

TILAK DITIRJEMKAN KELUAR

PENETAPAN HARGA JUAL DALAM USAHA MENINGKATKAN
PROFITABILITAS DENGAN COST PLUS PRICING METHOD
PADA PERUSAHAAN GENTENG "HM-AMBULU" DI JEMBER

SKRIPSI

MILIK PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JEMBER

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Asal	: Hadiah	Klasifikasi
Terima Tgl:	29 APR 2000	658.871 ARI
No. Induk	: PTI'2000-9.920	up

Oleh: MANAJEMEN PENJUALAN

Tri Yuli Ariyono
DIBI 95-247

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

2000

JUDUL SKRIPSI

PENETAPAN HARGA JUAL DALAM USAHA MENINGKATKAN
PROFITABILITAS DENGAN COST PLUS PRICING METHOD
PADA PERUSAHAAN GENTENG "HM AMBULU" DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : TRI YULI ARIYONO

N. I. M. : D1B1 95-247

Jurusan : MANAJEMEN

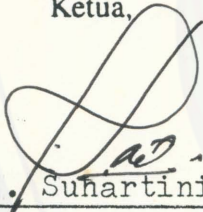
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

29 Februari 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.

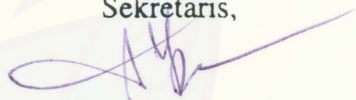
Susunan Panitia Penguji

Ketua,



Dra. Hj. Suhartini Sudjak
NIP. 130 368 797

Sekretaris,




Drs. Sudaryanto, MBA
NIP. 131 960 495
Anggota,

Drs. H. Noor Alie, SU
NIP. 130 345 929



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan



Drs. H. Sukuśni, M.Sc
NIP. 130 350 746

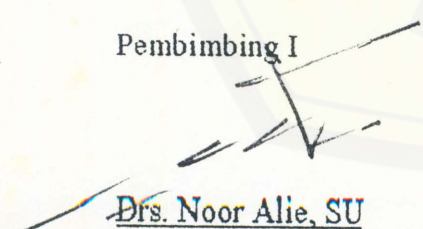
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI SARJANA EKONOMI

Nama : TRI YULI ARIYONO
Nomor Induk Mahasiswa : D1B1 95-247
Tingkat : SARJANA
Jurusan : MANAJEMEN
Mata kuliah yang menjadi dasar
penyusunan skripsi : MANAJEMEN PEMASARAN
Dosen Pembimbing : 1. Drs. Noor Alie, SU
2. Drs. M. Anwar, MSi

Disahkan di : Jember
Pada Tanggal : Maret 2000

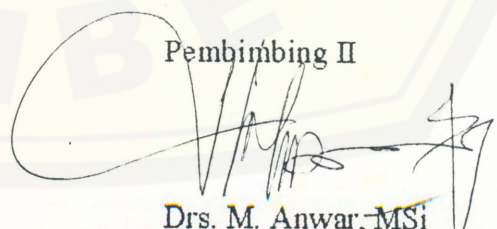
Disetujui dan diterima baik oleh :

Pembimbing I


Drs. Noor Alie, SU

NIP. 130.345.929

Pembimbing II


Drs. M. Anwar, MSi

NIP. 131.759.767

MOTTO

“BECIK KETTİK ALA KETARA”

**“PANGERAN IKU ADOH TANPA WANGENAN,
CEDHAK TANPA SENGGOLAN”**

**“SING SAPA MIKANI ANANE PANGERAN,
KALEBU URIP KANG SAMPURNA”**

**“TETEP ANTEPING BUDI LAN KENCENGING
TEKAD, IKU WOHING KAWRUH”**

HALAMAN PERSEMBAHAN

KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK

Bapak *Bakir Adiswanto* dan Ibu *Mardiati* tercinta

Mas *Indra*, Mas *Antok*, Dik *Nining*, dan Dik *Sita* tersayang

Tem an-tem an *Sumatra III / 55* dan *Boys of Java VI / 21*

Tem an-tem an *OMEGA "95*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kehadirat Allah swt yang telah memberikan berkah dan rahmatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Jember.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih dan rasa hormat kepada :

1. Bapak Drs. Noor Alie, SU dan Bapak Drs. Mohamad Auwar, MSI selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II, yang telah banyak memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Drs. H. Sukusni, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Abdul Halim selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak dan Ibu Dosen di kalangan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Bapak Ahmad Hazin selaku Pimpinan perusahaan genteng HMA beserta seluruh staf dan karyawan perusahaan genteng HMA.

Segala kritik dan saran dari semua pihak akan penulis terima dengan lapang dada demi kesempurnaan skripsi ini.

Jember, Februari 2000

Hormat kami

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL-- -----	i
HALAMAM PERSETUJUAN-----	ii
HALAMAN MOTTO- -----	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN -----	iv
KATA PENGANTAR -----	v
DAFTAR ISI -----	vi
DAFTAR TABEL-----	vii
DAFTAR GAMBAR -----	viii
DAFTAR LAMPIRAN -----	ix
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 Lokasi dan Periode Penelitian -----	4
1.4.2 Data yang Digunakan-----	4
1.4.3 Metode Pengumpulan Data -----	5
1.4.4 Metode Analisa Data -----	5
1.5 Batasan Masalah -----	10
1.6 Terminologi -- -----	10
1.7 Kerangka Pemecahan Masalah -----	11
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian dan Kebijaksanaan Harga -----	12



2.2 Tujuan Penetapan Harga -----	13
2.3 Faktor-faktor yang Diperhatikan dalam Penetapan Harga-----	14
2.4 Macam-macam Metode Penetapan Harga -----	19
2.4.1 Gross Margin Pricing-----	19
2.4.2 Cost Plus Pricing-----	20
1. Pendekatan Kontribusi / Direct Cost Pricing -----	20
2. Pendekatan Full Costing-----	21
2.4.3 Time and Material Pricing -----	21
2.4.4 Return on Capital Employed Pricing-----	22
2.5 Pengertian dan Penggolongan Biaya -----	22
2.5.1 Penggolongan Biaya atas Dasar Objek Pengeluaran -----	22
2.5.2 Penggolongan Biaya atas Dasar Fungsi-fungsi Pokok Perusahaan -----	23
2.5.3 Penggolongan Biaya atas Dasar Dapat Ditelusurinya ke Objek Biaya-----	23
2.5.4 Penggolongan Biaya atas Dasar Waktu-----	23
2.5.5 Penggolongan Biaya atas Dasar Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan -----	24
2.6 Analisis Profitabilitas Produk-----	25
2.7 Penelitian Pendukung-----	26
III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan-----	28
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan-----	29
3.3 Bahan Baku dan Bahan Pembantu-----	33
3.4 Tenaga Kerja Perusahaan -----	34
3.4.1 Klasifikasi Tenaga Kerja-----	34
3.4.2 Jam Tenaga Kerja-----	36
3.4.3 Sistem Upah dan Gaji -----	36
3.5 Aktivitas Produksi -----	37

3.5.1 Peralatan Produksi-----	37
3.5.2 Proses Produksi-----	38
3.5.3 Perkembangan Hasil Produksi -----	40
3.6 Aktivitas Pemasaran-----	40
3.6.1 Daerah Pemasaran-----	40
3.6.2 Hasil Penjualan Produk-----	41
3.6.3 Harga Jual Produk-----	41
3.7 Biaya Overhead Pabrik dan Biaya Komersial-----	42
3.8 Mark Up Perusahaan -----	42
IV. ANALISA DATA	
4.1 Penentuan Harga Jual-----	44
4.1.1 Ramalan Penjualan-----	44
4.1.2 Penentuan Persediaan Akhir Produk-----	45
4.1.3 Anggaran Produksi Tiap Jenis Produk-----	45
4.1.4 Perhitungan Biaya Bahan Baku Utama dan Bahan Pembantu---	46
4.1.5 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung-----	49
4.1.6 Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Variabel -----	49
4.1.7 Perhitungan Biaya Komersial Variabel -----	50
4.1.8 Perincian dan Alokasi Biaya Variabel-----	51
4.1.9 Perhitungan Harga Pokok Penjualan-----	53
4.1.10 Penetapan Harga Jual -----	53
4.2 Analisis Profitabilitas -----	54
4.2.1 Laporan Rugi Laba -----	55
4.2.2 Perhitungan Contribusi Margin Ratio dan Operating Ratio -----	55
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan-----	57
5.2 Saran-saran -----	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penggunaan Standar Bahan Baku dan Bahan Pembantu Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam per Satuan (per-1000 unit)--	34
Tabel 2. Perkembangan Harga Bahan Baku dan Bahan Pembantu Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam per Satuan Tahun 1995-1999 -----	34
Tabel 3. Jumlah Tenaga Kerja dan Pengupahan pada Perusahaan HMA Tahun 1995-1999-----	35
Tabel 4. Jumlah Tenaga Kerja Langsung dan Pengupahan pada Perusahaan HMA Tahun 1995-1999-----	35
Tabel 5. Jam Kerja dan Jam Istirahat pada Perusahaan HMA -----	36
Tabel 6. Perkembangan Upah Tenaga Kerja Langsung per Hari Tahun 1995-1999 pada Perusahaan HMA-----	36
Tabel 7. Mesin-mesin & Peralatan yang Digunakan pada Perusahaan HMA--	37
Tabel 8. Perkembangan Hasil Produksi Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam Tahun 1995-1999 -----	40
Tabel 9. Perkembangan Persediaan Awal dan Persediaan Akhir Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam Tahun 1995-1999 -----	40
Tabel 10. Penjualan Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam Tahun 1995-1999 pada Perusahaan HMA -----	41
Tabel 11. Perkembangan Harga Jual Produk Genteng Karang Pilang Dan Genteng Press Vlam per Unit Tahun 1995-1999 -----	41
Tabel 12. Biaya Overhead Pabrik Variabel Tahun 1995-1999 -----	42
Tabel 13. Biaya Komersial Tahun 1995-1999 -----	42
Tabel 14. Ramalan Penjualan Genteng Karang Pilang Tahun 2000 -----	44

Tabel 15. Perseediaan Awal dan Perseediaan Akhir Genteeng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam -----	45
Tabel 16. Anggaran Produksi per Jenis Produk Tahun 2000 -----	46
Tabel 17. Harga Bahan Baku Utama dan Bahan Pembantu per Satuan-----	47
Tabel 18. Biaya Bahan Baku Genteng Karang Pilang Tahun 2000 -----	47
Tabel 19. Biaya Bahan Baku Genteng Press Vlam Tahun 2000 -----	48
Tabel 20. Biaya Overhead Pabrik Variabel, Tetap dan Semivariabel Tahun 2000-----	49
Tabel 21. Biaya Komersial Variabel, Tetap dan Semivariabel Tahun 2000-----	51
Tabel 22. Anggaran Biaya Produksi Variabel dan Biaya Komersial Variabel untuk Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 -----	52
Tabel 23. Harga Jual Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 Berdasarkan Harga Jual Cost Plus Pricing dan Harga Jual Perusahaan -----	54
Tabel 24. Contribusi Margin Ratio (CMR) Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 Berdasarkan Harga Jual Cost Plus Pricing dan Harga Jual Perusahaan -----	55
Tabel 25. Operating Ratio (OR) Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 Berdasarkan Harga Jual Cost Plus Pricing dan Harga Jual Perusahaan-----	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan HMA	31
Gambar 2. Proses Produksi pada Perusahaan HMA	39



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Ramalan Penjualan Genteng Karang Pilang Tahun 2000.
- Lampiran 2. Ramalan Penjualan Genteng Press Vlam Tahun 2000.
- Lampiran 3. Perhitungan ITO dan Persediaan Akhir Genteng Karang Pilang Tahun 2000.
- Lampiran 4. Perhitungan ITO dan Persediaan Akir Genteng Press Vlam Tahun 2000.
- Lampiran 5. Proyeksi Harga Tanah Liat per Kubik Tahun 2000 pada Perusahaan HMA
- Lampiran 6. Proyeksi Harga Pasir Halus per Kubik Tahun 2000 pada Perusahaan HMA
- Lampiran 7. Proyeksi Harga Minyak Tanah per Liter Tahun 2000 pada Perusahaan HMA
- Lampiran 8. Proyeksi Harga Gajih/Lemak per Kg. Tahun 2000 pada Perusahaan HMA
- Lampiran 9. Proyeksi Harga Kayu Bakar per Kubik Tahun 2000 pada Perusahaan HMA.
- Lampiran 10. Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Langsung per Unit Produk Tahun 2000 pada Perusahaan HMA.
- Lampiran 11. Proyeksi Biaya Listrik dan Air Tahun 2000 pada Perusahaan HMA.
- Lampiran 12. Proyeksi Biaya Solar dan Olie Tahun 2000 pada Perusahaan HMA
- Lampiran 13. Proyeksi Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Tahun 2000 pada Perusahaan HMA
- Lampiran 14. Proyeksi Biaya Penyusutan Gedung dan Mesin Tahun 2000 pada Perusahaan HMA.
- Lampiran 15. Proyeksi Biaya Pemasaran Tahun 2000 pada Perusahaan HMA.
- Lampiran 16. Proyeksi Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

LAMPIRAN 17. Anggaran Produksi Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam

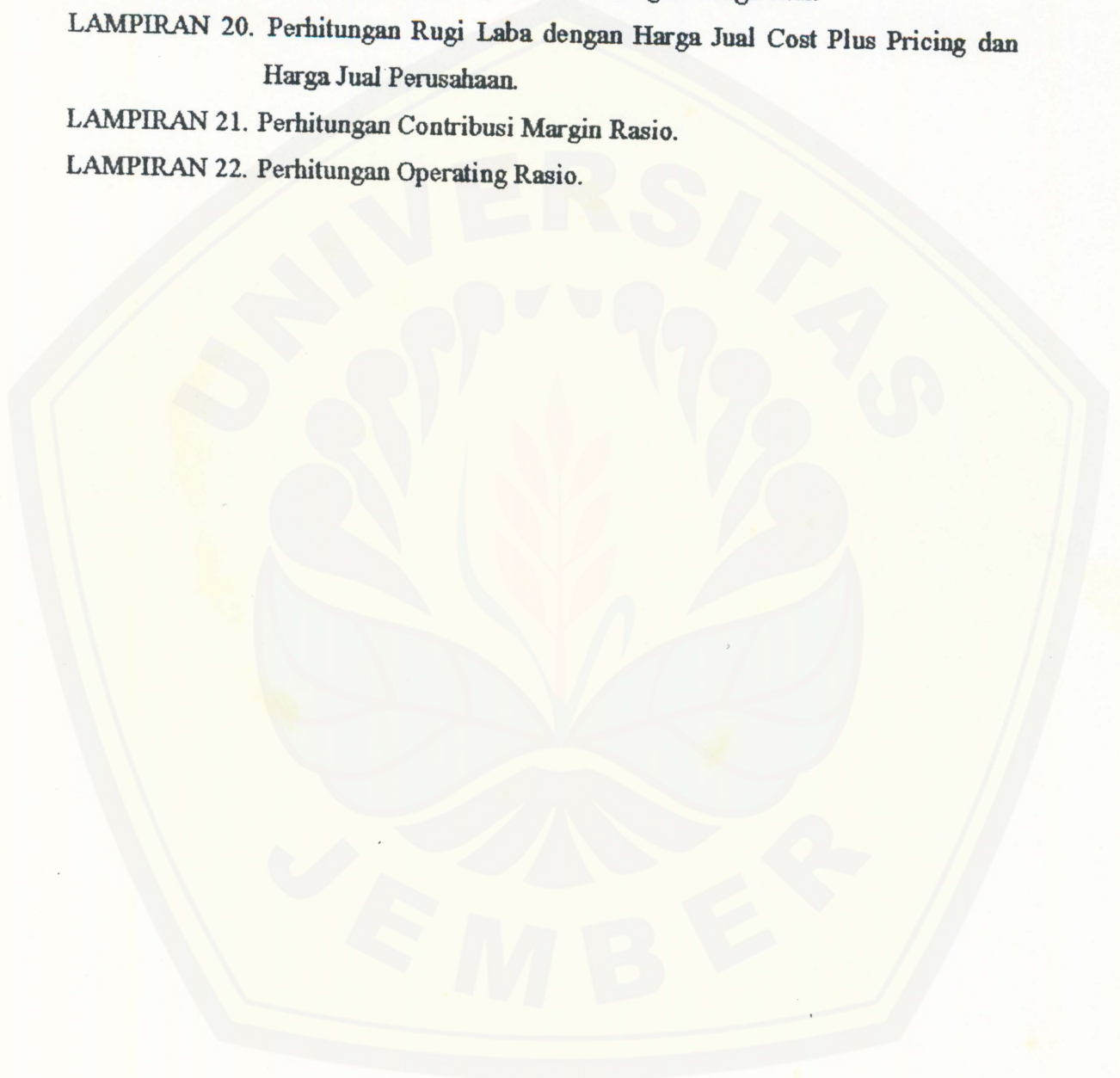
LAMPIRAN 18. Harga Pokok Penjualan Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam

LAMPIRAN 19. Perhitungan Mark Up dan Perhitungan Harga Jual.

