

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL KAITANNYA  
DENGAN PROFITABILITAS PADA CV. YUDISTIRA  
DI KEDIRI**

**SKRIPSI**



Milik UPT Perpustakaan  
UNIVERSITAS JEMBER

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Asal : Hadiah  
Pembelian  
Oleh : Tgl. 21 NOV 2002  
No. Induk : SKS

Klasifikasi  
Klasifikasi : 658.81

FAT

a

c.1

*Andi fatoni*  
NIM : 970810201033

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

2002

## JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL KAITANNYA DENGAN  
PROFITABILITAS PADA CV. YUDISTIRA  
DI KEDIRI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Andi Fathoni  
N. I. M. : 970810201033  
J u r u s a n : Manajemen

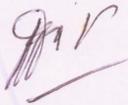
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

28 September 2002

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

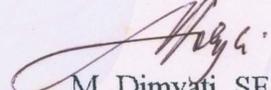
### Susunan Panitia Penguji

Ketua,



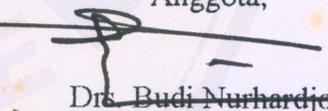
Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si  
NIP. 131 624 474

Sekretaris,



M. Dimiyati, SE, M.Si  
NIP. 132 086 413

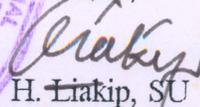
Anggota,



Drs. Budi Nurhardjo, M.Si  
NIP. 131 408 353



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

  
Drs. H. Liakip, SU  
NIP. 130 531 976

**TANDA PERSETUJUAN**

Judul skripsi : Analisis Penetapan Harga Jual Kaitannya Dengan  
Profitabilitas Pada CV.Yudistira di Kediri

Nama Mahasiswa : Andi Fathoni

NIM : 970810201033

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I



Drs. Budi Nurhardjo, MSi

NIP : 131 408 353

Pembimbing II



Deasy Wulandari, MSi

NIP : 132 258 071

Ketua Jurusan



Drs. IKM. Dwipayana, MS

NIP : 130 781 341

Tanggal persetujuan : 25 Agustus 2002



***Skripsi ini dipersembahkan untuk :***

- *Ayahanda dan ibunda tercinta yang selalu mendo'akan dan membimbingku dengan kasih sayang.*
- *Adikku Lutfi dan Nasrullah yang selalu memberiku semangat.*
- *Almamater tercinta..*

## MOTTO :

- ❖ *Sesungguhnya segala perbuatan tergantung pada niat dan setiap manusia akan mendapat sekedar dari apa yang diniatkannya, Maka siapa-siapa yang hijrah karena Allah dan Rasul, hijrahnya itu adalah karena Allah dan Rasulnya (HR. Bukhari).*
- ❖ *Pribadi sukses memusatkan perhatian untuk mengejar kemenangan, pribadi gagal memusatkan pikiran bagaimana mereka akan dilewati (John Maxwell).*
- ❖ *Setetes madu menangkap lalat lebih banyak daripada satu tong empedu (Abraham Lincoln).*

## ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “ *Analisis Penetapan Harga Jual Kaitannya Dengan Profitabilitas Pada CV.Yudistira Di Kediri* “ dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana metode *Cost Plus Pricing* dapat digunakan sebagai metode dalam menetapkan harga jual yang tepat, sehingga dapat memberikan sumbangan keuntungan pada CV. Yudistira. Penelitian dilakukan selama tiga bulan yang dimulai bulan April sampai dengan Juli 2002 pada perusahaan CV. Yudistira di Kediri.

Jenis penelitian yang diambil dalam skripsi ini adalah penelitian deskriptif, sedangkan variabel yang digunakan adalah variabel model *Cost Plus Pricing Method* dengan pendekatan *Direct Costing* yang terdiri dari variabel dependent yaitu harga jual dan variabel independen yaitu persentase *Mark-Up* dan total biaya variabel. Untuk menilai tingkat profitabilitas produk digunakan pendekatan *Contribusi Margin Ratio (CMR)*.

Hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa metode penentuan harga jual *Cost Plus Pricing Method* dengan pendekatan *Direct Costing* mampu memberikan sumbangan keuntungan yang diinginkan perusahaan dengan membandingkan laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tiap produk perusahaan mampu memberikan sumbangan keuntungan sebesar 81,96 %.

Simpulan dari penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa metode penetapan harga jual *Cost Plus Pricing* mampu memberikan sumbangan keuntungan pada CV. Yudistira di Kediri yang memproduksi tegel polos, tegel warna dan tegel trasso.

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “ **Analisis Penentuan Harga Jual Kaitanya Dengan Profitabilitas Pada CV.Yudistira Di Kediri**”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Keberhasilan skripsi ini tidak lepas dari bantuan moril dan materiil dari berbagai pihak yang tidak ternilai harganya. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. H. Liakip, SU, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Drs. Budi Nurhardjo, MSi, selaku dosen pembimbing I atas bantuan dan bimbingan yang diberikan.
3. Ibu Deasy Wulandari, MSi, selaku dosen pembimbing II atas saran dan bimbingannya.
4. Bapak Hanif Abdul Rahman, selaku direktur utama CV. Yudistira Kediri atas ijin dan bantuannya selama penelitian.
5. Seluruh karyawan CV. Yudistira, atas bantuan yang diberikan.
6. Bapak dan Ibuku tercinta yang sangat aku sayangi atas do'a dan limpahan kasih sayang selama ini.
7. Adikku Lutfi dan Nasrullah yang selalu menemaniku dengan keceriaan.
8. Keluarga besar Nias II/27 terima kasih atas dukungan, motivasi dan senyum yang tak terlupakan terutama yang menemani dalam pengetikan skripsi.
9. Temanku Kholil, Ni'am, Doni yang selalu memberikan saran dan bantuan.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis hanya dapat memohon kepada Allah S.W.T, semoga segala amal baik mereka ini mendapatkan balasan yang sesuai, Amin.

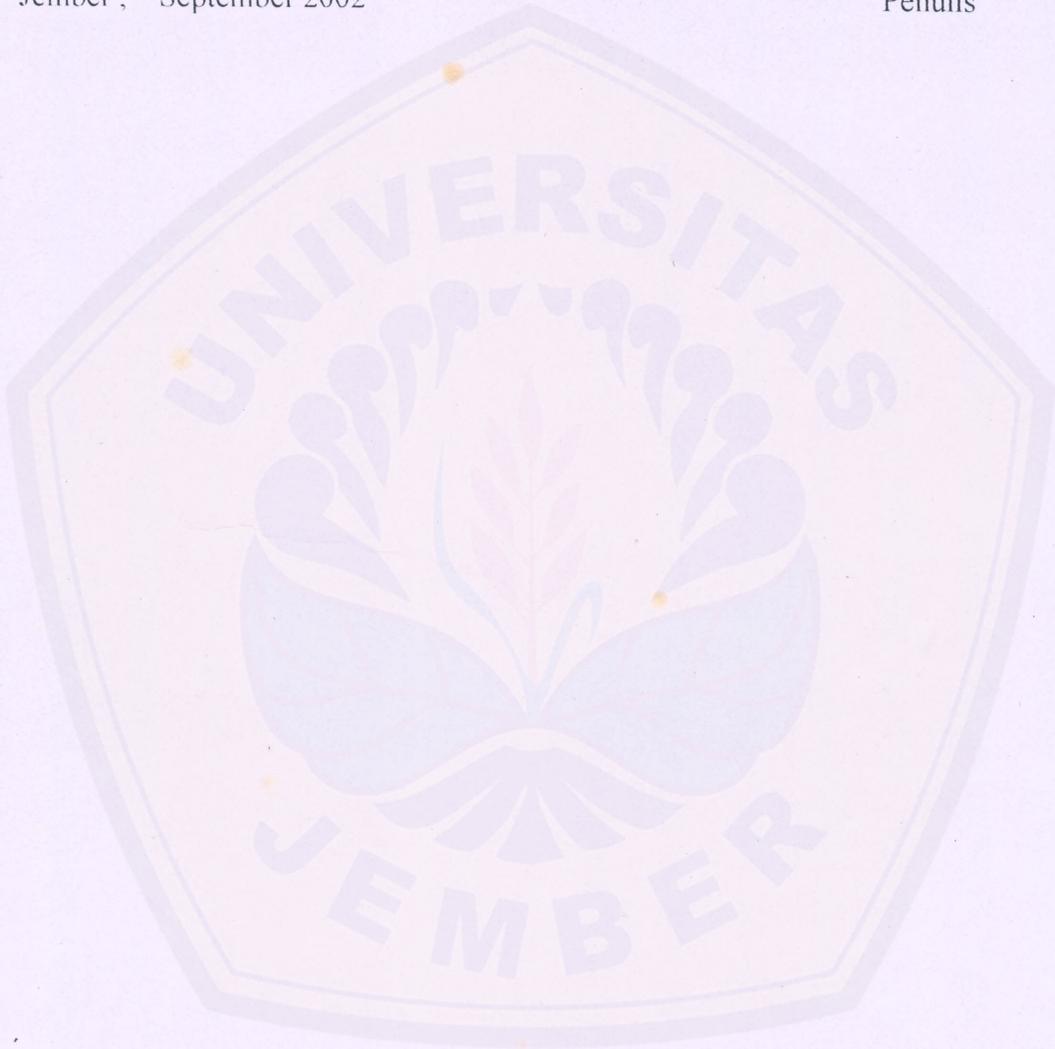
# Digital Repository Universitas Jember

Dalam pembuatan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan.

Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jember , September 2002

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I :PENDAHULUAN</b>	
1.1. Pendahuluan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	3
1.1. Batasan Masalah.....	3
<b>BAB II :TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu.....	4
2.2. Landasan Teori.....	4
2.2.1. Pengertian Harga.....	4
2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual.....	5
2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Situasi Harga Jual.....	6
2.2.4. Memilih Tujuan Penetapan Harga.....	6
2.2.5. Tujuan Kebijakan Penentuan Harga.....	8
2.2.6. Prosedur Penentuan Harga.....	8
2.2.7. Metode Penentuan Harga.....	9
2.2.8. Unsur-Unsur Yang Diperlukan Dalam Penentuan Harga.....	15
2.2.9. Ramalan Penjualan.....	15

2.2.10. Tingkat Persediaan .....	17
2.2.11. Perilaku Biaya .....	17
2.2.12. Analisis Profitabilitas Dengan Contribusi Margin .....	21
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Rancangan Penelitian .....	22
3.2. Jenis Data Dan Prosedur Pengumpulan Data .....	22
3.2.1. Jenis Data .....	22
3.2.2. Prosedur Pengumpulan Data .....	22
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	23
3.4. Metode Analisis Data .....	23
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Obyek Yang Diteliti .....	27
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	27
4.1.2. Lokasi Perusahaan .....	28
4.1.3. Struktur Organisasi .....	29
4.1.4. Aspek Ketenaga Kerjaan .....	32
4.1.4.1. Sistem Gaji Dan Upah .....	33
4.1.4.2. Hari Kerja Dan Jam Kerja Karyawan .....	33
4.1.5. Aspek produksi .....	34
4.1.5.1. Bahan Yang Digunakan .....	34
4.1.5.2. Proses Produksi .....	35
4.1.5.3. Hasil Produk .....	38
4.1.5.4. Volume produksi .....	39
4.1.6. Aspek Pemasaran .....	40
4.1.6.1. Saluran Distribusi .....	40
4.1.6.2. Promosi Penjualan .....	40
4.1.6.3. Daerah pemasaran .....	40
4.1.6.4. Pesaing .....	40
4.1.6.5. Harga Jual Dan Volume Penjualan .....	40
4.2. Analisis data .....	42
4.2.1. Penentuan Harga Jual .....	42

4.2.1.1.Ramalan Penjualan .....	42
4.2.1.2.Penentuan Persediaan Akhir Barang Jadi .....	42
4.2.1.3.Penyusunan Anggaran Produksi .....	43
4.2.1.4.Pemisahan Biaya Semi Variabel Kedalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel.....	43
4.2.1.5.Menghitung Biaya Variabel Perunit Tahun 2002 .....	46
4.2.1.6.Penentuan Harga Jual Tahun 2002 .....	46
4.2.2.Menentukan Tingkat Profitabilitas Produk .....	47
4.2.3.Membandingkan Laba Kontribusi Produk Dengan Biaya Tetap Tahun 2002 .....	49
4.3.Pembahasan.....	50
BABV : KESIMPULAN	
5.1.Kesimpulan .....	52
5.2.Saran .....	53
DAFTAR PUSTAKA .....	54

## DAFTAR TABEL

No Tabel	Halaman
1. Jumlah Karyawan.....	33
2. Komposisi Pemakaian Bahan Baku .....	35
3. Perkembangan Harga Bahan Baku Tahun 1997-20001 .....	35
4. Daftar Peralatan Produksi Tahun 1997-2001 .....	38
5. Data Volume Produksi Tahun 1997-2001.....	39
6. Data Persediaan Awal Dan Akhir Tahun 1997-2001.....	39
7. Nilai Penjualan Tegel Polos Tahun 1997-2001 .....	41
8. Nilai Penjualan Tegel Warna Tahun 1997-2001 .....	41
9. Nilai Penjualan Tegel Trasso Tahun 1997-2001.....	41
10. Ramalan Penjualan Tahun 2002.....	42
11. Persediaan Akhir Barang Jadi Tahun 2002.....	43
12. Anggaran Produksi Tahun 2002.....	43
13. Hasil Pemisahan Biaya Semi Variabel Tahun 2002 .....	44
14. Alokasi Biaya Listrik Dan Air Tetap, Perbaikan Dan Pemeliharaan Tetap Tahun 2002.....	45
15. Biaya Administrasi Dan Umum Tetap, Pemasaran Tetap 2002 .....	45
16. Perhitungan Biaya Variabel Perunit Tahun 2002.....	46
17. Perhitungan Harga Jual Perunit Tahun 2002 .....	48
18. Tingkat Profitabilitas Produksi Tahun 2002 .....	49
19. Perbandingan Laba Kontribusi Produksi Dengan Biaya Tetap 2002.....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Ramalan Penjualan Tegel Polos Tahun 2002.....	55
2. Ramalan Penjualan Tegel Warna Tahun 2002.....	56
3. Ramalan Penjualan Tegel Trasso Tahun 2002.....	57
4. Perhitungan Inventory Turn Over Tegel Polos .....	58
5. Perhitungan Inventory Turn Over Tegel Warna .....	59
6. Perhitungan Inventory Turn Over Tegel Trasso .....	60
7. Biaya Lain-Lain Tahun 1997-2001 .....	61
8. Pemisahan Biaya Semi Variabel Listrik Dan Air Kedalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel.....	62
9. Pemisahan Biaya Semi Variabel Perbaikan Dan Pemeliharaan Kedalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel .....	63
10. Pemisahan Biaya Semi Variabel Administrasi Dan Umum Kedalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel.....	64
11. Pemisahan Biaya Semi Variabel Pemasaran Kedalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel .....	65
12. Ramalan Harga Bahan Baku Tahun 2002 .....	66
13. Biaya Bahan Baku Tahun 2002.....	69
14. Data Upah Tenaga Kerja Langsung 2002 .....	70
15. Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2002 .....	70
16. Biaya Depresiasi Peralatan Produksi .....	72
17. Alokasi Biaya Depresiasi Tahun 2001 .....	72
18. Biaya Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung.....	72
19. Alokasi Biaya Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung Tahun 2002 .....	72
20. Perhitungan Contribusi Margin Ratio Tahun 2002 .....	73
21. Biaya Tetap Tahun 2002.....	73
22. Biaya Operasi Pabrik Variabel Tahun 2002.....	74
23. Biaya Variabel Lain Tahun 2002 .....	74

24. Biaya Lain Variabel Perunit Tahun 2002.....	75
25. Pendapatan Penjualan Tahun 2002 .....	75
26. Perhitungan Biaya Variabel Tahun 2002.....	76
27. Hasil Penjualan Tahun 2002 .....	76



## I. PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Tujuan perusahaan dalam persaingan yang sangat ketat dewasa ini, secara operasional mendapatkan laba maksimal dan secara strategis adalah pertimbangan kelestarian serta pertumbuhan usahanya. Guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan manajemen perusahaan dituntut untuk dapat mengelola perusahaan serta peka terhadap lingkungan, terutama terhadap perubahan kondisi pasar yang selalu berubah.

