3. Bagian Sumber Daya Manusia
 - Menentukan kebutuhan tenaga kerja dan memberi latihan serta menentukan pembagian tugasnya
 - Menentukan sistem pengupahan yang dilakukan
 - Bertanggung jawab dan memberikan laporan secara rinci kepada pimpinan dalam tugas mengatur personalia perusahaan
4. Bagian Pemasaran
 - Menyusun rencana program kerja penjualan yang sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan
 - Mengkoordinir dan mengawasi seluruh kegiatan bagian pemasaran
 - Mengupayakan peningkatan penjualan dan mencari langganan serta mengatur penjualan
 - Bertanggung jawab pada pimpinan mengenai tugas yang berkaitan dengan masalah kenaikan dan penurunan volume penjualan
5. Bagian Produksi
 - Melakukan rencana produksi yang telah ditentukan sesuai dengan instruksi
 - Menjamin kelangsungan produksi
 - Bertanggung jawab dan memberikan laporan secara rinci kepada pimpinan dalam tugasnya mengatur kelancaran proses produksi
6. Bagian Pengangkutan
 - Mendistribusikan barang hasil produksi yang laku dari perusahaan kepada konsumen

- Melaporkan kepada Kasubag. Pemasaran berkaitan dengan tugas pendistribusian barang
- Melakukan pengiriman barang jadi berdasarkan pesanan konsumen
- Mengambil pesanan bahan baku dari produsen bahan baku untuk menjamin kesinambungan proses produksi
- Bertanggung jawab dan memberikan laporan secara rinci kepada pimpinan dalam tugasnya mengatur kelancaran proses pengiriman

7. Bagian Administrasi dan Umum

- Menerima uang dari hasil penjualan
- Mencatat pertanggungjawaban pengeluaran dan pemasukan baik internal maupun eksternal
- Mencatat transaksi penjualan produk jadi pada konsumen
- Membuat laporan kepada bagian pemasaran tentang transaksi yang terjadi didalam perusahaan dan melaporkan apabila terdapat pesanan oleh konsumen
- Bertanggung jawab dan memberikan laporan secara rinci kepada pimpinan

3.3 Aspek Personalia

3.3.1 Sistem Pengupahan dan Jenis Tenaga Kerja

Menurut jenisnya, tenaga kerja pada PT. Gerongan Sura Jaya dibedakan menjadi tiga bagian yaitu :

a. Tenaga Kerja Borongan

Yang dimaksud tenaga kerja borongan adalah tenaga kerja yang mendapatkan upah berdasarkan prestasi kerja

b. Tenaga Kerja Harian

Yang dimaksud tenaga kerja harian adalah tenaga kerja yang mendapatkan upah berdasarkan absensi kerja tiap harinya, yakni kurang lebih delapan jam kerja per harinya.

c. Tenaga Kerja Bulanan

Yang dimaksud tenaga kerja bulanan adalah karyawan yang mendapatkan upah atau gaji setiap bulan. Besar kecilnya upah ditentukan langsung oleh perusahaan berdasarkan jabatan yang dipegang, prestasi kerja karyawan yang bersangkutan.

Adapun tenaga kerja yang dipekerjakan menurut jenis tenaga kerja berdasarkan tingkat upah yang diberikan tampak pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Jumlah tenaga kerja tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan

No.	Jenis Karyawan	Jumlah(orang)
1.	Karyawan bulanan	14
2.	Karyawan borongan	25
3.	Karyawan harian	20
Jumlah		59

Sumber data : PT. Gerongan Sura Jaya

3.3.2 Jam Kerja Karyawan

Jam kerja karyawan pada PT. Gerongan Sura Jaya adalah sebagai berikut:

- Untuk hari Senin-Kamis dan Sabtu

Masuk	07.00 sampai 12.30 BBWI
Istirahat	12.30 sampai 13.30 BBWI
Masuk	13.30 sampai 16.00 BBWI
- Untuk hari Jum'at

Masuk	07.00 sampai 11.00 BBWI
Istirahat	11.00 sampai 13.00 BBWI
Masuk	13.00 sampai 16.00 BBWI

3.3.3 Tunjangan Kesejahteraan Karyawan

Selain menerima upah pokok diatas, untuk mendorong karyawan agar lebih giat bekerja, juga diberikan Tunjangan Hari Raya dan tunjangan kesejahteraan lain yang berupa :

a. Tunjangan Kesehatan

Bila karyawan sakit akan mendapatkan biaya pengobatan dengan cara perusahaan mengganti biaya dokter dan biaya resep.

b. Tunjangan Kecelakaan

Bila karyawan dalam menjalankan pekerjaannya mendapatkan kecelakaan, maka biaya pengobatannya akan ditanggung oleh perusahaan.

c. Tunjangan Kematian

Bila karyawan ada yang meninggal dunia, maka keluarganya akan menerima santunan dari perusahaan.

3.4 Aspek Produksi

3.4.1 Bahan Baku

Dalam proses produksinya bahan baku yang diperlukan oleh perusahaan dibedakan atas :

- Bahan baku
- Bahan baku pembantu

Bahan baku adalah bahan-bahan yang membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi. Bahan baku penolong adalah bahan baku yang melengkapi bahan baku utama dalam membentuk bagian menyeluruh dari produk jadi. Bahan baku dari Spring Bed dan Box Spring adalah per dan busa.

Dalam proses produksi, bahan baku dan bahan baku penolong yang digunakan untuk tiap bagian seperti terdapat pada tabel berikut:

Tabel 2. Bahan Baku dan Bahan Baku Pembantu Spring Bed pada PT. Gerongan Sura Jaya

Matras	Divan	Sandaran
- Per	- Kain Quilting	- Kain Quilting
- Kain Quilting	- Rangka	- Rangka
- Busa	- Kain Tutup	- Busa
- Lis	- Lis	
- Cotton Sheet	- Stabil	

Sumber Data : PT.Gerongan Sura Jaya

Tabel 3. Bahan Baku dan Bahan Baku Pembantu Box Spring pada PT. Gerongan Sura Jaya

Box Spring	Sandaran
- Rangka	- Kain Quilting
- Per	- Rangka
- Kain Quilting	- Busa
- Busa	
- Cotton Sheet	
- Kain Tutup	
- Lis	
- Stabil	

Sumber Data : PT. Gerongan Sura Jaya

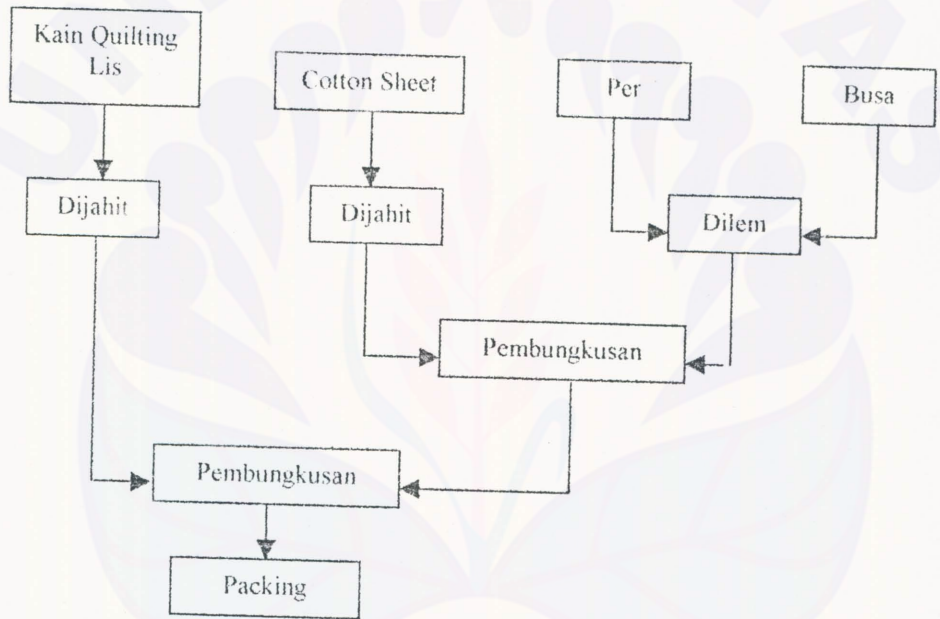
3.4.2 Peralatan dan Fasilitas Produksi

Adapun jenis mesin dan peralatan produksi yang digunakan oleh PT. Gerongan Sura Jaya adalah sebagai berikut :

- a. Mesin jahit berjumlah 3 buah, yaitu mesin yang digunakan untuk menjahit kain Quilting dan kain pembungkus
- b. Kompresor
Kompresor ini digunakan untuk menembakkan staples
- c. Bor
- d. Jigsaw (gergaji)
- e. Setrika plastik
Digunakan untuk menyambung plastik
- f. Palu
- g. Gunting
- h. Staples

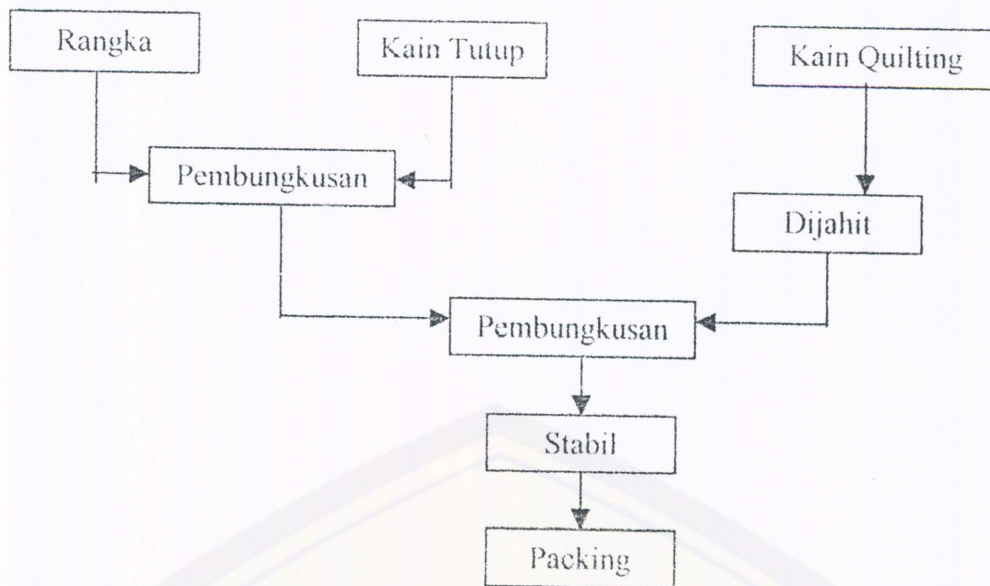
3.4.3 Proses Produksi

Dari skema proses produksi diatas, dapat dijelaskan mengenai aktivitas setiap bagian berikut ini :



