

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DALAM UPAYA
MENCAPAI PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN
SEPATU ETERNAL DI MOJOKERTO**

SKRIPSI



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

Oleh

Terima : 8 JUL 2001
No. Induk : 10236326

Klass
858.81
F007
a

Imam Fatoni

NIM : 980810201519 E

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2001**

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DALAM UPAYA MENCAPAI
PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SEPATU ETERNAL
DI MOJOKERTO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Imam Fatoni
N.I.M. : 980810201519 E
Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal :
5 Mei 2001

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

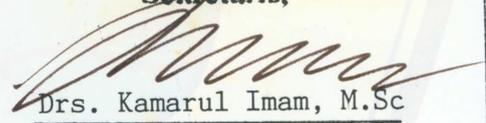
Susunan Panitia Penguji

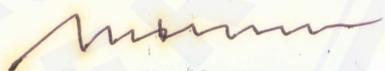
Ketua,


Dra. Hj. Suhartini Sudjak
NIP. 130 368 797



Sekretaris,


Drs. Kamarul Imam, M.Sc
NIP. 130 935 418
Anggota,


Drs. H. Marjanto

NIP. 130 324 100
Mengetahui / Menyetujui

Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



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

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Upaya Mencapai Profitabilitas Pada Perusahaan Sepatu Eternal di Mojokerto

Nama Mahasiswa : Imam Fatoni

N I M : 980810201519 E

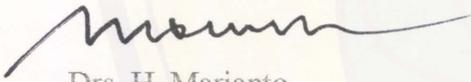
Jurusan : Manajemen

Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing : 1. Drs. H. Marjanto.
2. Dra. Dewi Prihatini, MBA.

Pembimbing I

Pembimbing II

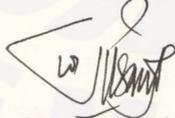


Drs. H. Marjanto.
NIP. 130 324 100



Dra. Dewi Prihatini, MBA
NIP. 132 056 181

Ketua Jurusan



Dra. Susanti Prasetyaningtias, MSi.
NIP. 132 006 243

Tanggal Persetujuan : Januari 2001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan sebagai rasa cinta dan terima kasihku yang tak terhingga kepada :

- Yang kucintai dan kuhormati kedua orang tuaku Bapak Imam Effendi dan Ibu Sugihartatik atas doa restu serta kebahagiaan dan kasih sayang yang tercurahkan,
- Om Bastian, S.H., dan Tante Sun'ah Liana atas perhatiannya,
- Esti' sebagai wujud rasa terima kasih atas ketulusan dan keikhlasanmu,
- Almamater yang kujunjung tinggi.

MOTTO :

" Mudahkanlah urusan orang lain, maka urusanmu akan dimudahkan oleh Allah SWT ".

(Nabi Muhammad SAW)

" Aku tangisi zaman muda yang telah pergi, wahai kiranya "muda" bilakah kembali lagi kepada kami, Sekiranya "muda" dapat dijual, Aku akan bayar kepada penjualnya menurut maunya , ...Tetapi masa muda itu bila ia telah pergi jauh, tak dapat dicapai lagi.....

(Mutiara Ma'rifat)

" Janganlah kamu tertipu oleh penglihatanmu sendiri, yang akan memaksamu untuk memiliki sesuatu, Tetapi rasakanlah apa yang kamu miliki dan kembalilah pada diri kamu sendiri "

(Marlyn Monroe)

" Kedatangan kita ke dunia ini bukan untuk bersenang-senang, bukan untuk menghambakan diri kepada nafsu, Tetapi kita diciptakan ke dunia untuk bekerja dan menunaikan tugas-tugas hidup "

(Mutiara Ma'rifat)

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan harga jual yang tepat pada produk sepatu khususnya pada sepatu wanita dan pria dewasa dan sepatu anak-anak. Tempat penelitian adalah di Perusahaan Sepatu Eternal di Mojokerto dan waktu penelitian pelaksanaan penelitian adalah selama ± 6 bulan yaitu pada bulan Juni sampai dengan bulan November tahun 2000.

Berdasarkan permasalahan yang diteliti maka metode penelitian yang digunakan adalah metode wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Metode penelitian dengan menggunakan metode wawancara atau *interview* adalah metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pihak perusahaan baik itu pimpinan maupun staff karyawan yang mengetahui dan terlibat langsung dengan proses penentuan harga jual. Observasi dan studi kepustakaan adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap proses produksi dan menambah informasi-informasi yang berhubungan dengan penentuan harga jual melalui buku-buku maupun literatur-literatur yang dapat melengkapi informasi mengenai analisis penentuan harga jual. Sedangkan rancangan penelitian yang dilakukan adalah rancangan penelitian *deskriptif* dimana tujuan dari rancangan penelitian deskriptif adalah untuk mengetahui obyek penelitian secara langsung agar didapat suatu informasi dan data dengan lebih akurat dan jelas serta titik berat penelitian ini diletakkan pada penelitian (obyektif) komparatif, yaitu penelitian yang membandingkan variabel independend sebelum analisis dan variabel independend setelah dianalisis.

Analisis data yang telah dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian yaitu dengan menggunakan metode *least square* yang digunakan untuk mengetahui penjualan pada masa yang akan datang dan untuk mengetahui profitabilitas yang akan dicapai menggunakan metode analisis kontribusi margin dan operating ratio dan selanjutnya membandingkan analisis profitabilitas hasil perhitungan harga jual dari perusahaan dengan profitabilitas harga jual dari analisis.

Dari analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa apabila perusahaan sepatu Eternal Mojokerto senantiasa melakukan kebijakan-kebijakan bagi perusahaan dengan tepat misalnya didalam penentuan harga jual untuk mengembangkan usaha produknya, maka perusahaan akan dapat mencapai profitabilitas yang diinginkan dengan cara melakukan analisis dalam menentukan harga jual yang tepat bagi produknya dibandingkan apabila perusahaan menggunakan harga jual hasil perhitungan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kontribusi margin ratio dari yang telah ditetapkan oleh perusahaan, sehingga dengan adanya kenaikan tersebut makin besar kemungkinan untuk dapat menutup biaya produksi dan perolehan laba yang diinginkan perusahaan dan sebaliknya dengan adanya penurunan operating ratio dari masing-masing jenis sepatu maka semakin kecil pula biaya operasi yang harus dikeluarkana daru tiap rupiah penjualan untuk perusahaan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah dan inayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DALAM UPAYA MENCAPAI PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SEPATU ETERNAL DI MOJOKERTO**” sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Kami menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan dari semua pihak, penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terlaksana dan terselesaikan seperti yang diharapkan. Oleh karena itu pada kesempatan ini kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