Tujuan perolehan laba dapat direalisasikan dengan mengkombinasikan serta mengkoordinir variabel-variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*) secara efektif dan efisien. Selain itu pengusaha harus mampu mengkombinasikan fungsi-fungsi perusahaan yang meliputi fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi personalia dan fungsi keuangan agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar sesuai harapan.

- Bagi suatu perusahaan fungsi pemasaran merupakan suatu kegiatan penting karena pemasaran merupakan suatu sistem kegiatan yang saling berhubungan yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli. Dalam hal ini, maka perusahaan harus memfokuskan kepada peluang dan kebutuhan.

Kegiatan pemasaran yang dianggap penting adalah mengenai penentuan harga jual produk yang tepat dan dapat diterima oleh konsumen. Apabila perusahaan dapat menentukan harga jual produknya kurang tepat, maka akan berdampak semakin sulitnya memasarkan produknya yang pada akhirnya dapat menyebabkan kerugian perusahaan. Namun demikian, variabel harga jual bukan penentu faktor keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, karena faktor harga jual ini bagaimanapun juga terkait dengan produk, promosi dan distribusi.

Penentuan harga jual produk merupakan masalah yang rumit dan kompleks bagi perusahaan, jika dikaitkan dengan kondisi perekonomian yang melanda Indonesia saat ini. Hal ini dialami pula oleh sektor industri salah satunya adalah



perusahaan tegel dimana kenaikan harga bahan baku dan biaya produksi lebih tinggi dari harga jual produk jadi. Guna mengantisipasi hal ini maka perlu suatu analisis untuk mengetahui penentuan harga jual yang tepat supaya tingkat profitabilitas perusahaan konsisten yang diindikasikan oleh meningkatnya volume penjualan, selain itu perusahaan tegel juga menghadapi kondisi persaingan pasar yang sangat ketat sehingga perusahaan hendaknya berhati-hati dalam penentuan harga jual yang dapat diterima oleh konsumen serta melancarkan proses pemasaran produk dalam meningkatkan daya saing pasar. Permasalahan ini dihadapi pula oleh CV. Yudistira sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi tegel di Kediri.

## 1.2 Rumusan Masalah

CV. Yudistira di Kediri adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan tegel polos, tegel warna dan tegel trasso dengan adanya krisis saat ini harga bahan baku maupun bahan pembantu mengalami kenaikan yang menyebabkan biaya produksi juga meningkat. Di pihak lain harga jual perunit mengalami kenaikan sangat sedikit sehingga mengakibatkan berkurangnya tingkat keuntungan yang dicapai. Keadaan ini menyebabkan perusahaan harus meninjau kembali kebijaksanaan penentuan harga jual produknya agar dapat mengimbangi biaya produksi yang dikeluarkan.

Berdasarkan uraian diatas maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Berapa harga jual produk tegel polos, tegel warna dan tegel trasso yang dapat menutup pengeluaran biaya yang digunakan perusahaan ?
2. Berapakah tingkat profitabilitas masing-masing produk tegel polos, tegel warna dan tegel trasso?
3. Produk mana yang mampu memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba tertinggi ?

### 1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga jual produk tegel polos, tegel warna dan tegel trasso yang sesuai sehingga dapat menutup biaya yang dikeluarkan perusahaan
2. Untuk mengetahui tingkat profitabilitas masing-masing produk
3. Untuk mengetahui produk yang mampu memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba paling tinggi.

#### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan dapat dijadikan sebagai bahan dasar acuan kebijaksanaan penetapan harga jual yang tepat.
2. Bagi pembaca dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan untuk pengembangan penelitian lebih lanjut tentang metode penentuan harga dengan metode *Cost Plus Pricing*.

### 1.4 Batasan Masalah

Guna menghindari pembahasan yang terlalu luas dalam pembahasan masalah ini, maka perlu kiranya diberi batasan masalah yang dimaksudkan agar pembahasan masalah sesuai dengan judul yang ada. Adapun batasan masalah yang menjadi ruang lingkup pembahasan adalah data yang digunakan periode tahun 1997 sampai 2001.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai analisis penetapan harga jual kaitannya dengan profitabilitas yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Magdalena (2001) pada perusahaan rokok PT. Bentoel Internasional di Malang disimpulkan bahwa profitabilitas usaha untuk rokok Bentoel Internasional adalah *Contribusi Margi Ratio (CMR)* berdasarkan harga jual hasil analisis adalah sebesar 20,73%, sedangkan *CMR* berdasar harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan sebesar 9,82%. *CMR* ini menunjukkan bahwa tingkat harga jual produk yang sesuai dengan hasil analisis akan terjadi peningkatan profitabilitas usaha 10,91%. Hal ini berarti dengan adanya penetapan harga jual yang sesuai dengan analisis akan terjadi pengurangan beban biaya operasional pada setiap penjualannya yang akan meningkatkan profitabilitas pada perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Wijayati (2001) pada PT. Kediri wood Industri mengindikasikan bahwa penentuan harga jual dengan *Cost Plus Pricing method (CPPM)* mampu meningkatkan profitabilitas produk hal ini ditunjukkan dengan adanya produk yang mampu memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba tertinggi.

Persamaan dengan skripsi terdahulu adalah metode yang digunakan yaitu menggunakan metode *Cost Plus Pricing*, sedangkan perbedaannya terletak pada periode yang digunakan sebagai dasar penghitungan dan jumlah serta jenis produk yang dianalisis.

Pengembangan dalam skripsi ini dari skripsi sebelumnya adalah mengenai penggunaan metode *Direct Costing* dalam penentuan harga dan penggunaan *Contribusi Margin Ratio* untuk mengetahui tingkat profitabilitas

### 2.2 Landasan Teori

#### 2.2.1 Pengertian Harga

Dalam teori ekonomi harga, nilai dan faedah merupakan istilah yang saling berhubungan. Faedah adalah atribut suatu barang yang dapat memuaskan

kebutuhan, sedangkan nilai adalah ungkapan secara kumulatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. Tetapi perekonomian kita bukan perekonomian dengan sistem barter, maka dalam mengadakan pertukaran atau mengukur nilai suatu barang kita menggunakan uang, dan istilah yang dipakai adalah sistem harga. Sumarni dan Soeprihanto (1995:257) menyatakan bahwa barang adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

## 2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual

Banyak faktor yang mempengaruhi harga jual baik dipandang dari barang yang dijual ataupun pasarnya dan tak kalah pentingnya adalah biaya untuk membuat barang tersebut. Menurut Machfoedz (1991:242-243) secara ringkas faktor-faktor yang mempengaruhi harga adalah sebagai berikut:

1. Faktor laba yang diinginkan yang meliputi:
  - a. Apakah pengembalian modal (*Return On Capital*) sudah mencukupi
  - b. Berapa laba yang dibutuhkan untuk membayar deviden
  - c. Berapa laba yang dibutuhkan untuk mengadakan perluasan (*Ekspansi*)
  - d. Berapa trend penjualan yang diinginkan
2. Faktor penjualan produk tersebut
  - a. Apakah volume penjualan tersebut telah terealisasi
  - b. Apakah ada diskriminasi harga
  - c. Apakah ada kapasitas mengangur
  - d. Apakah harga tersebut logis untuk diterapkan
3. Faktor biaya dan produk tersebut
  - a. Apakah biaya variabel dan tetapnya tinggi
  - b. Apakah harga tersebut merupakan harga pertama (perdana)
  - c. Apakah penggunaan modal sudah efektif
  - d. Apakah ada biaya bersama karena ada produk campuran (biaya menjadi satu untuk lebih dari satu produk)

4. Faktor eksternal perusahaan
  - a. Apakah permintaan pada produk tersebut elastis atau inelastis
  - b. Siapa langganan yang akan dicapai atau dituju
  - c. Apakah produk dipasar heterogen atau homogen
  - d. Persaingan tajam atau tidak

### 2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Situasi Harga Jual

Machfoedz (1991:244) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi situasi harga jual terdiri dari tiga faktor yang merupakan ringkasan dari faktor yang mempengaruhi kebijaksanaan harga jual, yaitu: Laba dan tujuan-tujuan lain

Faktor lain selain pasar dan biaya bisa dimasukkan dalam faktor ini

#### 1. Situasi pasar

Disini meliputi konsumen, sifat produk, sifat pasar dan sebagainya.

#### 2. Biaya produksi dan operasi

Yaitu biaya yang dikeluarkan untuk membuat barang (produk) dan biaya produk tersebut bisa sampai ketangan konsumen.

### 2.2.4 Memilih Tujuan Penetapan Harga

Perusahaan harus menetapkan apa yang ingin dicapainya dengan penawaran produk tertentu. Semakin jelas tujuan perusahaan semakin mudah menetapkan harga, menurut Kotler (1998:109) perusahaan dapat memilih salah satu dari enam tujuan utama melalui penetapan harganya, yaitu:

#### 1. Kelangsungan hidup

perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidupnya sebagai tujuan utama. Untuk menjaga agar pabrik dapat terus beroperasi dan persediaan berputar, mereka akan menurunkan harga, selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan.

#### 2. Laba sekarang maksimum

Banyak perusahaan mencoba untuk menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba sekarang. Strategi ini mengasumsikan bahwa produk mengetahui fungsi permintaan dan biaya, tetapi dalam kenyataannya keduanya

sukar diperkirakan. Dengan menekankan kinerja keuangan sekarang mungkin mengabaikan kinerja jangka panjang, mengabaikan pengaruh berbagai variabel bauran pemasaran lain, reaksi pesaing dan pembatasan hukum atas harga.

### 3. Pendapatan sekarang maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan penjualan. Memaksimalkan pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa maksimasi pendapatan akan memaksimalkan laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

### 4. Pertumbuhan penjualan maksimum

Perusahaan banyak yang percaya bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan harga perunit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Perusahaan menetapkan harga terendah dengan asumsi bahwa pasar peka terhadap harga. Kondisi-kondisi berikut mendukung penetapan harga terendah :

- a. Pasar sangat peka terhadap harga tinggi dan harga rendah pertumbuhan pasar
- b. Biaya produk dan distribusi menurun dengan semakin banyaknya pengalaman produksi
- c. Harga yang rendah menghilangkan pesaing lama maupun potensial.

### 5. Skimming pasar maksimum

Penetapan harga untuk menskim pasar banyak disukai perusahaan. Skimming pasar hanya mungkin dalam kondisi-kondisi berikut :

- a. Sejumlah pembeli yang memadai memiliki permintaan sekarang yang tinggi
- b. Biaya perunit untuk memproduksi volume kecil tidak demikian tinggi sehingga dapat menghilangkan keuntungan dari penetapan harga maksimum yang diserap pasar
- c. Harga awal yang tinggi tidak menarik bagi pesaing kepasar
- d. Harga yang tinggi menyatakan citra produk yang unggul.

## 6. Kepemimpinan kualitas produk

Perusahaan mungkin mengarahkan untuk menjadi pemimpin dalam kualitas produk dipasar.

### 2.2.5 Tujuan Kebijaksanaan Penentuan Harga (*Price Policy*)

Tjiptono (1995:120) menyatakan tujuan kebijaksanaan harga diuraikan sebagai berikut

#### 1. Tujuan berorientasi pada laba

Setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimalisasi laba, yaitu tingkat laba yang sesuai sebagai sasaran laba.

#### 2. Tujuan berorientasi pada volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harga berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau bisa dikenal dengan istilah *volume pricing objective*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar.

#### 3. Tujuan berorientasi pada citra

perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk citra tertentu (*Image Value*). Pada hakekatnya, baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap semua bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

#### 4. Stabilisasi harga

Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri (*Industry Leader*).

### 2.2.6 Prosedur Penentuan Harga

Apabila tujuan penentuan harga telah ditetapkan, maka selanjutnya adalah prosedur penentuan harga. Namun tidak semua perusahaan menggunakan prosedur penentuan harga yang sama. Menurut Swasta (1990:247) Prosedur penentuan harga yang dapat dipakai perusahaan antara lain:

1. Mengestimasi permintaan barang

Penjual membuat estimasi permintaan barang secara total. Hal ini lebih mudah dilaksanakan terhadap permintaan barang yang ada dibanding permintaan barang baru.

2. Mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan.

Kondisi dalam persaingan sangat mempengaruhi kebijaksanaan penentuan harga bagi perusahaan atau penjual. Oleh karena itu, penjual perlu mengetahui reaksi pesaing yang terjadi dipasar serta sumber-sumber penyebabnya.

3. Menentukan market share yang diharapkan.

Perusahaan agresif selalu menginginkan *market share* yang lebih besar. Kadang-kadang perluasan *market share* harus dilakukan dengan mengadakan periklanan dan bentuk lain dari persaingan bukan harga disamping harga tertentu. *Market share* dipengaruhi oleh kapasitas produksi, biaya ekspansi, dan mudahnya memasuki persaingan.

4. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar.

Dalam hal ini prosedur yang digunakan, yaitu :

*Skim the cream pricing* yaitu menetapkan harga setinggi-tingginya dan *penetration pricing* yaitu penetapan harga serendah-rendahnya.

5. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan yaitu dengan melihat pada barang, sistem distribusi dan program promosi. Perusahaan tidak dapat menentukan harga tanpa mempertimbangkan barang lain yang dijualnya, saluran distribusi dan program promosi yang dilakukan.

### 2.2.7 Metode Penentuan Harga

Menurut Horngren (1995:767) penentuan harga jual dapat dilakukan melalui pendekatan sebagai berikut :

1. Pendekatan berbasis pasar (*market based*)

Menurut Tjiptono (1995:123) metode penentuan harga jual dengan berbasis pada pasar atau permintaan, terdiri dari :

a. *Skimming pricing*

Strategi ini ditetapkan dengan cara menentukan harga tinggi bagi suatu produk baru atau inovatif selama tahap pengenalan, kemudian menurunkan harga tersebut pada saat persaingan mulai ketat.

b. *Penetration pricing*

Dalam strategi ini perusahaan berusaha memperkenalkan suatu produk baru dengan harga rendah dengan harapan akan memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu yang relatif singkat.

c. *Prestige pricing*

*Prestige pricing* merupakan strategi menentukan tingkat harga yang tinggi sehingga konsumen yang sangat peduli dengan statusnya akan tertarik dengan produk, dan kemudian membelinya.

d. *Pricing lining*

Strategi ini digunakan apabila perusahaan menjual produknya lebih dari satu jenis

e. *Old even-pricing*

Strategi *old even-pricing* merupakan strategi penentuan harga yang besarnya mendekati genap tertentu.

f. *Demand-back ward pricing*

*Demand backward pricing* merupakan penetapan harga berdasarkan suatu target harga tertentu, kemudian produk menyesuaikan kualitas komponen-komponen produknya.

g. *Bundle pricing*

*Bundle pricing* merupakan strategi pemasaran dua atau lebih produk dalam satu harga paket.

2. Pendekatan berbasis biaya (*cost based*)

Machfoedz (1991:252) menyatakan metode penentuan harga jual terdiri dari empat macam, yaitu :

a. *Gross margin pricing*

yaitu penentuan harga jual yang pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan. Dengan kata lain perusahaan

tidak membuat sendiri produknya melainkan membeli dari perusahaan lain dan kemudian menjual kembali. Untuk menentukan besarnya tingkat laba yang diinginkan, perusahaan harus menetapkan persentase tertentu diatas harga produk yang dibeli, dan persentase ini dikenal dengan nama “ *mark-up*”. Persentase ini mempunyai dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian untuk laba yang diinginkan. Adapun rumus penentuan harga jual menurut metode ini adalah :

Harga jual = biaya produk + (% *mark-up* x dasar penetapan laba)

*Mark-up* merupakan jumlah rupiah yang ditambahkan pada biaya dari suatu produk untuk menghasilkan harga jual (Swasta, 1990:256).

b. *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 pemegang saham serta mempertahankan dan mengembangkan perusahaan. Semua biaya yang harus ditutup tersebut meliputi biaya produksi, pemasaran, administrasi dan umum serta biaya-biaya lain yang bersifat tetap maupun variabel.