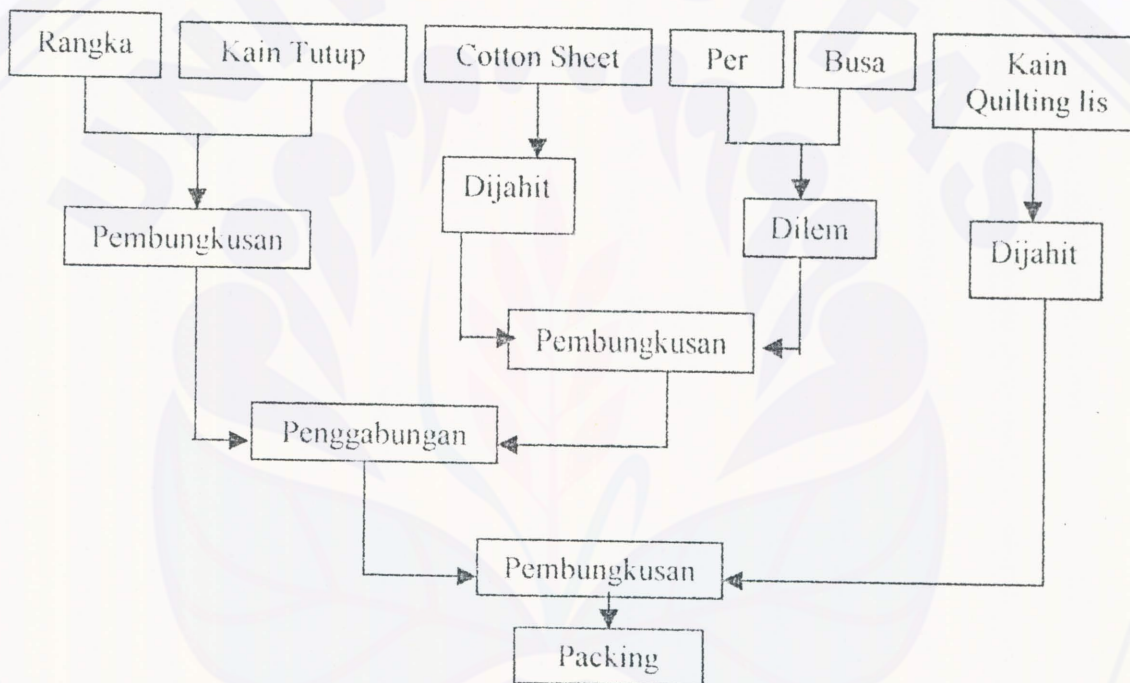
Gambar 6. SKEMA PROSES PRODUKSI MATRAS

Sumber : PT. Gerongan Sura Jaya



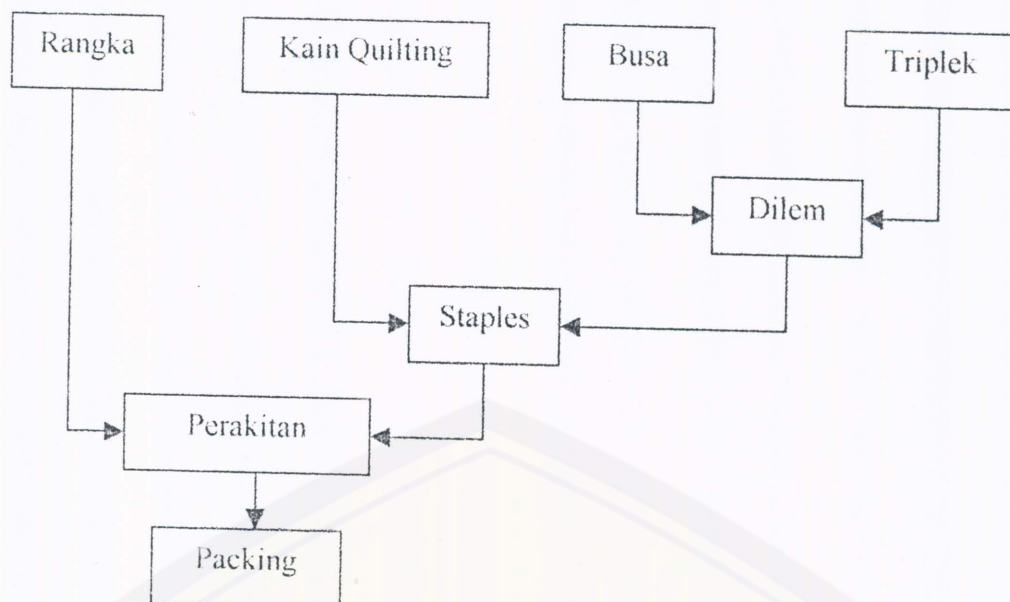
Gambar 7. SKEMA PROSES PRODUKSI DIVAN

Sumber : PT. Gerongan Sura Jaya



Gambar 8. SKEMA PROSES PRODUKSI BOXI

Sumber : PT. Gerongan Sura Jaya



Gambar 9. SKEMA PROSES PRODUKSI SANDARAN

Sumber : PT. Gerongan Sura Jaya

Dari skema proses produksi diatas, dapat dijelaskan mengenai aktivitas setiap bagian berikut ini :

a. Bagian Matras (Gambar 6)

1. Tahap pertama

Per atau pegas dibungkus dengan busa sehingga tiap bagian dari per dapat tertutup oleh busa secara keseluruhan.

2. Tahap kedua

Cotton Sheet dijahit disesuaikan ukuran per dan busa. *Cotton Sheet* ini dimaksudkan untuk memperkuat antara per dan busa yang telah di lem agar posisinya tidak berubah.

3. Tahap ketiga

Kain Quilting dijahit bersama-sama dengan Lis dengan ukuran dasar yaitu 160 cm X 200cm, yaitu disesuaikan dengan ukuran per dan busa. Lis

Lis diberikan untuk memperkuat jahitan pinggiran, disamping dapat memberikan kesan yang lebih indah. Kain Quilting ini terletak di bagian luar dari matras yang dapat mempengaruhi penampilan dari matras.

4. Tahap keempat

Setelah matras selesai dibuat maka tahap selanjutnya adalah pengepakan atau *packing*. Proses pengepakan ini menggunakan plastik khusus.

b. Bagian divan (Gambar 7)

1. Tahap pertama

Pada tahap pertama ini rangka dibungkus dengan kain tutup. Kain tutup ini dimaksudkan untuk menutup cacat dari rangka, tetapi tidak begitu berpengaruh secara keseluruhan, disamping untuk memperkuat dan memperindah rangka.

2. Tahap kedua

Kain Quilting dijahit bersama-sama dengan Lis dengan ukuran dasar yaitu 160 cm X 200cm, yaitu disesuaikan dengan ukuran per dan busa. Lis diberikan untuk memperkuat jahitan pada pinggiran, disamping dapat memberikan kesan yang lebih indah. Kain Quilting ini terletak dibagian luar dari divan yang dapat mempengaruhi penampilan dari divan.

3. Tahap ketiga

Tahap ketiga ini merupakan proses pembungkusan rangka dengan kain Quilting.

4. Tahap keempat

Setelah proses pembuatan divan selesai maka tahap selanjutnya adalah pemasangan stabil pada bagian bawah dari divan yang berfungsi sebagai kaki divan.

c. Bagian Boxi (Gambar 8)

1. Tahap pertama

Rangka dibungkus dengan menggunakan kain tutup

2. Tahap kedua

Busa dilekatkan pada bagian bawah, atas dan samping per dengan menggunakan lem.

3. Tahap ketiga

Per yang telah dibungkus busa ditutup dengan *Cotton Sheet* agar lebih kuat sehingga busa tidak mudah terlepas dengan per.

4. Tahap keempat

Tahap keempat ini merupakan proses penggabungan per dan busa dengan rangka, dimana per dan busa diletakkan diatas rangka

5. Tahap kelima

Kain Quilting dijahit bersama-sama dengan Lis dengan ukuran lebar 160 cm X 200cm, dan disesuaikan dengan ukuran rangka bersama per dan busa.

6. Tahap keenam

Rangka beserta per dan busa dibungkus dengan kain Quilting yang sudah dijahit terlebih dahulu.

7. Tahap ketujuh

Pada tahap ketujuh ini merupakan proses pemasangan stabil pada alas Boxi yang sudah jadi.

8. Tahap kedelapan

Tahap kedelapan ini merupakan proses pembungkusan dengan plastik yang merupakan proses akhir pembuatan boxi.

d. Bagian Sandaran (Gambar 9)

1. Tahap pertama

Busa diletakkan pada triplek yang sudah dipola sesuai dengan bentuk atau pola sandaran.

2. Tahap kedua

Busa yang sudah diletakkan di triplek dibungkus dengan kain Quilting dengan cara disteples pada triplek.

3. Tahap ketiga

Busa sandaran dipasang pada sandaran dan diberi penguat, kemudian pada bagian belakangnya diberi tutup triplek agar terkesan rapi.

4. Tahap keempat

Sandaran yang sudah jadi dibungkus plastik, sehingga hal ini merupakan proses akhir pembuatan sandaran.

Proses pembuatan Spring Bed secara keseluruhan merupakan proses penggabungan antara Matras, Divan serta Sandaran. Masing-masing bagian diproses sendiri-sendiri dan penggabungan hanya dilakukan setelah produk berada di toko pengecer atau sudah berada di tangan konsumen.

Sedangkan untuk produk Boxi atau biasa disebut Box Spring secara keseluruhan terdiri atas boxi ditambah dengan sandaran.