LAMPIRAN 20. Perhitungan Rugi Laba dengan Harga Jual Cost Plus Pricing dan Harga Jual Perusahaan.

LAMPIRAN 21. Perhitungan Contribusi Margin Rasio.

LAMPIRAN 22. Perhitungan Operating Rasio.



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah.

Keadaan perekonomian yang tidak stabil seperti sekarang ini mengakibatkan perubahan yang berarti terhadap permintaan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan kenaikan biaya produksi maupun biaya komersial. Hal ini pada akhirnya akan berpengaruh pada volume penjualan dan tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan. Karena dengan meningkatnya jumlah biaya produksi maupun biaya komersial yang apabila tidak diikuti oleh perubahan/kenaikan harga jual produk, jelas akan mengakibatkan menurunnya tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan yang diakibatkan oleh kenaikan biaya produksi maupun biaya komersial yang terjadi pada perusahaan, maka pihak manajemen harus segera mengambil kebijaksanaan-kebijaksanaan baru terutama kebijaksanaan yang menyangkut tentang pemasaran produk. Di mana salah satu komponen yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam hal pemasaran produk adalah tentang penentuan harga jual produk. Apabila perusahaan mampu menetapkan harga jual yang sesuai dengan pokok biaya yang terjadi, diharapkan dengan harga jual tersebut perusahaan dapat memperoleh tingkat keuntungan yang layak dan harga tersebut diharapkan juga akan bisa diterima oleh masyarakat/konsumen.

Tujuan utama didirikannya perusahaan adalah untuk mencari laba optimal demi kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang. Tetapi selain tujuan di atas masih banyak tujuan sosial, hukum dan batasan yang mempengaruhi keinginan manajemen untuk memperoleh laba tersebut.

Penentuan harga jual produk merupakan salah satu keputusan manajemen. Hidup atau matinya perusahaan dalam jangka panjang sangat

bergantung pada keputusan pricing ini, di mana dalam jangka panjang harga jual harus cukup untuk menutup seluruh biaya dan laba normal, agar perusahaan dapat bertahan. Jika biaya dan laba yang diinginkan tidak dapat ditutup oleh harga jual, maka perusahaan tidak akan dapat bertahan untuk jangka panjang. Penentuan harga jual yang hanya didasarkan atas harga pasar, tanpa melakukan perhitungan-perhitungan yang cermat terhadap biaya yang terjadi jelas akan merugikan perusahaan. Perusahaan akan mudah terombang-ambing dalam menghadapi situasi yang tidak menentu seperti sekarang ini.

Perusahaan Genteng "HM Ambulu" adalah merupakan salah satu diantara beberapa perusahaan genteng yang ada di Jember. Perusahaan "HM Ambulu" sendiri dalam kegiatannya memproduksi genteng jenis karang pilang dan genteng jenis press vlam. Di dalam menetapkan harga jual produk, perusahaan ini masih memakai harga pasar sebagai pedoman dalam penentuan harga jual produknya, tanpa memperhitungkan jumlah biaya-biaya yang dikeluarkan secara rinci dan cermat.

Dalam menghadapi keadaan perekonomian yang tidak stabil seperti sekarang ini, sangatlah penting bagi perusahaan "HM Ambulu" untuk memperhatikan faktor-faktor biaya dalam menetapkan harga jual produknya. Karena apabila faktor biaya, baik biaya produksi maupun biaya komersial tidak diperhitungkan dalam penentuan harga jual produk, perusahaan tidak akan mengetahui sejauh mana harga jual tersebut dapat menutup seluruh biaya dan laba normal yang diharapkan. Selain hal tersebut, dengan penentuan harga jual ini perusahaan juga akan mengetahui efisiensi biaya yang terjadi dalam perusahaan apabila dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.

1.2 Pokok Permasalahan

Perusahaan genteng “HM Ambulu” yang berlokasi di Jl. Ambulu, Jenggawah–Jember adalah perusahaan yang memproduksi berbagai jenis genteng yaitu :

- a. Genteng Model Karang Pilang
- b. Genteng Pres Vlam.

Perusahaan ini pada awal berdirinya mengalami kemajuan yang sangat pesat dengan semakin banyaknya permintaan yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Namun dalam menghadapi keadaan perekonomian seperti sekarang ini yang mengakibatkan biaya produksi maupun biaya komersial menjadi semakin tinggi, dan menurunnya permintaan sangat mempengaruhi keuntungan yang dicapai oleh perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu meninjau kembali berbagai kebijaksanaannya agar dapat menjaga/meningkatkan profitabilitasnya.

Salah satu kebijaksanaan yang perlu ditinjau kembali adalah kebijaksanaan mengenai penetapan harga jual, di mana sampai saat ini perusahaan masih memakai harga umum di pasaran sebagai pedoman dalam penetapan harga jual produknya. Untuk itu perusahaan perlu mempunyai suatu metode yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam penetapan harga jual produknya, dengan didasarkan pada perhitungan-perhitungan biaya yang cermat dan ramalan penjualan untuk periode yang akan datang. Dengan metode ini diharapkan perusahaan dapat menentukan harga jual yang strategis, yang tetap dapat menarik konsumen sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk menentukan harga jual produk pada periode tahun 2000

- b. Untuk mengetahui sejauh mana harga jual tersebut dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi pimpinan perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan mengenai penentuan harga jual produk yang akan dipasarkan.

b. Bagi Penulis

Menerapkan ilmu pengetahuan yang selama ini diperoleh dalam perkuliahan.

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi untuk menambah pengetahuan khususnya mengenai penetapan harga jual dengan cost plus pricing method.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Lokasi dan Periode Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Daerah Tingkat II Jember, tepatnya di Jl. Ambulu – Kertonegoro, Jenggawah.

Sedangkan obyek dari penelitian yang dilaksanakan adalah Perusahaan Genteng “HM Ambulu”.

1.4.2 Data yang Digunakan

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung baik berupa dokumen maupun informasi.

1.4.3 Metode Pengumpulan Data**a. Observasi**

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap masalah yang diteliti.

b. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan dan karyawan perusahaan.

c. Studi Literatur

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh landasan teori dan formulasi pemecahan masalah.

1.4.4 Metode Analisa Data

1. Untuk menentukan tingkat harga produk pada periode tahun 2000 digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Meramalkan volume penjualan pada periode tahun 2000 dengan menggunakan metode Trend Linier least square dengan rumus: (Anto Dajan, 1983: 304)

$$Y = a + bx$$

Untuk menentukan nilai a dan b apabila $\sum x = 0$, maka

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

Dimana:

Y = Penjualan yang direncanakan

a = Nilai Y pada titik nol/konstanta

b = Bilangan perubah untuk satuan waktu

X = Unit tahun yang dihitung

n = Banyaknya waktu data (ganjil)

- b. Menentukan persediaan akhir berdasarkan tingkat perputaran persediaan dengan formulasi: (Gunawan Adi Saputra, 1990:204)

$$\text{Inventory turn over} = \frac{\text{Rencana penjualan}}{\text{Persediaan rata - rata}}$$

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

- c. Menyusun budget produksi yang digunakan pada periode masa yang akan datang, dengan rumus : (Gunawan Adi Saputra, 1990:191)

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

d. Menyusun anggaran biaya produksi dan biaya komersial pada periode tahun 2000 untuk masing-masing jenis produk (Mulyadi 1991 : 132)

- Anggaran prod. x SUR x harga bahan baku	xxx
- Anggaran prod. x tarif TKL	xxx
- Anggaran prod. x tarif FOH	<u>xxx</u> +
- Biaya produksi variabel	xxx
- Anggaran penj. x tarif biaya adm./umum	xxx
- Anggaran penj. x tarif biaya pemasaran	<u>xxx</u> +
- Biaya Komersial Variabel	xxx

Penentuan Harga Pokok Penjualan :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya TKL	xxx
Biaya FOH	<u>xxx</u> +
Biaya Produksi	xxx
Persediaan awal WIP	<u>xxx</u> +
Barang yang siap diproduksi	xxx
Persediaan akhir WIP	<u>xxx</u> -
Harga Pokok Produksi	xxx
Persediaan awal barang jadi	<u>xxx</u> +
Barang yang siap di gudang	xxx
Persediaan akhir barang jadi	<u>xxx</u> -
Harga Pokok Penjualan	xxx

e. Mengadakan pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya variabel dan biaya tetap dengan menggunakan metode least square dengan rumus: (Mulyadi, 1993:517)

$$Y = a + bx$$

Untuk menentukan nilai a dan b digunakan persamaan :

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

Dimana :

Y = Biaya semivariabel pada tingkat kegiatan X

a = Biaya tetap

b = Biaya variabel

X = Volume kegiatan

n = Banyaknya waktu data

- f. Menentukan harga jual masing-masing jenis produk setelah semua informasi yang diperlukan tersedia, selanjutnya dapat ditentukan harga jual dengan metode cost plus pricing, yaitu suatu metode penetapan harga jual yang mempertimbangkan pokok biaya yang selanjutnya ditambah dengan mark-up yang sudah ditentukan. Penetapan harga jual ini dengan pendekatan direct costing, dengan rumus: (Mas'ud, 1991: 251)

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

Untuk menentukan Mark Up dengan formulasi (Ray. H. Gorrison, 1988 : 200)

$$\% \text{ Mark Up} = \frac{\text{Margin Kontribusi}}{\text{Total Biaya Variabel}} \times 100 \%$$

2. a. Untuk mengetahui profit pada masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

Pendapatan penjualan	xxx
Biaya variabel	<u>xxx</u> -
Laba kontribusi	xxx
Biaya tetap	<u>xxx</u> -
Laba bersih	xxx

- b. Untuk mengetahui rasio profitabilitas pada masing-masing jenis produk digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung Contribusi Margin Ratio (CMR) dengan formulasi: (Mulyadi, 1982: 50)

$$CMR = \frac{cx - bx}{cx}$$

Dimana:

cx = Hasil penjualan

bx = Biaya variabel

2. Menghitung Operating Ratio (OR) dengan formulasi: (Bambang Riyanto, 1990 :259)

$$OR = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan} + \text{Biaya Komersial Variabel}}{\text{Net Sales}}$$

3. Membandingkan ratio profitabilitas berdasarkan harga jual dari hasil analisis dengan ratio profitabilitas berdasarkan harga jual yang telah ditentukan perusahaan.

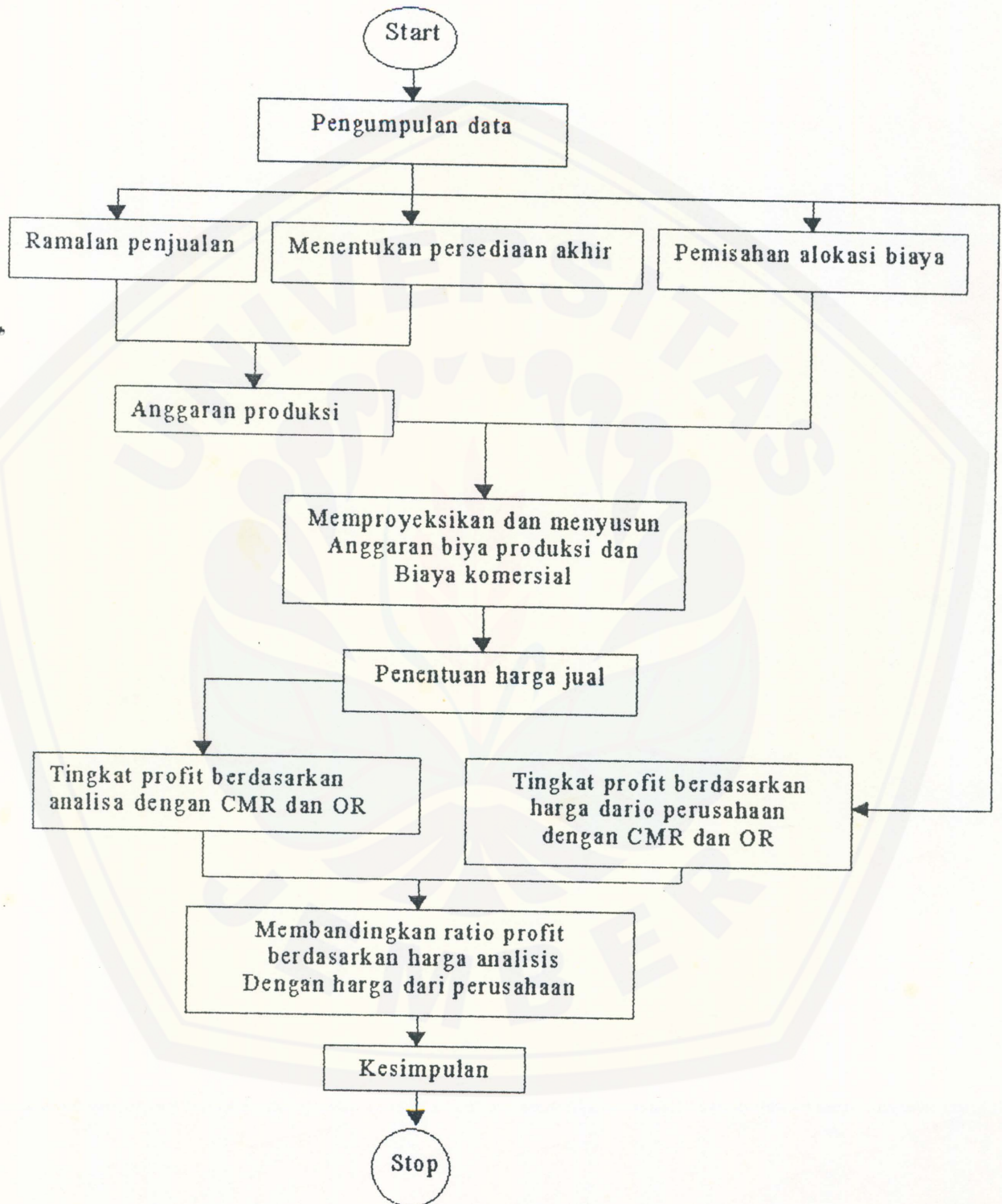
1.5 Batasan Masalah

Pembahasan lebih ditekankan pada penetapan kebijaksanaan harga jual serta tingkat profitabilitas dari produk yang diteliti untuk masa yang akan datang yaitu tahun 2000

1.6 Terminologi

- a. Harga jual yaitu sejumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu unit benda tertentu
- b. Cost Plus Pricing Method yaitu suatu penetapan harga jual yang mempertimbangkan pokok biaya yang selanjutnya ditambah dengan mark-up dengan yang sudah ditentukan.
- c. Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.
- d. Biaya variabel yaitu biaya yang berubah-ubah tetapi perubahannya proporsional dengan perubahan kapasitas.

1.7. Kerangka Pemecahan Masalah.



II. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian dan Kebijakan Harga

Keadaan perekonomian yang sudah maju sekarang ini membawa dampak pada perubahan sistem perekonomian yang ada. Sistem perekonomian dulu, yang dikenal dengan sistem perekonomian tradisional di mana sistem perekonomian yang ada berjalan sangat sederhana sekali. Pada waktu itu kalau menginginkan suatu barang cukup dilakukan dengan menukar barang yang satu dengan yang lain, atau biasa dikenal dengan istilah barter.

Berbeda dengan sekarang, di mana untuk mendapatkan barang atau jasa cukup ditentukan dengan suatu alat penukar yang disebut dengan uang. Jadi pada perekonomian modern saat ini telah diciptakan suatu alat penukar yang dapat mempermudah dan memperlancar jalannya perekonomian. Uang merupakan alat yang dipakai untuk menunjukkan nilai dari suatu barang yang dinyatakan dalam rupiah, sedangkan nilai merupakan suatu ungkapan kualitatif tentang kekuatan barang untuk menarik barang lain dalam pertukaran. Maka dengan demikian harga dapat diartikan sebagai berikut :

“Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.” (Basu Swatha, 1990 : 241)

Di dalam rumah tangga perusahaan harga, biaya dan laba mempunyai hubungan yang saling mempengaruhi dalam usaha mencapai tujuan perusahaan dimana dengan harga diharapkan dapat mencapai tujuan untuk memperoleh penghasilan atau penjualan yang pada akhirnya dapat digunakan untuk menutup semua biaya yang telah dikeluarkan dan diharapkan dapat menghasilkan laba. Dari keadaan tersebut dapat dilihat bahwa harga mempunyai peranan yang sangat penting di dalam kegiatan perusahaan.

Selanjutnya dari pengertian harga akan timbul kebijakan tentang harga yang akan diterapkan dalam operasi perusahaan. Dalam usaha menerapkan tingkat harga dilakukan dengan mengadakan percobaan guna menguji pasarnya, apabila pasar

menerima penawaran tersebut berarti harga yang diterapkan sudah layak, tetapi jika pasar tidak mau menerima biasanya harga tersebut akan diubah dengan cepat oleh pihak perusahaan.