Mulyadi (1993:351) menyatakan harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dihitung dengan rumus :

Harga jual = taksiran harga penuh + laba yang diharapkan

Dengan demikian adalah dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

Kotler (1997:116) menyatakan bahwa penetapan harga dengan metode ini digunakan karena beberapa alasan antara lain :

1. Penjualan lebih pasti mengenai harga dengan biaya, penjual menyederhanakan penetapan harganya karena mereka tidak perlu menyesuaikan perubahan harga dengan berubahnya permintaan.
2. Jika semua perusahaan menggunakan metode ini, harga akan cenderung sama. Persaingan harga dapat diminimalkan, hal ini tidak akan terjadi jika perusahaan memperhatikan perubahan permintaan dalam penetapan harganya.

3. Banyak orang merasa bahwa penetapan harga dengan penambahan biaya adalah baik bagi pembeli maupun penjual. Penjual tidak mengambil keuntungan dari pembeli ketika permintaan sedang tinggi, tetapi penjual tidak memperoleh pengembalian yang layak atas investasinya.

Metode *cost pricing* ini dapat dihitung dengan dua pendekatan, yaitu :

1) *Direct cost pricing*

Dikenal juga 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 oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual. Penentuan harga jual dengan metode ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

Harga jual = ( biaya produksi variabel + biaya lain-lain variabel + (% *mark-up* yang diinginkan x dasar penentuan laba.)

Kelebihan metode *direct costing* adalah bahwa penentuan harga pokok variabel (*direct costing*) membantu manajer dalam pengambilan keputusan serta perencanaan laba, pengendalian biaya, penentuan harga jual (dalam jangka pendek) dan alokasi sumber daya (Sugiri, 1994:92).

2) *Full cost pricing*

Penentuan harga jual dengan metode ini hampir sama dengan penentuan harga jual dengan metode *direct cost pricing*. Perbedaannya terletak pada dasar pembebanan costnya, dalam *full cost pricing* semua jenis biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual, kemudian ditambahkan persentase tertentu untuk menutup biaya operasi dan laba yang diinginkan perusahaan. Penentuan harga jual dengan metode *full cost* dapat dirumuskan sebagai berikut.

Harga jual = biaya produksi + (margin x biaya produksi total ) + biaya operasi

c. *Time and material pricing*.

Dalam metode ini tarif ditentukan dari upah langsung dan upah lainnya dari bahan baku masing-masing. Tarif ini dijadikan satu kemudian ditambah jumlah tertentu dari biaya tidak langsung serta laba yang diinginkan.

Pengertian *time* dalam metode ini ditunjukkan oleh tarif perjam atau perwaktu dari tenaga kerja yang merupakan jumlah upah langsung dan premi-premi karyawan, bagian yang layak dan berhubungan dengan upah tenaga kerja dan sebagian laba.

Pengertian material adalah semua beban yang dimaksudkan dalam faktor pembelian material yang digunakan untuk *job* (pekerjaan) tertentu ditambah handling dari material tersebut serta laba dari penggunaan material. Beban material ini biasanya ditentukan dengan persentase tertentu dari *cost* material. Dengan menentukan *time* dan *material* tersebut, maka dengan mudah perusahaan menentukan harga jual produknya. Penentuan harga jual dengan metode ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{biaya bahan baku} + (\text{margin} \times \text{biaya bahan baku}) + \text{biaya TKL} + (\text{margin} \times \text{biaya TKL})$$

#### d. Return on capital employed pricing

Prosedur penentuan harga jual dengan metode ini adalah penentuan persentase *mark-up* tertentu dari *capital employed*, yaitu kapital yang dianggap mempunyai peranan dalam memproduksi suatu produk, caranya adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \frac{\text{total cost} + (\% \times \text{total capital employed})}{\frac{\text{Volume penjualan}}{1 - (\% \times \text{aktiva lancar})}}$$

atau

$$\text{Harga jual} = \frac{\text{total cost} + (\% \times \text{total capital employed})}{\text{volume penjualan}}$$

#### 2.2.8 Unsur-Unsur Yang Diperlukan

Unsur yang diperlukan dalam penentuan harga yaitu biaya produksi dan biaya komersial. Biaya produksi yaitu biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan proses pengelolaan bahan baku hingga menjadi barang jadi

(Supriyono, 1991:193). Adapun elemen-elemen biaya produksi yang dimaksud adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Biaya komersial adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi pemasaran atau biaya yang dikeluarkan dan mulai diperhitungkan pada waktu barang-barang tersebut selesai diproduksi dan siap dijual adapun elemen-elemen biaya komersil adalah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum. Jadi penggolongan biaya produksi dan komersil merupakan biaya yang terjadi karena kegiatan perusahaan untuk mencapai tujuannya, sehingga merupakan pengeluaran keseluruhan dari awal sampai akhir kegiatan dan terjadi pada suatu periode. Menurut Supriyono (199:93) elemen biaya produksi terdiri dari :

#### 1. Biaya bahan baku

Biaya bahan baku adalah harga perolehan berbagai macam bahan baku yang dipakai dalam kegiatan pengolahan produk dan pemakainnya dapat diidentifikasi. Bahan dapat digolongkan ke dalam bahan baku dan bahan penolong, tetapi untuk pemakaian bahan penolong dan pembuatan produk, perhitungan biayanya diperlukan sebagai elemen biaya *overhead* pabrik.

#### 2. Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja dari semua karyawan yang memberikan jasa kepada perusahaan. Pengalokasian biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung. Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan perusahaan kepada tenaga kerja yang manfaatnya dapat diidentifikasi pada produk yang dihasilkan. Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya tenaga kerja yang tidak dapat dilihat manfaatnya pada produk yang dihasilkan, biaya ini diperlukan sebagai biaya *overhead* pabrik

#### 3. Biaya *overhead* pabrik (BOP)

BOP adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja yang elemen-elemennya dapat digolongkan kedalam biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja langsung, biaya depreseasi dan amortisasi aktiva tetap pabrik, biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, biaya listrik dan air pabrik, biaya asuransi pabrik dan biaya *overhead* pabrik yang lain, elemen BOP/biaya komersial terdiri dari:

## Digital Repository Universitas Jember

Pemilihan cara yang dipakai untuk meramalkan penjualan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti sifat produk yang dijual, metode distribusi yang dipakai, besarnya perusahaan, tingkat persaingan yang dihadapi dan data historis yang tersedia.

Menurut Adisaputra dan Marwan Asri (1998:146) tehnik-tehnik untuk meramalkan penjualan perusahaan antara lain :

1. Berdasarkan pendapat (*Judgement Method*)
2. Berdasarkan perhitungan statistik
  - a. penerapan garis trend secara bebas
  - b. penerapan garis trend dengan setengah rata-rata
  - c. penerapan garis trend secara matematik.

Tekhnik yang umum digunakan untuk menggambarkan garis trend, yaitu:

- Metode *moment*

Rumus dasar yang digunakan :

- 1)  $Y = a + bX$
- 2)  $\sum Y_i = na + b\sum X_i$
- 3)  $\sum X_i Y_i = a\sum X_i + b\sum Y_i^2$

Rumus II dan III digunakan untuk menghitung nilai a dan b yang akan digunakan sebagai dasar penerapan garis trend, sedangkan rumus I merupakan persamaan garis trend yang digambarkan.

- Metode *least square*

Persamaan garis trend :  $Y = a + bX$

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

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

Dimana:

$Y$  = peramalan tingkat penjualan periode mendatang

$a$  = konstanta/peramalan pada waktu  $X = 0$

$b$  = bilangan perubah waktu

$X$  = satuan waktu

3. Berdasarkan metode khusus
  - a. Analisa Industri
  - b. Analisa *product moment*
  - c. Analisa pengguna akhir

## 2.2.10 Tingkat persediaan

Persediaan selalu dibutuhkan oleh setiap perusahaan. Tanpa persediaan, perusahaan akan dihadapkan pada resiko tidak dapat memenuhi keinginan langganan yang membutuhkan produknya. Hal ini berarti akan menghilangkan kesempatan memperoleh keuntungan yang seharusnya diperoleh. Pada dasarnya persediaan akan mempermudah dan memperlancar jalannya operasional perusahaan yang harus secara beturut-turut untuk memproduksi barang serta selanjutnya menyampaikan pada konsumen (Adisaputra dan Marwan Asri, 1996:195). Dengan kata lain setiap perusahaan harus mempunyai kebijaksanaan perusahaan yang jelas, yang bertujuan antara lain :

1. Untuk menempatkan perusahaan pada posisi yang selalu siap melayani penjualan, baik pada saat biasa atau pada saat ada pesanan secara mendadak.
2. Untuk membantu tercapainya kapasitas produksi yang kontinue dan seimbang. Pada waktu permintaan tinggi, perusahaan tidak perlu memaksakan diri sehingga bekerja dengan kapasitas penuh, sebaliknya pada waktu permintaan rendah, kelebihan produksi disimpan sebagai persediaan.

## 2.2.11 Perilaku Biaya

Pada umumnya perilaku biaya diartikan sebagai hubungan antara total biaya dengan perubahan volume kegiatan. Menurut Mulyadi (1993:507) berdasarkan

perilaku dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi tiga golongan, yaitu:

## 1. Biaya tetap

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah tetap dalam kisaran perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya tetap persatuan berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya tetap atau biaya kapasitas merupakan biaya untuk mempertahankan kemampuan beroperasi perusahaan pada tingkat kapasitas tertentu. Besarnya biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen.

Pada umumnya jika biaya tetap mempunyai proporsi tinggi bila dibandingkan dengan biaya variabel, kemampuan manajemen dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi jangka pendek akan berkurang. Kedua jenis biaya tetap secara lebih jelas terurai sebagai berikut.

### a. *Committed Fixed Costs*

*Committed Fixed Costs* sebagian besar berupa biaya tetap yang timbul dari pemilikan pabrik, equipment dan organisasi pokok. Perilaku *Committed Fixed Costs* ini dapat diketahui dengan jelas dengan mengamati biaya tetap yang dikeluarkan jika seandainya perusahaan tidak melakukan kegiatan sama sekali dan akan kembali kegiatan normal. Dalam hal ini *Committed Fixed Costs* berupa semua biaya tetap yang dibebankan, tidak dapat dikurangi guna mempertahankan kemampuan pasar dalam memenuhi tujuan jangka panjangnya. Contoh *Committed Fixed Costs* adalah biaya depresiasi, pajak bumi dan bangunan, sewa, asuransi dan gaji karyawan utama. Pengaruh keputusan tiap periode waktu terhadap *Committed Fixed Costs* ini adalah kecil sekali. Biaya ini terutama sekali dipengaruhi oleh ramalan penjualan jangka panjang. Dalam perencanaan, fokus manajemen terpusat pada pengaruh *Fixed Cost* terhadap kegiatan tahun yang akan datang.

### b. *Discretionary Fixed Costs*

*Discretionary Fixed Costs* merupakan biaya yang timbul dari keputusan penyediaan anggaran secara berkala (biasanya tahunan), yang secara langsung mencerminkan kebijakan manajemen puncak mengenai jumlah maksimum biaya yang diizinkan untuk dikeluarkan, dan yang tidak dapat menggambarkan

hubungan yang optimum antara masukan dan keluaran (yang diukur dengan volume penjualan jasa atau produk). *Discretionary Fixed Costs* ini sering juga disebut dengan istilah *Managed* atau *Programed Cost*. Contoh *Discretionary Fixed Cost* adalah biaya riset dan pengembangannya, biaya iklan, biaya promosi penjualan, biaya program latihan karyawan dan biaya konsultan. Berbeda dengan *Committed Fixed Cost* yang sulit dikurangi dalam jangka pendek, *Discretionary Fixed Costs* ini dapat dihentikan sama sekali pengeluarannya atas kebijakan manajemen. Keputusan mengenai besarnya *Discretionary Fixed Costs* ini dibuat pada awal tahun anggaran. Setelah tujuan ditetapkan dan cara untuk mencapainya telah dipilih maka biaya maksimum yang akan dikeluarkan ditetapkan dalam anggaran.

## 2. Biaya variabel

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan tertentu. Biaya variabel per unit tetap (konstan) dengan adanya perubahan volume kegiatan. Biaya bahan baku merupakan contoh biaya variabel yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi. Kedua jenis biaya variabel secara jelas adalah sebagai berikut :

### a. *Engineered Varibel Costs*

*Engineered Varibel Costs* adalah biaya yang memiliki hubungan fisik tertentu dengan ukuran kegiatan tertentu. Hampir semua biaya variabel merupakan *Engineered Costs*. *Engineered Varibel Costs* merupakan biaya yang antara masukan dan pengeluarannya mempunyai hubungan yang sangat erat dan nyata. Jika masukan (biaya) berubah sebanding dengan perubahan masukan tersebut. Sebaliknya jika keluaran berubah maka masukan (biaya) akan berubah sebanding dengan perubahan keluaran tersebut.

### b. *Discretionary Varibel Costs*

Telah disebutkan diatas bahwa hampir semua biaya variabel merupakan *Engineered Costs*, tetapi ada beberapa biaya variabel yang pantas untuk dikelompokkan kedalam *Discretionary Varibel Costs*. Hal ini disebabkan karena biaya ini berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan karena manajemen memutuskan demikian. Dengan kata lain *Discretionary Varibel Costs*

## Digital Repository Universitas Jember

merupakan biaya yang masukan dan keluarannya memiliki hubungan yang erat namun tidak nyata (bersifat artifisial). Jika keluaran berubah maka masukan akan berubah sebanding dengan perubahan keluaran. Namun jika masukan berubah, keluaran belum tentu berubah dengan adanya perubahan masukan.

### 3. Biaya semi variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang memiliki unsur tetap dan variabel didalamnya. Unsur biaya yang tetap merupakan jumlah biaya minimum untuk menyediakan jasa atau produk sedangkan unsur variabel merupakan bagian dari biaya semi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan.

Pemisahan biaya semi variabel menjadi unsur biaya tetap dan biaya variabel dapat menggunakan beberapa metode pemisahan biaya seperti yang dikemukakan oleh Mulyadi (1993:514-517) antara lain:

#### a. Metode titik tertinggi dan trendah (*High and Low Point Method*)

Untuk memperkirakan fungsi biaya, dalam metode ini biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dibandingkan dengan biaya tersebut pada tingkat kegiatan yang rendah dimasa lalu. Selisih biaya yang dihitung merupakan unsur biaya variabel.

#### b. Metode biaya berjaga (*Standby Cost Method*)

Metode ini mencoba menghitung besarnya biaya yang harus tetap dikeluarkan oleh perusahaan bila perusahaan tutup untuk sementara, jadi produknya sama dengan nol. Biaya ini disebut biaya berjaga, dan biaya ini merupakan unsur biaya tetap. Perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan berjaga merupakan unsur biaya variabel.

#### c. Metode kuadrat terkecil (*Least Square Method*)

Metode ini dianggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungangaris lurus dengan persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana Y merupakan variabel tidak bebas (*Dependent Variabel*) yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perusahaan pada variabel X yang

merupakan variabel bebas (*Independen Varibel*). Variabel Y menunjukkan biaya, sedangkan variabel X menunjukkan volume kegiatan.

## 2.2.12 Analisis profitabilitas produk dengan *Contribution Margin*

Pengertian analisis profitabilitas produk yang dimaksud disini adalah tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan atas penjualan produk yang dihasilkan. Untuk mengetahui tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat dilakukan dengan analisis *Contribution Margin* dan *Contribution Margin Ratio*.

*Contribution Margin (CM)* adalah kelebihan pendapat penjualan diatas biaya variabel (mulyadi, 1993:228). Konsep CM dapat berbentuk persentase yang disebut dengan *Contribution Margin Ratio*. *Contribution Margin Ratio (CMR)* adalah hasil bagi *Contribution Margin* dengan pendapatan penjualan dalam bentuk persentase (Mulyadi, 1993:232). *CMR* ini menyatakan seberapa besar perubahan yang terjadi akibat dari hasil penjualan yang dapat digunakan untuk menutup biaya tetapnya (*Fixed Cost*).

Dari analisis tersebut manajemen perusahaan dapat mengetahui jumlah sumbangan keuntungan dari setiap jenis produk akan bertambah atau berkurang sehubungan dengan perubahan hasil penjualan.