3.4.4 Jenis dan Hasil Produksi

Menurut jenisnya produk dari PT. Gerongan Sura Jaya ada dua jenis yaitu:

- a. Spring Bed dan
- b. Box Spring

Kedua produk tersebut adalah produk yang berkualitas sehingga merupakan unggulan dari PT. Gerongan Sura Jaya. Tabel berikut adalah data persediaan awal dan merupakan persediaan akhir kedua jenis produk tersebut :

Tabel 4. Data persediaan Barang Jadi Tahun 1995-1999 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Surabaya

Tahun	Spring Bed (unit)		Box Spring (unit)	
	Persed. Awal	Persed. Akhir	Persed. Awal	Persed. Akhir
1995	263	226	719	740
1996	226	281	740	816
1997	281	371	816	778
1998	371	226	778	420
1999	226	460	420	676

Sumber Data : PT. Gerongan Sura Jaya.

Tabel 5. Data Harga Bahan Baku Per dan Busa Tahun 1995-1999 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Surabaya.

Tahun	Per/Pegas (Rp. / lembar)	Busa (Rp. /lembar)
1995	55.000	10.250
1996	60.000	11.000
1997	95.000	15.000
1998	110.000	18.000
1999	130.000	20.000

Sumber Data : PT. Gerongan Sura Jaya

Tabel 6. Standar Pemakaian Bahan Baku pada PT. Gerongan Sura Jaya, Surabaya

Jenis Bahan Baku	Jenis produk	
	Spring Bed (Standart Pemakaian)	Box Spring (Standart Pemakaian)
Per	1 X	1X
Busa	2,5X	1,5X

Sumber Data : PT. Gerongan Sura Jaya

3.5 Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Kegiatan tersebut antara lain menentukan dan menetapkan daerah pemasaran, saluran distribusi dan strategi pemasaran.

a. Daerah Pemasaran

Sejalan dengan tujuan perusahaan yang berkaitan dengan usaha untuk meningkatkan volume penjualan maka daerah pemasaran adalah aspek yang sangat penting. Adapun daerah yang menjadi sasaran untuk memasrkan produk dari PT. Gerongan Sura Jaya adalah :

1. Jawa Timur termasuk Pulau Madura
2. Pulau Bali
3. Jawa Tengah

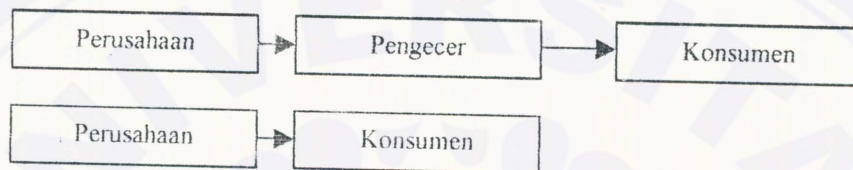
b. Strategi Pemasaran

Dalam memasarkan produknya PT. Gerongan Sura Jaya memperhatikan bebrapa faktor seperti : faktor domografi dan faktor musim disamping memberikan potongan harga. Sehingga fungsi dari salesman selain memasarkan produk juga mengadakan pemantauan terhadap kondisi daerah. Penentuan waktu yang tepat dalam memasarkan produk merupakan bagian dari keberhasilan perusahaan.

c. Saluran Distribusi

Saluran distribusi ini merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih. Dengan demikian juga halnya dengan PT. Gerongan Sura Jaya, bahwa untuk memasarkan hasil produksinya menggunakan saluran distribusi yaitu melalui perantara pengecer :

Adapun saluran distribusi yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 7. SALURAN DISTRIBUSI PT. GERONGAN SURA JAYA TAHUN 2000

Sumber : PT. Gerongan Sura Jaya

Keterangan :

Peranan pengecer di sini adalah memberikan pelayanan kepada konsumen dalam hubungannya dengan pembelian atau penjualan barang dari produsen kepada konsumen. Disamping itu perusahaan melayani pembelian langsung dari konsumen.

Adapun data penjualan dan data produksi dari PT. Gerongan Sura Jaya adalah sebagai berikut :

Tabel 7. Data Produksi dan Data Penjualan Tahun 1995-1999 pada PT. Gerongan Sura Jaya

Tahun	Produksi (unit)			Penjualan (unit)		
	Spring Bed (unit)	Box Spring (unit)	Total	Spring Bed (unit)	Box Spring (unit)	Total
1995	1.460	2.805	4.265	1.497	2.784	4.281
1996	1.724	2.932	4.656	1.668	2.856	4.524
1997	1.903	3.370	5.273	1.813	3.408	5.221
1998	2.056	3.794	5.850	2.201	4.152	6.353
1999	2.318	4.250	6.568	2.018	3.994	6.012

Sumber data : PT. Gerongan Sura Jaya

Sedangkan data harga jual per unit selama lima tahun untuk masing-masing produk pada PT. Gerongan Sura Jaya nampak pada tabel berikut ini :

Tabel 8. Data Harga Jual Per Unit Tahun 1995-1999 pada PT. Gerongan Sura Jaya

Tahun	Spring Bed	Box Spring
1995	560.000	288.000
1996	590.000	300.000
1997	650.000	375.000
1998	690.000	420.000
1999	710.000	440.000

Sumber data : PT. Gerongan Sura Jaya

3.6 Aspek Keuangan

Adapun data biaya variabel, biaya semi variabel dan biaya tetap nampak pada tabel berikut ini :

Tabel 9. Data Biaya Semi Variabel, Biaya Variabel dan Biaya Tetap Tahun 1995-1999 pada PT. Gerongan Sura Jaya (Dalam Rupiah)

Keterangan Jenis Biaya	Tahun				
	1995	1996	1997	1998	1999
Biaya Semi Variabel					
TK tak langsung	71.892.000	76.663.500	85.967.000	91.820.000	94.280.000
BB.Penolong	226.842.000	241.791.000	292.768.000	331.058.000	338.630.000
Listrik	3.566.580	3.722.700	4.985.800	5.204.200	5.300.000
Reparasi	2.025.000	2.127.500	2.706.400	2.902.900	2.946.200
Pemasaran	38.403.600	41.550.000	54.426.000	57.423.000	59.460.000
Adm. Dan Umum	3.356.500	3.522.700	3.985.800	4.704.200	5.100.000
Biaya Lain-lain	2.025.000	2.127.000	2.206.400	2.602.900	3.046.200
Biaya Variabel					
Bahan Bakar	23.527.800	25.202.100	27.202.100	30.585.000	35.941.000
Spring Bed					
Bahan baku	112.967.500	151.712.000	186.731.875	224.618.000	275.552.250
TKL	12.410.000	16.809.000	19.981.500	23.644.000	26.657.000
Box Spring					
Bahan Baku	191.371.125	227.523.200	292.768.750	369.345.900	452.731.250
TKL	19.635.000	21.990.000	28.645.000	34.146.000	38.250.000
Biaya Tetap					
Bunga	106.194.690	106.194.690	106.194.690	106.194.690	106.194.690
Peny. Gedung	10.500.000	14.000.000	17.500.000	21.000.000	24.500.000
Peny. Mesin	1.068.000	1.424.000	1.780.000	2.136.000	2.492.000
Peny. Kendaraan	1.200.000	1.600.000	2.000.000	2.400.000	2.800.000

Sumber data : PT. Gerongan Sura Jaya

IV. ANALISIS DATA

4.1 Penentuan Besarnya Keuntungan Harga Jual Kebijakan Perusahaan

Untuk mengetahui besarnya keuntungan yang akan dicapai berdasarkan harga jual kebijakan perusahaan digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

4.1.1 Ramalan Penjualan

Perkiraan suatu kejadian atau keadaan dimasa yang akan datang adalah sangat penting bagi perusahaan, sebab dengan adanya perkiraan tersebut maka perusahaan dapat mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan dimasa yang akan datang serta dapat mewaspadai pengeluaran yang akan terjdadi dalam perusahaan.

Untuk menentukan rencana penjualan pada tahun 2000, digunakan data historis selama lima tahun periode terakhir dengan menggunakan metode Least Square. Adapun ramalan penjualan pada PT. Gerongan Sura Jaya untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

Tabel 10. Ramalan Penjualan Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan

No.	Jenis Produk	Volume Penjualan (unit)
1.	Spring Bed	2.886
2.	Box Spring	4.554

Sumber Data : Lampiran 1,2 data diolah

4.1.2 Perhitungan Inventory Turn Over (ITO)

Untuk mengetahui tingkat persediaan barang jadi (Persediaan Akhir) tahun 2000 digunakan metode tingkat perputaran persediaan (ITO). Sebagai dasar untuk menentukan besarnya persediaan barang jadi, perusahaan telah menetapkan besarnya

ITO tahun 2000 naik sebesar 30%. Adapun ITO untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut

Tabel 11. Inventori Turn Over tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan

No.	Jenis Produk	ITO
1.	Spring Bed	7,644 kali
2.	Box Spring	9,477 kali

Sumber Data : Lampiran 5,8

4.1.3 Perhitungan Anggaran Produksi

Untuk menentukan anggaran produksi tahun 2000 terlebih dahulu menghitung tingkat persediaan akhir pada masing-masing jenis produk. Adapun perhitungannya sebagai berikut :

1. Spring Bed

$$ITO = \frac{\text{Volume Penjualan}}{\text{Persediaan Rata - rata}}$$

$$7,644 = \frac{2.886}{(460 + X) / 2}$$

$$X = \frac{2.886 \times 2}{7,644} - 460$$

$$X = 144$$

Jadi besarnya persediaan akhir produk Spring Bed adalah 144 unit

2. Box Spring

$$9,477 = \frac{4.554}{(676+X)/2}$$

$$X = \frac{4.554 \times 2}{9,477} - 676$$

$$X = 285$$

Jadi besarnya persediaan akhir produk Box Spring adalah 285 unit

Dengan mengetahui persediaan akhir tersebut maka jumlah masing-masing produk yang akan diproduksi untuk tahun 2000 dapat dihitung sebagai berikut :

1. Spring Bed

- Jumlah penjualan = 2.886 unit
- Jumlah persediaan akhir = 144 unit +
- Jumlah kebutuhan = 3.030 unit
- Jumlah persediaan awal = 460 unit -
- Jumlah produksi = 2.570 unit

Jadi jumlah produksi spring Bed sebesar 2.570 unit.