Kebijaksanaan harga yang dilakukan oleh perusahaan memberikan pengaruh baik di dalam perusahaan maupun terhadap perekonomian, lebih jelasnya pengaruh tersebut adalah (Basu Swastha, 1990 : 146).

1) Dalam Perekonomian

Harga pasar sebuah barang dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga dan laba atas pembayaran faktor-faktor produksi (tenaga kerja, tanah, kapital, dan keahlian/wiraswastaan).

2) Dalam Perusahaan

Harga suatu barang atau jasa merupakan suatu penentu bagi permintaan pasarnya, di mana harga dapat mempengaruhi market share. Bagi perusahaan, harga tersebut akan memberikan hasil berupa pendapatan dan keuntungan bersih. Harga suatu barang dapat juga mempengaruhi pemasaran perusahaan. Misalnya dalam perencanaan barang, manajemen selalu ingin meningkatkan kualitas barang yang dihasilkan. Akan tetapi keputusan ini hanya dapat dibenarkan apabila pasar dapat menerima suatu tingkat harga yang cukup bagi perusahaan untuk menutup seluruh biaya dalam usaha peningkatan kualitas tersebut.

2.2 Tujuan Penetapan Harga

Di dalam menetapkan harga suatu produk yang akan dipasarkan oleh perusahaan, maka pimpinan perusahaan harus menetapkan terlebih dahulu tujuan penetapannya. Tujuan itu sendiri berasal dari perusahaan yang selalu berusaha untuk menetapkan harga-harga barang atau jasa setepat mungkin, sehingga barang tersebut dapat bersaing dengan barang lain yang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan pesaing. Oleh sebab itu tujuan dari penetapan harga berawal dari pihak manajemen yang mempunyai kepentingan dengan masalah penetapannya.

Adapun tujuan dari pihak manajemen atau pimpinan perusahaan di dalam menentukan atau menerapkan harga adalah sebagai berikut (Basu Swastha, 1990 : 148).

1) Mendapatkan laba maksimal.

Secara nyata penentuan harga memang ditentukan oleh penjual dan pembeli, makin besarnya daya beli konsumen semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimal sesuai dengan kondisi yang ada.

2) Mendapatkan pengembalian investasi.

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambilkan dari laba perusahaan, dan laba hanya bisa diperoleh bila harga jual lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya

3) Mencegah atau mengurangi persaingan.

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilaksanakan melalui kebijaksanaan harga. Hal ini dapat diantisipasi oleh perusahaan baik dengan cara menetapkan harga yang sama, di atas, maupun di bawah harga pesaing sesuai dengan keadaan yang ada.

4) Memperbaiki market share.

Memperbaiki market share hanya mungkin dilakukan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar didukung dengan kemampuan bidang lain seperti bidang penawaran keuangan dan sebagainya. Dalam hal ini, harga barang merupakan faktor yang penting. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan terbatas penentuan harga ditujukan untuk sekedar mempertahankan market share. Perbaikan market share kurang diutamakan, lebih-lebih jika persaingan sangat ketat.

2.3 Faktor-faktor yang Diperhatikan dalam Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga pimpinan perusahaan dituntut untuk mengetahui terlebih dahulu faktor-faktor yang harus diperhatikan di dalam penetapan harga untuk

barang dan jasa yang dihasilkannya, sebab apabila pimpinan tidak memperhatikan faktor-faktor tersebut maka harga yang sudah ditetapkannya sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan.

Menurut Basu Swastha (1990:242), faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga adalah sebagai berikut:

1) Keadaan perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga barang yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, merupakan suatu periode dimana harga berada. Reaksi spontan terhadap keputusan adanya resesi tersebut adalah kenaikan harga barang mewah, barang impor dan barang-barang yang dibuat dengan bahan atau komponen dari luar negeri.

2) Penawaran dan permintaan

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

3) Elastisitas permintaan

Faktor lain yang perlu diperhatikan dalam penetapan 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. Adapun jenis-jenis elastisitas permintaan yang perlu diketahui adalah sebagai berikut (Basu Swastha, 1990 : 244).

3.1 Inelastis

Jika permintaan itu bersifat inelastis, maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan yang lebih kecil pada volume penjualannya.

3.2 Elastis

Apabila permintaan itu bersifat elastis, maka perubahan harga akan mengakibatkan perubahan volume penjualan dalam perbandingan yang lebih besar.

3.3 Unitary Elasticity

Apabila permintaan itu bersifat unitary elasticity maka perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah yang dijual dalam proporsi yang sama. Dengan kata lain penurunan harga sebesar 10% naiknya volume penjualan sebesar 10% pula.

4) Pasar yang dihadapi

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh bentuk pasar yang dihadapinya. Beberapa bentuk pasar yang paling penting adalah sebagai berikut.

4.1 Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 4.1.1 Menurut pendapat pembeli, barang atau jasa yang dijual sifatnya harus homogen, yang berarti bahwa barang yang dijual oleh seseorang harus sama dengan barang yang dijual oleh penjual lainnya.
- 4.1.2 Baik penjual atau pembeli tidak mampu mempengaruhi harga pasar dan jasa dengan tindakannya secara individual.
- 4.1.3 Terdapat kebebasan untuk keluar masuk pasar, yang berarti bahwa penjual dan pembeli bebas keluar masuk setiap saat untuk menawarkan barang dan jasa atau membelanjakan sumber-sumber yang dimiliki.
- 4.1.4 Pembeli, penjual dan pemilik sumber harus memiliki informasi yang sempurna
- 4.1.5 Pada pasar persaingan sempurna banyak barang atau jasa yang diperdagangkan di pasar.

4.2 Pasar persaingan monopolistis

Dalam pasar persaingan monopolistis setiap penjual mencoba untuk membuat produknya berbeda dengan produk yang dijual oleh penjual lainnya. Adapun karakteristik pasar persaingan monopolistis adalah sebagai berikut:

- 4.2.1 Terdapat penjual yang serupa, namun produk yang dijual tidak sama.
- 4.2.2 Kemungkinan terdapat differensiasi harga namun tidak ada penjual secara individual yang mempengaruhi secara nyata terhadap produk yang serupa.
- 4.2.3 Kemungkinan terjadi suatu rentang harga dalam pasar persaingan monopolistis.
- 4.2.4 Jika harga ditentukan lebih tinggi dibandingkan dengan produk pesaing, kemungkinan perusahaan tersebut kehilangan pelanggan.
- 4.2.5 Penurunan harga mungkin dapat menambah pelanggan atau jumlah yang dijual.

4.3 Pasar monopoli

Jika dalam pasar hanya terdapat satu produsen yang melayani permintaan barang atau jasa, maka produsen tersebut memegang kendali harga barang atau jasa yang bersangkutan. Pada pasar monopoli terdapat pemasok tunggal dan tidak ada persaingan. Karakteristik pasar monopoli adalah.

- 4.3.1 Pemegang monopoli dalam suatu negara biasanya menghadapi pembatasan-pembatasan yang dilakukan pemerintah.
- 4.3.2 Perusahaan monopoli biasanya berusaha dalam bidang usaha yang menguasai hajat hidup masyarakat.
- 4.3.3 Dalam pasar monopoli pemegang monopoli bebas menentukan harga jual produk atau jasanya. Jika harga jual yang ditentukan terlalu tinggi maka permintaan terhadap produk tersebut berkurang dan jika barang atau jasa tersebut merupakan kebutuhan pokok masyarakat maka umumnya pemerintah akan berusaha mengendalikan harga barang atau jasa tersebut kearah harga yang wajar.

4.4 Pasar oligopoli

Dalam suatu pasar oligopoli terdapat satu penjual tunggal yang cukup besar atau mempengaruhi harga pasar. Pada pasar ini terdapat pemimpin harga (price leader) dan pengikut harga (price follower). Masalah yang dihadapi pemimpin harga adalah bagaimana menentukan harga jual agar memperoleh laba maksimal dan agar harga tersebut juga diikuti oleh pengikut harga. Karakteristik pasar oligopoli adalah sebagai berikut :

4.4.1 Hanya terdapat beberapa produsen besar yang saling bersaing pada pasar tersebut, dan satu produsen besar yang sangat mempengaruhi pasar.

4.4.2 Dalam pasar oligopoli terdapat beberapa pemimpin harga, perubahan harga yang dilakukan oleh satu penjual akan diikuti oleh penjual lainnya.

5) Biaya

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

6) Tujuan Manajer

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 :

6.1 Laba maksimum

6.2 Volume penjualan tertentu

6.3 Penguasaan pasar

6.4 Kembalinya modal yang tertanam dalam waktu tertentu

7) Pengawasan pemerintah

- Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk-bentuk antara lain :

- 7.1 Penentuan harga maksimum dan minimum
- 7.2 Diskriminasi harga
- 7.3 Serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli

2.4 Macam-macam Metode Penetapan Harga

Seperti apa yang sudah dijelaskan di muka, bahwa biaya dan keuntungan usaha merupakan faktor utama dalam penetapan harga, maka hal tersebut perlu dianalisa secara teliti dan cermat. Dari data-data tahun lalu guna diproyeksikan pada tahun yang akan datang serta lebih lanjut besarnya profit margin juga diketahui pula.

Di dalam menentukan suatu kebijaksanaan yang akan diterapkan dalam kegiatan perusahaan tergantung pada permasalahan yang dihadapi. Akan halnya masalah harga yang perlu pembahasan secara cermat, ada beberapa metode penentuan metode harga jual antara lain :

- 1) Gross Margin Pricing
- 2) Cost Plus Pricing
- 3) Time and Material Pricing
- 4) Return On Capital Employed Pricing

2.4.1 Gross Margin Pricing

Metode penentuan harga jual dengan proses margin pricing pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual, sehingga tidaka banyak aktoiva tetap yang digunakan. Caranya dengan menentukan persentase tertentu di atas harga produk yang dibeli, persentase ini disebut “ Mark On Prosentase “ atau mark up.

Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. Penetapan harga jual dengan metode ini penentuannya akan relatif mudah yaitu dengan menentukan cost barang yang dijual

ditambah dengan mark up yang diinginkan perusahaan. Jadi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{Cost produk} + (\% \text{se mark up} \times \text{Dasar penentuan harga mark up})$$

2.4.2 Cost Plus Pricing

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

Pengertian biaya dalam penentuan harga jual berdasarkan metode cost plus pricing didefinisikan sesuai dengan penentuan harga pokok produk yang digunakan. Pada dasarnya manajemen dapat memilih salah satu dari dua metode penentuan harga pokok berikut ini yaitu metode harga pokok penuh dan metode harga pokok variabel. Oleh karena itu dalam penentuan harga jual dengan menggunakan metode cost plus pricing dikenal dua macam pendekatan yaitu :

- 1) Pendekatan kontribusi/Direct Cost Pricing
- 2) Pendekatan Full Cost Pricing

1. Pendekatan Kontribusi/Direct Cost Pricing

Metode ini juga dikenal dengan nama “ Marginal Income Pricing “ karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan, sehingga menghasilkan income. Marginal Income berapa yang dikehendaki atau kelebihan di atas biaya-biaya variabel berapa yang dikehendaki oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual. Dari uraian di atas dapatlah dijabarkan dalam rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = (\text{Biaya produksi variabel} + \text{Biaya variabel lain-lain}) + (\% \text{Laba yang diharapkan} \times \text{Dasar penentuan laba})$$

2. Pendekatan Full Costing

Penentuan harga jual dengan metode ini hampir sama dengan penentuan harga jual dengan metode direct cost pricing perbedaannya terletak pada dasar pembebanan costnya, kalau dalam direct cost pricing hanya biaya-biaya variabel saja sebagai dasar perhitungan harga jual tetapi dalam metode full cost pricing semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual.

Jadi semua biaya untuk membuat produk tersebut dihitung ditambah persentase laba yang diinginkan untuk menutup biaya operasi dan laba yang diinginkan. Adapun formulasinya adalah sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya produksi total} + \text{Margin (Biaya produksi)} + \text{Biaya operasi}$$

2.4.3 Time and Material Pricing

Dalam metode ini tarif tertentu ditentukan dari upah langsung dan upah lainnya dari bahan baku masing-masing. Tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tidak langsung serta laba yang diinginkan. Metode ini kebanyakan digunakan untuk perusahaan-perusahaan jasa seperti : reparasi mobil, percetakan, reparasi TV, kantor notaris, kantor konsultan, dan sebagainya.

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

Yang dimaksud “ Material “ adalah semua beban yang dimaksudkan dalam faktor pembelian material yang digunakan untuk job (pekerja) tertentu ditambah handling dari material tersebut serta laba dari penggunaan material. Beban-beban material ini biasanya ditentukan dengan persentase tertentu dari cost material. Dengan menentukan time and material tersebut maka dengan mudah perusahaan menentukan harga jual suatu produk.

2.4.4 Return On Capital Employed Pricing

Metode prosedurnya dengan menentukan persentase mark up tertentu dari capital employed, yaitu capital yang dianggap mempunyai peranan dalam memproduksi barang atau produk, caranya adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Harga jual} = \frac{\text{Total Cost} + \% \times \text{Aktiva Tetap}}{\text{Volume penjualan dalam unit} - (\% \times \text{Aktiva Lancar})}$$

Atau

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

2.5 Pengertian dan Penggolongan Biaya

Biaya adalah pengorbanan sumber daya ekonomis tertentu untuk memperoleh sumber daya ekonomi lainnya. Contohnya adalah sejumlah kas yang dikeluarkan (dikorbankan) untuk membeli barang dagangan. Kas dan barang dagangan adalah sumber daya ekonomis. Di satu pihak, kas perusahaan berkurang dan di lain pihak, barang dagangan bertambah. Dalam contoh ini, jumlah pengorbanan berupa kas untuk memperoleh barang dagangan adalah *biaya/cost* barang dagangan. suatu peristiwa yang diukur berdasarkan nilai uang, timbul atau mungkin akan timbul untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Di dalam akuntansi biaya terdapat beberapa cara penggolongan biaya yang didasarkan atas pengelompokan-pengelompokan tertentu, yaitu:

2.5.1 Penggolongan Biaya atas Dasar Obyek Pengeluaran

Penggolongan ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berupa penjelasan singkat obyek sesuatu pengeluaran. Biaya untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi, jika didasarkan atas obyek pengeluaran dapat dibedakan menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Penggolongan biaya

semacam ini merupakan cara yang dapat menyeragamkan penggolongan biaya dari berbagai bagian.

2.5.2 Penggolongan Biaya atas Dasar Fungsi-fungsi Pokok Perusahaan

Penggolongan biaya berdasarkan fungsi-fungsi pokok yang terjadi dalam perusahaan dapat digolongkan menjadi biaya produksi dan biaya non produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku dari pemasok dan merubahnya menjadi produk selesai yang siap di jual. Elemen-elemen biaya produksi ini terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Sedangkan biaya non produksi adalah biaya-biaya yang meliputi fungsi penjualan (biaya iklan, biaya gaji pramuniaga, biaya angkut barang-barang yang dijual, dan gaji manajer pemasaran), maupun fungsi administrasi (gaji para eksekutif, biaya penyelenggaraan akuntansi, gaji pegawai administrasi, dsb).

2.5.3 Penggolongan Biaya atas Dasar Dapat Ditelusurinya ke Objek Biaya

Dalam hal ini biaya dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung.

Biaya langsung adalah biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini sama sekali tidak akan terjadi.

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

2.5.4 Penggolongan Biaya atas Dasar Waktu

Atas dasar waktu biaya dapat dibedakan menjadi dua golongan yaitu biaya pengeluaran modal dan biaya pengeluaran penghasilan.

Pengeluaran modal adalah biaya yang dinikmati oleh lebih dari satu periode akuntansi dimana pengeluaran tersebut terjadi, tetapi dibagikan kepada periode-periode yang menikmati manfaat tersebut.

Pengeluaran penghasilan adalah biaya-biaya yang bermanfaat di dalam periode akuntansi biaya tersebut.

2.5.5 Penggolongan Biaya atas Dasar Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan

Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga macam biaya yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semivariabel.

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah untuk suatu periode tertentu. Biaya ini tidak akan naik atau turun meskipun volume kegiatannya berubah-ubah.

Pada umumnya jika proporsi biaya tetap tinggi bila dibandingkan dengan biaya variabel maka kemampuan manajemen dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi jangka pendek akan berkurang. Biaya tetap ini bisa dibedakan menjadi dua jenis biaya tetap yang berkaitan dengan aktiva tetap dan biaya tetap yang berkaitan dengan produksi.

Biaya variabel adalah biaya yang berfluktuasi secara langsung sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

Ada dua jenis biaya variabel yang tingkah lakunya bertingkat (step like behavior) mempunyai tingkah laku sebagai step variabel cost. Biaya ini naik turun tidak pada saat yang sama dengan perubahan volume kegiatan.