## III. METODE PENELITIAN

### 3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas penelitian pada masa sekarang (Nazir, 1998:63).

### 3.2 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

#### 3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

- a. Data primer adalah data yang di peroleh dari hasil survei secara langsung terhadap obyek yang diteliti.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara umum, baik data perusahaan sendiri maupun dari pihak-pihak yang berhubungan dengan obyek penelitian.

#### 3.2.2 Metode pengumpulan data.

Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

##### a. Observasi

Yaitu pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan langsung serta mengadakan pencatatan tertentu sesuai yang diperlukan yang ada hubungannya dengan penelitian.

##### b. Metode Interview.

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung dalam perusahaan dalam membuat catatan secara sistematis terhadap obyek penelitian.

##### c. Studi Literatur

Yaitu pengumpulan data dengan membaca buku-buku literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh landasan teori dan formulasi pemecahan masalah.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

- Cost Plus Pricing Method (CPPM)* adalah metode penetapan harga jual yang merupakan hasil dari penjumlahan biaya variabel dengan persentase *Mark-Up* dikalikan dasar penentuan laba.
- Varibel Independen dari model *Cost Plus Pricing Method* adalah persentase *mark-up* dan dasar penentuan laba yang merupakan total biaya variabel dan biaya-biaya lain variabel.
- Varibel dependen dari *Cost Plus Pricing Method* ini adalah harga jual.

### 3.4 Metode Analisis Data

Untuk menetapkan harga jual produk yang sesuai dengan tingkat profitabilitas yang diharapkan, digunakan langkah perhitungan sebagai berikut :

- Untuk mengetahui tingkat penjualan pada periode yang akan datang digunakan metode kuadrat terkecil (*Trend Least Square*) (Adisaputra dan Marwan Asri, 1996: 146)

$$Y = a + b X$$

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

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

Dimana:

Y = peramalan tingkat penjualan periode mendatang

a = konstanta/peramalan pada waktu X = 0

b = bilangan perubah waktu

X = satuan waktu

- Untuk mengetahui nilai persediaan akhir periode yang akan datang digunakan metode (*Inventory Turn Over*) (Adisaputra dan Marwan Asri, 1996:195).

# Digital Repository Universitas Jember

$$\text{ITO (Inventory Turn Over)} = \frac{\text{Tingkat penjualan}}{\text{Persediaan akhir}}$$

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

3. Untuk mengetahui tingkat produksi digunakan rumus (Adisaputra dan Marwan Asri, 1996: 183)

$$\begin{array}{ll} \text{tingkat penjualan} & \text{xx} \\ \text{persediaan akhir} & \frac{\text{xx}}{\quad} + \end{array}$$

$$\begin{array}{ll} \text{jumlah kebutuhan} & \text{xx} \\ \text{persediaan awal} & \frac{\text{xx}}{\quad} - \\ \text{tingkat produksi} & \text{xx} \end{array}$$

4. Memisahkan biaya semi variabel dengan metode kuadrat terkecil (Ahyari, 1993: 108)

$$Y = a + b X$$

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

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

Dimana:

$n$  = jumlah data yang digunakan

$Y$  = jumlah biaya semi variabel

$a$  = jumlah biaya tetap

$b$  = jumlah biaya variabel / unit

$X$  = tingkat keuntungan dalam perusahaan (unit).

5. Untuk menentukan ramalan harga bahan baku tahun 2002 dengan menggunakan *Gross Margin* (Machfoedz, 1991:252).

$$GM = \sqrt{(X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n)}$$

Dimana :

$Y$  = jumlah data rasio tahun 1,2,3...n.

$X_1, X_2, X_3 \dots X_n$  = rasio harga tahun 1,2,3...n.

6. Menghitung jumlah biaya produksi dengan metode *Direct Costing*. Metode ini digunakan karena biaya variabel langsung berpengaruh terhadap biaya produksi saat barang diproduksi, sedang biaya-biaya variabel tergantung pada jumlah unit yang diproduksi. Sehingga dari sini dapat diketahui pada tahun penjualan berapa yang dapat memberikan sumbangan keuntungan untuk menutup biaya tetap yang harus dikeluarkan selama kegiatan perusahaan berlangsung. Menurut Machfoedz, (1991:253) formulasinya sebagai berikut:

Biaya bahan baku	xx	
Biaya tenaga kerja langsung	xx	
BOP variabel	<u>xx</u> +	
Jumlah biaya produksi variabel		xx
Biaya variabel lain:		
Biaya penjualan	xx	
Biaya administrasi dan umum	<u>xx</u> +	
Jumlah biaya variabel lain		<u>xx</u> +
Jumlah biaya variabel		xx

$$\text{Biaya variabel/unit} = \frac{\text{Jumlah biaya variabel}}{\text{Jumlah unit yang diproduksi}}$$

7. Menghitung harga jual perunit dengan *Cost Plus Pricing Method (CPPM)* (Machfoedz, 1991: 255)

$$\text{Harga Jual} = ( \text{biaya produksi variabel} + \text{biaya lain variabel} ) + ( \% \text{ laba yang diinginkan} \times \text{dasar penentuan laba} )$$

8. Menurut Mulyadi (1993:233) Menghitung *contribusi margin* masing-masing produk digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{CMR} = \frac{\text{Cx} - \text{bx}}{\text{Cx}} \times 100\%$$

Dimana :

Cx = hasil penjualan

bx = biaya variabel

CMR = Contribusi Margin Ratio

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Obyek Yang Diteliti

#### 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Tahun 1956 UD. Yudistira yang berkedudukan di Jalan Dhoho no.6 dengan penanggung jawab Bapak Syukur merupakan perusahaan perseorangan yang menjual belikan tegel. Perusahaan ini merupakan salah satu agen pemasaran dari perusahaan tegel CV. Penataran yang berkedudukan di Jalan Kelud no.69 Blitar. UD. Yudistira sebagai agen berjalan cukup memuaskan karena kebutuhan masyarakat akan tegel serta kurang memadainya produksi dari perusahaan yang ada di Kediri pada saat itu.

Pada awal tahun 1958 UD. Yudistira sudah cukup dikenal serta mendapat kepercayaan masyarakat dalam hal kualitas serta harga daripada pesaing yang ada didaerah ini dan dengan adanya kebutuhan masyarakat akan tegel yang semakin meningkat dan permintaan yang cukup potensial maka secara resmi pada tahun 1960 dibuka cabang usaha perusahaan tegel yang berada di Jalan pasar Paing no.18 Kediri yang sekarang Jalan H.O.S Cokroaminoto no.20 Kediri. Cabang ini ditangani langsung oleh Bapak Hanif Abdul Rahman yang juga merangkap direktur perusahaan tegel CV. PENATARAN di Blitar. Kemajuan terus dicapai hingga pada akhir 1961 atas prakarsa Bapak Hanif Abdul Rahman dengan bantuan beberapa teman usaha maka dibentuk badan usaha yang semula UD menjadi CV (*comanditaire vennotschap*) melalui surat pengadilan no.10/ 960/Sp dengan akte pegang oleh Bapak Hanif Abdul Rahman.

Pada awal berdirinya perusahaan ini tidak mempunyai tempat sendiri sehingga dalam melakukan kegiatannya masih menyewa tempat orang lain. Namun berkat keuletan dan semangat dari pengelolanya perusahaan berkembang dengan pesat dan akhirnya pada tahun 1962 tempat yang semula disewa dibeli oleh Bapak Hanif Abdul Rahman atas nama saudara Fauzi dan pada saat itu pula mengadakan perluasan (*ekspansi*) usaha dengan membuka usaha baru di Jalan Imam Bonjol no.01 Kediri. Perluasan ini diresmikan oleh notaris Bapak

Soetidja Hadiwidjaja dengan izin no. 66 tanggal 18 September 1962 yang merupakan tempat produksi.

Lokasi baru ini maka segala kegiatan produksi dipindahkan di Jalan Imam Bonjol no.01 dan lokasi lama digunakan sebagai tempat pemasaran dan administrasinya. Pada tahun 1977 perusahaan ini membuka lokasi baru didesa Jetis wilayah kecamatan kota timur tepatnya Jalan Urip soemoharjo no.26 Kediri sebagai tempat produksi.

#### 4.1.2 Lokasi Perusahaan

Perusahaan tegel, beton dan sanitair CV. YUDISTIRA terletak di tiga daerah yaitu:

1. Kantor pusat : Jalan H.O.S. Cokroaminoto no.20 Kediri.
2. Perusahaan I : Jalan Imam Bonjol no.01 Kediri, sebagai tempat produksi.
3. Perusahaan II : Jalan Urip soemoharjo no.26 Kediri, sebagai tempat produksi.

Ditinjau dari lokasi perusahaan CV.YUDISTIRA Kediri mempunyai dua faktor keuntungan yaitu :

##### 1. Faktor primer

###### a Bahan mentah ( *Raw Material* )

Penyediaan bahan mentah tidak mengalami kesulitan karena sebagian besar dibeli dari Kediri dan Tulungagung.

###### b Tenaga kerja

Dalam penyediaan tenaga kerja tidak mengalami kesulitan karena berada tidak jauh dari pemukiman penduduk yang memiliki tingkat pendidikan dan ketrampilan yang memadai.

###### c Pemasaran

Masalah pemasaran sangat menunjang karena perusahaan ini tertua di Kediri sehingga konsumen dan pelanggan sudah mengenal sejak lama.

d Transportasi

Lokasi perusahaan I dan II berada dipinggir kota dan kantor pusatnya berada ditengah kota, namun semuanya berada dijalur jalan raya sehigga semua kendaraan dapat masuk atau berhenti didepan lokasi perusahaan.

Faktor sekunder

a Pembuangan limbah

Masalah pembuangan limbah produksi tidak mengalami kesulitan karena jauh dari pemukiman.

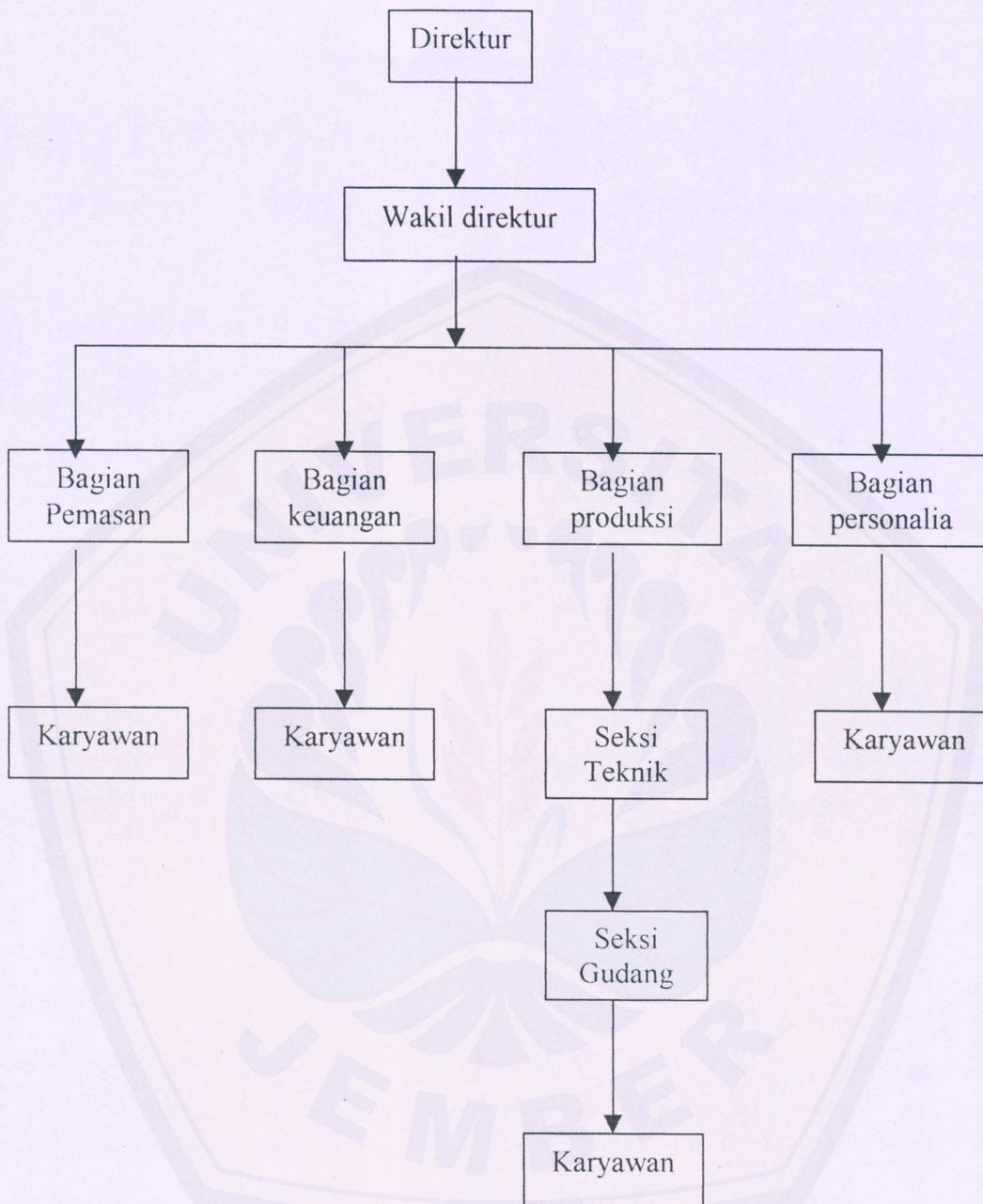
b Faktor sosial

Letak perusahaan yang jauh dari pemukiman penduduk, maka keberadaan perusahaan tidak mengganggu masyarakat.

4.1.3 Struktur Organisasi

Dalam menjalankan usahanya perusahaan tegel CV. Yudistira memakai sistem organisasi berbentuk garis, dimana pimpinan tertinggi adalah direktur yang bertugas mengawasi dan mengkoordinasikan bagian-bagian dibawahnya. Masing-masing bagian merupakan unit-unit yang berdiri sendiri dan kepala bagian menjalankan semua fungsi pengawasan dalam bagiannya.

Adapun bentuk struktur organisai sebagai berikut :



Gambar 1. Struktur organisai perusahaan tegel CV. Yudistira di kediri

Sumber data : CV. Yudistira Kediri

## Digital Repository Universitas Jember

Adapun pembagian wewenang dan tanggung jawab adalah sebagai berikut :

a. Direktur

Tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan kebijakan pokok tentang perencanaan , pengarahannya, pengorganisaan pengawasan serta penggunaan dan modal perusahaan.
2. Mendelegasikan wewenang dan tanggungjawab kepada kabag sesuai dengan bidangnya masing-masing.
3. Mengadakan dan menandatangani segala perjanjian dengan pihak lain dalam usaha.

b. Wakil direktur

Tugasnya antara lain :

1. Mewakili tugas pimpinan.
2. Membantu pimpinan dalam menjalankan fungsinya.
3. Memimpin dan bertanggung jawab atas pelaksanaan kerja dari kepala bagian administrasi dan keuangan.

c. Bagian pemasaran

Tugasnya antara lain :

1. Mengurus penjualan hasil akhir atau barang jadi perusahaan.
2. Mengurus transportasi pengiriman barang.
3. Merencanakan strategi penjualan.

d. Bagian produksi

Tugasnya antara lain :

1. Mengkoordinir segala kelancaran proses produksi.
2. Mengawasi aktivitas kerja bawahan agar sesuai dengan rencana.
3. Menentukan rencana pemakaian bahan
4. Bertanggung jawab atas kuantitas dan kualitas hasil produksi

Bagian produksi terdiri dari dua seksi yaitu :

1. Seksi tehnik yang bertugas melaksanakan kesempurnaaan tehnik sehingga target terpenuhi baik kualitas maupun kuantitasnya.
2. Seksi gudang yang bertugas mengadakan pengaturan penyimpanan dan pemeliharaan barang yang masuk dan keluar gudang.