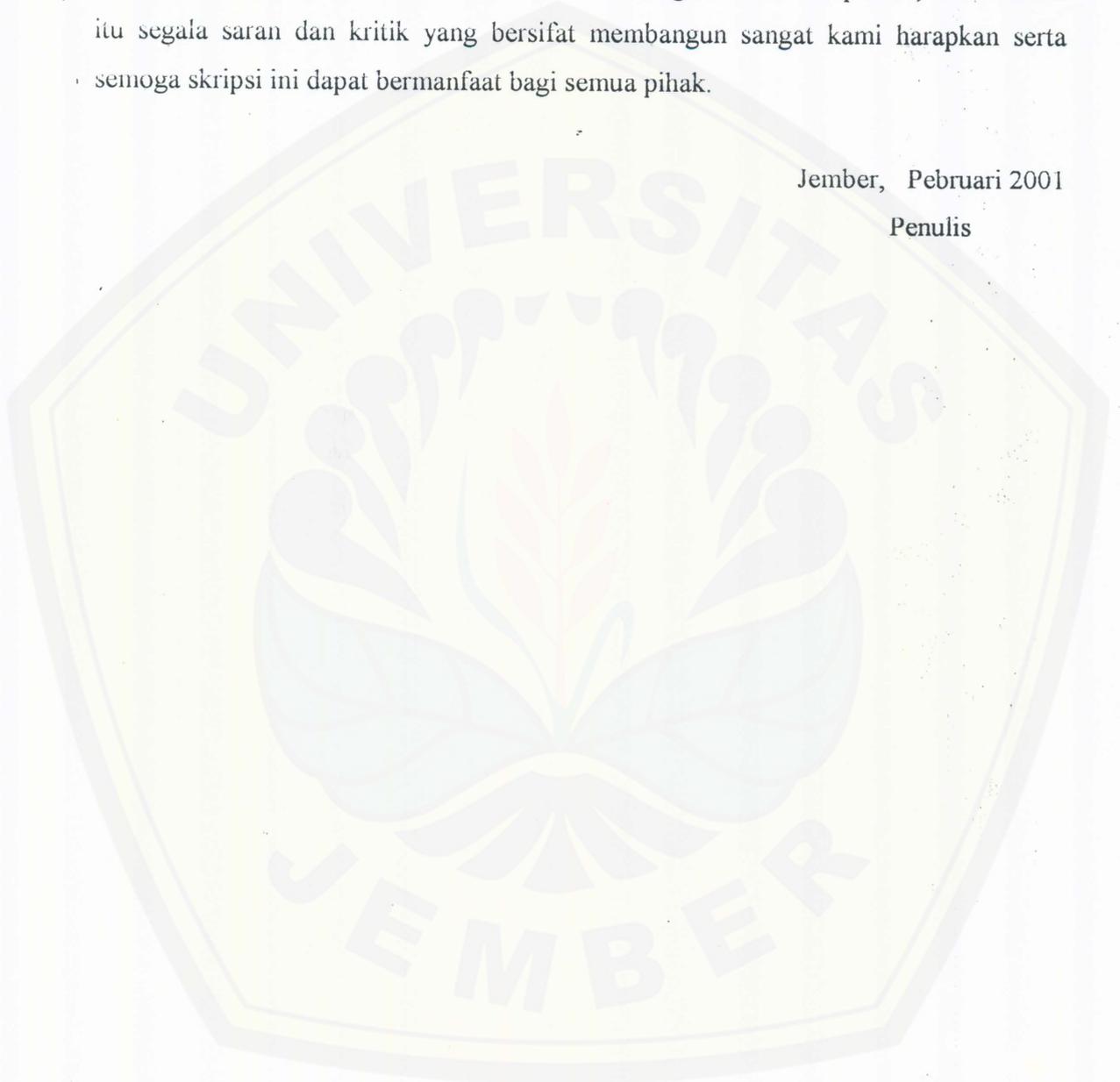
1. Bapak Drs. H. Liakip, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember,
2. Bapak Drs. H. Marjanto selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik,
3. Ibu Dra. Dewi Prihatini, MBA selaku Dosen Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan memberikan petunjuk sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar,
4. Ibu Achmad Isnaini selaku pemilik dan sekaligus pimpinan perusahaan sepatu Eternal Mojokerto beserta staff dan karyawannya yang telah memberikan izin kepada kami untuk melakukan penelitian dan atas kesediaannya meluangkan waktu untuk membantu memberikan data serta informasi yang diperlukan,
5. Kedua orang tuaku yang kuhormati yang telah mencurahkan kasih sayang dan tiada berhenti berdoa demi kesuksesan penulis,
6. “ *Fallen Angel* “ yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan memberikan motivasi dan menjadi semangat terbesar bagi penulis untuk segera terselesaikannya skripsi ini,

7. Semua pihak yang telah banyak membantu penulisan skripsi ini *thanks to everything your support and God bless you.....*

Kami menyadari keterbatasan dan kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat kami harapkan serta semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Pebruari 2001

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.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
i. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Asumsi.....	4
ii. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	5
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Pengertian Harga.....	7

2.2.1.1	Penentuan Harga Jual	8
2.2.1.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Jual.	8
2.2.1.3	Unsur-unsur yang Diperlukan dalam Perhitungan Harga Jual.	12
2.2.1.4	Prosedur Penentuan Harga Jual.	15
2.2.1.5	Macam-macam Metode Penentuan Harga Jual.	16
2.2.1.6	Ramalan Penjualan	18
2.2.2	Persediaan.	20
2.2.3	Anggaran Produksi	22
2.2.4	Analisis Perilaku Biaya	22
2.2.5	Analisis Profitabilitas Produk	24
III.	METODE PENELITIAN	
3.1	Rancangan Penelitian.	26
3.2	Metode Pengumpulan Data	26
3.3	Definisi Variabel Operasional.	27
3.4	Metode Analisis Data.	28
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.	31
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.	31
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan.	32
4.1.2.1	Tugas-tugas dari Struktur Organisasi.	33
4.1.3	Tenaga Kerja dan Sistem Pengupahan	35
4.1.3.1	Jumlah dan Kualifikasi Tenaga Kerja.	36
4.1.3.2	Sistem Pengupahan	36
4.1.3.3	Jam Kerja.	37

4.1.3.4 Jaminan Kesejahteraan Tenaga Kerja...	37
4.1.4 Kegiatan Produksi	38
4.1.4.1 Bahan Baku dan Bahan Pembantu.....	38
4.1.4.2 Peralatan yang Digunakan.....	40
4.1.4.3 Proses Produksi	40
4.1.5 Hasil Produksi	43
4.1.6 Kebijakan Harga Jual	44
4.1.7 Aspek Pemasaran	44
4.1.7.1 Daerah Pemasaran	44
4.1.7.2 Saluran Distribusi.....	45
4.2 Analisis Data	46
4.2.1 Penentuan Harga Jual.....	46
4.2.1.1 Meramalkan Volume Penjualan Thn. 2000 Untuk Masing-masing Jenis Produk.	46
4.2.1.2 Menentukan Persediaan Akhir Masing- masing Jenis Produk Tahun 2000.....	49
4.2.1.3 Menyusun Anggaran Produksi Untuk Tiap- tiap Jenis Produk Tahun 2000.....	50
4.2.1.4 Analisis Pemisahan Biaya Semi Variabel ke- dalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Var. .	51
4.2.1.5 Memproyeksikan Biaya Produksi dan Komer- sial Tahun 2000 Untuk Masing-masing Jenis Produk.....	53
4.2.1.6 Menyusun Anggaran Produksi dan Komersial Variabel Tahun 2000.....	59
4.2.1.7 Analisis Penentuan Harga Jual Masing-masing Jenis Produk.....	62