2. Box Spring

- Jumlah penjualan = 4.554 unit
- Jumlah persediaan akhir = 285 unit +
- Jumlah kebutuhan = 4.839 unit
- Jumlah persediaan awal = 676 unit -
- Jumlah produksi = 4.163 unit

Jadi jumlah produksi Box Spring sebesar 4.163 unit.

4.1.4 Pemisahan Biaya Semi Variabel Menjadi Biaya Tetap Dan Biaya Variabel

Dalam perhitungan biaya variabel per unit untuk masing-masing jenis produk yaitu Spring Bed dan Box Spring tidak terdapat perbedaan, hal ini disebabkan karena

keduanya menggunakan fasilitas produksi yang sama dalam proses produksinya. Jadi klasifikasi hasil produksi ini didasarkan pada kualitas dari hasil proses produksi yang untuk jenis produksi Spring Bed dihasilkan dari proses produksi dengan mutu yang lebih baik dari pada jenis Box Spring. Sehingga dengan dasar ini pula perusahaan menentukan kebijaksanaan penentuan harga jual produknya. Untuk Spring Bed ditetapkan harga yang lebih tinggi dari Box Spring.

Biaya yang bersifat semi variabel akan dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel dengan menggunakan metode kuadrat terkecil. Biaya-biaya yang perlu dipisahkan antara lain biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya bahan baku penolong, biaya listrik, biaya reparasi, biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum dan biaya lain-lain. Adapun hasil perhitungan pemisahan biaya-biaya semi variabel tersebut diatas adalah sebagai berikut :

Tabel 12. Hasil Pemisahan Biaya Semi Variabel Tahun 2000 Pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan

No	Jenis Biaya	Spring Bed		Box Spring	
		VC/unit	Total FC	VC/unit	Total FC
1.	Biaya TK tak langsung	28.714	29.825.434	14.465	31.077.598
2.	Biaya BB. Penolong	248.547	5.314.754	193.455	6.181.066
3.	Biaya Listrik	2.363	85.231	1.285	145.327
4.	Biaya Reparasi	1.244	189.798	679	212.050
5.	Biaya Pemasaran	23.220	1.951.297	6.119	547.115
6.	Biaya Adm. Dan Umum	1.703	81.935	917	203.807
7.	Biaya lain-lain	496	217.193	265	419.873
Jumlah		306.287	37.665.592	218.185	38.786.836

Sumber Data : lampiran 9-20

Bahan bakar yang akan habis dipergunakan pada tahun 2000 (dalam liter) diperkirakan sama dengan tahun 1999, sehingga perhitungannya menjadi :

- Bahan bakar tahun 1999 = Rp. 35.951.000,-
- Harga per liter Rp.1000,-
- Total produksi tahun 1999 sebesar 6.568 unit

Pembebanan biaya bahan bakar per unit adalah :

$$= \text{Rp.}35.951.000,- : (1000 \times 6.568)$$

$$= 5,646 \text{ liter/unit}$$

pembebanan biaya bahan bakar tahun 2000,

1. Spring Bed

$$= 5,646 \times (\text{penjualan tahun 2000} / \text{total penjualan tahun 2000}) \times \text{harga BB/liter}$$

$$= 5,646 \times (2.886 / 6.866) \times \text{Rp.}1000,-$$

$$= \text{Rp.}1.902,70 \text{ dibulatkan menjadi } 1.903,00$$

jadi besarnya biaya pembebanan biaya bahan bakar untuk spring Bed adalah Rp.1.903,00/unit.

2. Box Spring

$$= 5,646 \times (4.554 / 6.866) \times \text{Rp.}1000,-$$

$$= \text{Rp.} 3.743,29 \text{ dibulatkan menjadi } \text{Rp.} 3.743,00$$

Jadi besarnya biaya pembebanan biaya bahan bakar untuk Box Spring adalah Rp.3.743,00/unit

Besarnya biaya tenaga kerja langsung perusahaan pada tahun 2000 sebesar Rp.25.000,- untuk Spring Bed dan 21.000,- untuk Box Spring.

Dari hasil perhitungan pada lampiran 3 dan 4 diketahui harga bahan baku Per sebesar Rp. 150.000,- dan busa sebesar Rp.22.800,-

Standar penggunaan bahan baku Spring bed, untuk Per sebesar 1 kali dan busa 2,5 kali. Box Spring, untuk Per 1 kali dan Busa 1,5 kali.

Besarnya biaya bahan baku untuk produk :

1. Spring Bed

$$= (1 \times \text{Rp.} 150.000,-) + (2,5 \times \text{Rp.}22.800,-)$$

$$= \text{Rp.}207.000,-$$

2. Box Spring

$$= (1 \times \text{Rp.} 150.000,-) + (1,5 \times \text{Rp.} 22.800,-)$$

$$= \text{Rp.}184.200,-$$

Berdasarkan perhitungan diatas dan tabel 12 dapat disusun tabel 13 sebagai berikut :

Tabel 13. Alokasi Pemisahan Biaya Variabel Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan

No.	Jenis Biaya	Jenis Produk	
		Spring Bed	Box Spring
1.	Biaya TK tak langsung	28.714	14.465
2.	Biaya BB Penolong	248.547	193.455
3.	Biaya Listrik	2.363	1.285
4.	Biaya Reparasi	1.244	679
5.	Biaya Pemasaran	23.220	6.119
6.	Biaya Adm. Dan Umum	1.703	917
7.	Biaya lain-lain	496	265
8.	Biaya Bahan Baku	207.000	184.200
9.	Biaya TK Langsung	25.000	21.000
10.	Biaya Bahan Bakar	1.903	3.743
Jumlah		525.144	425.128

Sumber Data : lampiran 9-20

4.1.5 Perhitungan Rugi-Laba tahun 2000 berdasarkan Harga Jual Perusahaan.

Untuk menghitung harga jual dengan menggunakan metode *Dirrect Cost Pricing* terlebih dahulu harus diketahui laba yang diinginkan perusahaan dan dasar penentuan labanya. Sebagai dasar penentu prosentase laba yang diinginkan PT. Gerongan Sura Jaya berpatokan pada laba yang diperoleh pada tahun sebelumnya, serta kemungkinan terjadinya gejolak harga bahan baku dan inflasi.

Dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan ditetapkan laba yang diinginkan sebesar 95% untuk Spring Bed dan 65% untuk Box Spring. Sedangkan dasar penentuan laba yang dipakai yaitu total biaya variabel. Dengan mengetahui prosentase laba yang diinginkan dan dasar penentuan labanya, maka harga jual masing-masing produk dapat dihitung dengan rumus :

(Biaya produksi variabel + Biaya lain-lain variabel) + (% laba yang diinginkan x dasar penentu laba).

Berdasarkan data dari perusahaan dan data pada tabel 13, penentuan harga jual untuk masing-masing jenis produk tahun 2000 dapat dihitung sebagai berikut :

1. Harga jual produk Spring Bed per unit
$$= (\text{Rp.}497.823,- + \text{Rp.}27.321,-) + (95\% + \text{Rp.} 525.144,-)$$
$$= \text{Rp.} 525.144,- + \text{Rp.} 498.886,8$$
$$= \text{Rp.} 1.024.030,8 \text{ dibulatkan menjadi Rp } 1.024.031,00$$
2. Harga jual produk Box Spring per unit
$$= (\text{Rp.}414.034,- + \text{Rp.}11.094,-) + (65\% + \text{Rp.} 425.128)$$
$$= \text{Rp.} 425.128,- + \text{Rp.} 276.332,2$$
$$= \text{Rp.} 701.461,20 \text{ dibulatkan menjadi Rp } 701.461,00$$

Perhitungan Rugi-Laba tahun 2000 merupakan estimasi laporan rugi laba yang disusun berdasarkan suatu ramalan dengan mempertimbangkan data-data historis serta informasi-informasi yang terkait dari perusahaan, baik mengenai volume penjualan, harga jual maupun biaya produksi dan operasi. Untuk menghitung estimasi laporan Rugi-Laba yang dicapai perusahaan tahun 2000 ini digunakan metode analisis *Direct Costing*.

Besarnya Rugi atau laba yang dapat diperoleh perusahaan untuk tahun 2000 dapat dihitung sebagai berikut :

Tabel 14. Perhitungan Rugi-Laba Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan

Keterangan	Jumlah
Hasil Penjualan :	
Spring Bed : 2.886 x Rp.1.024.031,00	Rp. 2.955.353.466,00
Box Spring : 4.554 x Rp. 701.461,00	“ 3.194.453.394,00+
Total Penjualan	Rp. 5.562.010.754,00
Biaya Variabel :	
- Proses	
Spring Bed : 2.886 x Rp. 497.823,00	“ 1.436.966.776,00
Box Spring : 4.554 x Rp. 414.034,00	“ 1.885.510.836,00+
	“ 3.322.477.612,00
- Operasional	
Spring Bed : 2.570 x Rp. 27.321,00	“ 70.214.970,00
Box Spring : 4.163 x Rp. 11.094,00	“ 46.184.322,00+
	“ 116.399.292,00
Total Biaya Variabel	“ 3.438.627306,00 -
Contribusi Margin	“ 2.742.544.062,00
Biaya Tetap	“ 216.695.386,00 -
Laba	Rp. 2.525.848.676,00

Sumber Data : Tabel 9,12 dan lampiran 23, data diolah

4.2 Penentuan Besarnya Harga Jual dan Keuntungan yang akan Dicapai Berdasarkan Hasil Analisis

Penentuan harga jual berikut ini dimaksudkan untuk menghitung harga jual yang akan memberikan keuntungan maksimal tahun 2000 untuk masing-masing jenis produk. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

4.2.1 Penentuan Harga Jual Spring Bed

Prosedur perhitungan penentuan harga jual atas dasar jumlah permintaan pasar dapat dilakukan sebagai berikut :

a. Penentuan jumlah permintaan pasar

Dari hasil analisis dimuka telah diketahui bahwa estimasi permintaan pasar untuk Spring Bed adalah sebesar 2.886 unit dengan harga yang telah ditentukan sebesar Rp.1.024.031,- per unit dan untuk Box Spring sebesar 4.554 unit dengan harga yang telah ditentukan sebesar Rp.701.461,- per unit. Namun apakah harga yang telah ditentukan tersebut telah mampu merealisasi tujuan utama perusahaan dalam mencapai laba yang diharapkan ? ataukah masih ada lagi harga lain yang dapat memberikan keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan ?