- e. Bagian keuangan  
Tugasnya adalah mencatat dan mengawasi pemasukan serta pengeluaran uang atas perintah pimpinan.
- f. Bagian personalia  
Tugasnya antara lain :
  1. Menjaga keselamatan dan kesejahteraan karyawan.
  2. Merencanakan dan mengatur penerimaan, sanksi dan menetapkan pemutusan hubungan kerja serta bertanggung jawab pada direktur.
- g. Karyawan  
Karyawan CV. Yudistira ada dua ,yaitu :
  1. Karyawan tetap  
ialah karyawan yang bekerja tetap pada perusahaan yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh besar kecilnya produk yang dihasilkan perusahaan.
  2. Karyawan tidak tetap  
ialah karyawan yang bekerja bila dibutuhkan oleh perusahaan dan jumlahnya tergantung besar kecilnya produk yang dihasilkan perusahaan.

#### 4.1.4 Aspek Ketenaga Kerjaan

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang selalu berkaitan dengan faktor produksi lainnya. Tenaga kerja pada perusahaan tegel CV. Yudistira Kediri mempunyai kualifikasi pendidikan yang menentukan jabatan karyawan dan disajikan pada tabel 1 berikut ini :

**Tabel 1**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Jumlah karyawan**  
**(orang)**

JABATAN	PENDIDIKAN			
	PT	SLTA	SLTP	SD
Direktur	1			
Wakil direktur	1			
Bagian administrasi	1			
Bagian pemasaran		2		
Bagian pembelanjaan		1		
Mandor		1		
Sopir			3	
Bagian cetak				8
Bagian selep				2
Bagian angkut				4
Bagian poles				5
Bagian pembuat kaki				4
Bagian pencampur kepala (dasar)				4
<b>Jumlah</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>27</b>

Sumber data : CV.Yudistira Kediri

#### 4.1.4.1 Sistem Gaji Dan Upah

Sistem gaji dan upah untuk pimpinan, wakil pimpinan dan para pimpinan bagian adalah sistem bulanan dan sampai sekarang masih berlaku. Sedangkan pekerja harian biasa sistem gaji dan upah dibayarkan tiap minggu sekali yaitu pada hari sabtu. Untuk pekerja borongan, sistem upah diterima oleh pekerja tergantung dari hasil yang mereka peroleh yang dibayarkan pada hari sabtu pula.

#### 4.1.4.2 Hari Kerja Dan Jam Kerja Karyawan

Hari kerja dan jam kerja yang digunakan oleh CV. Yudistira adalah sebagai berikut :

Hari kerja	Jam kerja	Istirahat
Senin – Kamis	08.00 – 16.00 WIB	12.00 – 13.00
Jum'at	08.00 – 11.00 WIB	-
Sabtu	08.00 – 16.00 WIB	12.00 – 13.00

#### 4.1.5 Aspek Produksi

##### 4.1.5.1 Bahan Yang Digunakan

- a. semen abu-abu dan semen putih  
semen merupakan bahan baku utama yang menentukan kualitas dari tegel, sebab banyak sedikit semen untuk pencampuran merupakan penentuan utama dari produk.
- b. Pasir  
Pasir digunakan untuk pembentukan proses produksi diambil dari daerah kediri dan sekitarnya yang terletak tidak jauh dari pabrik.
- c. Mill stone dan batu trasso  
Untuk tepung mill dan batu trasso diambil dari Tulung agung. Mill stone dan batu trasso sebelum digunakan sebagai bahan pembuat tegel harus bagus.
- d. Verf dan cat warna  
Digunakan untuk mewarnai pada tegel khusus produk tegel warna dan dapat diperoleh dari supliernya  
Setiap unit produk mempunyai komposisi bahan baku yang dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

**Tabel 2**  
**CV. Yudistira Kediri**  
**Komposisi Pemakaian Bahan Baku**  
**(perunit)**

Jenis bahan baku	satuan	Tegel polos	Tegel warna	Tegel trasso
Semen abu-abu	Kg	0,2	0,2	0,2
Semen putih	Kg	-	0,2	0,2
Mill stone	Kg	0,2	0,007	0,4
Trasso	Kg	-	-	0,4
Pasir	M <sup>3</sup>	0,004	0,004	0,004
Verf	Kg	-	0,0016	-

Sumber data : CV. Yudistira Kediri

Sedangkan perkembangan harga bahan baku tahun 1997-2001 terlihat pada tabel 3 dibawah ini :

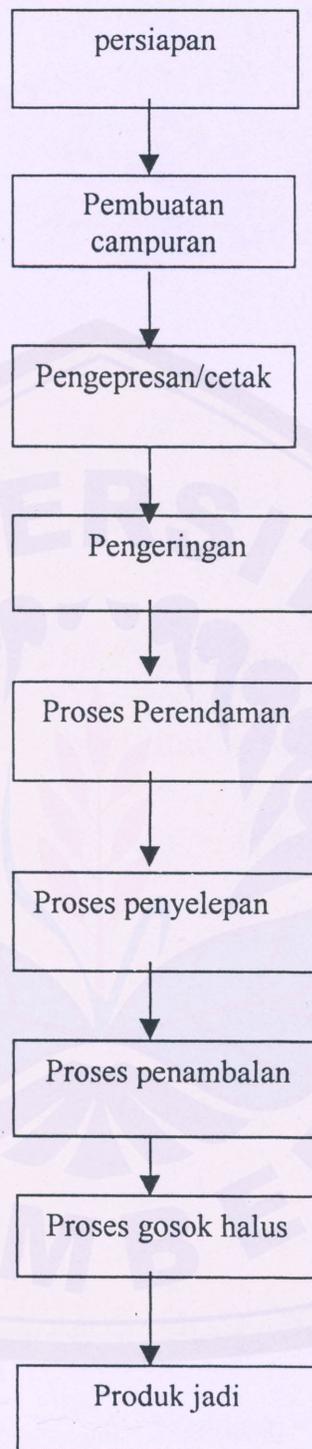
**Tabel 3**  
**CV. Yudistira Kediri**  
**Perkembangan Harga Bahan Baku Tahun 1997-2001**  
**(dalam Rupiah)**

Jenis bahan baku	Satuan	1997	1998	1999	2000	2001
Semen abu-abu	kg	362	394	429	437	450
Semen putih	kg	593	597	615	630	650
mill stone	kg	140	145	152	155	160
trasso	kg	222	232	247	281	450
pasir	m <sup>3</sup>	5.205	6.000	6.434	7.048	7.500
verf	kg	12.275	12.708	13.183	13.732	15.000

Sumber data : CV. Yudistira Kediri

#### 4.1.5.2 Proses Produksi

Proses produksi yang digunakan CV. Yudistira bersifat *Continuous Procees* (terus menerus), yaitu proses dimana bahan dasar mengalir dengan berurutan melalui beberapa tingkat pengerjaan sampai menjadi barang jadi. Adapun proses produksinya adalah sebagai berikut :



Gambar 2 : proses produksi

Sumber data : CV.Yudistira Kediri

a. Tahap pertama : Proses persiapan

Pasir yang digunakan dalam proses produksi adalah pasir halus sehingga yang sebelumnya pasir kasar disaring dulu. Demikian pula untuk batu trasso atau marmer digiling lebih dahulu untuk mendapatkan ukuran yang telah ditentukan.

b. Tahap kedua : Proses pencampuran

Terdiri dari :

- 1) Lapisan paling atas terdiri dari campuran semen, millstone putih dan batu trasso dengan perbandingan 3:1:1.
- 2) Lapisan tengah yang disebut bebaran, menggunakan campuran semen dan mill stone hitam dengan perbandingan 2:3, bagian ini terletak diantara lapisan atas dan lapisan kaki.
- 3) Lapisan bawah yang disebut lapisan kaki, menggunakan campuran semen dan pasir dengan perbandingan 1:4.

c. Tahap ketiga : proses pengepresan

Dalam proses ini disediakan alat cetakan sesuai dengan ukuran, lapisan pertama dimasukkan dalam cetakan lalu lapisan kedua, lapisan kedua dan terakhir lapisan ketiga, selanjutnya dipress dengan mesin press bertekanan 150 kg.

d. Tahap keempat : proses pengeringan

Tegel yang sudah dikeluarkan dari cetakan diletakkan pada rak pengeringan dalam posisi tidur atau mendatar, agar tidak melengkung.

e. Tahap kelima : proses perendaman

Tegel yang sudah cukup dikeringkan selama lebih kurang empat hari untuk menghilangkan noda soda yang terdapat pada semen dan agar tegel akan menjadi kuat.

f. Tahap keenam : proses penyelepan

Pada proses ini tegel diselep dan digosok agar permukaan rata dan timbul motifnya.

g. Tahap ketujuh : penambalan

Pada proses ini permukaan tegel yang belum rata/berlubang ditambah/ditutup dengan semen putih dan cat pewarna kemudian dikeringkan.

h. Tahap kedelapan : Proses gosok halus

Proses ini yaitu digosok dengan batu gosok halus untuk mengupas tambalan lebih dan agar tegel mengkilap lalu dicuci dan dikeringkan , setelah proses ini tegel siap untuk dijual.

Pembuatan tegel trasso sama dengan pembuatan tegel biasa hanya pada permukaan lapisan pertama diberi batu trasso dengan warna disesuaikan selera konsumen begitu pula dengan tegel yang permukaannya berupa kotak kecil proses pembuatannya sama dengan tegel biasa hanya cetakannya yang berbeda.

Daftar peralatan produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk tegel tahun 1997-2001 dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini :

**Tabel 4**

**CV. Yudistira Kediri**

**Daftar Peralatan Produksi Tahun 1997-2001**

No	nama mesin	Jumlah (unit)	Tahun pembelian	Harga perolehan (Rp)	umur ekonomis	nilai sisa (Rp)
1	mesin campur	2	1984	23.750.000	20	2340.000
2	mesin press	5	1983	12.002.000	20	590.000
3	mesin potong	4	1992	8.250.000	10	310.000
4	mesin selep	2	1987	23.490.000	25	2.790.750
5	bak perendam	4	1991	5.245.000	11	825.000
6	rak pengering	2	1994	8.500.000	10	723.000
7	alat pemoles	2	1990	3.300.000	12	50.000

Sumber data : CV. Yudistira Kediri

4.1.5.3 Hasil Produk :

Tegel dengan jenis dan ukuran sebagai berikut :

a Tegel polos : 20 X20 (cm)

b Tegel warna : 20 X20 (cm)

c Tegel trasso : 30 X30 (cm)

## 4.1.5.4 Volume produksi

Data volume produksi CV.Yudistira tahun 1997-2001 yang berupa tegel polos, tegel trasso dan tegel warna dapat dilihat dalam tabel 5 dibawah ini :

**Tabel 5**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Data Volume Produksi Tahun 1997-2001**  
**(dalam unit)**

Jenis produk	Tahun				
	1997	1998	1999	2000	2001
Tegel polos	199.947	229.140	245.930	253.536	280.437
Tegel warna	105.960	165.370	157.670	185.494	195.257
Tegel trasso	36.850	41.300	51.600	60.000	61.856

Sumber data : CV.Yudistira Kediri

Data persediaan awal dan persediaan akhir tahun 1997-2001 dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini :

**Tabel 6**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Data Persediaan Awal dan Akhir Tahun 1997-2001**  
**(dalam unit)**

Tahun	Jenis produksi					
	Tegel polos		Tegel warna		Tegel trasso	
	Persd. awal	Persd. Akhir	Persd. Awal	Persd. akhir	Persd. Awal	Persd. Akhir
1997	50.557	43.985	31.665	26.338	48.291	44.701
1998	43.985	52.480	26.338	36.052	44.701	45.197
1999	52.480	56.031	35.615	40.017	45.197	48.390
2000	53.580	55.538	32.728	37.191	46.767	55.859
2001	54.611	56.437	38.980	41.233	49.603	38.809

Sumber data : CV.Yudistira Kediri

## 4.1.6 Aspek Pemasaran

### 4.1.6.2 Saluran Distribusi

Dalam memasarkan produknya CV.Yudistira menggunakan saluran distribusi sebagai berikut:

1. Produsen —————> konsumen  
 Produk jadi disalurkan dari perusahaan sebagai produsen langsung kepada pembeli, pada umumnya langkah ini diambil untuk pembelian dalam jumlah besar misalnya kontraktor.
2. Produsen —————> pengecer/retailer —————> konsumen  
 Hasil produksi disalurkan pada retailer yang kemudian disalurkan kekonsumen, biasanya untuk pembelian skala rumah tangga.

### 4.1.6.2 Promosi penjualan

Promosi penjualan yang dilakukan oleh CV.Yudistira antara lain dengan papan nama dan *Personal Selling* (khusus pemborong).

### 4.1.6.3 Daerah pemasaran

Faktor yang penting bagi perusahaan adalah pemasaran karena tanpa suatu pemasaran perusahaan sulit berkembang, sehingga tidak dapat mencapai tingkat keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan.

Daerah pemasaran produk CV.Yudistira meliputi beberapa daerah antara lain : Kediri, Blitar, Tulung agung, Nganjuk dan Kertosono.

### 4.1.6.4 Pesaing

Dalam pemasaran produk CV.Yudistira menghadapi persaingan yang sangat ketat baik didalam kota maupun diluar kota, perusahaan yang menjadi pesaing tersebut antara lain : CV. Nusantara Kediri di Kediri, CV. Bina Karya di Kediri, CV. Fascka di Kertosono, CV. Nusa Jaya di Tulung agung, CV. Barokah di Kediri

### 4.1.6.5 Harga Jual Dan Volume Penjualan

Nilai penjualan produk tegel polos CV.Yudistira tahun 1997 sampai dengan tahun 2001 disajikan pada tabel 7 berikut ini :

Tabel 7

## CV.Yudistira Kediri

## Nilai Penjualan Tegel Polos Tahun 1997-2001

Tahun	Volume penjualan (unit)	Harga jual (Rp)	Nilai penjualan (Rp)
1997	195.100	400	7.804.000
1998	218.250	450	98.212.500
1999	239.100	475	113.572.500
2000	243.980	500	121.990.000
2001	275.611	525	146.270.775

Sumber data : CV.Yudistira Kediri

Nilai penjualan produk tegel warna CV.Yudistira tahun 1997 sampai dengan tahun 2001 disajikan pada tabel 8 dibawah ini :

Tabel 8

## CV. Yudistira Kediri

## Nilai Penjualan Tegel Warna Tahun 1997-2001

Tahun	Volume penjualan (unit)	Harga jual/unit (Rp)	Nilai penjualan (Rp)
1997	138.300	425	587.777.500
1998	139.200	450	62.640.000
1999	145.900	500	72.950.000
2000	158.587	525	83.258.175
2001	166.934	600	100.160.400

Sumber data : CV.Yudistira Kediri

Nilai penjualan produk tegel trasso CV.Yudistira tahun 1997 sampai dengan tahun 2001 disajikan pada tabel 9 dibawah ini :

Tabel 9

## CV.Yudistira Kediri

## Nilai Penjualan Tegel Trasso Tahun 1997-2001

Tahun	Volume penjualan (unit)	Harga jual/unit (Rp)	Nilai penjualan (Rp)
1997	32.200	2.150	69.230.000
1998	38.800	2.325	90.210.000
1999	45.350	2.425	109.973.750
2000	48.316	2.850	137.700.600
2001	72.460	3.000	217.380.000

Sumber data : CV.Yudistira Kediri

## 4.2. Analisis Data

### 4.2.1. Penentuan Harga Jual

Untuk mengetahui harga jual masing-masing produk tahun 2001 digunakan langkah-langkah penyelesaian sebagai berikut .

#### 4.2.1.1 Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan merupakan dasar dari rencana dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, sedangkan penjualan merupakan dasar untuk menganalisa biaya dan laba yang akan terjadi. Adapun ramalan penjualan tahun 2002 pada CV.Yudistira dapat dilihat pada tabel 10 dibawah ini :

**Tabel 10**  
**CV. Yudistira Kediri**  
**Ramalan Penjualan Tahun 2002**

No	Jenis produk	Penjualan (unit)
1	Tegel polos	290.434
2	Tegel warna	192.533
3	Tegel trasso	74.436

Sumber data : lampiran 1,2,3

Berdasar tabel diatas ramalan penjualan tegel polos adalah 290.434 unit, tegel warna adalah 192.533 unit, tegel trasso adalah 74.436 unit.