Biaya semi variabel adalah biaya mempunyai elemen tetap dan elemen variabel di dalamnya. Elemen biaya tetap merupakan jumlah minimum yang menyediakan jasa, sedangkan elemen biaya variabel merupakan bagian dari biaya-biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh kegiatan volume kegiatan.

Dalam hubungannya dengan penentuan harga jual menurut konsep full costing maka biaya semivariabel itu harus dipisahkan seluruhnya menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

Ada dua pendekatan dalam memperkirakan fungsi biaya :

1) Pendekatan analisis

Di dalam pendekatan analisis diadakan kerja sama di antara orang-orang teknik dan staf penyusunan anggaran untuk mengadakan penyelidikan terhadap tiap-tiap fungsi

(kegiatan atau pekerjaan) guna menentukan pentingnya fungsi tersebut, metode pelaksanaan pekerjaan yang paling efisien, jumlah biaya yang bersangkutan dengan pelaksanaan pekerjaan tersebut pada berbagai tingkat kegiatan.

2) Pendekatan historis

Di dalam pendekatan historis, fungsi biaya ditentukan dengan cara menganalisa tingkah laku biaya di masa lalu dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan dalam masa yang sama. Ada tiga metode untuk memperkirakan fungsi biaya dengan pendekatan historis, yaitu :

2.a Metode titik tertinggi dan terendah, yaitu dengan mengadakan perbandingan suatu biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dan terendah di masa lalu.

2.b Metode biaya berjaga, yaitu metode yang mencoba menghitung berapa biaya yang harus tetap dikeluarkan andaikata perusahaan ditutup untuk sementara, jadi produksinya sama dengan nol. Biaya berjaga ini merupakan biaya yang tetap. Perbedaan yang dikeluarkan selama produksi berjalan merupakan biaya variabel.

2.c Metode kuadrat terkecil menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan:

$$Y = a + bX$$

Y merupakan variabel tidak bebas (dependen variabel), yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel X yang merupakan variabel bebas (independen variabel), variabel Y menunjukkan biaya.

Sedangkan variabel X menunjukkan volume kegiatan. Di dalam persamaan tersebut a menunjukkan unsur biaya tetap dalam variabel Y sedangkan b menunjukkan unsur biaya variabelnya.

2.6 Analisis Profitabilitas Produk

Profitabilitas produk yang dimaksudkan di sini adalah tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan atas penjualan produk yang dihasilkan. Untuk mengetahui tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat dilakukan analisis-analisis.

1) Analisa Contibusi Margin Ratio

Pengertian Contribusi Margin Ratio adalah selisih hasil penjualan dikurangi biaya variabel. Contribusi Margin ini digunakan untuk mengetahui berapa kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba margin (hasil penjualan dikurangi dengan biaya variabel) untuk menutup biaya tetapnya. Sedangkan Contribusi Margin Ratio atau Marginal Income Ratio adalah selisih penjualan dikurangi biaya variabel dalam bentuk persentase. Contribusi Margin Ratio ini menyatakan bagian dari hasil penjualan yang dapat digunakan untuk menutup biaya tetap (Fixed Cost), kelebihan dari penghasilan yang digunakan untuk menutup biaya tetap adalah merupakan keuntungan sebelum pajak. Dengan diketahuinya Contribusi Margin Ratio akan dapat diketahui pula berapa sumbangan keuntungan untuk setiap jenis produknya, mengalami kenaikan atau penurunan dengan adanya perubahan hasil penjualan

2) Analisa Operating Ratio

Operating Ratio adalah suatu alat yang digunakan untuk mengetahui berapa besar biaya operasi yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam setiap penjualannya. Apabila ratio ini semakin tinggi maka biaya yang dikeluarkan juga semakin tinggi. Hal ini kemungkinan disebabkan adanya pemborosan-pemborosan. Sebaliknya apabila ratio ini semakin kecil atau rendah hal ini akan menguntungkan perusahaan, sebab keuntungan yang diperoleh perusahaan akan tinggi. Dengan kata lain apabila ratio ini kecil maka biaya yang dikeluarkan juga kecil.

2.7 Penelitian Pendukung

Dalam analisis ini pemilihan metode cost plus pricing dengan pendekatan kontribusi/direct costing didasarkan pada manfaat yang bisa diperoleh perusahaan/manajemen dari penerapan direct costing ini diantaranya adalah :

1. Penetapan harga jual dengan metode cost plus pricing sangat cocok apabila diterapkan dalam perusahaan industri (perusahaan yang memproduksi suatu barang).
2. Dengan pendekatan direct costing yang memisahkan biaya variabel dan tetap dalam laporan rugi laba, memudahkan perusahaan untuk bisa merencanakan berapa laba yang akan diperoleh.
3. Pendekatan direct costing sangat membantu dalam menentukan harga jual yang kompetitive, karena kontribusi margin menunjukkan berapa kelebihan hasil penjualan dari biaya variabel.



III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan Haji Mashuri Ambulu atau biasa dikenal dengan perusahaan HMA berlokasi di Jalan Ambulu – Kertonegoro, Jenggawah, Kabupaten Jember. Perusahaan ini didirikan sekitar tahun 1980-an. Bentuk perusahaan ini pertama kali adalah perusahaan perorangan. Pemiliknya adalah keluarga Haji Mashuri.

Pada mulanya perusahaan ini hanya mempunyai dua mesin pengepres genteng saja, dimana aktivitas perusahaan hanya dikerjakan oleh beberapa orang saja yang secara keseluruhan pekerjaannya adalah kerabat sendiri. Hasil produksi yang didapatkan oleh perusahaan ini sangat sedikit atau terbatas. Setelah beberapa tahun berjalan ternyata hasil produksi yang berupa genteng sangat laku di pasaran, bahkan perusahaan tidak dapat memenuhi permintaan pasar. Dengan pertimbangan itulah akhirnya perusahaan menambah mesin pengepresnya. Hal ini bertujuan agar disamping perusahaan dapat menambah volume penjualan, juga diharapkan perusahaan dapat mempertahankan konsumen yang menjadi pelanggannya serta dapat menambah jumlah konsumennya.

Perusahaan HMA selain melakukan pembenahan internal pada perusahaan, juga melakukan hubungan dengan pihak eksternal, Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat berkembang dengan pesat dalam menjaga kelangsungan hidupnya.

Salah satu usaha yang dilakukan perusahaan dalam rangka pembenahan internal perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan yakni dengan menggunakan bahan baku dan bahan pembantu yang seimbang dan berkualitas baik. Disamping itu perusahaan juga melakukan pengawasan proses produksi yang lebih ketat, melaksanakan berbagai kebijakan pemasaran. Dengan hal tersebut diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk yang mengarah pada peningkatan harga jual produk.

Perusahaan HMA dalam menentukan lokasi perusahaan juga mempertimbangkan beberapa faktor antara lain :

1. Bahan baku

Perusahaan HMA untuk mendapatkan bahan baku pembuatan genteng tidak mengalami kesulitan, karena disekitar lokasi perusahaan ada beberapa bukit atau gumpuk yang banyak mengandung tanah liat, yang mana tanah liat ini adalah bahan baku utama dari genteng.

2. Tenaga kerja

Faktor tenaga kerja baik untuk tenaga kerja langsung maupun tidak langsung, dikatakan tidak mengalami hambatan yang berarti bagi perusahaan, karena untuk tenaga kerja ini perusahaan dapat dengan mudah mendapatkannya di sekitar lokasi perusahaan.

3. Transportasi

Perusahaan HMA dalam hal transportasi tidak mengalami kesulitan yang berarti, karena letak dari perusahaan yang berada di sisi jalan raya sangat menguntungkan perusahaan baik dalam hal pemasaran maupun dalam aktivitas perusahaan yang lain.

4. Pemasaran

Perusahaan dalam hal memasarkan hasil produksinya sangat ditunjang oleh keberadaan lokasi perusahaan dan kelancaran transportasi. Oleh karena itu dalam pengiriman barang perusahaan tidak mengalami kesulitan untuk melakukannya. Sedangkan untuk daerah pemasarannya perusahaan ini menjangkau pada daerah-daerah seperti Situbondo, Bondowoso, Banyuwangi, Malang, Jember dan Bali.

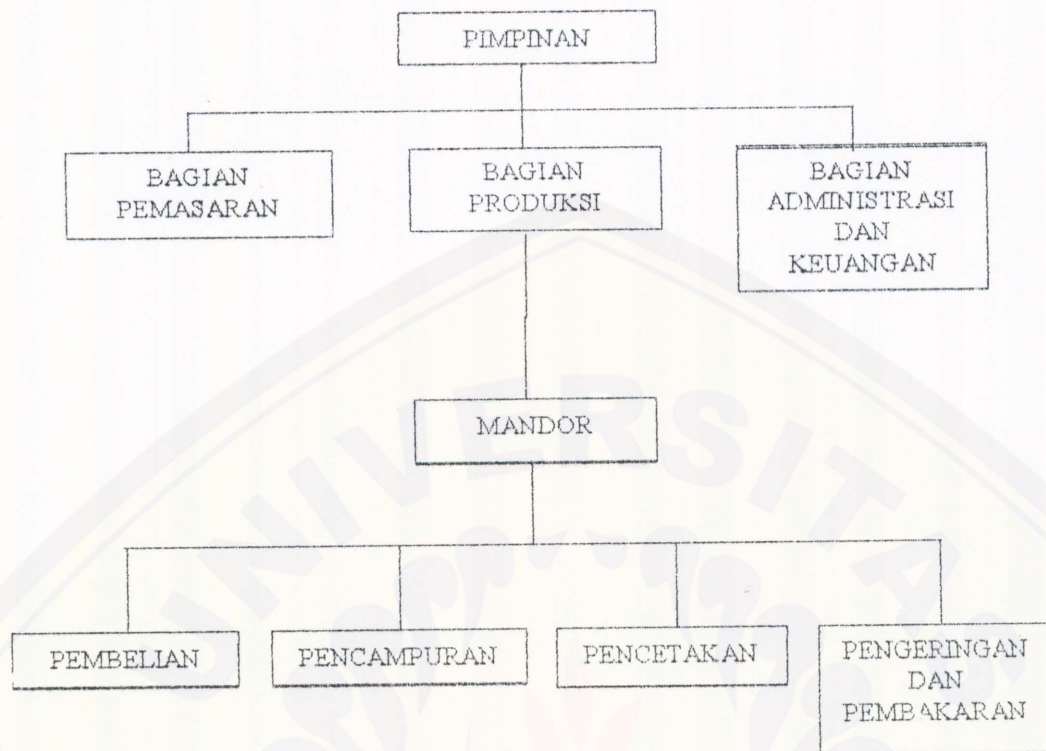
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Tujuan perusahaan tidak akan tercapai apabila semua kegiatan tidak diatur, dikelola dan diorganisir dengan baik. Kegiatan dalam perusahaan merupakan perpaduan dari berbagai faktor antara lain : sumber daya alam, tenaga kerja, modal

dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi. Agar tercapai atau tercipta suatu proses kerja yang baik dalam setiap aktivitas maka perlu pengorganisasian yang baik dari semua personal yang ada.

Maksud dari pengorganisasian ini adalah untuk menghindari kesimpangsiuran serta tumpang tindih dan miskomunikasi dalam wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang ada dalam perusahaan tersebut. Sedangkan pengertian dari struktur organisasi sendiri adalah struktur tata pembagian kerja dan struktur hubungan kerja antara kelompok orang yang harus bekerja sama secara tertentu atau menurut sistem untuk mencapai atau menyesuaikan suatu tujuan bersama yang telah ditetapkan dalam organisasi dimana ditentukan oleh pemilik organisasi tersebut. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwasannya struktur organisasi merupakan suatu alat yang dipakai manajer atau pimpinan dalam mencapai tujuannya, dimana diharapkan adanya hubungan yang baik antara individu atau golongan yang dapat dicapai melalui tugas-tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing dengan input yang seefisien mungkin.

Struktur organisasi yang digunakan oleh perusahaan HMA adalah struktur organisasi garis, dimana dapat dilihat adanya tanggung jawab langsung dari pimpinan kepada bawahan dan masing-masing bagian sampai kepada para pekerja. Wewenang tersebut mengalir kebawah dari pimpinan kepada setiap bagian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan struktur organisasi pada gambar 1 berikut :



Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan HMA

Wewenang, tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yang terdapat dalam struktur organisasi perusahaan HMA di atas adalah sebagai berikut :

1. Pimpinan Perusahaan
 - a. Membuat dan menentukan kebijaksanaan perusahaan baik yang bersifat umum maupun khusus, mengenai hal keuangan, produksi, pemasaran, dan pemilihan karyawan.
 - b. Membina serta mengkoordinir semua kegiatan kearah disiplin kerja untuk mencapai tujuan.
 - c. Bertanggung jawab atas semua aktivitas perusahaan.
 - d. Menetapkan rencana kerja perusahaan.
 - e. Mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab kepada bawahan.
 - f. Meminta pertanggungjawaban dari masing-masing bagian.

2. Bagian administrasi dan keuangan
 - a. Mengatur segala kegiatan pembukuan perusahaan.
 - b. Bertanggung jawab atas keuangan dan pembukuan pada pimpinan perusahaan.
 - c. Melaksanakan pembukuan sesuai dengan prosedur dan sistem akuntansi yang telah ditetapkan.
 - d. Mengawasi, menerima dan mengeluarkan uang atas ijin pimpinan.
 - e. Membuat laporan posisi kas harian, bulanan dan tahunan.
3. Bagian Pemasaran
 - a. Menyusun dan mencatat jumlah penjualan dan pembelian.
 - b. Memasarkan produk dan bertanggung jawab langsung pada pimpinan.
 - c. Mengawasi kelancaran dalam penjualan hasil produksi pada bawahan.
4. Bagian Produksi
 - a. Mengawasi kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan.
 - b. Mengkoordinir para tenaga kerja yang berkaitan langsung dengan proses produksi dalam perusahaan.
 - c. Menyediakan segala keperluan dalam proses produksi.
5. Mandor

Tugas mandor adalah mengawasi secara teknis jalannya produksi dan pekerjaan yang dilakukan oleh pekerja agar sesuai dengan perintah dari bagian produksi.
6. Bagian Pembelian

Bagian ini bertugas menyediakan keperluan dalam kegiatan produksi yang berupa bahan baku dan bahan pembantu. Sehingga bagian pembelian ini bertanggung jawab atas kelancaran arus penyediaan bahan-bahan dalam proses produksi.

7. Bagian Pencampuran

Bagian ini dalam aktivitasnya bertugas membuat campuran untuk bahan genteng yang terdiri atas tanah liat dan pasir halus. Pencampuran bahan ini harus sesuai dengan standar yang telah ditentukan perusahaan untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

8. Bagian Pencetakan

Bagian pencetakan ini mempunyai tugas melakukan pencetakan dan pengepresan bahan baku yang telah diolah dan dicampur.

9. Bagian Pengeringan dan Pembakaran

Bagian pengeringan bertugas menjemur dan mengeringkan genteng yang telah dicetak yang masih mengandung kadar air yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan dalam pembakaran dibutuhkan genteng yang kering agar dapat menghasilkan genteng yang berkualitas.

Bagian pembakaran bertugas membakar genteng yang telah dicetak dan dijemur oleh bagian pengeringan sehingga hasil dari pembakaran genteng dapat menjadi produk genteng yang berkualitas dan siap untuk dipasarkan.

3.3 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Bahan baku dan bahan pembantu yang digunakan untuk pembuatan Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam adalah sebagai berikut :

1. Bahan baku utama
 - a. Tanah liat
 - b. Pasir halus
2. Bahan pembantu
 - a. Minyak tanah
 - b. Gajih/lemak
 - c. Kayu bakar

Penggunaan standar bahan baku dan bahan pembantu untuk Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Penggunaan Standar Bahan Baku dan Bahan Pembantu Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam per satuan. (per-1000 unit)

Jenis Biaya	Standar Using Rate per-1000 unit	
	Karang Pilang	Press Vlam
1. Bahan Baku		
a. Tanah liat	4 kubik	4 kubik
b. Pasir halus	3 kubik	2 kubik
2. Bahan Pembantu		
a. Minyak tanah	12 liter	8 liter
b. Gajih/lemak	18 kg	12 kg
c. Kayu bakar	0,4 kubik	0,4 kubik

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

Mengenai perkembangan harga bahan baku dan bahan pembantu pembuatan Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam mulai tahun 1995 – 1999 dapat dilihat pada tabel 2 berikut :

Tabel 2. Perkembangan Harga Bahan Baku dan Bahan Pembantu Genteng Karang Pilang dan Genteng Press per Satuan Vlam Tahun 1995 - 1999

Jenis Bahan Baku	TAHUN (Rupiah)				
	1995	1996	1997	1998	1999
1. Bahan baku utama					
a. Tanah liat	3.000	3.750	3.750	6.250	8.750
b. Pasir halus	7.500	7.500	7.500	15.000	18.750
2. Bahan pembantu					
a. Minyak tanah	250	250	350	350	450
b. Gajih/lemak	2.500	2.500	3.000	4.000	4.000
c. Kayu bakar	45.000	56.250	71.250	77.625	85.000

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

3.4 Tenaga Kerja Perusahaan

3.4.1 Klasifikasi Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan. Pengertian dari personalia atau tenaga kerja adalah pekerja atau karyawan yang mendukung kegiatan operasional perusahaan.