Jumlah permintaan suatu produk dapat ditentukan dengan menggunakan fungsi persamaan linier sebagai berikut :

$$Q = a - bP$$

Atas dasar hasil analisis dan informasi yang tersedia maka besarnya jumlah permintaan pasar untuk Spring Bed dapat dihitung sebagai berikut :

$$Q_1 = 2.018 \text{ unit} \qquad P_1 = \text{Rp. } 710.000,00$$

$$Q_2 = 2.886 \text{ unit} \qquad P_2 = \text{Rp. } 1.024.031,00$$

Dimana :

Q_1 = Volume penjualan Tahun 1999

Q_2 = Estimasi permintaan pasar Tahun 2000

P_1 = Harga jual per unit tahun sebelumnya (1999)

P_2 = Harga jual per unit untuk tahun 2000

Untuk menghitung nilai b dapat digunakan rumus :

$$b = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1}$$

$$b = \frac{2.886 - 2.018}{1.024.031 - 710.000}$$

$$b = \frac{868}{314.031}$$

$$b = 0,00094$$

Untuk menghitung nilai a dengan cara :

$$\begin{aligned} a &= Q_1 + bP_1 \\ &= 2.018 + (0,00094 \times 710.000) \\ &= 2.979,4 \end{aligned}$$

Jadi fungsi permintaan Spring Bed adalah :

$$\begin{aligned} Q_n &= a - bP \\ Q_n &= 2.979,4 - 0.00094 P \end{aligned}$$

- b. Pembebanan total biaya tetap pada masing-masing jenis produk dihitung atas dasar kapasitas volume produksi. Dari hasil perhitungan pada lampiran 23 besarnya pembebanan biaya tetap untuk Spring Bed sebesar Rp. 83.104.824,00 sehingga bentuk total fungsi total biaya Spring Bed menjadi sebagai berikut :

$$\begin{aligned} TC &= FC + VC (Q_n) \\ TC &= 83.104.824 + 525.144 (2.979,4 - 0.00094 P) \\ TC &= 1.647.718.858 - 493,63 P \end{aligned}$$

- c. Perhitungan besarnya pendapatan

$$\begin{aligned} R &= P \times Q \\ &= P \times (-0,00094 P) \\ &= 2.979,4 P - 0,00094 P^2 \end{aligned}$$

- d. Perhitungan besarnya laba maksimal

$$\begin{aligned} K &= R - TC \\ &= [2.979,4 P - 0.00094 P^2] - [1.647.718.858 - 493,63 P] \\ &= 3.473,03 P - 0.00094 P^2 - 1.647.718.858 \end{aligned}$$

Syarat K' maksimal :

$$\begin{aligned} K' &= 0 \text{ atau } MR = MC \\ 0 &= 3.473,03 - 0.00188 P \end{aligned}$$

$$P = 1.847.356,38 \text{ dibulatkan menjadi Rp. } 1.847.356,00$$

$$K = 3.473,03 P - 0.00094 P^2 - 1.647.718.858$$

$$K = 3.473,03 (1.847.356) - 0.00094 (1.847.356)^2 - 1.647.718.858$$

$$K = \text{Rp. } 1.560.243.211,00$$

Besarnya kuantitas atau jumlah permintaan yang terjadi setelah adanya perubahan harga jual dapat dihitung sebagai berikut :

$$Q = a - bP$$

$$Q = 2.979,4 - 0.00094(1.847.356)$$

$$Q = 1.242,89 \text{ dibulatkan menjadi } 1.243 \text{ unit}$$

Dari perhitungan diatas diperoleh harga jual Rp.1.847.356,00 , volume penjualan sebesar 1.243 unit dengan keuntungan sebesar Rp1.560.243.211,00

4.2.2 Perhitungan Harga Jual Box Spring

a. Penentuan jumlah permintaan pasar

$$Q_1 = 3.994 \text{ Unit}$$

$$P_1 = \text{Rp.}440.000,-$$

$$Q_2 = 4.554 \text{ Unit}$$

$$P_2 = \text{Rp.}701.461,-$$

Untuk menghitung nilai b dengan cara :

$$b = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1}$$

$$b = \frac{4.554 - 3.994}{701.461 - 440.000}$$

$$b = \frac{560}{261.461}$$

$$b = 0,0021$$

Untuk menghitung nilai a dengan cara :

$$a = Q_1 + bP_1$$

$$a = 3.994 + 0,0021(440.000)$$

$$a = 4.918$$

jadi bentuk fungsi permintaan Box Spring adalah :

$$Q = 4.918 - 0,0021 P$$

- b. Pembebanan total biaya tetap pada produk Box Spring.

$$TC = FC + VC (Q_n)$$

$$\begin{aligned} TC &= 133.590.894 + 414.034 (4.918 - 0,0021 P) \\ &= 2.169.810.106 - 869,47 P \end{aligned}$$

- c. Perhitungan besarnya pendapatan

$$R = P \times Q$$

$$= P \times (4.918 - 0,0021 P)$$

$$= 4.918 P - 0.0021 P^2$$

- d. Perhitungan besarnya laba maksimal

$$K = R - TC$$

$$= [4.918 P - 0.0021 P^2] - [2.169.810.106 - 869,47 P]$$

$$= 5.787,47 P - 0.0021 P^2 - 2.169.810.106$$

Syarat K maksimal :

$$K' = 0 \text{ atau } MR = MC$$

$$0 = 5.787,47 P - 0.0042 P$$

$$P = \text{Rp. } 1.377.969,04 \text{ dibulatkan menjadi Rp. } 1.377.969,00$$

$$K = 5.787,47 P - 0.0021 P^2 - 2.169.810.106$$

$$= 5.787,47 (1.377.969) - 0.0021 (1.377.969)^2 - 2.169.810.106$$

$$= \text{Rp. } 1.817.667.202,00$$

Besarnya kuantitas atau jumlah permintaan yang terjadi setelah adanya perubahan harga jual dapat dihitung berikut :

$$Q = a - b P$$

$$= 4.198 - 0.0021 (\text{Rp. } 1.377.969,00)$$

$$= 2.024,27 \text{ dibulatkan menjadi } 2.024 \text{ unit}$$

Dari perhitungan di atas dapat diperoleh laba sebesar Rp. 1.817.667.202,00 harga jual sebesar Rp. 1.377.969,00 dengan volume penjualan 2.024 unit.

Dari perhitungan harga jual untuk Spring Bed dan Box Spring diatas dapat dibuat tabel Rugi/laba sebagai berikut :

Tabel 15. Perhitungan Rugi-Laba Tahun 2000 Berdasarkan Harga Hasil Analisis pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan

Keterangan	Jumlah
Hasil Penjualan :	
Spring Bed : 1.243 x Rp. 1.847.356,00	Rp. 2.296.263.508,00
Box Spring : 2.024 x Rp. 1.377.969,00	“ <u>2.789.009.256,00</u> +
Total Penjualan	Rp. 5.085.272.764,00
Biaya Variabel :	
- Proses	
Spring Bed : 1.243 x Rp. 497.823	“ 618.793.989,00
Box Spring : 2.024 x Rp. 414.034	“ <u>838.004.816,00</u> +
	“ 1.456.798.805,00
- Operasional	
Spring Bed : 2.570 x Rp. 27.321	“ 70.214.970,00
Box Spring : 4.163 x Rp. 11.094	“ <u>46.184.322,00</u> +
	“ 116.399.292,00
Total Biaya Variabel	“ <u>1.573.198.097,00</u> -
Contribusi Margin	“ 3.543.439.180,00
Biaya Tetap	“ <u>216.695.386,00</u> -
Laba	Rp.3.326.743.794,00

Sumber Data : Hasil Olahan

4.3 Analisis Perbandingan Rugi Laba Tahun 2000

Dari analisis diatas dapat diketahui jumlah estimasi laba yang diharapkan oleh perusahaan untuk tahun 2000, yang diperhitungkan melalui dua aspek yaitu dari segi harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan dan dari segi harga hasil analisis. Oleh karena itu untuk menilai apakah estimasi laba yang diharapkan oleh perusahaan sudah merupakan suatu laba yang maksimal dengan harga yang telah ditetapkan tersebut.

Dengan demikian perlu untuk dibandingkan dengan estimasi laba berdasarkan harga jual hasil analisis yang dihitung atas dasar jumlah permintaan pasar.

Adapun analisis perbandingan Rugi Laba tersebut dapat dilihat pada tabel 16 berikut ini.

Tabel 16. Analisis Perbandingan Rugi Laba Berdasarkan Harga Jual dari Perusahaan dan Hasil Analisis Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan.