4.2.2 Analisis Profitabilitas.....	63
4.2.2.1 Menghitung Contribution Margin Ratio Masing- masing Jenis Produk.....	63
4.2.2.2 Menghitung Operating Ratio Tiap-tiap Jenis Sepatu.....	65
4.2.2.3 Analisis Perbandingan Ratio Profitabilitas ...	65
V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman
4.1 Tarif Tenaga Kerja Langsung Setiap Pasang Sepatu Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada Tahun 1995-1999.	37
4.2 Standard Penggunaan Bahan Baku dan Bahan Pembantu Pada Tiap Jenis Produk Tiap Satuan Bahan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	39
4.3 Harga Bahan Baku dan Bahan Pembantu (per satuan bahan) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada Tahun 1995-1999 . . .	40
4.4 Hasil Produksi Sepatu Dari Masing-masing Jenis (dalam pasang) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada Thn. 1995-1999	43
4.5 Persediaan Akhir Dari Masing-masing Jenis (dalam pasang) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada Tahun 1994-1999 . . .	43
4.6 Persediaan Akhir Dari Masing-masing Jenis (dalam rupiah) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada Tahun 1994-1999 . .	44
4.7 Volume Penjualan Sepatu Dari Masing-masing Jenis (dalam pasang) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada Tahun 1995-1999	45
4.8 Biaya Pemasaran serta Administrasi dan Umum (dalam rupiah) pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada Tahun 1995-1999	46
4.9 Perhitungan Ramalan Penjualan Sepatu Laki-laki Dewasa Untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	47
4.10 Hasil Ramalan Penjualan Masing-masing Jenis Produk Untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto	48
4.11 Persediaan Akhir Tiap-tiap Produk (dalam pasang) Pada Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	50
4.12 Rencana Produksi Masing-masing Produk (dalam pasang) Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	50

4.13 Pemisahan Biaya Pemeliharaan dan Perbaikan Mesin kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Untuk Tahun 2000 Berdasarkan Volume Produksi Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Thn.1995-1999	51
4.14 Hasil Pemisahan Biaya Semi Variabel kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	53
4.15 Ramalan Harga Bahan Baku Soll Nero (pasang) Untuk Jenis Sepatu Laki-laki dan Wanita Dewasa Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto	54
4.16 Biaya Bahan Baku Tiap-tiap Jenis Produk Sepatu Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	55
4.17 Ramalan Biaya Bahan Pembantu Sepatu Laki-laki Dewasa Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Thn.1995-1999. . .	56
4.18 Biaya Bahan Pembantu Tiap-tiap Jenis Sepatu Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	57
4.19 Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung Untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Tahun 1995-1999.	57
4.20 Biaya Tenaga Kerja Langsung Untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto	58
4.21 Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Sepatu Laki-laki Dewasa Tahun 2000 (rupiah/pasang) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	60
4.22 Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Sepatu Wanita Dewasa Tahun 2000 (rupaiah/pasang) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	61
4.23 Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Sepatu Anak-anak Tahun 2000 (rupaiah/pasang) Pada Perusahaan Sepatu Eternal di Mojokerto.	62
4.24 Harga Jual Sepatu Pada Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	63

4.25 Tingkat Contribution Margin Ratio Masing-masing Produk Pada Tahun 2000.	65
4.26 Tingkat Operating Ratio Pada Masing-masing Produk Tahun 2000 .	65
4.27 Perbandingan Ratio Profitabilitas Masing-masing Jenis Produk Pada Tahun 2000 (%) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	66



DAFTAR GAMBAR

Gambar :	Halaman
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto. . . .	33
4.2 Proses Produksi Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto . .	42

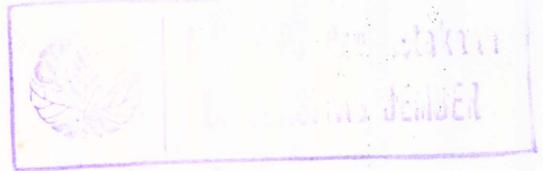


DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :	Halaman
1 Ramalan Penjualan Sepatu Wanita Dewasa untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada Tahun 1995-1999	70
2 Ramalan Penjualan Sepatu Anak-anak untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada Tahun 1995-1999	71
3 Persediaan Akhir Masing-masing Produk Sepatu Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	72
4 Rencana Produksi Masing-masing Produk Sepatu Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	74
5 Pemisahan Listrik Kedalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2000 Berdasarkan Volume Produksi Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Tahun 1995-1999.	75
6 Pemisahan Biaya Pemeliharaan dan Perbaikan Kendaraan Kedalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2000 Berdasarkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Tahun 1995-1999.	76
7 Pemisahan Biaya Transportasi Kedalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2000 Berdasarkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Tahun 1995-1999.	77
8 Pemisahan Biaya Perlengkapan Kantor Kedalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2000 Berdasarkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Tahun 1995-1999.	78
9 Pemisahan Biaya Telepon Kedalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel Tahun 2000 Berdasarkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Tahun 1995-1999.	79

10	Ramalan Harga Jual Bahan Baku Soll Nero (pasang) Untuk Jenis Sepatu Laki-laki dan Wanita Dewasa Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Tahun 1995-1999.	80
11	Ramalan Harga Jual Bahan Baku Soll Nero (pasang) Untuk Jenis Sepatu Anak-anak Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Tahun 1995-1999.	81
12	Biaya Bahan Baku Tiap Jenis Sepatu Untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	82
13	Ramalan Biaya Bahan Pembantu Sepatu Wanita Dewasa Untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	83
14	Ramalan Biaya Bahan Pembantu Sepatu Anak-anak Untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	84
15	Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung Anak-anak Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	85
16	Penentuan Harga Jual Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	86
17	Ramalan Biaya Bahan Bakar Mesin Tiap Pasang Sepatu Untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	87
18	Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Wanita Dewasa Tahun 2000 Menurut Analisis Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	88
19	Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Anak-anak Untuk Tahun 2000 Menurut Analisis Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	89
20	Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Laki-laki Dewasa Tahun 2000 Menurut Analisis Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	90

21	Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Wanita Dewasa Tahun 2000 Menurut Perusahaan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	91
22	Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Anak-anak Untuk Tahun 2000 Menurut Perusahaan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	92
23	Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Laki-laki Dewasa Tahun 2000 Menurut Perusahaan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	93
24	Perhitungan Operating Ratio Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.	94



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkembangnya perekonomian yang semakin pesat pada saat ini mendorong timbulnya usaha-usaha baru di berbagai bidang, dengan menghasilkan berbagai produk baru pula. Demikian pula dunia industri makin berkembang dari waktu ke waktu. Para produsen kemudian dihadapkan pada masalah lain, yakni bagaimana terus memproduksi dengan bahan baku yang terbatas, menyediakan dana, serta memasarkan produk dengan metode yang tepat.

Tak bisa dipungkiri bahwa setiap pengusaha memiliki tujuan yaitu dana yang telah diinvestasikan dapat segera kembali dengan membawa keuntungan demi kelangsungan hidup usahanya. Lebih luas lagi untuk menghasilkan laba seperti yang diharapkan, pengusaha dihadapkan lagi pada faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi konsistensinya di tengah persaingan yang ketat, baik dari usaha yang sama kelas usahanya maupun perusahaan yang lebih besar yaitu perusahaan yang telah mempunyai pangsa pasar.

Peranan seorang manajer dalam melaksanakan strategi pemasarannya diharapkan mampu menentukan kebijaksanaan yang akan bisa mewujudkan misi dan tujuan perusahaan. Seperti halnya kebijaksanaan penentuan harga jual merupakan hal yang sangat esensi dari berhasil atau tidaknya suatu usaha, sehingga diharapkan akan mampu menentukan harga yang paling tepat dalam artian memberikan keuntungan yang paling baik bagi perusahaan.