Perusahaan HMA mempunyai jumlah tenaga kerja sebanyak 51 orang yang terbagi dalam dua golongan yaitu tenaga kerja tak langsung sebanyak 13 orang dan tenaga kerja langsung sebanyak 38 orang.

Sedangkan pembagian tenaga kerja berdasarkan status jabatan dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Jumlah Tenaga Kerja dan Pengupahan pada HMA Tahun 1995 – 1999

Jabatan	Jenis Tenaga Kerja		Jumlah Tenaga Kerja
	Bulanan	Harian	
1. Pimpinan	1	-	1
2. Bagian Administrasi dan Keuangan	1	-	1
3. Bagian Pemasaran dan Penjualan	2	-	2
4. Bagian Pembelian	3	-	3
5. Bagian Produksi	2	38	40
6. Transportasi	-	4	4

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

Dari 40 orang tenaga kerja pada bagian produksi ada 38 orang tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi atau disebut juga dengan tenaga kerja langsung.

Mengenai jumlah tenaga kerja langsung dan sistem pengupahan dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

Tabel 4. Jumlah Tenaga Kerja Langsung dan Pengupahan pada Perusahaan HMA Tahun 1995 – 1999.

Jabatan	Jumlah Tenaga Kerja	Pengupahan
1. Bagian Pencampuran	8	Harian
2. Bagian Pencetakan	16	Harian
3. Pengeringan	8	Harian
4. Pembakaran	6	Harian
Jumlah	38	

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

3.4.2 Jam Tenaga Kerja

Jam kerja dan jam istirahat pada Perusahaan HMA dapat dilihat pada tabel 5:

Tabel 5. Jam Kerja dan Jam Istirahat pada Perusahaan HMA

Hari	Jam Kerja	Jam Istirahat
1. Senin s/d Kamis	07:00 – 16:00	11:30 – 12:30
2. Jumat	07:00 – 11:00	-
3. Sabtu	07:00 – 14:00	11:30 – 12:30

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

3.4.3 Sistem Upah dan Gaji

Pada perusahaan ini karyawan dibedakan menjadi 2 kelompok berdasarkan statusnya yaitu :

1. Karyawan Bulanan

Adalah karyawan yang sudah ditetapkan dalam golongan-golongan dan sistem pengupahannya berdasarkan peraturan yang ada. Pembayaran dan kompensasinya dilakukan setiap hari.

2. Karyawan Harian Tetap

Adalah karyawan yang sistem pengupahannya berdasarkan jumlah hari kerja dalam satu bulan. Pembayaran kompensasinya dilaksanakan setiap bulan. Ketidakhadiran karyawan tidak mengurangi upah dan kompensasi yang diterima tetapi mengurangi hari cutinya.

Agar lebih jelasnya mengenai besarnya upah tenaga kerja langsung maka dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini :

Tabel 6. Perkembangan Upah Tenaga Kerja Langsung per hari Tahun 1995 – 1999 pada Perusahaan HMA (dalam rupiah)

Tahun	Upah/hari
1995	Rp. 5.000
1996	Rp. 5.500
1997	Rp. 6.000
1998	Rp. 6.500
1999	Rp. 7.000
2000	Rp. 7.500

Sumber data : Perusahaan HMA, Januari 2000

3.5 Aktivitas Produksi

Perusahaan HMA adalah sebuah perusahaan dengan produk utama berupa Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam. Di dalam aktivitas produksinya perusahaan ini hanya melakukan produksi berdasarkan pesanan, artinya jika perusahaan tidak memperoleh pesanan produk maka perusahaan tidak akan melakukan proses produksi dan begitu juga sebaliknya. Namun demikian perusahaan HMA di dalam aktivitasnya tidak pernah mengalami kemandekan produksi, karena hampir tiap hari perusahaan ini melakukan proses produksi.

3.5.1 Peralatan Produksi

Di dalam proses produksi pembuatan Genteng Karang Pilang dan Grnteng Press Vlam, mesin-mesin peralatan yang digunakan oleh Perusahaan HMA dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini :

Tabel 7. Mesin-mesin dan Peralatan yang Digunakan pada Perusahaan HMA

Mesin/peralatan	Jumlah	Fungsi/kegunaan
1. Mesin Dores	3	Menghancurkan batu-batu dan kerikil yang tercampur dengan tanah.
2. Mesin Press	8	Mencetak bahan.
3. Times	5	Menggerakkan mesin dores dan mesin press.
4. Alat Cetak	12	Mencetak bahan sesuai dengan model dan ukuran.
5. Rak Pengeringan	500	Tempat menguapkan kadar air yang terkandung dalam genteng basah.
6. Nampan	40.000	Tempat/alas genteng yang baru di cetak.
7. Tungku Pembakaran	4	Tempat pembakaran genteng yang sudah kering.
8. Rel	8	Alat pemindahan dan keluar-masuk genteng.
9. Bak Pengeringan	12	Tempat pengeringan/pemanasan genteng.
10. Gerobak	10	Pengangkutan bahan.

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

3.5.2 Proses Produksi

Proses produksi yang terdapat pada Perusahaan HMA ada beberapa tahap yakni mulai dari tahap pengolahan bahan baku sampai dengan output yang dihasilkan. Tahap-tahap yang dilalui oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Tahap persiapan

Pada tahap ini bahan baku utama yang berupa tanah liat direndam dalam air selama kurang lebih satu hari, supaya tanah liat bisa lunak dan dapat dengan mudah dicampur dengan bahan yang lainnya.

2. Tahap Pengolahan I

Pada tahap ini tanah liat yang sudah direndam dalam air diberi bahan campuran pasir halus dan kemudian diaduk sampai rata dan dimasukkan ke dalam mesin Dores I, setelah itu dimasukkan ke dalam mesin Dores II. Hal ini dilakukan agar dapat dihasilkan bahan yang tercampur secara merata dan halus.

3. Tahap Pengolahan II

Setelah bahan diproses melalui mesin dores I dan II, langkah selanjutnya adalah memasukkan bahan ke dalam mesin dores III , di mana mesin dores III ini berfungsi untuk menghaluskan tanah agar dapat menghasilkan kualitas yang baik. Bahan yang masuk pada mesin dores III kemudian keluar dalam bentuk potongan-potongan seukuran batu merah yang siap dicetak.

4. Tahap Pencetakan

Bahan yang berbentuk potongan-potongan kemudian dimasukkan ke dalam mesin press untuk dicetak yang nantinya akan menghasilkan genteng yang masih basah. Genteng basah ini ditempatkan ke dalam suatu nampian agar tidak rusak dan agar lebih mudah dalam proses pemindahannya.

5. Tahap Pengeringan

Pada tahap ini genteng yang masih basah yang ada pada nampian dimasukkan ke dalam rak yang berfungsi untuk mengeringkan kadar air yang terkandung dalam genteng basah tersebut.

6. Tahap Penjemuran

Setelah keluar dari proses pengeringan genteng dijemur dalam bak pengeringan sampai genteng benar-benar kering.

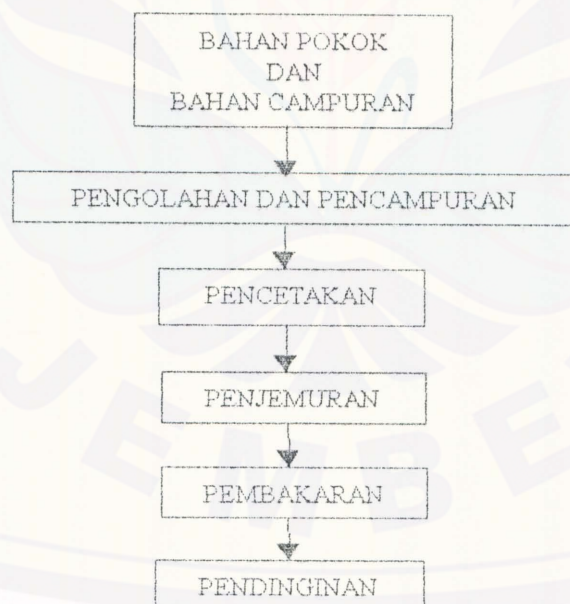
7. Tahap Pembakaran

Genteng yang sudah kering kemudian dimasukkan kedalam tungku pembakaran yang berkapasitas 20.000 genteng. Sedangkan lamanya proses pembakaran adalah selama 3 hari.

8. Tahap Pendinginan

Proses pendinginan dilakukan secara bertahap dengan jalan mematikan api pembakaran terlebih dahulu, dimana proses pendinginan dilakukan selama 3 hari. Setelah 3 hari genteng bisa dikeluarkan dari tungku pembakaran dan jadilah genteng yang siap dipasarkan.

Untuk lebih jelasnya tahapan proses produksi yang ada diatas dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini:



Gambar 2. Proses produksi pada Perusahaan HMA

3.5.3 Perkembangan Hasil Produksi

Data tentang hasil produksi Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam selama periode 1995 –1999 dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini :

Tabel 8. Perkembangan Hasil Produksi Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam tahun 1995 –1999

Tahun	Produksi (Unit)		Jumlah
	Karang Pilang	Press Vlam	
1995	621.000	423.000	1.044.000
1996	630.000	426.000	1.056.000
1997	637.000	458.000	1.095.000
1998	664.000	477.000	1.141.000
1999	680.000	530.000	1.210.000

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

Untuk perkembangan data persediaan awal dan persediaan akhir pada periode 1995 - 1999 dapat dilihat pada tabel 9 berikut :

Tabel 9. Perkembangan Persediaan Awal dan Persediaan Akhir Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam Tahun 1995 –1999 (Unit).

Jenis Produk	Tahun	Persediaan Awal	Persediaan Akhir
1. Karang Pilang	1995	157.200	180.400
	1996	180.400	176.200
	1997	176.200	174.200
	1998	174.200	195.700
	1999	195.700	212.200
2. Press Vlam	1995	102.200	155.500
	1996	155.500	182.300
	1997	182.300	224.300
	1998	224.300	247.800
	1999	247.800	264.400

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

3.6 Aktivitas Pemasaran

3.6.1 Daerah Pemasaran

Kegiatan pemasaran merupakan bagian dari seluruh kegiatan perusahaan yang tidak kalah pentingnya dengan kegiatan lain perusahaan. Dalam memasarkan produknya perusahaan harus berusaha memasarkan produknya seluas mungkin untuk mendapatkan

konsumen. Daerah pemasaran produk Perusahaan HMA adalah meliputi daerah Situbondo, Bondowoso, Banyuwangi, Malang, Jember dan Bali.

3.6.2 Hasil Penjualan Produk

Dari aktivitas pemasaran yang dilakukan Perusahaan HMA telah berhasil melakukan penjualan hasil produksinya yang ditandai dengan adanya kenaikan penjualan dari tahun ke tahun.

Untuk lebih jelasnya mengenai perkembangan penjualan Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam tahun 1995 – 1999 dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Penjualan Genteng Karang Pilang dan Press Vlam (Unit) Tahun 1995 – 1999 pada Perusahaan HMA

Tahun	Penjualan (Unit)		Jumlah
	Karang Pilang	Press Vlam	
1995	597.800	369.700	967.500
1996	634.200	399.200	1.033.400
1997	639.000	416.000	1.055.000
1998	642.500	453.500	1.096.000
1999	663.500	513.400	1.176.900

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

3.6.3 Harga Jual Produk

Perusahaan HMA dalam menentukan harga jual hasil produksinya selalu mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Adapun perkembangan harga jual dari masing-masing produk tahun 1995 – 1999 dapat dilihat pada tabel 11 berikut :

Tabel 11. Perkembangan Harga Jual Produk Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam per Unit Tahun 1995 – 1999 pada Perusahaan HMA

Tahun	Harga Jual (Rupiah)	
	Karang Pilang	Press Vlam
1995	250	200
1996	250	200
1997	300	250
1998	400	300
1999	475	425

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

Sedangkan Harga Jual Tahun 2000 yang digunakan dalam analisis ini adalah harga jual yang berlaku pada bulan Januari tahun 2000, yaitu :

- a. Harga Jual Genteng Karang Pilang = Rp. 500
- b. Harga Jual Genteng Press Vlam = Rp. 450

3.7 Biaya Overhead Pabrik dan Biaya Komersial

Perubahan biaya overhead pabrik dan biaya komersial yang terjadi pada Perusahaan HMA dari tahun 1995 – 1999 dapat dilihat pada tabel 12 dan 13 berikut :

Tabel 12. Biaya Overhead Pabrik Tahun 1995 – 1999 pada Perusahaan HMA (Rupiah)

Jenis biaya	Tahun (Rupiah)				
	1995	1996	1997	1998	1999
1. By. listrik dan air	31.272.000	31.765.500	32.052.000	32.895.000	33.105.000
2. By. solar & olie	27.332.500	28.150.000	29.030.500	29.315.000	30.028.000
3. By. reparasi & pemeliharaan	8.675.000	8.767.500	9.340.000	9.743.500	9.850.000
4. By. Penyusutan gedung & mesin	8.450.500	8.653.000	9.123.000	9.480.500	9.627.000

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

Tabel 13. Biaya Komersial Tahun 1995 – 1999 pada Perusahaan HMA (Rupiah)

Jenis biaya	Tahun (Rupiah)				
	1995	1996	1997	1998	1999
1. By. Pemasaran	6.240.000	7.105.000	6.930.000	7.341.000	7.520.000
2. By. adm. & umum	4.350.000	4.570.500	4.418.000	4.723.000	4.800.000

Sumber data : Perusahaan HMA, Desember 1999

3.8 Mark Up Perusahaan

Laporan Rugi Laba perusahaan HMA tahun 1998 digunakan sebagai data dalam perhitungan Mark Up perusahaan dalam analisis ini.

Laporan Rugi Laba Genteng Karang Pilang tahun 1998 :

Penjualan	Rp. 257.000.000
Biaya Variabel	<u>Rp. 170.551.625</u> -
Kontribusi Margin	Rp. 86.448.375
Biaya Tetap	<u>Rp. 34.215.000</u> -
Laba Operasi	Rp. 52.233.375

Laporan Rugi Laba Genteng Press Vlam tahun 1998 :

Penjualan	Rp. 136.050.000
Biaya Variabel	<u>Rp. 84.804.500</u> -
Kontribusi Margin	Rp. 51.245.500
Biaya Tetap	<u>Rp. 34.215.000</u> -
Laba Operasi	Rp. 17.030.500

IV. ANALISA DATA

4.1 Penentuan Harga Jual

Untuk menentukan harga jual masing-masing jenis produk tahun 2000, digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

4.1.1 Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan merupakan landasan dari semua rencana dan kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan, sedangkan penjualan merupakan dasar untuk menganalisa biaya dan laba yang akan terjadi.

Dari perhitungan ramalan penjualan Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam tahun 2000 pada lampiran 1 dan 2 maka diperoleh hasil seperti pada tabel 14 berikut ini :

Tabel 14. Ramalan Penjualan Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam Tahun 2000

Jenis Produk	Volume Penjualan (unit)
1. Genteng Karang Pilang	677.310
2. Genteng Press Vlam	532.870
Jumlah	1.210.180

Sumber : Lampiran 1, 2

Jadi berdasarkan data yang terdapat pada tabel 14 ,dapat diketahui bahwa ramalan penjualan tahun 2000 untuk genteng karang pilang adalah = 677.310 unit, dan ramalan penjualan tahun 2000 untuk genteng press vlam adalah = 532.870 unit.

Sehingga volume penjualan total tahun 2000 untuk kedua jenis genteng adalah sebanyak = 1.210.180 unit.

4.1.2 Penentuan Persediaan Akhir Produk

Dalam analisis ini Inventory Turn Over tahun 2000 adalah sama dengan rata-rata Inventory Turn Over tahun 1995 – 1999.

Dari hasil perhitungan pada lampiran 3 dan 4, maka dapat diperoleh hasil seperti pada tabel 15 berikut :

Tabel 15. Persediaan Awal dan Akhir Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam Tahun 2000

Jenis Produk	Persediaan awal (unit)	Persediaan akhir (unit)
1. Karang Pilang	212.200 unit	174.835 unit
2. Press Vlam	264.400 unit	211.377 unit

Sumber : Tabel 9, Lampiran 3, 4

Jadi berdasarkan data pada tabel 15 di atas, dapat diketahui besarnya tingkat persediaan genteng karang pilang tahun 2000 adalah :

Persediaan awal = 212.200 unit

Persediaan akhir = 174.835 unit

Sedangkan tingkat persediaan genteng press vlam tahun 2000 adalah =

Persediaan awal = 264.400 unit

Persediaan akhir = 211.377 unit

4.1.3 Anggaran Produksi Tiap Jenis Produk

Dengan diketahuinya persediaan awal dan persediaan akhir, maka jumlah genteng yang harus diproduksi berdasarkan perhitungan pada lampiran 17, dapat dilihat pada tabel 16 di bawah ini :

Tabel 16. Anggaran Produksi per Jenis Produk Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Jenis Produk	Produksi
	(unit)
1. Genteng Karang Pilang	639.945 unit
2. Genteng Press Vlam	479.847 unit
Jumlah	1.119.792 unit

Sumber : Tabel 14, 15

Sehingga dari tabel 16 di atas dapat diketahui bahwa anggaran produksi tahun 2000 untuk masing-masing jenis produk adalah =

Genteng karang pilang = 639.945 unit.