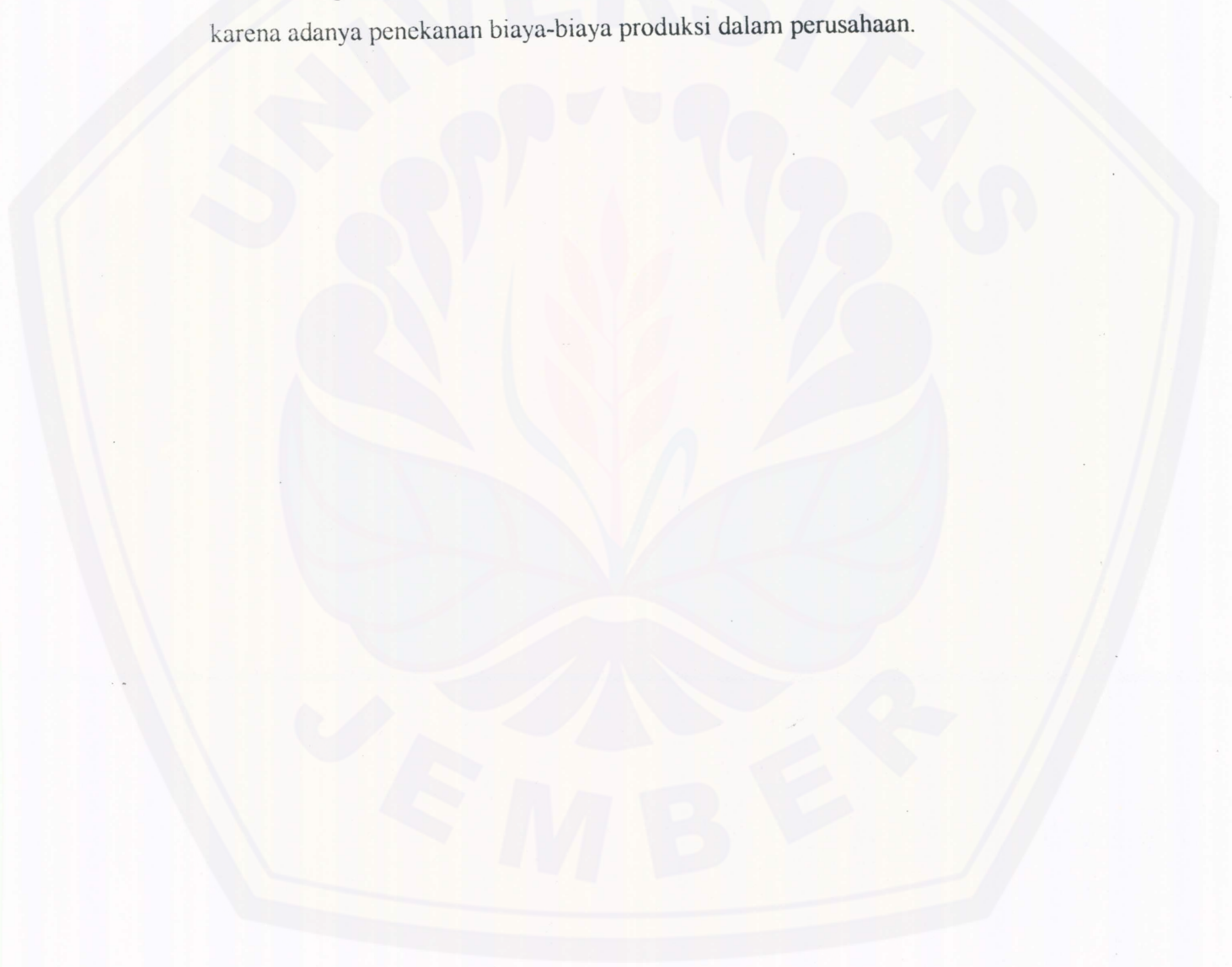
Keterangan	Harga Perusahaan	Harga Analisis	Selisih	%
Harga :				
Spring Bed :	Rp. 1.024.031,00	1.847.356,00		
Box Spring :	Rp. 701.461,00	1.204.398,00		
Penjualan :				
Spring Bed :	2.886 Unit	1.243 Unit		
Box Spring :	4.554 Unit	2.024 Unit		
Hasil Penjualan :				
Spring Bed :	Rp.2.955.353.466	Rp.2.296.263.508	(659.089.958)	(22,30)
Box Spring :	<u>3.194.453.394</u>	<u>2.789.009.256</u>	<u>(405.444.138)</u>	(12,69)
Total Penjualan	6.149.806.860	5.085.272.764	(1.064534096)	(17,31)
Biaya Variabel :				
- Proses				
Spring Bed :	" 1.436.966.776	618.793.989	(818.172.787)	(56,93)
Box Spring :	" 1.885.510.836	838.004.816	(1.047.506.020)	(55,55)
- Operasional				
Spring Bed :	70.214.970	70.214.970	0	0
Box Spring :	<u>46.184.322</u>	<u>46.184.322</u>	0	0
Total B.Variabel	<u>3.438.627.306</u>	<u>1.573.198.097</u>	<u>(1.865.429.209)</u>	(54,25)
Cont. Margin	2.742.544.062	3.543.439.180	(800.895.118)	(29,20)
Biaya Tetap	<u>216.695.386</u>	<u>216.695.386</u>	<u>0</u>	
Laba	Rp.2.525.848.676	Rp.3.326.743.794	(800.895.118)	(31,71)

Sumber data : Tabel 14 dan 15, data diolah

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa laba dari hasil penentuan harga jual atas dasar analisis yang diharapkan perusahaan tahun 2000 mengalami peningkatan sebesar Rp. 800.895.118 atau sebesar 31,71 % dari estimasi laba berdasarkan harga jual perusahaan .

Meskipun hasil penjualan yang berdasarkan harga jual hasil analisis lebih kecil dibanding dengan hasil penjualan yang berdasarkan harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan, namun demikian dari hasil analisis perbandingan rugi laba diatas, dengan harga jual hasil analisis diperoleh laba yang lebih tinggi. Hal ini karena dengan harga jual yang lebih tinggi maka jumlah permintaan pasar akan menurun, dengan menurunnya permintaan tersebut maka jumlah produk yang diproduksi perusahaan juga turun. Dengan turunnya jumlah produksi tersebut mengakibatkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan semakin rendah.

Dengan demikian adanya kenaikan perolehan laba menurut analisis diatas karena adanya penekanan biaya-biaya produksi dalam perusahaan.



V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil analisis data yang berkaitan dengan masalah penentuan harga jual dalam upaya memaksimalkan laba pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan harga jual kebijaksanaan perusahaan untuk tahun 2000, Spring Bed sebesar Rp.1.024.031,- per unit dan Box Spring sebesar Rp.701.461,- per unit, dengan volume penjualan untuk Spring Bed 2.886 unit dan Box Spring 4.554 unit, sedangkan laba yang dapat diperoleh sebesar Rp.2.525.848.676,-
- b. Dari hasil analisis penetapan harga jual berdasarkan permintaan pasar untuk produk Spring Bed sebesar Rp.1.847.356,- per unit dan Box Spring sebesar Rp.1.204.398,- per unit, volume penjualan untuk Spring Bed 1.243 unit dan Box Spring 2.024 unit, dengan laba yang diperoleh sebesar Rp. 3.326.743.794,-
- c. Hasil analisis harga jual berdasarkan kebijaksanaan yang ditetapkan oleh perusahaan diperoleh laba sebesar Rp. 2.525.848.676,- dan dari hasil analisis penentuan harga jual atas dasar jumlah permintaan pasar untuk tahun 2000 diperoleh laba sebesar Rp. 3.326.743.794 sehingga dari hasil analisis perbandingan rugi laba terdapat selisih pendapatan sebesar Rp.800.895.118,- Dengan demikian perolehan laba yang dapat dicapai oleh perusahaan berdasarkan harga jual hasil analisis akan lebih besar dari pada menggunakan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan.

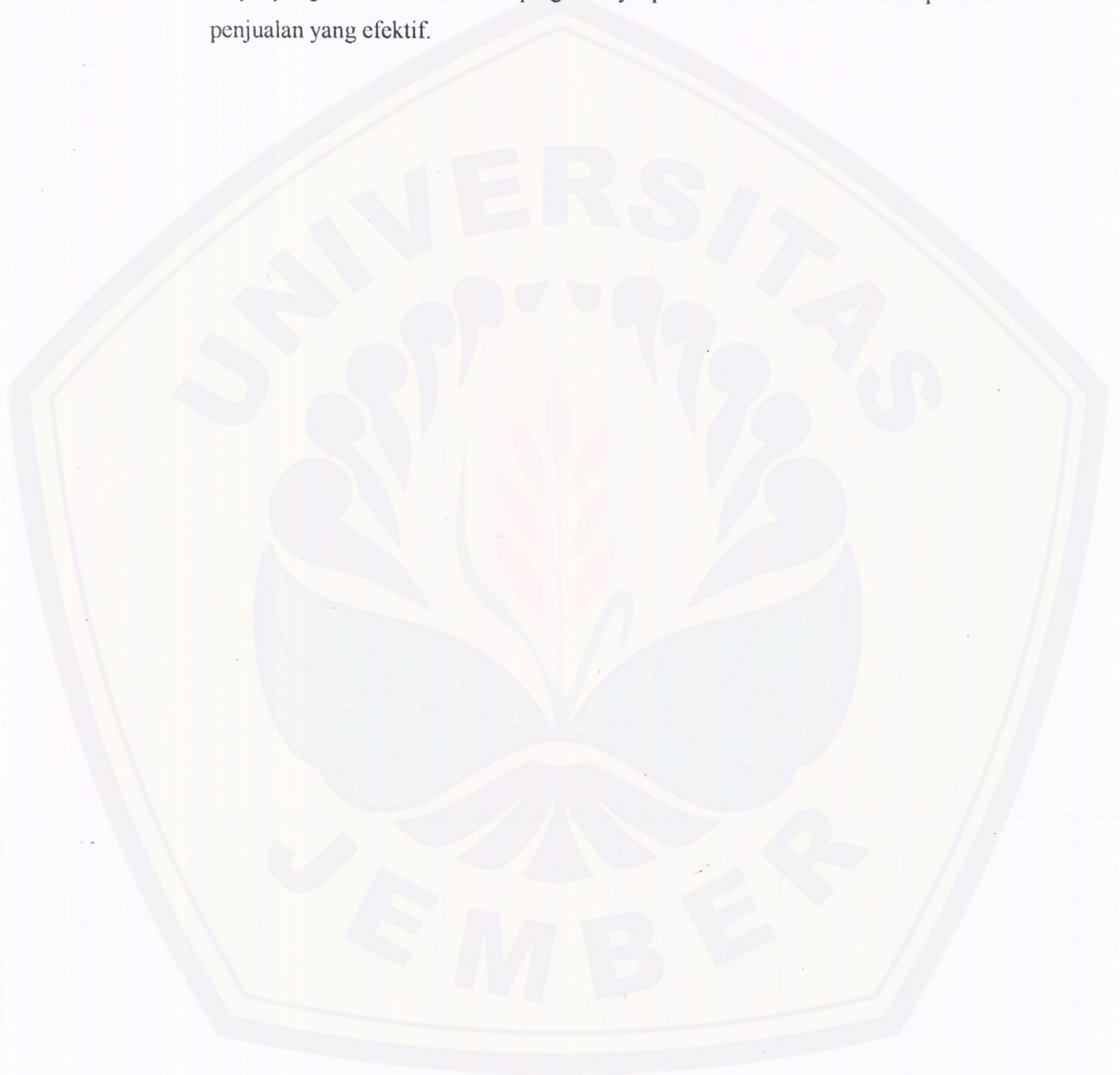
5.2 Saran

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

- a. Dalam kebijaksanaan penentuan harga jual produk perusahaan dapat menggunakan analisis yang telah diuraikan penulis, meskipun total penjualannya

lebih rendah, tapi ternyata total biaya variabel yang dikeluarkan justru lebih rendah. hal ini disebabkan karena dengan harga jual hasil analisis akan terjadi penghematan total biaya variabel sebesar Rp.1.865.429.209,00. Dengan penghematan biaya tersebut perusahaan akan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