#### 4.2.1.2 Penentuan Persediaan Akhir Barang Jadi

Penentuan persediaan akhir barang jadi digunakan untuk membantu menghitung anggaran produksi. Tabel 11 berikut ini adalah tabel yang menunjukkan besarnya persediaan akhir barang jadi CV.Yudistira tahun 2002 .

**Tabel 11**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Persediaan akhir barang jadi tahun 2002**

No.	Jenis produk	Persediaan akhir (unit)
1.	Tegel polos	59.737
2.	Tegel warna	55.033
3.	Tegel trasso	35.627

Sumber data : lampiran 4,5,6.

Persediaan akhir barang jadi tahun 2002 berdasar tabel 11 untuk tegel polos 59.737 unit, tegel warna 55.033 unit, tegel trasso 35.627 unit.

#### 4.2.1.3 Penyusunan Anggaran Produksi

Langkah berikutnya setelah ramalan penjualan dan persediaan akhir barang jadi dihitung adalah penyusunan anggaran produksi untuk masing-masing produk. Anggaran produksi CV.Yudistira pada tahun 2002 terlihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 12**  
**CV. Yudistira Kediri**  
**Anggaran produksi tahun 2002**  
**(unit)**

Keterangan	Tegel polos	Tegel warna	Tegel trasso
Tingkat penjualan	290.434	192.533	74.436
Persediaan akhir	59.737	55.033	35.627
Jumlah yang dibutuhkan	350.171	247.566	110.063
Persediaan awal	56.437	41.233	38.809
Tingkat produksi	293.734	206.333	71.254

Sumber data : tabel 6,10 dan 11 diolah

Tabel diatas menunjukkan besarnya anggaran produksi tegel polos 293.734 unit, tegel warna 206.333 unit, tegel trasso 71.254 unit.

#### 4.2.1.4 Pemisahan Biaya Semi Variabel Kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Biaya yang dikeluarkan dapat dibedakan menjadi tiga jenis biaya, yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel.

Khusus biaya variabel yang mengandung unsur biaya tetap dan biaya variabel yang harus dipisahkan lebih dahulu kedalam biaya tetap dan biaya variabel. Tabel 13 dibawah ini adalah tabel hasil pemisahan biaya semi variabel tahun 2002 pada CV.Yudistira kediri :

**Tabel 13**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Hasil Pemisahan Biaya Semi Variabel Tahun 2002**  
**( dalam Rupiah )**

Jenis biaya	Biaya tetap	Biaya variabel / unit
Biaya listrik dan air	3.307.012,07	2,47
Biaya perbaikan dan pemeliharaan	3.498.638,95	1,82
Biaya administrasi dan umum	3.164.287,00	1,31
Biaya pemasaran	6.498.649,58	1,82

Sumber data : lampiran 8,9,10,11

Dari tabel 13 diketahui besarnya biaya tetap dan biaya variabel hasil pemisahan biaya semi variabel. Biaya tetap masing-masing jenis biaya adalah biaya listrik dan air Rp 3.307.012,07, biaya perbaikan dan pemeliharaan Rp 3.498.638,95, biaya administrasi dan umum Rp 3.164.287, biaya pemasaran Rp 6.498.649,58. Biaya variabel perunit adalah biaya listrik dan air Rp 2,47, biaya perbaikan dan pemeliharaan Rp 1,82, biaya administrasi dan umum Rp 1,31 dan biaya pemasaran Rp 1,82 .

Alokasi biaya listrik dan air tetap, perbaikan dan pemeliharaan tetap tahun 2002 masing-masing produk dapat dilihat pada tabel 14 berikut ini :

**Tabel 14**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Alokasi Biaya Listrik dan Air Tetap, Perbaikan dan Pemeliharaan Tetap**  
**Tahun 2002**  
**(dalam Rupiah)**

Keterangan	Anggaran produksi (unit)	Persentase (%)	Biaya listrik	Biaya perbaikan dan pemeliharaan
Tegel polos	293.734	0,15	1.686.576,15	1.784.305,87
Tegel warna	206.333	0,36	1.190.524,35	1.259.510,02
Tegel trasso	71.254	0,13	429.911,57	454.823,06
Jumlah	571.321	1,00	3.307.012,07	3.498.638,95

Sumber data : tabel 11 dan 12 diolah

Berdasar tabel 14 alokasi biaya listrik dan air tetap pada tegel polos Rp 1.613.786, tegel warna Rp 1.139.143,32, tegel trasso Rp 411.357,31, sedangkan alokasi biaya perbaikan dan pemeliharaan tetap pada tegel trasso Rp 3.314.311,28, tegel warna Rp 2.339.513,85, tegel trasso Rp 844.824,45.

Tabel 15 dibawah ini menyajikan alokasi biaya administrasi dan umum tetap, pemasaran tetap untuk masing-masing produk tahun 2002.

**Tabel 15**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Alokasi Biaya Administrasi dan Umum Tetap, Pemasaran Tetap Tahun 2002**  
**(dalam Rupiah)**

Keterangan	Anggaran produksi (unit)	Persentase (%)	Biaya administrasi dan umum	Biaya pemasaran
Tegel polos	293.734	0,15	1.613.786,37	3.314.311,28
Tegel warna	206.333	0,36	1.139.143,32	2.339.513,85
Tegel trasso	71.254	0,13	411.357,31	84.482,45
Jumlah	571.321	1,00	3.164.287	6.498.649,58

Sumber data : tabel 11 dan 12 diolah

Tabel 15 menunjukkan alokasi biaya administrasi dan umum serta pemasaran tetap pada masing-masing produk. Berdasar tabel tersebut alokasi biaya administrasi dan umum tetap pada tegel polos Rp 1.613.786,37, tegel warna Rp 1.139.143,32, tegel trasso Rp 411.357,31. Sedangkan alokasi biaya pemasaran tetap pada tegel polos Rp 3.314.311,28, tegel warna Rp 2.339.513, tegel trasso Rp 84.482,45.

#### 4.2.1.5 Menghitung biaya variabel perunit tahun 2002

Jumlah biaya variabel dihitung dengan menggunakan metode *Direct Costing Pricing*. Metode ini digunakan karena biaya variabel langsung berpengaruh terhadap biaya produksi pada saat barang diproduksi, sedangkan besarnya biaya variabel tergantung pada jumlah unit yang diproduksi.

Tabel 16 dibawah ini menunjukkan perhitungan biaya variabel perunit untuk masing-masing produk pada tahun 2002.

**Tabel 16**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Perhitungan Biaya Variabel Perunit Tahun 2002**  
**(dalam Rupiah)**

Keterangan	Tegel polos	Tegel warna	Tegel trasso
Biaya bahan baku	46.975.116	61.423.271	25.278.354
Biaya tenaga kerja langsung	43.869.900	30.811.350	10.668.750
BOP variabel :			
Biaya listrik dan air	725.522,98	509.642,51	175.997,38
Biaya perbaikan dan pemeliharaan	534.595,88	375.526,06	129.682,28
Jumlah biaya prod.variabel	92.105.134,86	93.119.789,57	36.252.783,66
Biaya variabel lain :			
Biaya administrasi dan umum	384.791,54	270.296,23	93.342,74
Biaya pemasaran	534.595,88	375.526,06	129.682,28
Jumlah biaya variabel lain	919.387,42	645.822,29	223.025,02
Jumlah biaya variabel	93.024.522,28	93.765.611,86	36.475.808,68
Unit produksi	293.734	206.333	71.254
Biaya variabel perunit	316,7	4.154,4	511,91

Sumber data : tabel 12 dan lampiran 13,15,22,23

## Digital Repository Universitas Jember

Berdasar tabel diatas besarnya biaya variabel perunit tahun 2001 untuk tegel polos Rp 316,7, tegel warna Rp 4.154,4, tegel trasso Rp 511,91.

### 4.2.1.6 Penentuan harga jual tahun 2002

Metode penentuan harga jual yang digunakan CV.Yudistira adalah metode *Direct Cost Pricing* suatu metode penentuan harga jual yang hanya memperhitungkan biaya variabel. Metode ini dikenal juga dengan metode *Marginal Income Pricing* karena dalam metode ini hanya memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume atau penjualan yang menghasilkan *Marginal Income*. Dengan metode ini harga jual ditentukan dengan cara sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = (\text{biaya produksi variabel} + \text{biaya lain variabel}) + (\% \text{ laba yang diinginkan} \times \text{dasar penentuan laba})$$

Berdasar hasil wawancara dengan pihak perusahaan, besarnya persentase *mark-up* yang ditentukan perusahaan berdasarkan total *cost* dan prospek pemasaran tiap jenis produk yaitu, produk tegel polos , tegel warna , tegel trasso . Dimana total *cost* yang digunakan sebagai dasar penentuan persentase *mark-up* ini bersifat standart dan telah ditentukan oleh perusahaan untuk beberapa periode.

Berdasar data-data pada tabel 16, maka perhitungan harga jual perunit masing-masing produk tahun 2002 dapat dihitung pada tabel 17 berikut ini.

**Tabel 17**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Perhitungan harga jual perunit tahun 2002**  
**(dalam rupiah)**

Keterangan	Tegel polos	Tegel warna	Tegel trasso
Biaya prod. variabel	313,56	451,31	508,78
Biaya lain variabel	3,13	3,13	3,13
Jumlah biaya variabel	316,7	4.154,4	511,91
Persentase mark-up	25 %	33,5 %	30 %
Perhitungan harga jual :			
Biaya variabel + (% laba yang diinginkan x dasar penentuan laba)	316,7 + (25% + 316,7)  = 395,88	4.154,4 + (33,5% + 4.154,4)  = 5.546,13	511,91 + (30% + 511,91)  = 665,48
Harga jual	395,88	5.546,13	665,48

Sumber data : tabel 16 dan lampiran 24, data diolah

Dalam tabel 17 menunjukkan harga jual perunit pada tahun 2002 untuk tegel polos Rp 395,88, tegel warna Rp 5.546,13, tegel trasso Rp 665,48.

#### 4.2.2 Menentukan Tingkat Profitabilitas Produk

Analisis tingkat profitabilitas merupakan salah satu bentuk analisis yang digunakan untuk mengetahui sampai seberapa besar tingkat laba yang dicapai oleh masing-masing produk yang dijual perusahaan. Tingkat profitabilitas hasilnya diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$CMR = \frac{Cx - bx}{Cx} \times 100\%$$

Berdasarkan data pada lampiran 20, maka dapat diketahui tingkat profitabilitas produksi CV. Yudistira pada tahun 2002 seperti pada tabel dibawah ini.

**Tabel 18**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Tingkat Profitabilitas Produksi Tahun 2002**

No.	Jenis produk	CMR (%)
1.	Tegel polos	19,89
2.	Tegel warna	91,22
3.	Tegel trasso	26,36

Sumber data : lampiran 20

Dalam tabel diatas diketahui bahwa tingkat profitabilitas produk dari hasil analisis yaitu, tegel polos tingkat profitabilitas CMR sebesar 19,89%, tegel warna CMR sebesar 91,73%, tegel trasso CMR sebesar 26,36%.

#### 4.2.3 Membandingkan Laba Kontribusi Produk Dengan Biaya Tetap Tahun 2002

Perbandingan laba kontribusi produk diperlukan untuk memberikan gambaran jumlah laba kontribusi yang tersedia untuk menutup biaya tetap dan untuk menghasilkan laba, seperti terlihat pada tabel 19 berikut ini yang menyajikan perbandingan laba kontribusi produk dengan biaya tetap tahun 2002.

**Tabel 19**  
**CV.Yudistira Kediri**  
**Perbandingan Laba Kontribusi Produk dengan Biaya Tetap**  
**Tahun 2002**  
**(dalam Rupiah)**

Keterangan	Jenis produk			Total
	Tegel polos	Tegel warna	Tegel trasso	
Volume penjualan ( unit)	290.434	192.533	74.436	557.403
Pend. Penjualan	114.977.011,9	1.067.813.047	49.535.669,28	
Biaya variabel	65.119.792,28	93.765.611,86	36.475.808,68	19.361.212,8
Laba kontribusi	93.025.557,8	857.189.815,2	36.475.635,14	986.691.008,1
Biaya tetap				38.922.587,6
Laba bersih				947.768420,5
Laba kontribusi perunit	302,3	4.452,17	490,03	1.770,16

Sumber data : tabel 10 dan lampiran 20, 21,25,26

Tabel 19 diatas adalah tabel yang menunjukkan perbandingan laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tahun 2002 yaitu pada produk tegel polos Rp 302,3, tegel warna Rp 4.452,17, tegel trasso Rp 490,03.

#### 4.3 Pembahasan

penentuan harga jual masing-masing produk tahun 2002 berdasar tabel 17 yaitu produk tegel polos 395,88, tegel warna 5.546,13, tegel trasso 665,48. Penentuan harga jual tersebut berdasar pada tingkat mark-up yang diinginkan oleh perusahaan yaitu untuk produk tegel polos 25%, tegel warna 33,5% dan tegel trasso 30%, keputusan ini diambil karena telah mampu menutup biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksinya.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 18 tingkat profitsabilitas produk yang digunakan untuk mengetahui sampai seberapa besar laba yang diperoleh masing-masing produk menunjukkan besarnya CMR tahun 2002 pada produk tegel polos

## Digital Repository Universitas Jember

19,89%, tegel warna 91,22%, tegel trasso 26,36%, sehingga total *Contribution Margin Ratio* sebesar 137,47. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan mampu menutup seluruh biaya tetap (*Fixed Cost*) apabila terjadi peningkatan penjualan sejumlah seperti tersebut diatas.

Perbandingan laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tahun 2002 seperti terlihat pada tabel 19 yang menunjukkan besarnya laba untuk produk tegel polos Rp 302,3, tegel warna Rp 4.452,17 dan tegel trasso Rp 490,33 sehingga laba kontribusi produk terbesar terdapat pada tegel warna sebesar Rp 4.452,17. Ini membuktikan bahwa produk tegel warna memiliki kemampuan tinggi untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba. Dengan mengetahui dampak terhadap laba, setiap alternatif tindakan yang dipertimbangkan sekarang yang menjadi dasar manajemen dalam mengambil keputusan ekonomis rasional.