Genteng press vlam = 479.847 unit.

Jadi besarnya anggaran produksi total tahun 2000 untuk kedua jenis produk adalah sebanyak = 1.119.792 unit.

4.1.4 Perhitungan Biaya Bahan Baku Utama dan Bahan Pembantu

Untuk menghitung biaya bahan baku utama dan bahan pembantu tahun 2000, maka terlebih dahulu harus memproyeksikan besarnya harga bahan baku dan bahan pembantu untuk masing-masing jenis bahan ,seperti pada perhitungan di lampiran 5,6,7,8,dan 9.

Dari hasil perhitungan pada lampiran 5,6,7,8,dan 9, maka akan diperoleh harga bahan baku dan bahan pembantu tahun 2000 untuk masing-masing jenis produk seperti pada tabel 17 berikut :

Tabel 17. Harga Bahan Baku Utama dan Bahan Pembantu per satuan pada Perusahaan HMA

Jenis bahan	Harga per satuan (Rp)
1. Bahan Baku Utama	
a. Tanah liat	Rp. 9.300 / kubik
b. Pasir halus	Rp. 20.250 / kubik
2. Bahan Pembantu	
a. Minyak tanah	Rp. 480 / liter
b. Gajih/lemak	Rp. 4.550 / kg
c. Kayu bakar	Rp. 97.437,5 / kubik

Sumber : Lampiran 5,6,7,8,9

Dari tabel 17 diatas besarnya harga bahan baku dan bahan pembantu per satuan bahan tahun 2000 adalah =

Harga tanah liat per kubik	= Rp. 9.300
Harga pasir halus per kubik	= Rp. 20.250
Harga minyak tanah per liter	= Rp. 480
Harga gajih/lemak per kilogram	= Rp. 4.550
Harga kayu bakar per kubik	= Rp. 97.437,5

Setelah diketahui harga bahan baku utama dan bahan pembantu tahun 2000, maka dapat dihitung besarnya biaya bahan baku tahun 2000 untuk masing-masing jenis produk seperti terlihat pada tabel 18 dan 19 berikut :

Tabel 18. Biaya Bahan Baku Genteng Karang Pilang Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Jenis biaya	SUR/1000 unit	Harga/satuan	Biaya/1000 unit	Biaya/unit
1. Bahan Baku Utama				
a. Tanah liat	4	Rp.9.300	Rp.37.200	<u>Rp.37,2</u>
b. Pasir halus	3	Rp. 20.250	Rp. 60.750	<u>Rp. 60,75</u>
Jumlah				<u>Rp. 97,95</u>
2. Bahan Pembantu				
a. Minyak tanah	12	Rp. 480	Rp.5.760	<u>Rp. 5,76</u>
b. Gajih/lemak	18	Rp. 4.550	Rp. 81.900	<u>Rp. 81,9</u>
c. Kayu bakar	0,4	Rp. 97.437,5	Rp. 38.975	<u>Rp. 38,975</u>
Jumlah				<u>Rp. 126,635</u>

Sumber : Tabel 1, 17

Dari data yang terdapat pada tabel 18 diatas, maka dapat dijelaskan besarnya biaya bahan baku dan bahan pembantu per unit untuk genteng karung pilang adalah sebagai berikut :

Biaya tanah liat per unit	= Rp. 37,2
Biaya pasir halus per unit	= Rp. 60,75
Biaya minyak tanah per unit	= Rp. 5,76
Biaya gaji/lemak per unit	= Rp. 81,9
Biaya kayu bakar per unit	= Rp. 38,975

Tabel 19. Biaya Bahan Baku Genteng Press Vlam Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Jenis biaya	SUR/1000 unit	Harga/satuan	Biaya/1000 unit	Biaya/unit
1. Bahan Baku Utama				
a. Tanah liat	4	Rp. 9.300	Rp. 37.200	Rp. 37,2
b. Pasir halus	2	Rp. 20.250	Rp. 40.500	Rp. 40,5
Jumlah				Rp. 77,7
2. Bahan Pembantu				
a. Minyak tanah	8	Rp. 480	Rp. 3.840	Rp. 3,84
b. Gaji/lemak	12	Rp. 4.550	Rp. 54.600	Rp. 54,6
c. Kayu bakar	0,4	Rp. 97.437,5	Rp. 38.975	Rp. 38,975
Jumlah				Rp. 97,415

Sumber : Tabel 1,17

Sedangkan dari tabel 19 dapat diketahui besarnya biaya bahan baku dan bahan pembantu per unit untuk genteng press vlam adalah sebagai berikut :

Biaya tanah liat per unit	= Rp. 37,2
Biaya pasir halus per unit	= Rp. 40,5
Biaya minyak tanah per unit	= Rp. 3,84
Biaya gaji/lemak per unit	= Rp. 54,6
Biaya kayu bakar per unit	= Rp. 38,975

4.1.5 Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung

Untuk menghitung biaya tenaga kerja langsung per unit produk tahun 2000, maka terlebih dahulu harus dihitung besarnya biaya tenaga kerja langsung tahun 2000 seperti pada lampiran 10-

Sehingga akan diperoleh biaya tenaga kerja langsung per unit produk tahun 2000 sebesar = Rp. 76,35

4.1.6 Perhitungan Biaya Overhead Pabrik Variabel

Untuk menghitung biaya overhead pabrik variabel, maka perlu analisa pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya variabel dan biaya tetap.

Dari hasil perhitungan pada lampiran 11,12,13,dan 14, maka proyeksi biaya overhead pabrik variabel, tetap, dan semivariabel dapat dilihat seperti pada tabel 20 berikut :

Tabel 20. Biaya Overhead Pabrik Variabel, Tetap dan Semivariabel Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Jenis biaya	Biaya variabel (rupiah / unit)	Biaya tetap (rupiah / tahun)	Biaya semivariabel (rupiah / tahun)
1. Biaya Listrik dan air	Rp. 10,78	Rp. 20.260.924	Rp. 32.332.281,76
2. Biaya Solar dan olie	Rp. 14,48	Rp. 12.709.984	Rp. 28.924.572,64
3. Biaya Reparasi dan Pemeliharaan	Rp. 7,48	Rp. 978.384	Rp. 9.354.428,16
4. Biaya Penyusutan Gedung dan Mesin	-	Rp. 9.142.003,2	-
Jumlah	Rp. 32,74	Rp. 43.091.295,2	Rp. 70.661.282,56

Sumber : Lampiran 11,12,13,14

Dari tabel 20 dapat dijelaskan bahwa =

Biaya listrik dan air variabel adalah = Rp.10,78 per unit, Biaya listrik dan air tetap adalah = Rp. 20.260.924 per tahun, Biaya listrik dan air semivariabel adalah = Rp.32.332.281,76 per tahun.

Biaya solar dan air variabel adalah = Rp. 14,48 per unit, Biaya solar dan air tetap adalah = Rp.12.709.984 per tahun, Biaya solar dan air semivariabel adalah = Rp.28.924.572,64 per tahun.

Biaya reparasi dan pemeliharaan variabel adalah = Rp. 7,48 per unit, Biaya reparasi dan pemeliharaan tetap adalah = 978.384 per tahun, Biaya reparasi dan pemeliharaan semivariabel Rp. 9.354.428,16 per tahun.

Biaya penyusutan gedung dan mesin (tetap) adalah = Rp. 9.142.003,2 per tahun.

Jadi total biaya overhead pabrik variabel per unit adalah = Rp. 32,74; Total biaya overhead pabrik tetap per tahun adalah = Rp. 43.091.295,2; dan Total biaya overhead pabrik semivariabel per tahun adalah = Rp. 70.661.282,56.

4.1.7 Perhitungan Biaya Komersial Variabel

Dalam menghitung biaya komersial variabel, maka perlu juga analisa pemisahan biaya semivariabel menjadi biaya variabel dan biaya tetap, seperti pada perhitungan di lampiran 15, dan 16.

Sehingga akan diperoleh hasil seperti pada tabel 21 di bawah ini :

Tabel 21. Biaya Komersial Variabel, Tetap dan Semivariabel Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Jenis biaya	Biaya variabel (rupiah / unit)	Biaya tetap (rupiah / tahun)	Biaya semivariabel (rupiah / tahun)
1. Biaya Pemasaran	Rp. 2,04	Rp. 2.398.149,6	Rp. 4.866.916,8
2. Biaya Administrasi dan umum	Rp. 5,84	Rp. 803.161,6	Rp. 7.870.612,8
Jumlah	Rp. 7,88	Rp. 3.201.311,2	Rp. 12.737.529,6

Sumber : Tabel 15,16

Dari tabel 21 di atas dapat dijelaskan bahwa :

Biaya pemasaran variabel per unit adalah = Rp. 2,04; Biaya pemasaran tetap per tahun adalah = Rp. 2.398.149,6; dan Biaya pemasaran semivariabel adalah = Rp.4.866.916,8.

Biaya administrasi dan umum variabel adalah = Rp.5,84 per unit; Biaya administrasi dan umum tetap adalah = Rp. 803.161,6 per tahun; dan Biaya administrasi dan umum semivariabel adalah = Rp. 7.870.612,8 per tahun.

Jadi Total biaya komersial variabel per unit adalah = Rp. 7,88; Total biaya komersial tetap per tahun adalah = Rp. 3.201.311,2; dan Total biaya komersial semivariabel per tahun adalah = Rp.12.737.529,6.

4.1.8 Perincian dan Alokasi Biaya Variabel

Untuk menetapkan harga jual produk menggunakan metode cost plus pricing, dengan pendekatan variabel costing maka biaya variabel merupakan dasar bagi perhitungan harga jual produk. Di mana apabila produk perusahaan lebih dari satu jenis, maka perincian dan alokasi biaya variabel harus dialokasikan ke masing-masing produk.

Perincian dan alokasi biaya variabel berdasarkan tabel 18,19,20, dan 21 untuk masing-masing jenis produk tahun 2000 pada Perusahaan HMA dapat dilihat di bawah ini dapat dilihat pada tabel 22 di bawah ini :

Tabel 22. Anggaran Biaya Produksi Variabel dan Biaya Komersial Variabel untuk Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 pada Perusahaan HMA.

Jenis Biaya	Biaya / unit (Rp)	
	Karang Pilang	Press Vlam
1. Biaya Produksi Variabel		
a. Biaya bahan baku		
Tanah liat	Rp. 37,2	Rp. 37,2
Pasir halus	Rp. 60,75	Rp. 40,5
b. Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp. 76,35	Rp. 76,35
c. Biaya Overhead Pabrik Variabel		
Biaya listrik dan air	Rp. 10,78	Rp. 10,78
Biaya solar dan olie	Rp. 14,48	Rp. 14,48
Biaya pemeliharaan mesin	Rp. 7,48	Rp. 7,48
Biaya minyak tanah	Rp. 5,76	Rp. 3,84
Biaya gaji / lemak	Rp. 81,9	Rp. 54,6
Biaya kayu bakar	<u>Rp. 38,975 +</u>	<u>Rp. 38,975 +</u>
Jumlah	Rp. 333,675	Rp. 284,205
2. Biaya Komersial Variabel		
a. Biaya pemasaran	Rp. 2,04	Rp. 5,84
b. Biaya administrasi dan umum	<u>Rp. 5,84 +</u>	<u>Rp. 2,04 +</u>
Jumlah	Rp. 7,88	Rp. 7,88

Sumber : Tabel 18,19,20,21

Dari tabel 22 di atas maka dapat diketahui jumlah biaya produksi variabel dan jumlah biaya komersial variabel untuk masing-masing jenis produk, yaitu :

Biaya produksi variabel per unit genteng karang pilang	= Rp. 333,675
Biaya produksi variabel per unit genteng press vlam	= Rp. 284,205
Biaya komersial variabel per unit genteng karang pilang	= Rp. 7,88
Biaya komersial variabel per unit genteng press vlam	= Rp. 7,88

4.1.9 Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Perhitungan harga pokok penjualan sangat diperlukan dalam hubungannya dengan perhitungan analisis profitabilitas yang akan dilakukan pada tahap akhir. Dari hasil perhitungan pada lampiran 18, maka dapat diketahui harga pokok penjualan untuk masing-masing produk yaitu :

Harga Pokok Penjualan Genteng Karang Pilang	= Rp. 226.331.850,5
Harga Pokok Penjualan Genteng Press Vlam	= Rp. 151.847.744,2

4.1.10 Penetapan Harga Jual

Metode cost plus pricing dengan pendekatan variabel cost, mendasarkan penetapan harga jual produk pada perhitungan biaya-biaya variabel yang terjadi. Sehingga dasar dari penentuan harga jual dalam pembahasan ini adalah ditekankan pada semua biaya variabel yang terjadi dalam perusahaan.

Perusahaan HMA dalam produksinya menghasilkan dua jenis produk yaitu, Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam. Sehingga dalam analisis ini yang dibahas adalah mengenai harga jual setiap jenis produk, yaitu genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam.

Untuk menentukan prosentase Mark Up dihitung dari analisa laporan rugi laba perusahaan HMA tahun 1998. Dari hasil perhitungan pada lampiran19, maka diketahui Mark Up perusahaan untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

Mark Up genteng karang pilang = 50 %

Mark Up genteng press vlam = 60 %

Perhitungan harga jual tahun 2000 dengan cost plus pricing method pada lampiran 19 akan mendapatkan hasil seperti pada tabel 23:

Tabel 23. Harga Jual Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 Berdasarkan Harga Jual dengan Cost Plus Pricing dan Harga Jual Perusahaan.

Jenis Harga Jual	Harga Produk (Rp)	
	Karang Pilang	Press Vlam
1. Cost Plus Pricing	Rp.512,3325	Rp.467,336
2. Harga Perusahaan	Rp.500	Rp.450

Suber : Tabel 11, Lampirang 19

Jadi berdasarkan cost plus pricing maka harga jual untuk genteng karang pilang = Rp.512,3325; dan untuk genteng press vlam = Rp. 467,336

Sedangkan harga perusahaan untuk genteng karang pilang = 500; dan genteng press vlam = Rp. 450

4.2 Analisis Profitabilitas

Analisis Profitabilitas usaha merupakan analisis yang sangat penting dalam menilai berhasil atau tidaknya suatu usaha. Dengan analisis ini akan diketahui kemampuan suatu produk perusahaan di dalam menghasilkan laba.

Metode cost plus pricing dengan pendekatan kontribusi menitikberatkan pada informasi mengenai Contribusi Margin yang merupakan kelebihan hasil penjualan dari biaya variabel pada suatu periode.

Selain analisis Contribusi Margin Ratio (CMR) kita juga akan menilai Operating Ratio (OR), yang merupakan jumlah biaya operasi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk setiap rupiah penjualan.

4.2.1 Laporan Rugi Laba

Untuk mengetahui tingkat profit pada masing-masing jenis produk baik dengan harga jual cost plus pricing maupun dengan harga jual dari perusahaan digunakan analisis perhitungan rugi laba seperti pada lampiran 20.

4.2.2 Perhitungan Contribusi Margin Ratio dan Operating Ratio

Dari analisis laporan rugi laba pada lampiran 20 maka selanjutnya akan dapat diketahui besarnya Contribusi Margin Ratio masing-masing jenis produk seperti pada tabel 24 di bawah ini :

Tabel 24. Contribusi Margin Ratio (CMR) Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 Berdasarkan Harga Jual Cost Plus Pricing dan Harga Jual Perusahaan.

Jenis Harga Jual	Contribusi Margin Ratio (CMR)	
	Karang Pilang	Press Vlam
1. Cost Plus Pricing	33,33 %	37,49 %
2. Harga Perusahaan	31,69 %	35,09 %

Sumber : Lampiran 21

Jadi dengan harga cost plus pricing, besarnya kontribusi margin rasio untuk genteng karang pilang = 33,33 % dan genteng press vlam = 37,49 %

Sedangkan dengan harga perusahaan besarnya kontribusi margin rasio untuk genteng karang pilang = 31,69 % dan genteng press vlam = 35,09 %

Sedangkan dari perhitungan Operating Ratio yang terdapat pada lampiran 22 maka dapat diketahui besarnya operating ratio masing-masing jenis produk seperti pada tabel 25 berikut :

Tabel 25. Operating Ratio Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 Berdasarkan Harga Jual dengan Cost Plus Pricing dan Harga Jual Perusahaan.