- b. Untuk menjaga agar keuntungan yang dicapai tidak mengalami penurunan, sebaiknya pimpinan perlu mengadakan peningkatan pengawasan terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan, disamping adanya perbaikan kualitas disertai promosi penjualan yang efektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputra, Gunawan, Marwan Asri, 1991, *Anggaran Perusahaan*, Cetakan Ketiga, BPFE, Yogyakarta
- Arsyad, Lincolin, 1993, *Ekonomi Manajerial*, Edisi Tiga, BPFE, Yogyakarta
- Dumairy, 1992, *Matematika Terapan Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta
- Kotler, Philip, 1995, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kelima, Jilid Dua, Erlangga, Jakarta
- Machfoedz, Mas'ud, 1991, *Akuntansi Manajemen*, Buku Dua Edisi Tiga, BPFE, Yogyakarta
- Mulyadi, 1991, *Akuntansi Biaya Untuk Manajemen*, BPFE, Yogyakarta
- Reksohadiprodjo, S, 1994, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Jilid Tiga, BPFE UGM, Yogyakarta
- Supriono, R.A, 1991, *Akuntansi Manajemen 3*, Edisi Satu, STIE YKPN, Yogyakarta
- Swasta, Basu, 1995, *Azas-azas Marketing*, Edisi empat, Liberty, Yogyakarta
- Swasta, Basu, Irawan, 1995, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Empat Liberty, Yogyakarta

Lampiran 1. Ramalan Penjualan Spring Bed Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan.

Tahun	Penjualan (Y)	X	XY	X ²
1995	1.497	-2	-2.994	4
1996	1.668	-1	-1.668	1
1997	2.813	0	0	0
1998	2.601	1	2.601	1
1999	2.018	2	4.036	4
Σ	10.597	0	2.556	10

Sumber Data : Tabel 7, data diolah

$$Y = a + bX$$

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

$$= \frac{10.597}{5} \quad = \frac{2.556}{10}$$

$$= 2.119 \quad = 255,6$$

Sehingga persamaan trend yang terjadi =

$$Y = 2.119 + 255,6 X$$

Ramalan penjualan Spring Bed tahun 2000 adalah :

$$Y = 2.119 + 255,6(3)$$

$$Y = 2.119 + 766,9$$

$$Y = 2.885,9 \text{ dibulatkan menjadi } 2.886$$

Ramalan Penjualan Spring Bed tahun 2000 sebesar 2.886 unit

Lampiran 2. Ramalan Penjualan Box Spring Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan.

Tahun	Penjualan (Y)	X	XY	X ²
1995	2.784	-2	-5.568	4
1996	2.856	-1	-2.856	1
1997	3.408	0	0	0
1998	4.152	1	4.152	1
1999	3.994	2	7.988	4
Σ	17.194	0	3.176	10

Sumber Data : Tabel 7, data diolah

$$Y = a + bX$$

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

$$= \frac{17.194}{5} \quad = \frac{3.716}{10}$$

$$= 3.438,8 \quad = 371,6$$

Sehingga persamaan trend yang terjadi =

$$Y = 3.438 + 371,6 X$$

Ramalan penjualan Spring Bed tahun 2000 adalah :

$$Y = 3.438 + 371,6 (3)$$

$$Y = 3.438 + 1.114,8$$

$$Y = 4.553,6 \text{ dibulatkan menjadi } 4.554$$

Ramalan Penjualan Spring Bed tahun 2000 sebesar 4.554 unit

Laminar 3. Ramalan Harga Per Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan

Tahun	Harga (Y)	X	XY	X ²
1995	55.000	-2	-110.000	4
1996	60.000	-1	-60.000	1
1997	95.000	0	0	0
1998	110.000	1	110.500	1
1999	130.000	2	260.000	4
Σ	450.000	0	200.000	10

Sumber Data : Tabel 5, data diolah

$$Y = a + bX$$

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

$$= \frac{450.000}{5} \quad = \frac{200.000}{10}$$

$$= 90.000 \quad = 20.000$$

Sehingga persamaan trend yang terjadi =

$$Y = 90.000 + 20.000 X$$

Ramalan penjualan Spring Bed tahun 2000 adalah :

$$Y = 90.000 + 20.000 (3)$$

$$Y = 90.000 + 60.000$$

$$Y = 150.000$$

Ramalan Penjualan Spring Bed tahun 2000 sebesar Rp.150.000,00/ buah

Lampiran 4. Ramalan Harga Busa Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan.

Tahun	Harga (Y)	X	XY	X ²
1995	10.250	-2	-20.500	4
1996	11.000	-1	-11.000	1
1997	15.000	0	0	0
1998	18.000	1	18.000	1
1999	20.000	2	40.000	4
Σ	74.250	0	26.500	10

Sumber Data : Tabel 5, data diolah

$$Y = a + bX$$

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

$$= \frac{74.250}{5} \quad = \frac{26.500}{10}$$

$$= 14.850 \quad = 2.650$$

Sehingga persamaan trend yang terjadi =

$$Y = 14.850 + 2.650 X$$

Ramalan penjualan Spring Bed tahun 2000 adalah :

$$Y = 14.850 + 2.650 (3)$$

$$Y = 14.850 + 7.950$$

$$Y = 22.800$$

Ramalan Penjualan Spring Bed tahun 2000 sebesar Rp.22.800,00/lembar.

Lampiran 5. Perhitungan ITO Spring Bed Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan.

Tahun	Pers. Awal	Produksi	Penjualan	Pers. Akhir
1995	263	1.460	1.497	226
1996	226	1.723	1.668	281
1997	281	1.903	1.813	371
1998	371	2.056	2.201	226
1999	226	2.318	2.018	460

Sumber Data : Tabel 5, data diolah

$$ITO \text{ Tahun } 1999 = \frac{2.018}{(226 + 460)/2} = 2.018/343$$

$$ITO \text{ Tahun } 1999 = 5,88 \text{ kali}$$

$$\begin{aligned} ITO \text{ Tahun } 2000 &= ITO \text{ 1999} + (ITO \text{ 1999} + 30\%) \\ &= 5,88 + (5,88 \times 30\%) \\ &= 5,88 + 1,764 \end{aligned}$$

$$ITO \text{ Tahun } 2000 = 7,664 \text{ kali}$$

Lampiran 6. Perhitungan ITO Box Spring Tahun 2000 pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan.

Tahun	Pers. Awal	Produksi	Penjualan	Pers. Akhir
1995	719	2.805	2.784	740
1996	740	2.932	2.856	816
1997	816	2.370	3.408	778
1998	778	3.794	4.152	420
1999	420	4.250	3.994	676

Sumber Data : Tabel 4, data diolah

$$ITO \text{ Tahun } 1999 = \frac{3.994}{(420 + 676)/2} = 3.994/548$$

$$ITO \text{ Tahun } 1999 = 7,29 \text{ kali}$$

$$\begin{aligned} ITO \text{ Tahun } 2000 &= ITO \text{ 1999} + (ITO \text{ 1999} + 30\%) \\ &= 7,29 + (7,29 \times 30\%) \\ &= 7,29 + 2.187 \end{aligned}$$

$$ITO \text{ Tahun } 2000 = 9,477 \text{ kali}$$



Lampiran 7. Pemisahan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung Spring Bed menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan.

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	1.460	71.892.000	104.962.320.000	2.131.600
1996	1.724	76.663.000	132.167.012.000	2.972.176
1997	1.903	85.967.000	163.595.201.000	3.621.409
1998	2.056	91.820.000	188.231.000.000	4.202.500
1999	2.318	94.280.000	218.541.400.000	5.273.124
Σ	9.461	408.622.500	807.497.573.000	18.300.809

Sumber Data : Tabel 5, data diolah

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

$$= \frac{60.501.456.895}{2.107.020} \quad = \frac{149.127.169}{5}$$

$$= 28.714,25 \quad = 29.825.434$$

Dengan demikian besarnya biaya tenaga kerja tidak langsung tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 28.714,00
- Biaya Tetap Rp. 29.825.434,00

Lampiran 8. Pemisahan Biaya Tenaga Tidak Langsung Box Spring menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel pada PT. Gerongan Sura Jaya, Pasuruan.