Penentuan harga jual produk yang tepat ini sangat penting sekali karena menyangkut segala aktivitas perusahaan dan akibatnya terhadap aktivitas perusahaan secara keseluruhan. Apabila perusahaan dalam menentukan harga jual produknya kurang tepat maka akan berdampak pada masalah sulitnya menjual atau memasarkan produknya. Bila ditentukan harga jual yang tinggi maka akan berpengaruh pada daya saing produk di pasaran serta kuantitas penjualan yang tidak sesuai dengan harapan

karena konsumen enggan membeli karena dirasa harga terlalu mahal dan ini berakibat terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan akibat kuantitas penjualan yang rendah. Dapat dikatakan bahwa penentuan harga jual yang tinggi ini pelan-pelan akan menyeret perusahaan kedalam situasi yang kritis terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Demikian pula bila perusahaan didalam menentukan harga jual produknya terlalu rendah, maka akan mempengaruhi perusahaan karena jelas perusahaan akan merugi sebab biaya produksinya tidak bisa tertutupi oleh harga jual yang rendah tersebut walaupun penjualan mengalami kenaikan yang cukup besar.

Keputusan mengenai penentuan harga jual ini biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Keputusan mengenai penentuan harga jual perusahaan bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau bahkan biaya masa yang akan datang (*future cost*), kondisi pasar, reaksi pesaing, laba atau tingkat pengembalian yang diharapkan.

Faktor lain yang juga perlu diperhatikan adalah keadaan perekonomian di Indonesia yang terus berubah seiring berkembangnya dunia usaha. Kebijakan yang ditempuh oleh pemerintah Indonesia menyebabkan adanya perubahan gerak perekonomian dalam negeri yang berpengaruh langsung terhadap faktor-faktor produksi yang digunakan oleh perusahaan dalam negeri, seperti naiknya harga bahan baku. Oleh karena itu bagi setiap perusahaan perlu menyesuaikan keadaan dengan adanya perubahan perekonomian tersebut agar tercapai apa yang menjadi tujuan perusahaan khususnya pada perusahaan sepatu Eternal di Mojokerto.

1.2 Perumusan Masalah

Kota Mojokerto merupakan centra dari industri sepatu dan sandal. Usaha-usaha yang bergerak di bidang ini banyak jumlahnya dari perusahaan yang memang sudah besar dan telah memiliki pangsa pasar sampai usaha rumah tangga/home salah satu perusahaan yang memproduksi sepatu dan sandal dengan berbagai model dan

ukuran baik untuk laki-laki dewasa, perempuan dewasa maupun anak-anak. Melihat kondisi yang begitu ketat perusahaan harus mampu menentukan kebijaksanaan yang tepat agar tidak mengalami kerugian ketika mengoperasikan perusahaannya. Salah satu hal yang sangat menentukan dari berhasil atau tidaknya suatu perusahaan diantaranya adalah penetapan harga jual oleh manajer perusahaan.

Pengambilan keputusan dalam hal ini harus dilakukan secara cermat dan hati-hati, yaitu menetapkan berapa harga yang paling tepat dalam arti memberikan keuntungan yang paling baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka panjang. Apabila perusahaan dalam menentukan harga jual tersebut salah, akan berakibat kesulitan dan tidak jarang pula menimbulkan kerugian, tetapi sebaliknya diharapkan perusahaan akan tetap mampu mengembangkan usahanya, baik itu untuk mempertahankan posisi usahanya atau untuk perluasannya, untuk itu maka perusahaan harus segera mengeluarkan keputusan-keputusan yang tepat, salah satunya dalam menetapkan harga jual.

Dari uraian tersebut diatas, maka dapat diambil pokok masalah: berapakah harga jual yang tepat dalam rangka meningkatkan profitabilitas pada perusahaan sepatu Eternal di Mojokerto? Sehingga judul skripsi ini adalah **“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL DALAM UPAYA MENCAPAI PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN SEPATU ETERNAL DI MOJOKERTO”**.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menghitung harga jual yang tepat dari masing-masing produk
2. Menghitung profitabilitas pada setiap jenis produk

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Diharapkan analisis ini bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menetapkan harga jual di masa akan datang, agar tercapai profitabilitas yang lebih tinggi serta dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian yang selanjutnya.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari terjadinya kesimpangsiuran dalam pembahasan masalah ini maka masalah ini dibatasi yaitu :

- a. Penelitian ini hanya dibatasi pada penentuan harga jual dengan pendekatan biaya variabel dalam mencapai profitabilitas
- b. Analisis dibatasi hanya pada jenis sepatu laki-laki dewasa jenis sepatu kantor, wanita dewasa jenis slop dan sepatu anak-anak

1.5 Asumsi

Digunakan asumsi yaitu Inventory Turn Over (ITO) tahun 2000 sama dengan Inventory Turn Over (ITO) tahun 1999.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Pengambilan keputusan dibidang pemasaran akan selalu berkaitan dengan variabel-variabel *marketing mix*, diantaranya berkenaan dengan harga. Struktur harga adalah salah satu dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti daripada sistem pemasaran perusahaan yang tak kalah pentingnya dari variabel produk, kegiatan promosi dan sistem distribusinya.

Harga mempunyai pengaruh yang tidak kecil terhadap pendapatan dari laba bersih perusahaan juga akan volume penjualannya. harga sebuah produk atau jasa seringkali merupakan faktor penentu utama permintaan pasar dan mempengaruhi posisi persaingan yang ada.

Kebijaksanaan pengambilan keputusan dalam penentuan harga jual yang dilakukan oleh seorang manager akan sangat mempengaruhi berhasil atau tidaknya perusahaan. Begitu kompleksnya penentuan harga ini maka perlu dahulu untuk mengetahui tentang hal-hal yang berkaitan dengan harga.

Hasil-hasil penelitian terdahulu dan yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti yaitu penelitian yang telah dilakukan oleh Antoni Yoseph (1998). Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Antoni Yoseph diuraikan tentang analisis penentuan harga jual dengan menggunakan pendekatan *Marginal Contribution Pricing* dalam upaya menghadapi persaingan.

Dalam penelitian tersebut dijelaskan tentang penentuan harga jual yang dapat meningkatkan profitabilitas dimana terdapat perbedaan di dalam menentukan harga jual produk tersebut. Perusahaan memiliki dua alternatif dalam menentukan harga jual terhadap produknya yaitu dengan menggunakan harga jual dari perusahaan itu sendiri dan harga jual hasil analisis.

Perusahaan tetap menggunakan harga jual perusahaan itu sendiri dengan alasan bahwa dengan harga jual perusahaan tersebut, perusahaan sudah mampu untuk menutup biaya-biaya yang ada dan juga tingkat keuntungan yang diharapkan dan untuk tujuan jangka panjang yaitu guna lebih meningkatkan daya saing produk di pasaran. Disamping itu penting bagi perusahaan untuk menggunakan harga jual produknya hasil analisis dengan alasan harga jual hasil analisis ini lebih rendah bila dibanding dengan harga jual dari perusahaan padahal harga jual hasil analisis ini sudah menghitung seluruh biaya yang ada juga keuntungan yang mesti diperoleh.