Jenis Harga Jual	Operating Ratio (OR)	
	Karang Pilang	Press Vlam
1. Cost Plus Pricing	66,76 %	62,66 %
2. Harga Perusahaan	68,40 %	65,07 %

Sumber : Lampiran 22

Jadi dengan harga cost plus pricing, operating rasio untuk genteng karang pilang = 66,76 %, dan operating rasio genteng press vlam = 62,66 %

Sedangkan dengan harga jual perusahaan , operating rasio genteng karang pilang = 68,40 %, dan operating rasio genteng press vlam = 65,07 %

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan yang telah dilakukan pada Bab IV, tentang permasalahan-permasalahan yang ada pada Perusahaan Genteng HMA maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga jual produk Tahun 2000
 - a. Dengan menggunakan Metode Cost Plus Pricing, maka harga jual masing-masing jenis produk Tahun 2000 adalah :
 1. Genteng Karang Pilang = Rp. 512,3325
 2. Genteng Press Vlam = Rp. 467,336
 - b. Sedangkan harga jual berdasarkan harga perusahaan adalah :
 1. Genteng Karang Pilang = Rp. 500
 2. Genteng Press Vlam = Rp. 450
2. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga jual terhadap rasio profitabilitas produk, maka dapat diketahui dengan analisis Contribution Margin Ratio (CMR) dan Operating Ratio (OR) dari masing-masing jenis produk seperti yang terdapat di bawah ini :
 - a. CMR masing-masing jenis produk berdasarkan harga jual dengan Metode Cost Plus Pricing adalah :
 1. Genteng Karang Pilang = 33,33 %
 2. Genteng Press Vlam = 37,49 %
 - b. CMR masing-masing jenis produk berdasarkan harga perusahaan adalah :
 1. Genteng Karang Pilang = 31,69 %
 2. Genteng Press Vlam = 35,09 %

Dalam CMR ini berarti bahwa dalam setiap Rp. 1,- penjualan, tersedia dana sebesar angka presentase (%) di atas, yang dapat digunakan untuk menutup biaya tetap dan laba.

c. OR masing-masing jenis produk berdasarkan Metode Cost Plus Pricing adalah

1. Genteng Karang Pilang = 66,76 %
2. Genteng Press Vlam = 62,66 %

d. OR masing-masing jenis produk berdasarkan harga perusahaan adalah :

1. Genteng Karang Pilang = 68,40 %
2. Genteng Press Vlam = 65,07 %

Dengan Operating Ratio ini berarti dalam setiap Rp. 1,- penjualan, memerlukan biaya operasi sebesar angka persentase (%) di atas.

5.2 Saran-saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, akhirnya dapat disarankan bahwa :

1. Perusahaan diharapkan tetap menjaga dan berusaha mencapai tingkat penjualan yang telah direncanakan, selain itu dalam menetapkan harga jual produk dengan mempertimbangkan ratio profitabilitas (dengan CMR dan OR) sebaiknya perusahaan menggunakan harga jual analisis / Cost Plus Pricing Method.
2. Untuk menjaga kestabilan profitabilitas yang akan dicapai oleh perusahaan, sebaiknya selain menggunakan analisis ini, pimpinan perusahaan diharapkan dapat menjaga efisiensi dan efektifitas biaya operasi. Karena dengan kenaikan biaya operasi apabila tidak diikuti dengan kenaikan harga jual akan mengakibatkan menurunnya tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan.
3. Perusahaan diharapkan untuk terus berusaha meningkatkan kualitas / mutu produk sebagai konsekuensi dari penetapan harga jual yang baru dan untuk tetap mempertahankan tingkat penjualan yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Saputro, G, 1990; *Anggaran Perusahaan*, BPFE – UGM, Yogyakarta
- Dajan, A, 1993; *Pengantar Metode Statistik*, Jilid 1, LP3ES, Jakarta
- Mach Foedz, M, 1991; *Akuntansi Manajemen*, Buku II, Edisi III, Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- Mulyadi, 1993; *Akuntansi Biaya*, Edisi 5, Cetakan Ketiga, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Riyanto, B, 1990; *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Yayasan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta.
- Ray H. Gorrison, 1987; *Akuntansi Manajemen*, Buku I, Edisi ketiga, Business Publication Inc. Plano, Texas 75075
- Ray H. Gorrison, 1988; *Akuntansi Manajemen*, Buku II, Edisi ketiga, Business Publication Inc. Plano, Texas 75075
- Swastha, B dan Irawan, 1990; *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta.

LAMPIRAN 1. Ramalan Penjualan Genteng Karang Pilang Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Penjualan Y	X	XY	X ²
1995	597.800	-2	-1.195.600	4
1996	634.200	-1	-634.200	1
1997	639.000	0	0	0
1998	642.500	1	642.500	1
1999	663.500	2	1.327.000	4
Jumlah	3.177.000	0	139.700	10

Sumber : Tabel 10 diolah

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{\sum n} = 635.400$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = 13.970$$

Sehingga persamaan menjadi $Y = 635.400 + 13.970 (X)$

Ramalan penjualan Genteng Karang Pilang tahun 2000 adalah =

$$Y = 635.400 + 13.970 (3)$$

$$= 677.310 \text{ unit}$$

LAMPIRAN 2. Ramalan Penjualan Genteng Press Vlam per Unit Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Penjualan (Y)	X	XY	X ²
1995	369.700	-2	-739.400	4
1996	399.200	-1	-399.200	1
1997	416.000	0	0	0
1998	453.500	1	453.500	1
1999	513.400	2	1.026.800	4
Jumlah	2.151.800	0	341.700	10

Sumber : Tabel 2

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{2.151.800}{5} = 430.360$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{341.700}{10} = 34.170$$

Persamaan menjadi $Y = 430.360 + 34.370 (X)$

Sehingga ramalan penjualan genteng press vlam tahun 2000 adalah :

$$\begin{aligned} Y &= 430.360 + 34.170 (3) \\ &= 430.360 + 102.510 \\ &= \text{Rp. } 532.870 \end{aligned}$$

LAMPIRAN 3. Perhitungan ITO dan persediaan akhir Genteng Karang Pilang Tahun 2000 adalah sebagai berikut :

$$\text{ITO} = \frac{\text{Penjualan}}{(\text{Persediaan awal} + \text{Persediaan akhir}) : 2}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO tahun 1995} &= \frac{597.800}{(157.200 + 180.400) : 2} \\ &= 3,54 \text{ x} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO tahun 1996} &= \frac{634.200}{(180.400 + 176.200) : 2} \\ &= 3,56 \text{ x} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO tahun 1997} &= \frac{639.000}{(176.200 + 174.200) : 2} \\ &= 3,65 \text{ x} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO tahun 1998} &= \frac{642.500}{(174.200 + 195.700) : 2} \\ &= 3,47 \text{ x} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO tahun 1999} &= \frac{63.500}{(195.700 + 212.200) : 2} \\ &= 3,25 \text{ x} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO tahun 2000} &= \text{rata-rata ITO tahun 1995} - 1999 \\ &= \frac{3,54 + 3,56 + 3,65 + 3,47 + 3,25}{5} \\ &= 3,5 \text{ x} \end{aligned}$$

Sehingga persediaan akhir genteng karang pilang tahun 2000 adalah =

$$3.5 = \frac{677.310}{(212.200 + \text{persediaan akhir}) : 2}$$

$$= 174.835 \text{ unit}$$

LAMPIRAN 4. Perhitungan ITO dan Persediaan Akhir Genteng Press Vlam Tahun 2000

$$\text{ITO tahun 1995} = \frac{369.700}{(102.000 + 155.500) : 2} = 2,87 \text{ X}$$

$$\text{ITO tahun 1996} = \frac{399.200}{(155.500 + 182.300) : 2} = 2,36 \text{ X}$$

$$\text{ITO tahun 1997} = \frac{416.000}{(182.300 + 224.300) : 2} = 2,05 \text{ X}$$

$$\text{ITO tahun 1998} = \frac{453.500}{(224.300 + 247.800) : 2} = 1,92 \text{ X}$$

$$\text{ITO tahun 1999} = \frac{513.400}{(247.800 + 264.400) : 2} = 2 \text{ X}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO Tahun 2000} &= \frac{2,87 + 2,36 + 2,05 + 1,92 + 2}{5} \\ &= 2,24 \text{ X} \end{aligned}$$

Sehingga persediaan akhir genteng press vlam tahun 2000 adalah =

$$2,24 = \frac{532.870}{(264.400 + \text{Persediaan akhir}) : 2}$$

$$= 211.377 \text{ unit}$$

LAMPIRAN 5. Proyeksi Harga Bahan Baku Tanah per kubik Liat Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Harga(Rp) Y	X	XY	X ²
1995	3.000	-2	-6.000	4
1996	3.750	-1	-3.750	1
1997	3.750	0	0	0
1998	6.250	1	6.250	1
1999	8.750	2	17.500	4
Jumlah	25.500	0	14.400	10

Sumber : Tabel 2 ,diolah

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{25.500}{5} = 5.100$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{14.000}{10} = 1.400$$

Persamaan menjadi $Y = 5.100 + 1.400 (3)$

Sehingga proyeksi harga bahan baku tanah liat per kubik tahun 2000 adalah =

$$Y = 5.100 + 1.400 (3) = \text{Rp.9.300}$$

LAMPIRAN 6. Proyeksi Harga Pasir per Kubik Halus Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Harga(Rp) Y	X	XY	X ²
1995	7.500	-2	-15.000	4
1996	7.500	-1	-7.500	1
1997	7.500	0	0	0
1998	15.000	1	15.000	1
1999	18.750	2	37.500	4
Jumlah	56.250	0	30.000	10

Sumber : Tabel 2

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{56.250}{5} = 11.250$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{30.000}{10} = 3.000$$

Persamaan menjadi $Y = 11.250 + 3.000(X)$

Sehingga Proyeksi Harga Pasir Halus Tahun 2000 adalah =

$$Y = 11.250 + 3.000 (3)$$

$$= 11.250 + 9.000$$

$$= \text{Rp. } 20.250$$

LAMPIRAN 7. Proyeksi Harga Minyak Tanah per Liter Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Harga(Rp) Y	X	XY	X ²
1995	250	-2	-500	4
1996	250	-1	-250	1
1997	350	0	0	0
1998	350	1	350	1
1999	450	2	900	4
Jumlah	1.650	0	500	10

Sumber : Tabel 2

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{1.650}{5} = 330$$

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

Persamaan menjadi $Y = 330 + 50(X)$

Sehingga proyeksi harga minyak tanah tahun 2000 adalah =

$$Y = 330 + 50(3)$$

$$= 330 + 150$$

$$= \text{Rp. 480}$$

LAMPIRAN 8. Proyeksi Harga Gajih/Lemak per Kg. Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Harga(Rp) Y	X	XY	X ²
1995	2.500	-2	-5.000	4
1996	2.500	-1	-2.500	1
1997	3.000	0	0	0
1998	3.000	1	3.000	1
1999	4.000	2	8.000	4
Jumlah	16.000	0	4.500	10

Sumber : Tabel 2

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} = \frac{16.000}{5} = 3.200$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{4.500}{10} = 450$$

Persamaan menjadi $Y = 3.200 + 450(X)$

Sehingga harga gajih/lemak tahun 2000 per kg. adalah =

$$Y = 3.200 + 450(3)$$

$$= 3.200 + 1.350$$

$$= \text{Rp. } 4.550$$

LAMPIRAN 9. Proyeksi Harga Kayu Bakar per Kubik Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Harga Y	X	XY	X ²
1995	45.000	-2	-90.000	4
1996	56.250	-1	-56.250	1
1997	71.250	0	0	0
1998	77.625	1	77.625	1
1999	85.000	2	170.000	4
Jumlah	335.125	0	170.000	10

Sumber : Tabel 2

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum Y}{X} = \frac{335.125}{5} = 67.025$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{101.375}{10} = 10.137,5$$

Persamaan menjadi : $67.025 + 10.137,5 (X)$

Sehingga proyeksi harga kayu bakar per kubik tahun 2000 adalah =

$$Y = 67.025 + 10.137,5 (3)$$

$$= \text{Rp. } 97.437,5$$

LAMPIRAN 10. Proyeksi Biaya Tenaga Kerja Langsung per Unit Produk Tahun 2000 pada Perusahaan HMA.

Jenis Tenaga Kerja	Jumlah Tenaga Kerja	Hari Kerja	Upah/hari (Rp)	Upah/tahun (Rp)
5. Pencampuran bahan	8	300	7.500	18.000.000
6. Pencetakan	16	300	7.500	36.000.000
7. Pengeringan	8	300	7.500	18.000.000
8. Pembakaran	16	300	7.500	13.500.000
Jumlah	38			85.500.000

Sumber : Tabel 4, 22

Selanjutnya dari perhitungan di atas, dapat dihitung besarnya biaya tenaga kerja langsung per unit produk pada tahun 2000 sebagai berikut :

= Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2000

Budget Produksi Tahun 2000

= Rp. 85.000.000

1.119.792

= Rp. 76,35

LAMPIRAN 11. Proyeksi Biaya Listrik dan Air Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Biaya (Rp) Y	Produksi X	XY	X ²
1995	31.273.000	1.044.000	32.649.012.000.000	1.089.936.000.000
1996	31.765.500	1.056.000	33.544.368.000.000	1.115.136.000.000
1997	32.052.000	1.095.000	35.096.940.000.000	1.199.025.000.000
1998	32.895.000	1.141.000	37.533.195.000.000	1.301.881.000.000
1999	33.105.000	1.210.000	40.057.050.000.000	1.464.100.000.000
Jumlah	161.090.500	5.546.000	178.880.565.000.000	6.170.078.000.000

Sumber : Tabel 12

$$Y = a + bx$$

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

$$= \frac{5 \times 178.880.565.000.000 - (5.546.000 \times 161.090.500)}{5 \times 6.170.078.000.000 - (5.546.000)^2}$$

$$= 10,78$$

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

$$= \frac{161.090.500 - (10,78 \times 5.546.000)}{5}$$

$$= 20.260.924$$

Budget produksi tahun 2000 adalah sebanyak 1.119.792, sehingga total biaya semivariabel untuk biaya listrik dan air adalah sebesar =

$$Y = a + bx$$

$$= 20.260.924 + (10,78 \times 1.119.792)$$

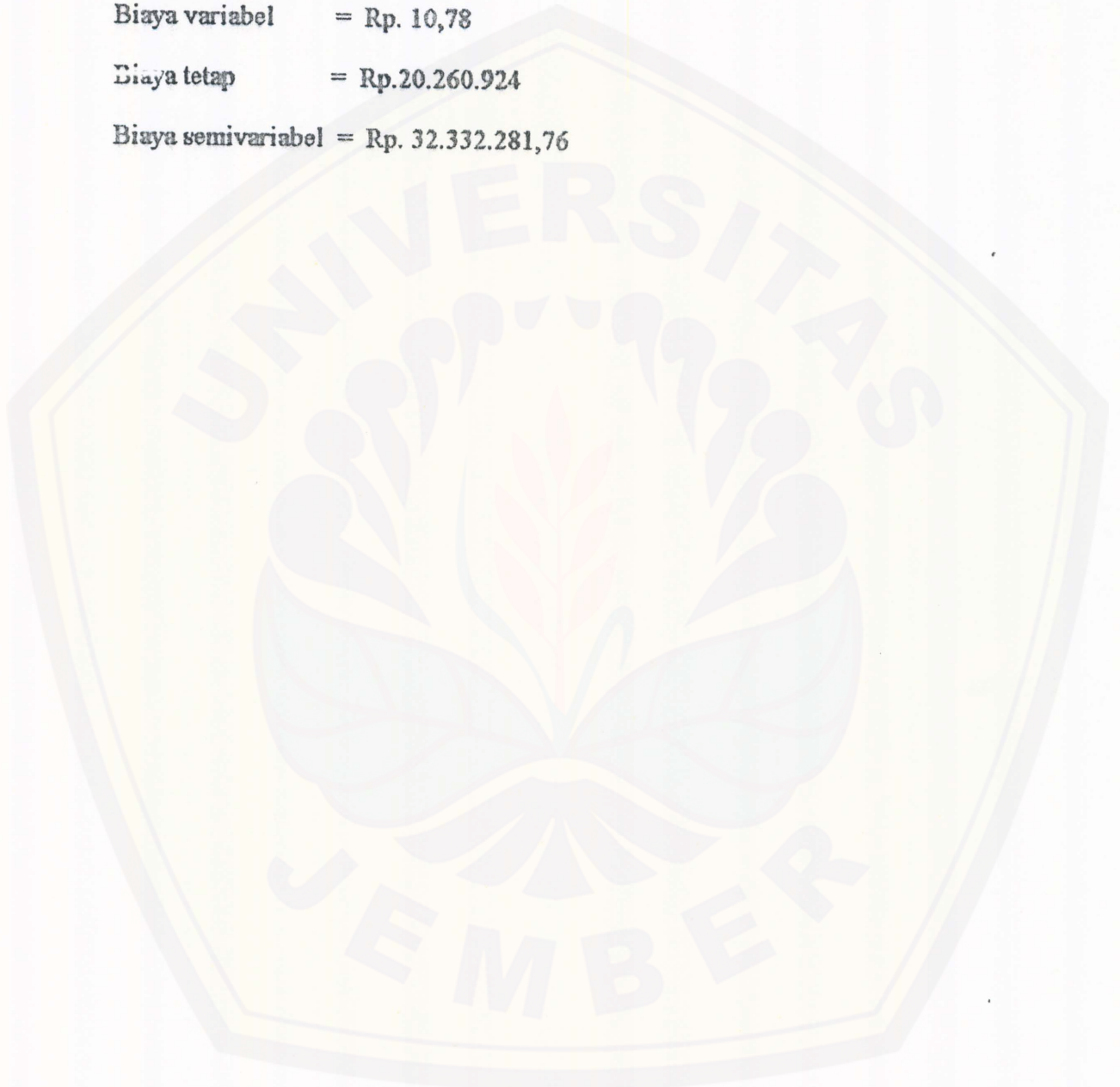
$$= 32.332.281,76$$

Sehingga perincian biaya listrik dan air untuk tahun 2000 adalah :