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	2.805	71.892.000	201.657.060.000	7.868.025
1996	2.932	76.663.000	224.775.916.000	8.596.624
1997	3.370	85.967.000	289.708.790.000	11.356.900
1998	3.794	91.820.000	348.365.080.000	14.394.436
1999	4.250	94.280.000	400.690.000.000	18.062.500
Σ	17.151	408.622.500	1.465.196.846.000	60.278.485

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{111.896.308.000}{7.235.624} \quad = \frac{155.387.989}{5}$$

$$= 15.465,63 \quad = 31.077.598,19$$

Dengan demikian besarnya Biaya Tenaga Kerja Langsung Box Spring tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 15.465,-
- Biaya Tetap Rp. 31.077.598,-

Lampiran 9. Pemisahan Biaya Bahan ~~Baku~~ Penolong untuk Spring Bed Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	1.460	226.842.000	331.189.320.000	2.131.600
1996	1.724	241.791.000	416.847.684.000	2.972.176
1997	1.903	292.768.000	557.137.504.000	3.621.409
1998	2.056	331.058.000	678.668.900.000	4.202.500
1999	2.318	338.630.000	784.944.340.000	5.373.124
Σ	9.455	1.431.089.000	2.748.787.748.000	18.300.809

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{523.693.499.900}{2.107.020} \quad = \frac{26.573.772}{5}$$

$$= 248.546,99 \quad = 5.314.754,35$$

Dengan demikian besarnya biaya listrik tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 248.547,-
- Biaya Tetap Rp. 5.314.754,-

Lampiran 10. Pemisahan Biaya Bahan Baku Penolong untuk Box Spring Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Yang	XY	X ²
1995	2.805	226.842.000	636.291.810.000	7.868.025
1996	2.932	241.791.000	708.931.212.000	8.596.624
1997	3.370	292.768.000	986.628.160.000	11.356.900
1998	3.794	331.058.000	1.256.034.052.000	14.394.436
1999	4.250	338.630.000	1.439.177.500.000	18.062.500
Σ	17.151	1.431.089.000	5.027.062.734.000	60.278.485

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{1.339.770.101.000}{7.235.624} \quad = \frac{30.905.329,89}{5}$$

$$= 193.455,31 \quad = 6.181.066$$

Dengan demikian besarnya Biaya Bahan Baku Penolong Box Spring tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 193.455,-
- Biaya Tetap Rp. 6.181.066,-

Lampiran 11. Pemisahan Biaya Listrik Spring Bed menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	1.460	3.556.580	5.192.606.800	2.131.600
1996	1.724	3.722.700	6.417.934.800	2.972.176
1997	1.903	4.985.800	9.487.977.400	3.621.409
1998	2.056	5.204.200	10.668.610.000	4.202.500
1999	2.318	5.300.000	12.285.400.000	5.373.124
Σ	9.455	22.769.280	44.052.529.000	18.300.809

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{4.979.102.600}{2.107.020} \quad = \frac{426.153,17}{5}$$

$$= 2.363 \quad = 85.231$$

Dengan demikian besarnya Biaya Listrik Spring Bed tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 2.363,-
- Biaya Tetap Rp. 85.231,-

Lampiran 12. Pemisahan Biaya Listrik Box Spring menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	2.805	3.556.580	9.976.206.900	7.868.025
1996	2.932	3.722.700	10.914.956.400	8.596.624
1997	3.370	4.985.800	16.802.146.000	11.356.900
1998	3.794	5.204.200	19.744.734.800	14.394.436
1999	4.250	5.300.000	22.525.000.000	18.062.500
Σ	17.151	22.769.280	79.963.044.100.	60.278.485

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{9.299.299.220}{7.235.624} \quad = \frac{726.636,42}{5}$$

$$= 1.285,21 \quad = 145.327$$

Dengan demikian besarnya Biaya Listrik Box Spring tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 1.285,-
- Biaya Tetap Rp. 145.327,-

Lampiran 13. Pemisahan Biaya Reparasi Spring Bed menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Yang	XY	X ²
1995	1.460	2.025.000	2.956.500.000	2.131.600
1996	1.724	2.127.000	3.666.948.000	2.972.176
1997	1.903	2.706.400	5.150.279.200	3.621.409
1998	2.056	2.902.900	5.950.945.000	4.202.500
1999	2.318	2.946.200	6.829.291.600	5.373.124
Σ	9.455	12.707.500	24.553.963.800	18.300.809

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{2.620.406.500}{2.107.020} \quad = \frac{948.739,54}{5}$$

$$= 1.244 \quad = 189.798,23$$

Dengan demikian besarnya Biaya Reparasi Spring Bed tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 1.244,-
- Biaya Tetap Rp. 189.798,-

Lampiran 14. Pemisahan Biaya Reparasi Box Spring menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	2.805	2.025.000	5.680.125.000	7.868.025
1996	2.932	2.127.000	6.236.364.000	8.596.624
1997	3.370	2.706.400	9.120.568.000	11.356.900
1998	3.794	2.902.900	11.013.602.600	14.394.436
1999	4.250	2.946.200	12.521.350.000	18.062.500
Σ	17.151	12.707.500	44.572.009.600	60.278.485

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{4.913.715.500}{7.235.624} \quad = \frac{726.636,42}{5}$$

$$= 1.244 \quad = 189.798$$

Dengan demikian besarnya Biaya Reparasi Box Spring tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 1.244,-
- Biaya Tetap Rp. 189.798,-

Lampiran 15. Pemisahan Biaya Pemasaran Spring Bed Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Yang	XY	X ²
1995	1.497	38.403.000	57.489.291.000	2.241.009
1996	1.668	41.550.000	69.305.400.000	2.782.224
1997	1.813	54.426.000	98.674.338.000	3.286.969
1998	2.201	57.423.000	126.388.023.000	4.844.401
1999	2.018	59.460.000	119.990.028.000	4.072.324
Σ	9.197	251.262.000	471.847.080.000	17.226.927

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{56.788.446.000}{2.445.626} \quad = \frac{24.737.736,82}{5}$$

$$= 23.200 \quad = 1.951.297$$

Dengan demikian besarnya biaya Pemasaran Spring Bed tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 23.200,-
- Biaya Tetap Rp. 1.951.297,-

Lampiran 16. Pemisahan Biaya Pemasaran Box Spring menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	2.784	38.403.000	106.913.952.000	7.750.656
1996	2.856	41.550.000	118.666.800.000	8.156.736
1997	3.408	54.426.000	185.483.808.000	11.614.464
1998	4.152	57.423.000	238.420.296.000	17.239.104
1999	3.994	59.460.000	237.483.240.000	15.952.036
Σ	17.194	251.262.000	886.968.096.000	60.712.996

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{48.531.893.940}{7.931.344} \quad = \frac{1.019.037,3}{5}$$

$$= 6.119 \quad = 547.115$$

Dengan demikian besarnya Biaya Pemasaran Box Spring tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 6.119,-
- Biaya Tetap Rp. 547.115,-

Lampiran 17. Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum Spring Bed menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	1.497	3.356.580	5.024.800.260	2.241.009
1996	1.668	3.522.700	5.875.763.600	2.782.224
1997	1.813	3.985.800	7.226.255.400	3.286.969
1998	2.201	4.704.200	10.353.944.200	4.844.401
1999	2.018	5.100.000	10.291.800.000	4.072.324
Σ	9.197	20.669.280	38.772.663.462	17.226.927

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{5.217.165.140}{2.445.626} \quad = \frac{409.674,76}{5}$$

$$= 1.703 \quad = 81.935,34$$

Dengan demikian besarnya Biaya Administrasi dan Umum tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 1.703,-
- Biaya Tetap Rp. 81.935,34,-

Lampiran 18. Pemisahan Biaya Administrasi dan Umum Box Spring menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	2.784	3.356.580	9.344.718.720	7.750.656
1996	2.856	3.522.700	10.060.831.200	8.156.736
1997	3.408	3.985.800	13.583.606.400	11.614.464
1998	4.152	4.704.200	19.831.838.400	17.239.104
1999	3.994	5.100.000	20.369.400.000	15.952.036
Σ	17.194	20.669.280	72.890.394.720	60.712.996

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{7.273.042.448}{7.931.344} \quad = \frac{1.019.037,35}{5}$$

$$= 917 \quad = 203.806,7$$

Dengan demikian besarnya biaya lain-lain tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 917,-
- Biaya Tetap Rp. 203.806,7,-

Lampiran 19. Pemisahan Biaya Lain-lain Spring Bed menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	1.497	2.025.000	3.031.425.000	2.241.009
1996	1.668	2.127.000	3.547.836.000	2.782.224
1997	1.813	2.206.400	4.000.203.200	3.286.969
1998	2.201	2.602.900	5.728.982.900	4.844.401
1999	2.018	3.046.200	6.147.231.600	4.072.324
Σ	9.197	12.007.200	22.455.678.700	17.226.927

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{1.213.030.496}{2.445.626} \quad = \frac{188.327.960}{5}$$

$$= 496,25 \quad = 37.665,92$$

Dengan demikian besarnya Biaya Lain-lain Spring Bed tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 496,25,-
- Biaya Tetap Rp. 37.665,92,-

Lampiran 20. Pemisahan Biaya Lain-lain Box Spring Menjadi Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Tahun	X	Y	XY	X ²
1995	2.784	2.025.000	5.637.600.000	7.750.656
1996	2.856	2.127.000	6.074.712.000	8.156.736
1997	3.408	2.206.400	7.519.411.200	11.614.464
1998	4.152	2.602.900	10.807.240.800	17.239.104
1999	3.994	3.046.200	12.166.522.800	15.952.036
Σ	17.194	12.007.500	42.205.486.800	60.712.996

Sumber Data : Tabel 7 dan 9, data diolah

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

$$= \frac{2.101.806.160}{7.931.344} \quad = \frac{193.934.180}{5}$$

$$= 265,25 \quad = 38.786.836$$

Dengan demikian besarnya Biaya Lain-lain Box Spring tahun 1999 adalah sebagai berikut :

- Biaya Variabel Rp. 265,-
- Biaya Tetap Rp. 38.786.836,-

Lampiran 21. Perhitungan Nilai Perbandingan Pembebanan Biaya Tetap Untuk Masing-masing Jenis Produk Tahun 1999

Keterangan	Spring Bed	Box Spring	Total	Nilai Perbandingan	
				Spring Bed	Box Spring
Produksi	1.996	4.163	6.159	32,4	67,6
Penjualan	2.886	4.554	7.440	38,8	61,2

Sumber Data : Lampiran 1 dan 2, data diolah

Perhitungan pembebanan biaya tetap untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

Jenis biaya x nilai perbandingan

Jenis biaya	Spring Bed	Box Spring	Total
TK tak Langsung	29.825.434	31.077.598	60.903.032
BB. Penolong	5.314.754	6.181.066	11.495.820
Listrik	85.231	145.327	230.558
Reparasi	189.798	212.050	401.798
Pemasaran	1.951.297	547.115	2.498.412
Adm. Dan Umum	81.935	203.807	285.742
Lain-lain	217.193	419.873	637.066
Peny. Gedung	9.072.000	18.928.000	28.000.000
Peny. Mesin	922.946	1.925.248	2.848.600
Peny. Kendaraan	1.036.800	2.163.200	3.200.000
Bunga	34.407.680	71.787.610	106.194.690
	83.104.824	133.590.894	216.695.718

Sumber Data : Lampiran 7 – 20, data diolah