Dari hasil penelitian tersebut hendaknya perusahaan mampu untuk menjaga dan mempertahankan pasar yang dimilikinya serta berusaha untuk memperluas pasar tersebut guna mencapai peningkatan penjualan seperti yang telah direncanakan dan penting sekali bagi perusahaan untuk memperhatikan tingkat harga jual produknya agar perusahaan dapat mencapai tingkat profitabilitas yang diharapkan.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Srie Rahayu (1999). Dalam penelitian tersebut ditunjukkan bahwa permasalahan yang diteliti juga berkaitan dengan analisis penentuan harga jual. Perusahaan hendaknya didalam menentukan harga jual produknya, terlebih dahulu melakukan analisis untuk menetapkan harga jual yang sesuai dimana nantinya perusahaan dapat mencapai target yang diharapkan.

Dari analisis data yang telah dilakukan, akan diperoleh seluruh jumlah yang dibutuhkan dan keuntungan yang akan diperoleh. Bila nantinya dengan harga jual perusahaan terdahulu, perusahaan sudah mencapai keuntungan maka perusahaan lebih baik menggunakan harga jual perusahaan tersebut dan sebaliknya bila dengan harga jual hasil analisis perusahaan akan dapat memperoleh keuntungan dengan harga jual hasil analisis yang lebih rendah daripada harga jual perusahaan sendiri, maka perusahaan hendaknya menggunakan harga jual hasil analisis.

Diperlukan usaha-usaha oleh perusahaan untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan profitabilitas melalui pengendalian mutu secara ketat, perbaikan fasilitas produksi, peningkatan kualitas jasa / service dan memperluas *market share*.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Harga

Dalam teori ekonomi harga, nilai, faedah (*utility*) merupakan konsep-konsep yang sangat berkaitan. Utility adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan, sedangkan nilai adalah ungkapan secara kuantitatif tentang kekuatan barang untuk dapat menarik barang lain dalam pertukaran. perekonomian sekarang ini untuk mengadakan pertukaran atau untuk mengukur nilai suatu produk kita menggunakan uang, bukan sistem barter. Jumlah uang yang digunakan dalam pertukaran tersebut mencerminkan tingkat harga dari suatu barang. Jadi harga dapat didefinisikan sebagai berikut (Basu Swastha DH, 1990:241) :

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

Melihat dari definisi tersebut kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli itu sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual juga keuntungan yang diinginkan oleh penjual. Sama artinya dengan definisi yang dikemukakan oleh (William J Stanton, 1993:315) :

“Harga jual adalah harga per satuan unit produk yang ditetapkan setelah produk selesai diproduksi ditambah dengan prosentase keuntungan yang diinginkan”.

2.2.1.1 Penentuan Harga Jual

Perusahaan dalam menentukan harga jual memiliki beberapa tujuan antara lain:

a. Mendapatkan laba maksimum

Dalam prakteknya, terjadinya harga ditentukan oleh penjual atau pembeli melalui mekanisme pasar. Makin besarnya daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menentukan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian penjual memiliki harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada.

b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih.

Harga yang dapat dicapai dalam penjualan dimaksudkan pula untuk menutupi investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya bisa diambilkan dari laba perusahaan. Laba hanya bisa diperoleh bila harga jual lebih tinggi dari jumlah biaya yang dikeluarkan.

c. Mencegah atau Mengurangi Persaingan

Penentuan harga jual memiliki tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dilakukan dengan jalan perusahaan menentukan harga yang sama, diatas, atau dibawah harga jual pesaing sesuai dengan keadaan yang ada atau mungkin dilakukan tanpa melalui kebijaksanaan harga tetapi dengan pelayanan lain terutama untuk barang atau jasa sejenis yang ditawarkan dengan harga yang sama.

d. Mempertahankan dan memperbaiki *market share*

Memperbaiki *market share* hanya mungkin dilakukan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar disamping kemampuan dibidang lain seperti bidang penawaran, keuangan dan lainnya.

2.2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Dalam menentukan harga barang yang dihasilkan, perusahaan dituntut untuk mengetahui terlebih dahulu faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual

suatu barang. Sebab bila pimpinan tidak memperhatikan faktor-faktor tersebut, maka harga yang sudah ditentukan dikhawatirkan akan berakibat kurang baik pada masalah keuangan perusahaan dan bidang-bidang lain dalam perusahaan yang nantinya akan mempengaruhi kontinuitas usaha perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan harga adalah sebagai berikut

1. Kondisi Perekonomian

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

2. Penawaran dan Permintaan

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

3. Elastisitas Permintaan

Faktor lain yang mempengaruhi penentuan tingkat harga adalah elastisitas permintaan. Yang dimaksud elastisitas permintaan adalah derajat kepekaan permintaan barang atau jasa bila faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang atau jasa seperti harga, pendapatan, selera dan lainnya berubah. Adapun jenis-jenis elastisitas permintaan dapat dibedakan menjadi:

- a. *Elastisitas*

Jika perubahan harga dan/atau faktor lainnya menyebabkan terjadinya perubahan volume permintaan barang yang lebih besar persentasenya dibanding persentase perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan.

b. *Unitary Elasticity*

Jika perubahan harga dan/atau faktor yang mempengaruhi permintaan menyebabkan terjadinya perubahan volume permintaan barang dengan proporsi persentase yang sama besarnya dengan persentase perubahan faktor-faktor tersebut.

c. *Inelastis*

Jika perubahan harga dan/atau faktor yang mempengaruhi permintaan menyebabkan terjadinya perubahan volume permintaan barang dengan persentase lebih kecil dibanding persentase perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tersebut.

4. Persaingan

Reaksi dan persaingan merupakan faktor yang mempunyai pengaruh penting dalam menentukan harga suatu produk. Persaingan yang bisa dikatakan pasti ada akan selalu membayangi suatu produk, walaupun bagi produk yang benar-benar baru dalam bidangnya. Kesendiriannya hanya mempunyai waktu yang terbatas. Ancaman persaingan yang potensial akan semakin besar jika pasar mudah dimasuki dan prospek laba makin menggembirakan. Persaingan biasanya datang dari tiga sumber:

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

Persaingan bisa terjadi pada beberapa situasi pasar yaitu:

a. Pasar Persaingan Sempurna

Adalah pasar dimana jumlah produsen banyak dan produsen maupun konsumen tidak mampu untuk mempengaruhi harga barang dan jasa yang ditawarkan. Sifat barang adalah homogen yang berarti bahwa barang yang dijual oleh seseorang sama dengan barang yang dijual oleh penjual lain. Penjual dan

pembeli bisa mendapatkan informasi pasar (harga barang yang berlaku) dengan mudah dan tepat.

b. Monopoli

Adalah bentuk pasar yang dikuasai oleh seorang penjual saja, dimana tidak ada barang substitusi terhadap barang yang dijual oleh penjual tunggal tersebut dan terdapat hambatan untuk masuk bagi saingan dari luar. Hal-hal yang menyebabkan terjadinya monopoli antara lain: adanya penguasaan bahan mentah strategis, hak paten, terbatasnya pasar, pembebanan hak monopoli oleh pemerintah.

c. Pasar Persaingan Monopoli

Adalah bentuk pasar yang merupakan bentuk campuran antara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli, dilihat dari segi banyaknya penjual dan pembeli, kebebasan bagi perusahaan untuk masuk dan keluar pasar. Akan tetapi barang yang dijual tidak homogen namun sengaja dibuat berbeda (*differentiated*) melalui berbagai macam program promosi penjualan sehingga meskipun barang yang dijual atau diperdagangkan sebenarnya dapat saling menggantikan, produsen mempunyai referensi atas berbagai barang yang ditawarkan.

d. Pasar Oligopoli

Adalah bentuk pasar dimana terdapat beberapa produsen besar yang saling bersaing pada pasar tersebut serta terdapatnya satu produsen yang mampu mempengaruhi pasar sehingga ia bisa menjadi pemimpin (*leader*) pada pasar tersebut.