Biaya variabel = Rp. 10,78

Biaya tetap = Rp.20.260.924

Biaya semivariabel = Rp. 32.332.281,76



LAMPIRAN 12 Proyeksi Biaya Solar dan Olie Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Biaya Y	Produksi X	XY	X ²
1995	27.332.500	1.044.000	28.535.130.000.000	1.089.936.000.000
1996	28.150.000	1.056.000	29.726.400.000.000	1.115.136.000.000
1997	29.030.500	1.095.000	31.788.397.500.000	1.199.025.000.000
1998	29.315.000	1.141.000	33.448.415.000.000	1.301.881.000.000
1999	30.028.000	1.210.000	36.333.880.000.000	1.464.100.000.000
Jumlah	143.856.000	5.546.000	159.832.222.500.000	6.170.078.000.000

Sumber : Tabel 12

$$Y = a + bx$$

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

$$= \frac{5 \times 159.832.222.500.000 - (5.546.000 \times 143.856.000)}{5 \times 6.170.078.000.000 - (5.546.000)^2}$$

$$= \text{Rp. } 14,48$$

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

$$= \frac{143.856.000 - (14,48 \times 5.546.000)}{5}$$

$$= \text{Rp. } 12.709.984$$

Budget produksi tahun 2000 adalah 1.119.792, sehingga total biaya semivariabel solar dan olie tahun 2000 adalah =

$$Y = a + bx$$

$$= 12.709.984 + (14,48 \times 1.119.792)$$

$$= \text{Rp. } 28.924.572,64$$

LAMPIRAN 13 Proyeksi Biaya Reparasi dan Pemeliharaan Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Biaya Y	Produksi X	XY	X ²
1995	8.675.000	1.044.000	9.056.700.000.000	1.089.936.000.000
1996	8.767.500	1.056.000	9.258.480.000.000	1.115.136.000.000
1997	9.340.000	1.095.000	10.227.300.000.000	1.199.025.000.000
1998	9.743.500	1.141.000	11.117.333.500.000	1.301.881.000.000
1999	9.850.000	1.210.000	11.918.500.000.000	1.464.100.000.000
Jumlah	46.376.000	5.546.000	51.578.313.500.000	6.170.078.000.000

Sumber : Tabel 12

$$Y = a + bx$$

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

$$= \frac{5 \times 51.578.313.500.000 - (5.546.000 \times 46.376.000)}{5 \times 6.170.078.000.000 - (5.546.000)^2}$$

$$= \text{Rp. } 7,48$$

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

$$= \frac{46.376.000 - (7,48 \times 5.546.000)}{5}$$

$$= \text{Rp. } 978.348$$

Budget produksi tahun 2000 adalah 1.119.792, sehingga total biaya semivariabel reparasi dan pemeliharaan tahun 2000 adalah =

$$Y = a + bx$$

$$= 978.384 + (7,48 \times 1.119.792)$$

$$= \text{Rp. } 9.354.428,16$$

LAMPIRAN 14. Proyeksi Biaya Penyusutan Gedung dan Mesin Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Biaya Y	Produksi X	XY	X ²
1995	8.450.500	1.044.000	8.822.322.000.000	1.089.936.000.000
1996	8.653.000	1.056.000	9.137.568.000.000	1.115.136.000.000
1997	9.123.000	1.095.000	9.989.685.000.000	1.199.025.000.000
1998	9.480.000	1.141.000	10.817.250.500.000	1.301.881.000.000
1999	9.627.000	1.210.000	11.648.670.000.000	1.464.100.000.000
Jumlah	45.334.000	5.546.000	50.415.495.500.000	6.170.078.000.000

Sumber : Tabel 12

$$Y = a + bx$$

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

$$= \frac{5 \times 50.415.495.500.000 - (5.546.000 \times 45.334.000)}{5 \times 6.170.078.000.000 - (5.546.000)^2}$$

$$= \text{Rp. } 7,1$$

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

$$= \frac{45.334.000 - (7,1 \times 5.546.000)}{5}$$

$$= \text{Rp. } 1.191.480$$

Budget produksi tahun 2000 adalah 1.119.792, sehingga total biaya tetap penyusutan gedung dan mesin adalah =

$$Y = a + bx$$

$$= 1.191.480 + (7,1 \times 1.119.792)$$

$$= \text{Rp. } 9.142.003,2$$

LAMPIRAN 15. Proyeksi Biaya Pemasaran Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Biy. pemasaran (rupiah) Y	Penjualan (unit) X	XY	X ²
1995	4.350.000	967.500	4.208.625.050.000	936.056.250.000
1996	4.570.500	1.033.400	4.723.154.700.000	1.067.915.560.000
1997	4.418.000	1.055.000	4.660.990.000.000	1.113.025.000.000
1998	4.723.000	1.096.000	5.176.408.000.000	1.201.121.600.000
1999	4.800.000	1.176.900	5.644.800.000.000	1.385.093.610.000
Jumlah	22.861.500	5.328.800	24.413.977.750.000	5.703.212.020.000

Sumber : Tabel 13

$$Y = a + bx$$

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

$$= \frac{5 \times 24.413.977.750.000 - (5.328.800 \times 22.861.500)}{5 \times 5.703.212.020.000 - (5.328.800)^2}$$

$$= 2,04$$

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

$$= \frac{22.861.500 - (2,04 \times 5.328.800)}{5}$$

$$= 2.398.149,6$$

Anggaran penjualan tahun 2000 adalah sebanyak 1.210.180 unit, sehingga total biaya semivariabel untuk biaya pemasaran adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

$$= 2.398.149,6 + (2,04 \times 1.210.180)$$

$$= 4.866.916,8$$

Dengan demikian biaya pemasaran untuk tahun 2000 adalah :

Biaya variabel = Rp. 2,04

Biaya tetap = Rp. 2.398.149,6

Biaya semivariabel = Rp. 4.866.916,8

LAMPIRAN 16. Proyeksi Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

Tahun	Biaya Y	Penjualan X	XY	X ²
1995	6.240.000	967.500	6.037.200.000.000	936.056.250.000
1996	7.105.000	1.033.400	7.342.307.000.000	1.067.915.560.000
1997	6.930.000	1.055.000	7.311.150.000.000	1.113.025.000.000
1998	7.341.000	1.096.000	8.046.284.000.000	1.201.121.600.000
1999	7.520.000	1.176.900	8.850.288.000.000	1.385.093.610.000
Jumlah	35.136.000	5.328.800	37.586.681.000.000	5.703.212.020.000

Sumber : Tabel 13

$$Y = a + bx$$

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

$$= \frac{5 \times 37.586.681.000.000 - (5.328.800 \times 35.136.000)}{5 \times 5.703.212.020.000 - (5.328.800)^2}$$

$$= \text{Rp. } 5,84$$

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

$$= \frac{35.136.000 - 5,84 \times 5.328.800}{5}$$

$$= \text{Rp. } 803.161,6$$

Anggaran penjualan tahun 2000 adalah 1.210.180, sehingga total biaya semivariabel administrasi dan umum adalah =

$$Y = a + bx$$

$$= 803.161,6 + (5,84 \times 1.210.180)$$

$$= \text{Rp. } 7.870.612,8$$

LAMPIRAN 17. Anggaran Produksi Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam tahun 2000

Genteng Karang Pilang :

Penjualan	677.310
Persediaan akhir	<u>174.834</u> +
Jumlah	852.145
Persediaan awal	<u>212.200</u> -
Budget produksi	639.945

Genteng Press Vlam :

Penjualan	532.870
Persediaan akhir	<u>211.377</u> +
Jumlah	744.247
Persediaan awal	<u>264.400</u> -
Budget produksi	479.847

LAMPIRAN 18. Harga Pokok Penjualan Genteng Karang Pilang dan Genteng Press Vlam Tahun 2000 pada Perusahaan HMA

1. Harga Pokok Penjualan Genteng Karang Pilang	
Biaya bahan baku (97,95 x 639.945)	Rp. 62.682.612,75
Biaya tenaga kerja langsung (76,35 x 639.945)	Rp. 48.895.800,75
Biaya overhead pabrik variabel (159,375 x 639.945)	Rp. <u>101.991.234,4</u> +
Biaya produksi	Rp. 213.569.647,9
Persediaan awal barang dalam proses	_____ 0 +
Barang yang siap diproduksi	Rp. 213.569.647,9
Persediaan akhir barang dalam proses	_____ 0 -
Harga pokok produksi	Rp. 213.569.647,9
Persediaan awal barang jadi (341,555 x 212.200)	Rp. <u>72.477.971</u> +
Barang yang siap di gudang	Rp. 286.047.618,9
Persediaan akhir barang jadi (341,555 x 174.835)	Rp. <u>59.715.768,43</u> -
Harga Pokok Penjualan	Rp. 226.331.850,5
2. Harga Pokok Penjualan Genteng Press Vlam	
Biaya bahan baku (77,7 x 479.847)	Rp. 37.284.111,9
Biaya tenaga kerja langsung (76.35 x 479.847)	Rp. 36.636.318,45
Biaya overhead pabrik (130,125 x 479.847)	Rp. <u>62.440.090,88</u> +
Biaya produksi	Rp. 136.360.521,2
Persediaan awal barang dalam proses	_____ 0 +
Barang yang siap diproduksi	Rp. 136.360.521,2
Persediaan akhir barang dalam proses	_____ 0 -
Harga pokok produksi	Rp. 136.360.521,2
Persediaan awal barang jadi (292,085 x 264.400)	Rp. <u>77.227.274</u> +
Barang yang siap di gudang	Rp. 213.587.795,2
Persediaan akhir barang jadi (292,085 x 211.377)	Rp. <u>61.740.051,05</u> -
Harga Pokok Penjualan	Rp. 151.847.744,2

LAMPIRAN 19. Perhitungan Mark Up dan Perhitungan Harga Jual.

$$\% \text{ Mark Up} = \frac{\text{Laba Kontribusi}}{\text{Total Biaya Variabel}} \times 100 \%$$

Mark Up genteng karang pilang adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Rp. 86.448.375}}{\text{Rp. 170.551.625}} \times 100 \% \\ &= 50 \% \end{aligned}$$

Mark Up genteng press Vlam adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} &= \frac{\text{Rp. 51.245.500}}{\text{Rp. 136.050.000}} \times 100 \% \\ &= 60 \% \end{aligned}$$

Perhitungan Harga Jual dengan Cost Plus Pricing

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Biaya produksi variabel} + \text{Biaya komersial variabel}) + \\ &(\% \text{ laba yang diharapkan} \times \text{Dasar penentuan laba}) \end{aligned}$$

a. Genteng Karang Pilang

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (333,675 + 7,88) + (50\% \times 341,555) \\ &= 341,555 + 170,7775 \\ &= \text{Rp. 512,3325}\end{aligned}$$

b. Genteng Press Vlam

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (284,205 + 7,88) + (60\% \times 292,085) \\ &= 292,085 + 175,251 \\ &= \text{Rp. 467,336}\end{aligned}$$

Sedangkan harga jual berdasarkan harga dari perusahaan untuk tahun 2000 untuk masing-masing jenis produk adalah sebagai berikut :

- a. Genteng Karang Pilang = Rp. 500
- b. Genteng Press Vlam = Rp. 450



LAMPIRAN 20. Perhitungan Rugi Laba dengan Harga Jual Cost Plus Pricing dan Harga Jual Perusahaan

1. Laporan Rugi Laba berdasarkan harga jual dengan cost plus pricing

a. Genteng Karang Pilang

Pendapatan penjualan (512,3325 x 677.310)	Rp. 347.007.925,6
Biaya variabel (341,555 x 677.310)	Rp. <u>231.338.617,1</u> -
Laba Kontribusi	Rp. 115.669.308,5
Biaya tetap (43.091.295,2 + 3.201.311,2)	Rp. <u>46.292.606,4</u> -
Laba Operasi	Rp. 69.376.702,1

b. Genteng Press Vlam

Pendapatan penjualan (467,336 x 532.870)	Rp. 249.029.334,3
Biaya variabel (292,085 x 532.870)	Rp. <u>155.643.334</u> -
Laba Kontribusi	Rp. 93.386.000,3
Biaya tetap (43.091.295,2 + 3.201.311,2)	Rp. <u>46.292.606,4</u> -
Laba Operasi	Rp. 47.093.393,9

2. Laporan Rugi laba berdasarkan harga jual perusahaan

a. Genteng Karang Pilang

Pendapatan penjualan (500 x 677.310)	Rp. 338.665.000
Biaya variabel (341,555 x 677.310)	Rp. <u>231.338.617,1</u> -
Laba Kontribusi	Rp. 107.326.382,9
Biaya tetap (43.091.295,2 + 3.201.311,2)	Rp. <u>46.292.606,4</u> -
Laba Operasi	Rp. 61.033.776,5

b. Genteng Press Vlam

Pendapatan penjualan (450 x 532.870)	Rp. 239.791.500
Biaya variabel (292,085 x 532.870)	Rp. <u>155.643.334</u> -
Laba Kontribusi	Rp. 84.148.166
Biaya tetap (43.091.295,2 + 3.201.311,2)	Rp. <u>46.292.606,4</u> -
Laba Operasi	Rp. 37.855.559,6

LAMPIRAN 21. Perhitungan Contribusi Margin Rasio.

$$\text{CMR} = \left(\frac{\text{Hasil Penjualan} - \text{Biaya Variabel}}{\text{Hasil Penjualan}} \right) \times 100\%$$

1. Contribusi Margin Ratio berdasarkan harga jual dengan Cost Plus Pricing.

a. Genteng Karang Pilang

$$\begin{aligned} \text{CMR} &= \left(\frac{347.007.925,6 - 231.338.617,1}{347.007.925,6} \right) \times 100\% \\ &= 33,33\% \end{aligned}$$

b. Genteng Press Vlam

$$\begin{aligned} \text{CMR} &= \left(\frac{249.029.334,3 - 155.643.334}{249.029.334,3} \right) \times 100\% \\ &= 37,49\% \end{aligned}$$

2. Contribusi Margin Ratio berdasarkan Harga Jual Perusahaan.

a. Genteng Karang Pilang

$$\begin{aligned} \text{CMR} &= \left(\frac{338.655.000 - 231.338.617,1}{338.655.000} \right) \times 100\% \\ &= 31,69\% \end{aligned}$$

b. Genteng Press Vlam

$$\begin{aligned} \text{CMR} &= \left(\frac{239.791.500 - 155.643.334}{239.791.500} \right) \times 100\% \\ &= 35,09\% \end{aligned}$$

LAMPIRAN 22. Perhitungan Operating Rasio

$$OR = \left(\frac{\text{Harga Pokok Penjualan} + \text{Biaya Komersial}}{\text{Net Sales}} \right) \times 100\%$$

1. Operating Ratio berdasarkan Harga Jual dengan Cost Plus Pricing.

a. Genteng Karang Pilang

$$\begin{aligned} OR &= \left(\frac{226.331.850,5 + 5.337.202,8}{347.007.925,6} \right) \times 100\% \\ &= 66,76\% \end{aligned}$$

b. Genteng Press Vlam

$$\begin{aligned} OR &= \left(\frac{151.847.744,2 + 4.199.015,6}{249.029.334,3} \right) \times 100\% \\ &= 62,66\% \end{aligned}$$

2. Operating Ratio berdasarkan Harga Jual Perusahaan.

a. Genteng Karang Pilang

$$\begin{aligned} OR &= \left(\frac{226.331.850,5 + 5.337.202,8}{338.665.000} \right) \times 100\% \\ &= 68,40\% \end{aligned}$$

b. Genteng Press Vlam

$$\begin{aligned} OR &= \left(\frac{151.847.744,2 + 4.199.015,6}{239.791.500} \right) \times 100\% \\ &= 65,07\% \end{aligned}$$