Kemampuan produk dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba tidak hanya diukur atas dasar informasi laba kontribusi perunit, namun diukur dari laba kontribusi perunit yang dihubungkan dengan pemanfaatan sumber daya yang langka.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasar hasil analisis data dan pembahasan penentuan harga jual dengan *Cost Plus Pricing Method*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

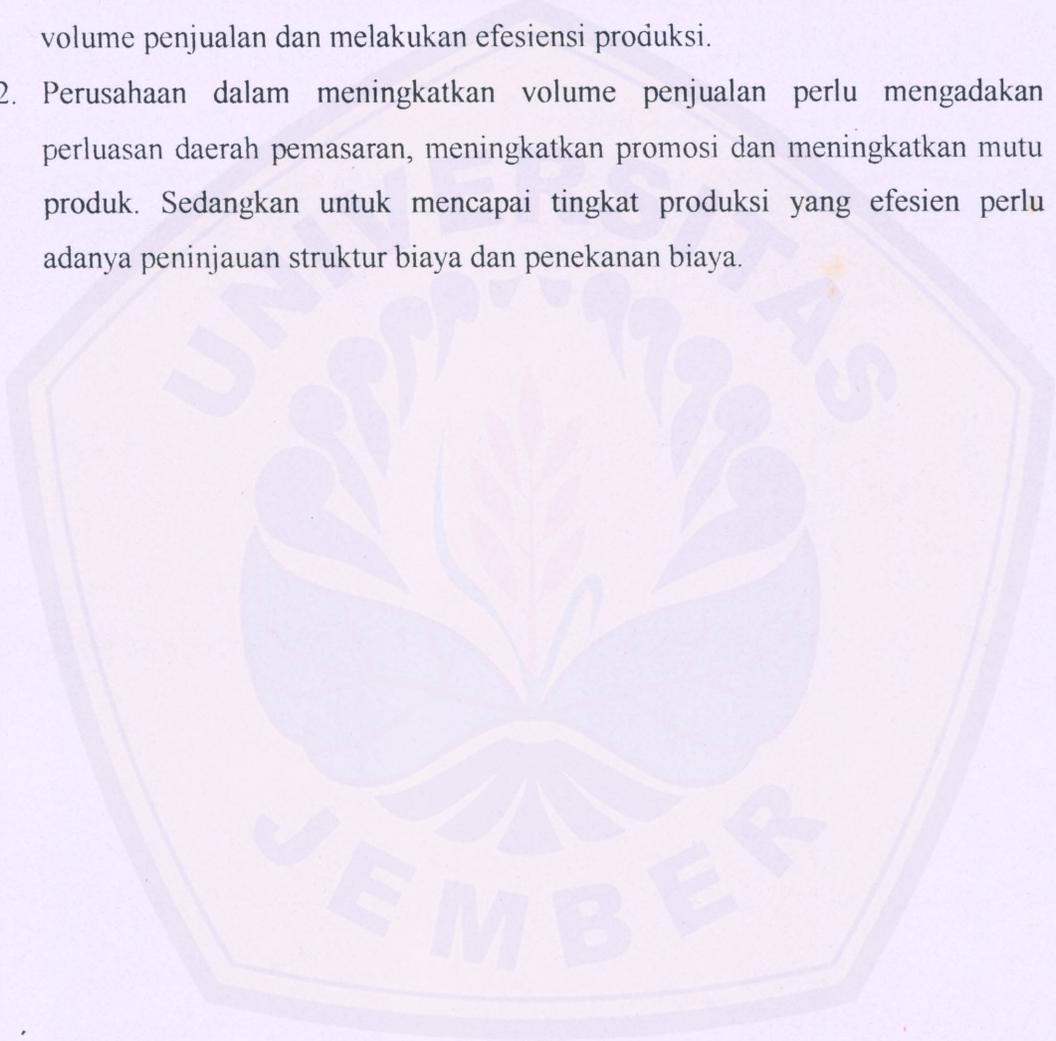
1. Harga jual produk yang mampu menutup seluruh biaya pada tahun 2002 untuk masing-masing produk berdasarkan hasil analisis dengan *Cost Plus Pricing Method* dengan pendekatan *Direct Costing* maka dapat diketahui :
  - a. Harga jual tegel polos Rp 395,88 per unit dengan rencana penjualan sebesar 290.434 unit sehingga nilai penjualannya Rp114.977.011,9.
  - b. Harga jual tegel warna Rp 5.546,13 per unit dengan rencana penjualan sebesar 192.533 unit sehingga Rp1.067.813.047.
  - c. Harga jual tegel trasso Rp 665,48 per unit dengan rencana penjualan sebesar 74.436 unit sehingga nilai penjualannya Rp 36.475.635,14.
2. Besarnya tingkat profitabilitas tiap-tiap produk yang dapat dicapai perusahaan berdasar tingkat profitabilitas tiap-tiap produk yang dapat dicapai perusahaan berdasar analisis *Contribusi Margin Ratio* yaitu produk tegel polos sebesar 19,89%, tegel warna 91,22%, tegel trasso 26,36%.
3. Produk yang mampu memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba tertinggi berdasar perbandingan laba kontribusi produk dengan biaya tetap pada tahun 2002 untuk produk tegel polos sebesar Rp 302,3, tegel warna sebesar Rp 4.452,17, tegel trasso sebesar Rp 490,03. Berdasarkan perbandingan tersebut terlihat bahwa laba kontribusi produk tiap unit pada tahun 2002 untuk produk tegel warna memiliki laba kontribusi per unit tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa produk tegel warna mampu memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap dan menghasilkan laba paling tinggi.



## 5.2 Saran

Berdasar hasil analisis data penelitian ada beberapa saran yang mungkin dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi perusahaan CV.Yudistira sebagai obyek penelitian. Adapun saran dari peneliti adalah :

1. Mengingat tujuan utama perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya , maka sebaiknya perusahaan berusaha meningkatkan volume penjualan dan melakukan efisiensi produksi.
2. Perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan perlu mengadakan perluasan daerah pemasaran, meningkatkan promosi dan meningkatkan mutu produk. Sedangkan untuk mencapai tingkat produksi yang efisien perlu adanya peninjauan struktur biaya dan penekanan biaya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputra, Gunawan dan Marwan Asri, 1998, *Anggaran Perusahaan I*, BPFE, Yogyakarta.
- Ahyari, Agus, 1993, *Manajemen Produksi*, BPFE, Yogyakarta.
- Horngren, C.T, 1995, *Akuntansi Biaya Dengan Pendekatan Manajerial*, Edisi Indonesia, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Indonesia, PT. Prehallinndo, Jakarta.
- Machfoedz, Mas'ud, 1991, *Akuntansi Manajemen*, BPFE, Yogyakarta.
- Magdalena, F.C.S, 2001, *Analisis Penentuan Harga Jual Kaitannya Dengan Peningkatan Profitabilitas Pada PT. Bendoel Prima Dimalang*, Skripsi Universitas Jember.
- Mulyadi, 1993, *Akuntansi Manajemen*, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Nazir, Muhamad, 1998, *Metodologi Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Sugiri, Slamet, 1994, *Akuntansi Manajemen*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Supriyono, R.A, 1991, *Akuntansi Manajemen*, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Sumarni Murti dan Johan Suprihanto, 1995, *Pengantar Bisnis*, Liberty, Yogyakarta.
- Swasta, Basu, 1990, *Azas-Azas Marketing*, BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 1995, *Strategi Pemasaran*, Andy Offset, Yogyakarta.
- Wijayati, Sri, 2001, *Analisis Penetapan Harga Jual Hubungannya dengan Profitabilitas Pada PT. Kediri Wood Industri*, Skripsi Universitas Jember.

## Lampiran 1:

**CV. Yudistira Kediri**  
**Ramalan Penjualan Tegel Polos Tahun 2002**  
**( dalam unit)**

Tahun	x	Y	x <sup>2</sup>	xy
1997	-2	195.100	4	-390.200
1998	-1	218.250	1	-218.250
1999	0	239.100	0	0
2000	1	243.980	1	243.980
2001	2	275.611	4	551.222
Jumlah	0	117.2041	10	186.752

Sumber data : tabel 7, diolah

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{1.172.041}{5}$$

$$= 234.408,2$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$b = \frac{186.752}{10}$$

$$= 18675,2$$

persamaan :

$$Y = 234.408,2 + 18.675,2 (3)$$

$$= 234.408,2 + 56.025,6$$

$$= 290.433,8$$

$$= 290.434 \text{ (dibulatkan)}$$

## Lampiran 2:

**CV. Yudistira Kediri**  
**Ramalan Penjualan Tegel Warna Tahun 2002**  
**( dalam unit )**

Tahun	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
1997	-2	138.300	4	-210.760
1998	-1	139.200	1	-139.200
1999	0	145.900	0	0
2000	1	158.587	1	158587
2001	2	166.934	4	333.868
Jumlah	0	748.921	10	142.495

Sumber data : tabel 8, diolah

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{748.921}{5}$$

$$= 149.784,2$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$b = \frac{142.495}{10}$$

$$= 14.249,5$$

persamaan :

$$Y = 149.784,2 + 14.249,5 (3)$$

$$= 234.408,2 + 42.748,5$$

$$= 192.532,7$$

$$= 192.533 \text{ (dibulatkan)}$$

## Lampiran 3:

**CV. Yudistira Kediri**  
**Ramalan Penjualan Tegel Trasso Tahun 2002**  
**(dalam unit)**

Tahun	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
1997	-2	32.200	4	-64.400
1998	-1	38.800	1	-38.800
1999	0	45.350	0	0
2000	1	48.316	1	48.316
2001	2	72.460	4	144.920
Jumlah	0	237.126	10	90.036

Sumber data : tabel 9, diolah

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{237.126}{5}$$

$$= 47.425,2$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

$$b = \frac{90.036}{10}$$

$$= 9.003,6$$

persamaan :

$$Y = 47.425,2 + 9.003,6 (3)$$

$$= 47.425,2 + 27.010,8$$

$$= 74.436$$

## Lampiran 4:

## CV. Yudistira Kediri

## Perhitungan Inventory Turn Over Tegel Polos

$$\text{ITO 2001} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan awal} + \text{persediaan akhir}}$$

$$2$$

$$\text{ITO 2001} = \frac{275.611}{54.611 + 56.437}$$

$$= \frac{275.611}{5463,5}$$

$$= 4,96$$

$$= 5 \text{ (dibulatkan)}$$

persediaan akhir tahun 2002 (misal x), maka tingkat persediaan rata-rata tahun 2002 adalah

$$\frac{290.434}{5} = 58.087$$

persediaan akhir tahun 2002 (misal x) adalah

$$\frac{56.437 + X}{2} = 58.087$$

$$X = 116.174 - 56.437$$

$$= 59.737$$

jadi persediaan akhir tegel polos tahun 2002 adalah 59.737 unit  
sumber data : tabel 6, 7 dan 10, diolah

## Lampiran 5:

## CV. Yudistira Kediri

## Perhitungan Inventory Turn Over Tegel Warna

Penjualan

$$\text{ITO 2001} = \frac{\text{Penjualan}}{\frac{\text{Persediaan awal} + \text{persediaan akhir}}{2}}$$

$$\begin{aligned} \text{ITO 2001} &= \frac{166.934}{38.980 + 41.233} \\ &= \frac{166.934}{80.213} \\ &= 4 \end{aligned}$$

persediaan akhir tahun 2002 (misal x), maka tingkat persediaan rata-rata tahun 2002 adalah

$$\frac{192.533}{4} = 48.133$$

persediaan akhir tahun 2002 (misal x) adalah

$$\begin{aligned} \frac{41.233 + X}{2} &= 48.133 \\ X &= 96.266 - 41.233 \\ &= 55.033 \end{aligned}$$

jadi persediaan akhir tegel warna tahun 2002 adalah 55.033 unit

sumber data : tabel 6, 8 dan 10, diolah

## Lampiran 6:

## CV. Yudistira Kediri

## Perhitungan Inventory Turn Over Tegel Trasso

$$\text{ITO 2001} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan awal} + \text{persediaan akhir}} \times 2$$

$$\text{ITO 2001} = \frac{72.460}{49.603 + 38.809} \times 2$$

$$= \frac{72.460}{44.206} \times 2$$

$$= 1,64$$

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

persediaan akhir tahun 2002 (misal x), maka tingkat persediaan rata-rata tahun 2002 adalah

$$\frac{74.436}{2} = 37.218$$

persediaan akhir tahun 2002 (misal x) adalah

$$\frac{38.809 + X}{2} = 37.218$$

$$X = 74.436 - 38.809$$

$$= 35.627$$

jadi persediaan akhir tegel trasso tahun 2002 adalah 35.627 unit

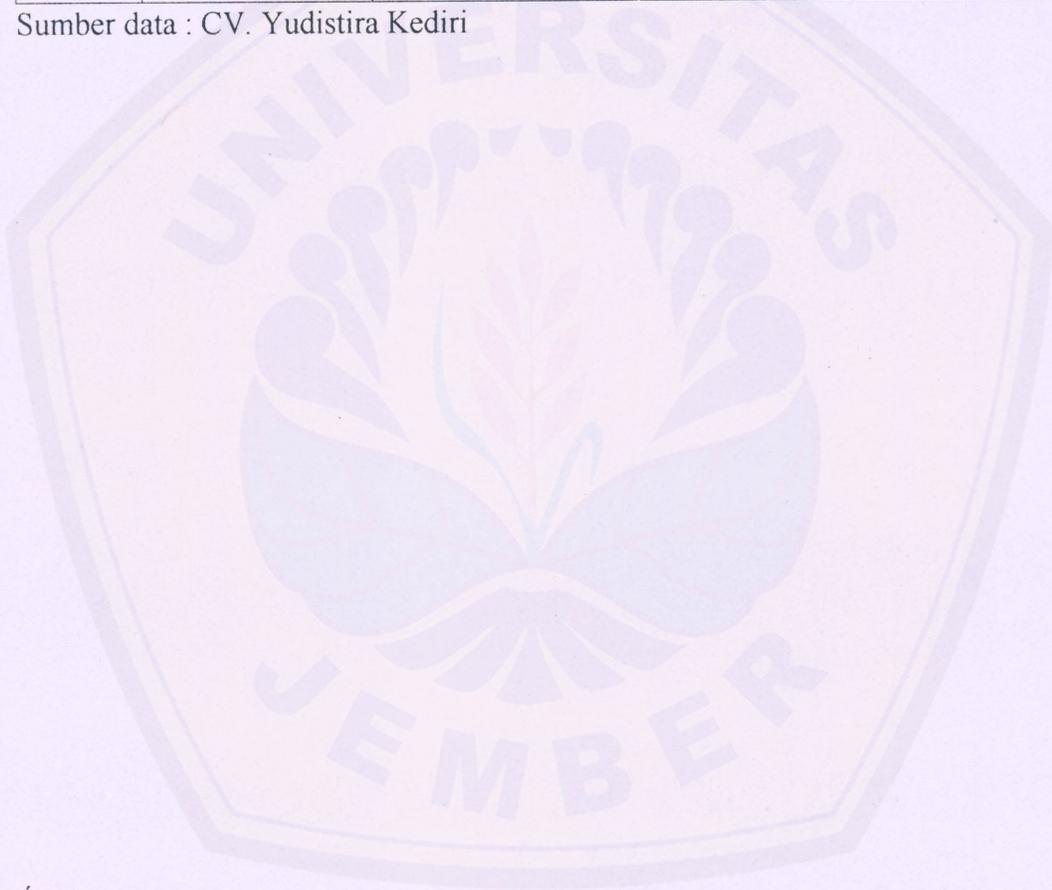
sumber data : tabel 6, 9 dan 10, diolah

## Lampiran 7:

**CV. Yudistira Kediri**  
**Biaya Lain-Lain Tahun 1997-2001**  
**(dalam rupiah)**

Tahun	Biaya listrik dan air	Biaya listrik dan pemeliharaan	Biaya administrasi dan umum	Biaya pemasaran
1997	5.028.500	4.165.150	3.654.900	7.165.150
1998	5.216.650	4.237.525	3.691.700	7.237.525
1999	5.305.725	4.310.650	3.720.000	7.310.650
2000	5.395.600	4.384.500	3.805.000	7.384.500
2001	6.069.000	4.535.200	3.922.650	7.535.200

Sumber data : CV. Yudistira Kediri



## Lampiran 8:

CV. Yudistira Kediri

Pemisahan Biaya Semi Variabel Listrik Dan Air Kedalam

Biaya Tetap Dan Biaya Variabel

(dalam rupiah)

Tahun	Produksi (X)	Biaya listrik dan air (Y)	$x^2$	xy
1997	342.757	5.028.500	$1,1748236 \times 10^{11}$	$1,7235535 \times 10^{12}$
1998	435.810	5.216.650	$1,8993035 \times 10^{11}$	$2,2734682 \times 10^{12}$
1999	455.200	5.305.725	$2,0720704 \times 10^{11}$	$2,415166 \times 10^{12}$
2000	499.030	5.395.600	$2,4903094 \times 10^{11}$	$2,6925662 \times 10^{12}$
2001	537.550	6.069.000	$2,8896 \times 10^{11}$	$3,2623909 \times 10^{12}$
Jumlah	2.270.347	27.015.475	$1,0526106 \times 10^{12}$	$1,2367144 \times 10^{13}$

Sumber data : tabel 5 dan lampiran 7, diolah

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{3,59067072 \times 10^{17}}{1,0857749 \times 10^{11}}$$

$$= 3.498.638,95$$

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{1,9798409 \times 10^{11}}{1,0857749 \times 10^{11}}$$

$$= 4,62$$

jadi biaya tetap Rp 3.307.012,09

biaya variabel Rp 4,62 perunit

## Lampiran 9:

CV.Yudistira Kediri

**Pemisahan Biaya Semi Variabel Perbaikan Dan Pemeliharaan  
Kedalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel  
(dalam rupiah)**