5. Biaya

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

6. Tujuan Perusahaan

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

7. Pengawasan Pemerintah

Biasanya dalam sistem perekonomian kapasitas pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga, yang dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek-praktek lain dengan alasan mencegah usaha-usaha ke arah monopoli.

2.2.1.3 Unsur-Unsur yang Diperlukan dalam Perhitungan Harga Jual

Didalam perhitungan untuk menentukan harga jual ada beberapa unsur yang akan dipakai. Adapun unsur-unsur tersebut tercakup dalam *Biaya Produksi* dan *Biaya Komersial*.

Biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan proses pengolahan bahan baku menjadi barang jadi. Elemen-elemen biaya produksi yang dimaksud antara lain:

1. Biaya Bahan Baku
2. Biaya Tenaga Kerja
3. Biaya Overhead Pabrik

Sedangkan yang dimaksud dengan biaya komersial adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi pemasaran atau biaya yang dikeluarkan dan mulai diperhitungkan pada waktu barang-barang itu selesai diproduksi sampai barang tersebut siap dijual. Elemen-elemen biaya komersial antara lain:

1. Biaya Pemasaran
2. Biaya Administrasi dan Umum

Adapun penjelasan dari jenis-jenis biaya produksi dan komersial bisa diuraikan sebagai berikut:

1. Elemen Biaya Produksi

- a. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah harga perolehan berbagai macam bahan baku yang digunakan dalam kegiatan produksi dan pemakaiannya dapat diidentifikasi. Bahan dapat digolongkan ke bahan baku dan bahan penolong. Untuk pemakaian bahan penolong dalam pembuatan barang, perhitungan biayanya diperlakukan sebagai elemen biaya overhead pabrik sebab biaya ini tidak dapat diidentifikasi jejak manfaatnya pada barang tersebut.

- b. Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah semua karyawan perusahaan yang memberikan jasa kepada perusahaan. Dalam pengalokasian biaya tenaga kerja menurut fungsinya digolongkan menjadi:

- 1) Biaya tenaga kerja langsung adalah balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada tenaga kerja dan jejak manfaatnya dapat diidentifikasi pada barang yang dihasilkan.
- 2) Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya tenaga kerja yang tidak dapat diikuti jejak manfaatnya pada barang yang dihasilkan. Biaya ini diperlakukan sebagai biaya overhead pabrik.

c. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung, yang elemen-elemennya terdiri dari: biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya depresiasi dan amortisasi aktiva tetap pabrik, biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, biaya listrik dan air, biaya asuransi pabrik, dan biaya overhead pabrik lainnya.

2. Elemen-elemen Biaya Komersial

a. Adalah meliputi biaya dalam rangka melaksanakan kegiatan pemasaran atau kegiatan untuk menjual barang dan jasa perusahaan kepada pembeli sampai dengan pengumpulan piutang menjadi uang kas. Sesuai dengan fungsi pemasaran, biaya pemasaran digolongkan menjadi:

1. Biaya untuk menimbulkan pesanan, digolongkan menjadi:

- a. Biaya promosi dan advertensi
- b. Biaya penjualan

2. Biaya untuk melayani pesanan, digolongkan menjadi:

- a. Biaya penggudangan dan penyimpanan barang selesai
- b. Biaya pengepakan dan pengiriman
- c. Biaya pemberian kredit dan penagihan piutang
- d. Biaya administrasi penjualan

b. Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum meliputi semua biaya dalam rangka melaksanakan fungsi administrasi dan umum yaitu biaya perencanaan, penentuan strategi dan kebijaksanaan, pengarahan dan pengendalian kegiatan agar berdaya guna dan berhasil guna. Biaya ini umumnya digolongkan menjadi:

- a. Biaya direksi dan staff
- b. Biaya akuntansi
- c. Biaya keuangan
- d. Biaya humas dan keamanan
- e. Biaya administrasi dan umum lainnya

2.2.1.4 Prosedur Penentuan Harga Jual

Tiap-tiap perusahaan dalam memilih prosedur harga jualnya tidaklah sama, oleh karena itu tergantung dari kebijaksanaan perusahaan masing-masing. Kegiatan ini merupakan perhitungan pendahuluan atas biaya-biaya yang akan dikeluarkan untuk membuat suatu produk. Hal ini tidak dapat dihindarkan karena pada prinsipnya harga jual tidak dapat dipisahkan dari biaya. Kalangan luas telah menyepakati bahwa penetapan harga jual secara nyata harus didasarkan pada tiga faktor yakni: biaya, permintaan dan persaingan. Ada dua pendekatan pokok yang dapat digunakan dalam penentuan harga jual yakni pendekatan teoritis dan pendekatan pragmatis.

A. Pendekatan Teoritis

Pendekatan ini diterapkan apabila manajemen memiliki informasi lengkap mengenai fungsi biaya, bentuk pasar dan fungsi permintaannya. Pendekatan ini mendasarkan pada teori ilmu ekonomi dimana harga jual terbentuk dari pertemuan kurva permintaan dan penawaran. Kurva permintaan dan penawaran itu sendiri berbeda untuk setiap perusahaan tergantung bentuk pasar yang dihadapi dan elastisitas harga produk yang dihasilkan. Pelaksanaan dalam prakteknya ternyata pendekatan teoritis sangatlah sulit diterapkan walaupun banyak memiliki kelebihan. Hal tersebut karena pendekatan ini memerlukan informasi yang lengkap dan akurat yang sangat sulit untuk didapat, sehingga pendekatan yang sering digunakan adalah pendekatan pragmatis, yaitu melalui *mark-up pricing*.

B. Pendekatan Pragmatis

Melalui *mark-up pricing* dan kaitannya dengan harga pokok produksi, dimana mark-up adalah sejumlah tambahan yang dihitung dari prosentase tertentu dari biaya atau sering disebut *cost plus pricing*. Manajemen biasanya dapat memilih salah satu dari dua penentuan harga pokok yaitu metode *full costing* (harga pokok penuh) dan *variabel costing* (harga pokok variabel).

2.2.1.5 Macam-Macam Metode Penentuan Harga Jual

Beberapa macam cara penentuan harga jual adalah (Basu Swastha, 1990:245):

a. *Gross Margin Pricing*

Umumnya tetap digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap yang digunakan. Caranya dengan menggunakan prosentase tertentu diatas harga produk yang dibeli, dimana prosentase ini disebut *mark on prosentase* atau *mark-up*. Prosentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. Penentuan harga jual dengan metode ini relatif mudah yaitu dengan menentukan biaya barang yang dijual ditambah mark-up yang diinginkan perusahaan dengan rumus:

Harga jual = cost produk + (% mark-up x dasar penentuan mark-up).

b. *Direct Cost Pricing*

Dikenal dengan nama *marginal income pricing* karena memperhitungkan biaya-biaya yang berhubungan secara proporsional dengan volume penjualan sehingga menghasilkan marginal income. Marginal income yang berapa yang dikehendaki atau kelebihan diatas biaya-biaya variabel berapa yang diinginkan oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual.

Rumus : Harga jual = (Biaya produksi + Biaya lain-lain variabel) + (% laba yang diinginkan x dasar penentuan laba)

c. *Full Cost Pricing*

Penentuan harga jual dengan metode ini hampir sama dengan metode *direct cost pricing*, perbedaannya terletak pada dasar pembebanan costnya. Bedanya hanya semua biaya dipakai sebagai dasar untuk menentukan harga jual, yaitu:

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

d. *Time and Material Pricing*

Metode yang banyak digunakan oleh perusahaan jasa ini menggunakan tarif tertentu yang ditentukan dari upah langsung dan tarif lainnya dari bahan baku masing-masing. Tarif ini dijadikan satu ditambah jumlah tertentu dari biaya tak langsung serta laba yang diinginkan. Pengertian dari *time* dalam metode ini ditunjukkan oleh tarif per jam/waktu dari tenaga kerja, dimana tarif TK ini merupakan jumlah dari upah langsung dan premi pada karyawan, bagian yang layak dan berhubungan dengan upah TK dan bagian untuk laba. Pengertian dari *material* adalah semua beban yang dimaksud dalam faktur pembelian material yang digunakan untuk job tertentu ditambah handling dari material tersebut serta dari penggunaan material.

Harga jual = (Biaya Bahan Baku + Margin (Biaya Bahan Baku)) + (Biaya Tenaga Kerja Langsung + Margin (Biaya Tenaga Kerja Langsung))

e. *Return on Capital Employed Pricing*

Metode ini prosedurnya dengan menentukan prosentase *mark-up* tertentu dari kapital yang dianggap mempunyai peranan dalam memproduksi produk.

$$\text{H a r g a j u a l} = \frac{\text{Total cost} + (\% \times \text{total capital employed})}{\text{volume penjualan dalam unit}}$$

atau

$$\text{H a r g a j u a l} = \frac{\text{Total cost} + \% \times \text{aktiva tetap}}{\text{volume penjualan dalam unit} - (\% \times \text{aktiva lancar})}$$

2.2.1.6 Ramalan Penjualan

Ramalan penjualan merupakan dasar untuk perencanaan berkala dalam suatu perusahaan yaitu suatu cara untuk mengukur atau menaksir kondisi bisnis yang berkenaan dengan produk yang akan dijual di masa mendatang. Pengukuran tersebut dapat dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. Pengukuran secara kuantitatif biasanya menggunakan metode statistik dan matematik, sedangkan secara kualitatif biasanya menggunakan judgment (pendapat). Peramalan penjualan adalah proyeksi teknis daripada permintaan langganan potensial untuk suatu waktu tertentu dengan berbagai asumsi (Gunawan Adisaputro, 1992:147). Pada dasarnya ada empat cara yang dipakai dalam meramalkan tingkat penjualan, yaitu:

i. Peramalan Berdasarkan Pendapat (*Judgement Method*)

Biasanya digunakan dalam kondisi bisnis pada umumnya, dimana sumber pendapat-pendapat yang dipakai sebagai dasar adalah:

a. Pendapat Salesman

Para salesman diminta untuk mengukur apakah ada kemajuan atau kemunduran segala hal yang berhubungan dengan tingkat penjualan, dan mengestimasi tentang tingkat penjualan pada daerah masing-masing. Perkiraan para salesman perlu diawasi karena kemungkinan pendapat salesman ini sifatnya subyektif dan cenderung didasarkan pada kepentingan pribadi.

b. Pendapat Sales Manager

Perkiraan yang dikemukakan oleh para salesman perlu diperbandingkan dengan perkiraan yang dibuat oleh kepala bagian penjualan, yang tentunya mempunyai pertimbangan sendiri dan pandangan yang lebih luas dan lebih obyektif karena mempertimbangkan banyak faktor yang mungkin juga disebabkan pendidikannya yang relatif lebih tinggi dan pengalamannya lebih luas di bidang penjualan.

c. Pendapat Para Ahli

Pendapat yang pertama dan kedua seringkali bertentangan satu sama lain sehingga perusahaan menganggap perlu untuk meminta pertimbangan kepada orang yang dianggap ahli, yang biasa disebut dengan konsultan.

d. Survey Konsumen

Apabila ketiga pendapat diatas masih kurang dapat dipertanggungjawabkan, maka biasanya diadakan penelitian secara langsung terhadap konsumen yang ini dianggap paling obyektif.

2. Peramalan Berdasarkan Perhitungan Statistik

Yaitu metode yang mengupayakan menekan unsur subyektifitas yang seminimal mungkin. Ada beberapa metode antara lain *analisis trend linier* yang terbagi dalam: garis trend linier bebas, garis trend linier setengah rata-rata atau secara matematis. Garis trend secara bebas artinya bahwa garis trend yang dihasilkan dapat ditarik begitu saja berdasarkan pertimbangan masing-masing orang yang melakukannya, sehingga sifatnya subyektif kurang memenuhi syarat ilmiah.

3. Ramalan Penjualan dengan Metode Khusus

Ada tiga ramalan penjualan dengan metode khusus yaitu: *analisis product line*, *analisis industri* dan *analisis penggunaan akhir*. *Analisis product line* biasanya digunakan oleh perusahaan yang mempunyai produk lebih dari satu macam. Masing-masing produk diramalkan dengan metode tersendiri dan terpisah. *Analisis produksi* diperlukan untuk meramalkan pasar (*market share*) yang dimiliki oleh perusahaan dengan asumsi bahwa variabel yang mempunyai market share dapat diperkirakan dengan pasti. *Analisis penggunaan akhir* digunakan untuk meramalkan produk yang tidak langsung dapat dikonsumsi oleh masyarakat, namun perlu proses lebih lanjut untuk menjadi produk akhir.

4. Ramalan Penjualan dengan Metode Eksperimentasi

Pada *metode eksperimentasi* ini digunakan oleh perusahaan yang baru mulai usahanya atau dengan dikeluarkannya produk baru. Metode eksperimentasi ini sifatnya coba-coba untuk mengetahui potensi penjualan barangnya. Metode-metode ramalan penjualan tersebut diatas mempunyai kelebihan dan kelemahan masing-masing, namun baik dan tidaknya metode peramalan penjualan ditentukan dalam penerapannya atas kondisi perusahaan. Hal ini juga perlu dipertimbangkan manfaat serta karakteristik dari barang yang dihasilkan.