Tahun	Produksi (x)	Biaya perbaikan dan pemeliharaan (y)	$x^2$	xy
1997	342.757	4.165.150	$1,1748236 \times 10^{11}$	$1,4276343 \times 10^{12}$
1998	435.810	4.237.525	$1,8993035 \times 10^{11}$	$1,8467557 \times 10^{12}$
1999	455.200	4.310.650	$2,0720704 \times 10^{11}$	$1,9622078 \times 10^{12}$
2000	499.030	4.384.500	$2,4903094 \times 10^{11}$	$2,187997 \times 10^{12}$
2001	537.550	4.535.200	$2,8896 \times 10^{11}$	$2,4378967 \times 10^{12}$
Jumlah	2.270.347	21.633.025	$1,0526106 \times 10^{12}$	$9,8624915 \times 10^{12}$

Sumber data : tabel 4 dan lampiran 7, diolah

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\Sigma x^2 \Sigma y - \Sigma x \Sigma xy}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$a = \frac{3,7987329 \times 10^{17}}{1,0857749 \times 10^{11}}$$

$$= 3.498.638,95$$

$$b = \frac{n \Sigma xy - \Sigma x \Sigma y}{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{1,9798409 \times 10^{11}}{1,0857749 \times 10^{11}}$$

$$= 1,82$$

jadi biaya tetap Rp 3.498.638,95

biaya variabel Rp 1,82 perunit

## Lampiran 10:

**CV.Yudistira Kediri**  
**Pemisahan Biaya Semi Variabel Administrasi Dan Umum**  
**Kedalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel**  
**(dalam rupiah)**

Tahun	Produksi (x)	Biaya administrasi dan umum (y)	$x^2$	xy
1997	342.757	3.654.900	$1,1748236 \times 10^{11}$	$1,2527425 \times 10^{12}$
1998	435.810	3.691.700	$1,8993035 \times 10^{11}$	$1,6088797 \times 10^{12}$
1999	455.200	3.728.000	$2,0720704 \times 10^{11}$	$1,6969856 \times 10^{12}$
2000	499.030	3.805.000	$2,4903094 \times 10^{11}$	$1,8988091 \times 10^{12}$
2001	537.550	3.922.650	$2,8896 \times 10^{11}$	$2,1086205 \times 10^{12}$
Jumlah	2.270.347	18.802.250	$1,0526106 \times 10^{12}$	$8,5660374 \times 10^{12}$

Sumber data : tabel 4 dan lampiran 7, diolah

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{3,4357034 \times 10^{17}}{1,0857749 \times 10^{11}}$$

$$= 3.164.287$$

jadi biaya tetap Rp 3.164.287

biaya variabel Rp 1,31 perunit

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{1,4255511 \times 10^{11}}{1,0857749 \times 10^{11}}$$

$$= 1,31$$

## Lampiran 11:

## CV.Yudistira Kediri

## Pemisahan Biaya Semi Variabel Pemasaran Kedalam

## Biaya Tetap Dan Biaya Variabel

(dalam rupiah)

Tahun	Produksi (x)	Biaya pemasaran (y)	$x^2$	xy
1997	342.757	7.165.150	$1,1748236 \times 10^{11}$	$2,4559053 \times 10^{12}$
1998	435.810	7.237.525	$1,8993035 \times 10^{11}$	$3,1541857 \times 10^{12}$
1999	455.200	7.310.650	$2,0720704 \times 10^{11}$	$3,3278078 \times 10^{12}$
2000	499.030	7.384.500	$2,4903094 \times 10^{11}$	$3,685087 \times 10^{12}$
2001	537.550	7.535.200	$2,8896 \times 10^{11}$	$4,0505467 \times 10^{12}$
Jumlah	2.270.347	36.633.025	$1,0526106 \times 10^{12}$	$1,6673532 \times 10^{13}$

Sumber data : tabel 4 dan lampiran 7, diolah

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{7,0560706 \times 10^{17}}{1,0857749 \times 10^{11}}$$

$$= 6.498.649,58$$

jadi biaya tetap Rp 6.498.649,58

biaya variabel Rp 1,82 perunit

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{1,9798159 \times 10^{11}}{1,0857749 \times 10^{11}}$$

$$= 1,82$$

## Lampiran 12:

**CV. Yudistira Kediri**  
**Ramalan Harga Bahan Baku Tahun 2002**  
 (dalam rupiah)

Tahun	Semen abu-abu		Semen putih		Mill stone		Trasso		Pasir		Verf	
	Harga	Rasio	Harga	Rasio	Harga	Rasio	Harga	Rasio	Harga	Rasio	Harga	Rasio
1997	362	-	593	-	140	-	222	-	5205	-	12.275	-
1998	394	1,088398	597	1,006745	145	1,035714	232	1,045045	6000	1,152738	12.708	1,035275
1999	429	1,088832	615	1,030151	152	1,048276	247	1,064655	6434	1,072333	13.183	1,037378
2000	437	1,018648	630	1,024390	155	1,019737	281	1,137652	7048	1,095431	13.732	1,041645
2001	450	1,029748	650	1,031746	160	1,032258	450	1,601423	7500	1,064132	15.000	1,092339

Sumber data : tabel 2, diolah

**Lampiran 12: (lanjutan)**

$$\begin{aligned}
 \text{GM} &= \sqrt[4]{(1,088398 \times 1,088832 \times 1,018648 \times 1,029748)} \\
 &= \sqrt[4]{1,243093} \\
 &= 1,055908
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga semen abu-abu tahun 2002} &= 1,055908 \times 450 = 475,16 \\
 &= 475 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{GM} &= \sqrt[4]{(1,006745 \times 1,030151 \times 1,024390 \times 1,031746)} \\
 &= \sqrt[4]{1,096121} \\
 &= 1,023210
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga semen putih tahun 2002} &: 1,023210 \times 650 = 665,09 \\
 &= 665 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{GM} &= \sqrt[4]{(1,035715 \times 1,048276 \times 1,019737 \times 1,032258)} \\
 &= \sqrt[4]{1,142857} \\
 &= 1,033946
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga mill stone tahun 2002} &: 1,033946 \times 160 = 165,43 \\
 &= 165 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{GM} &= \sqrt[4]{(1,045045 \times 1,064655 \times 1,137652 \times 1,601423)} \\
 &= \sqrt[4]{2,027026} \\
 &= 1,193204
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga trasso tahun 2002} &: 1,193204 \times 450 = 720,64 \\
 &= 721 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{GM} &= \sqrt[4]{(1,152738 \times 1,072333 \times 1,095431 \times 1,064132)} \\
 &= \sqrt[4]{1,440923} \\
 &= 1,095621
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Harga pasir tahun 2002} &: 1,095621 \times 7500 = 7980,99 \\
 &= 7.981 \text{ (dibulatkan)}
 \end{aligned}$$

**Lampiran 12: (lanjutan)**

$$\begin{aligned} \text{GM} &= \sqrt[4]{(1,035275 \times 1,037378 \times 1,041645 \times 1,092339)} \\ &= \sqrt[4]{1,221996} \\ &= 1,051399 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga verf tahun 2002} &: 1,051399 \times 15.000 = 16.385,09 \\ &= 16.385 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$



## Lampiran 13:

**CV.Yudistira Kediri**  
**Biaya Bahan Baku Tahun 2002**

## Tegel Polos

Biaya bahan baku	Satuan	Standart pemakaian	Anggaran produksi	Harga (Rp)	Jumlah
Semen abu-abu	Kg	0,2	293734	475	27904730
Mill stone	Kg	0,2		165	9693222
pasir	M <sup>3</sup>	0,004		7981	9377164

## Tegel Warna

Biaya bahan baku	Satuan	Standart pemakaian	Anggaran produksi	Harga (Rp)	Jumlah
Semen abu-abu	Kg	0,2	206333	475	19601635
Semen putih	Kg	0,2		665	27442289
Mill stone	Kg	0,07		165	2383146
Pasir	M <sup>3</sup>	0,004		7981	6586975
Verf	Kg	0,0016		16385	5409226

## Tegel Trasso

Biaya bahan baku	Satuan	Standart pemakaian	Anggaran produksi	Harga (Rp)	Jumlah
Semen abu-abu	Kg	0,2	71.254	475	6769130
Semen putih	Kg	0,2		665	9476782
Mill stone	Kg	0,4		165	4702764
Pasir	M <sup>3</sup>	0,004		7981	2054965
Trasso	Kg	0,4		721	2274713

Sumber data : tabel 2, 12 dan lampiran 12,diolah

## Lampiran 14:

**CV.Yudistira Kediri**  
**Data Upah Tenaga Kerja Langsung**  
**tahun 2002**  
**(dalam rupiah)**

No.	Tenaga kerja	Jumlah (orang)	Upah Perhari	Upah pertahun
1.	Bagian cetak	8	15000	36000000
2.	Bagian selep	2	5000	3000000
3.	Bagian angkut	4	8000	9600000
4.	Bagian poles	5	10500	15750000
5.	Bagian pembuat kaki	4	8750	10500000
6.	Bagian pencampur kepala	4	8750	10500000

Sumber data : CV.Yudistira Kediri

## Lampiran 15:

**CV. Yudistira Kediri**  
**Alokasi Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2002**  
**(dalam rupiah)**

Jenis produk	Anggaran produksi (unit)	Persentase	Biaya Tenaga kerja langsung	Alokasi biaya tenaga kerja langsung
Tegel polos	293.734	0,514	85.350.000	43.869.900
Tegel warna	206.333	0,361		30.811.350
Tegel trasso	71.254	0,125		10.668.750
Jumlah	571.321	1,00	85.350.000	85.350.000

Sumber data : tabel 12 dan lampiran 14, diolah

Lampiran 16:

**CV.Yudistira Kediri**  
**Biaya Depresiasi Peralatan Produksi**  
**(dalam rupiah)**

No	Nama mesin	Harga perolehan	Umur ekonomis	Nilai sisa	Depresiasi pertahun
1.	Mesin pencampur	23.750.000	20	2.340.000	1.070.500
2.	Mesin press	12.002.000	20	590.000	570.500
3.	Mesin potong	8.250.000	10	310.000	794.000
4.	Mesin selep	23.750.000	25	2.790.000	828.000
5.	Bak perendam	5.245.000	10	825.000	442.000
6.	Rak pengering	8.500.000	20	723.000	425.000
7.	Alat pemoles	3.300.000	20	50.000	250.000

Sumber data : tabel 4,diolah

Lampiran 17:

**CV.Yudistira Kediri**  
**Alokasi Biaya Depresiasi Tahun 2001**  
**(dalam rupiah)**

Jenis produk	Anggaran produksi (unit)	Persentase	Biaya depresiasi	Alokasi biaya depresiasi
Tegel polos	293.734	0,514	4.380.000	225.320
Tegel warna	206.333	0,361		1.581.180
Tegel trasso	71.254	0,125		547.500
Jumlah	571.321	1,00	4.380.000	2.354.000

Sumber data : tabel 12 dan lampiran 16,diolah

## Lampiran 18:

**CV.Yudistira Kediri**  
**Biaya Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung Tahun 2002**  
**(dalam rupiah)**

No.	Jabatan	Jumlah orang	Gaji pertahun
1.	Direktur	1	7.500.000
2.	Wakil direktur	1	6.250.000
3.	Bagian administrasi	1	2.000.000
4.	Bagian pemasaran	2	1.500.000
5.	Bagian pembelanjan	1	800.000
6.	Mandor	1	700.000
7.	Sopir	3	1.350.000

Sumber data : CV.Yudistira Kediri

## Lampiran 19:

**CV.Yudistira Kediri**  
**Alokasi Biaya Gaji Tenaga Kerja Tidak Langsung Tahun 2002**  
**(dalam rupiah)**

Jenis produk	Angaran produksi (unit)	Persentase	Biaya tenaga kerja tidak langsung	Alokasi biaya tenaga kerja tidak langsung
Tegel polos	293.734	0,514	20.100.000	10.331.400
Tegel warna	206.333	0,361		7.256.100
Tegel trasso	71.254	0,125		2.512.500

Sumber data : tabel 12 dan lampiran 18

## Lampiran 20:

## CV.Yudistira Kediri

## Perhitungan Contribusi Margin Ratio Tahun 2002

Jenis produk	Hasil penjualan (rupiah)	Biaya variabel (Rp)	CM (Rp)	CMR (%)
Tegel polos	114.977.012	92.105.134,86	22.871.877,14	19,89
Tegel warna	1.067.813.047	93.765.611,86	974.047.435,1	91,22
Tegel trasso	49.535.669,28	36.475.808,68	13.059.860,6	26,36
Total	1.232.325.728	222.346.555,4	1.009.979.173	81,96

Sumber data : tabel 16 dan lampiran 27, diolah

## Lampiran 21:

## CV.Yudistira Kediri

## Biaya Tetap Tahun 2002

(dalam rupiah)

Jenis biaya	Biaya tetap
Biaya listrik dan air	3.307.021,07
Biaya perbaikan dan pemeliharaan	3.498.638,95
Biaya administrasi dan umum	3.164.287
Biaya pemasaran	6.498.649,58
Biaya tenaga kerja tidak langsung	20.100.000
Biaya depresiasi	2.354.000
Jumlah	38.922587,6

Sumber data : lampiran 9,10,11,12,17 dan 19,diolah

## Lampiran 22 :

**CV.Yudistira Kediri**  
**Biaya Operasi Pabrik Variabel Tahun 2002**  
**(dalam Rupiah)**

Jenis produk	Biaya listrik dan air			Biaya perbaikan dan pemeliharaan		
	Biaya variabel (Rp/unit)	Anggaran produksi (unit)	Jumlah	Biaya variabel (Rp/unit)	Anggaran produksi (unit)	Jumlah
Tegel polos	2,47	293.734	725.522,98	1,82	293.734	534.595,88
Tegel warna		206.333	509.642,51		206.333	375.526,06
Tegel trasso		71.254	175.997,38		71.254	129.682,28

Sumber data : tabel 13 dan 14, diolah

## Lampiran 23 :

**CV.Yudistira Kediri**  
**Biaya Variabel Lain Tahun 2002**  
**(dalam Rupiah)**

Jenis produk	Biaya administrasi dan umum			Biaya pemasaran		
	Biaya variabel (Rp/unit)	Anggaran produksi (unit)	Jumlah	Biaya variabel (Rp/unit)	Anggaran produksi (unit)	Jumlah
Tegel polos	1,31	293.734	384.791,54	1,82	293.734	534.595,88
Tegel warna		206.333	270.296,23		206.333	375.526,06
Tegel trasso		71.254	93.342,74		71.254	129.682,28

Sumber data : tabel 13 dan 15, diolah

## Lampiran 24 :

**CV. Yudistira Kediri**  
**Biaya Lain Variabel Perunit Tahun 2002**  
**(dalam rupiah)**

Jenis produk	Biaya variabel lain (Rp)	Unit produksi (unit)	Biaya variabel lain perunit (Rp)
Tegel polos	93.024.522	293.734	3,13
Tegel warna	645.822,29	206.333	3,13
Tegel trasso	223.025,02	71.254	3,13

Sumber data : tabel 12 dan 16, diolah

## Lampiran 25 :

**CV. Yudistira Kediri**  
**Pendapatan Penjualan Tahun 2002**  
**(dalam Rupiah)**

No	Jenis produk	Penjualan (unit)	Harga jual perunit (Rp)	Jumlah
1.	Tegel polos	290.434	395,88	114.977.011,9
2.	Tegel warna	192.533	5.546,13	1.067.813.047
3.	Tegel trasso	74.436	665,48	49.535.669,28

Sumber data : tabel 10 dan 17, diolah

Lampiran 26 :

CV. Yudistira Kediri  
Perhitungan Biaya Variabel Tahun 2002  
(dalam Rupiah)

No	Jenis produk	Tingkat produksi (unit)	Harga jual perunit (Rp)	Jumlah
1.	Tegel polos	293.734	316,7	93.025.557,8
2.	Tegel warna	206.333	4.154,4	857.189.815,2
3.	Tegel trasso	71.254	511,91	36.475.635,14

Sumber data : tabel 12 dan 16, diolah

Lampiran 27 :

CV. Yudistira Kediri  
Hasil Penjualan Tahun 2002  
(dalam Rupiah)

Jenis produk	Penjualan (unit)	Harga Jual Perunit (Rp)	Hasil Penjualan (Rp)
Tegel polos	290.434	395,88	114.977.102
Tegel warna	192.533	5.546,13	1.067.813.047
Tegel trasso	74.436	665,48	45.535.669,28

Sumber data : tabel 10 dan 17, diolah