2.2.2 Persediaan

Persediaan selalu dibutuhkan oleh setiap perusahaan dan ini harus ada pada tingkat yang memadai artinya tidak terlalu besar atau terlalu kecil. Tanpa persediaan para pengusaha akan dihadapkan pada resiko tidak dapat memenuhi keinginan langganan yang membutuhkan produknya. Hal ini berarti akan kehilangan kesempatan memperoleh keuntungan yang seharusnya dapat diperoleh. Persediaan diadakan apabila manfaat yang diharapkan dari perusahaan tersebut lebih besar dari biaya-biaya yang ditetapkan. Pada dasarnya persediaan mempermudah dan memperlancar jalannya operasi perusahaan yang harus dilakukan secara berturut-turut untuk memproduksi barang serta selanjutnya menyampaikan kepada konsumen. Persediaan yang diadakan mulai dari bahan mentah sampai barang jadi antara lain berguna untuk:

1. Menghilangkan resiko keterlambatan datangnya barang atau bahan yang dibutuhkan perusahaan
2. Menghilangkan resiko dari material yang dipesan apabila rusak sehingga harus dikembalikan.
3. Menumpuk barang yang dihasilkan secara musiman sehingga dapat digunakan bila barang tersebut tidak ada di pasaran
4. Mempertahankan stabilitas operasi perusahaan atau menjamin kelancaran arus produksi

5. Mencapai penggunaan mesin yang optimal
6. Memberikan pelayanan kepada langganan dengan sebaik-baiknya
7. Membuat pengadaan atau produksi tidak perlu sesuai dengan tingkat penjualan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi sistem persediaan yaitu:

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

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

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

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

Tingkat perputaran persediaan ini dapat digunakan untuk mencari tingkat persediaan akhir masing-masing jenis barang untuk periode tahun yang akan datang yaitu dengan mencari tingkat perputaran persediaan rata-rata tahun yang lalu.

2.2.3 Anggaran Produksi

Berdasarkan pada ramalan penjualan yang telah dibuat untuk periode yang sama maka disusunlah anggaran produksi. Anggaran produksi dalam arti luas yaitu berupa penjabaran rencana penjualan menjadi rencana produksi, sedang dalam arti sempit disebut juga anggaran jumlah yang harus diproduksi yang merupakan suatu perencanaan tingkat atau volume barang yang harus diproduksi oleh perusahaan agar sesuai dengan volume atau tingkat penjualan yang telah direncanakan.

Secara garis besar anggaran produksi disusun dengan menggunakan rumus (Gunawan Adisaputro, 1990:191):

Rencana Penjualan	xxxxxxx unit	
Persediaan Akhir	xxxxxxx unit	+
Barang dibutuhkan	xxxxxxx unit	
Persediaan Awal	xxxxxxx unit	-
Jumlah yang diproduksi	xxxxxxx unit	

2.2.4 Analisis Perilaku Biaya

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

1. Biaya Tetap yaitu biaya yang bersifat tetap yang tidak akan terpengaruh oleh perubahan tingkat output atau aktivitas perusahaan, seperti: biaya sewa, gaji karyawan tetap, penyusutan, pajak, asuransi, dsb.

2. Biaya Variabel yaitu: biaya-biaya yang bersifat variabel, artinya biaya yang besarnya berubah-ubah tergantung pada tingkat output atau aktifitas perusahaan secara proporsional yang berarti semakin besar jumlah yang diproduksi maka semakin besar pula biaya-biaya tersebut, seperti: biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya BOP variabel yang bila tidak berproduksi sama sekali maka biaya variabelnya tidak ada.
3. Biaya Semi Variabel yaitu biaya yang tidak bisa dimasukkan sebagai biaya tetap oleh karena jumlahnya selalu berubah-ubah, namun juga tidak dapat dikatakan sebagai biaya variabel oleh karena perubahannya tidak sejalan dengan perubahan volume produksi. Penentuan harga jual dalam kaitannya dengan biaya semi variabel harus dipisahkan menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Metode yang bisa digunakan untuk memisahkan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel:
 - a. Metode Biaya Berjaga
Yaitu metode yang mencoba menghitung berapa biaya yang harus tetap dikeluarkan andaikata perusahaan ditutup untuk sementara atau produksi sama dengan nol. Biaya berjaga ini merupakan biaya tetap, sedangkan perbedaan antara biaya yang dikeluarkan selama produksi berjalan dengan biaya berjaga merupakan biaya variabel.
 - b. Metode Titik Tertinggi dan Titik Terendah
Yaitu metode yang digunakan untuk mengadakan perbandingan suatu biaya pada tingkat kegiatan yang paling tinggi dan paling rendah pada masa lalu. Alasan digunakannya metode ini karena fluktuasi penjualan dan produksi perusahaan tidak terlalu tinggi, sehingga perbandingan suatu biaya pada tingkat kegiatan tertinggi dan terendah di masa yang lalu dianggap masih relevan.

c. Metode Kuadrat Terkecil

Yaitu metode yang menganggap bahwa biaya dengan volume kegiatan berbentuk garis lurus dengan persamaan $y = a + bx$, dimana y merupakan variabel tidak bebas yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel x yang merupakan variabel bebas. Variabel y merupakan biaya sedangkan variabel-variabel x menunjukkan volume kegiatan dan di dalam persamaan tersebut a menunjukkan unsur biaya tetap dalam variabel y , sedangkan b menunjukkan unsur biaya variabelnya.

2.2.5 Analisis Profitabilitas Produk

Profitabilitas produk yang dimaksudkan di sini adalah tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan atas penjualan produk yang dihasilkan. Untuk mengetahui tingkat keuntungan yang diperoleh dilakukan analisis sebagai berikut:

1) Analisis *Contribusi Margin Ratio*

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

Rumus:

$$CM = \frac{CM \text{ bersih}}{\text{Penjualan neto}} \times 100\%$$

2. Analisis Operating Ratio

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

Rumus:

$$OR = \frac{HPP + \text{Biaya pemasaran, adm dan umum}}{\text{Penjualan neto}}$$

III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang titik beratnya diletakkan pada penelitian (obyektif) komparatif, yaitu penelitian yang membandingkan variabel independend sebelum analisis dan variabel independend setelah dianalisis.

Pada umumnya yang mempunyai unit analisis dalam penelitian komparatif perusahaan itu sendiri. Disamping itu penelitian deskriptif ini dianggap sebagai metode paling sesuai bagi penelitian ini karena tujuan penelitian deskriptif adalah untuk mengetahui suatu obyek penelitian secara langsung agar didapat suatu informasi dan data dengan lebih akurat, jelas dan terpercaya.

Pelaksanaan penelitian mengenai analisis penentuan harga jual dalam upaya mencapai profitabilitas pada perusahaan Sepatu Eternal di Mojokerto dilakukan dengan penelitian secara langsung pada perusahaan Sepatu Eternal di Mojokerto tersebut terutama pada pihak manajer penjualan dengan cara wawancara, observasi, dan studi literatur.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data sebagai bahan analisis dengan menggunakan metode *field research*, yaitu suatu metode pengumpulan data langsung di perusahaan. Adapun data yang dikumpulkan meliputi: data volume penjualan produk tahun 1995 s.d 1999, persediaan awal produk tahun 1995 s.d 1999, persediaan akhir produk tahun 1995 s.d 1999, biaya penjualan, administrasi dan umum, biaya-biaya operasional. Teknik dan cara yang digunakan dalam metode ini adalah:

a. Wawancara atau interview

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan atau karyawan yang berhubungan dengan informasi yang diperlukan.

b. Pengamatan atau observasi

Yaitu metode pengumpulan data yang mengadakan pengamatan atau melihat secara langsung hasil kegiatan pembuatan produk.

c. Studi Kepustakaan

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara membaca literatur-literatur maupun penelitian yang lain yang ada kaitannya dengan permasalahan yang akan diteliti.

3.3 Definisi Variabel Operasional

Ada beberapa definisi yang harus disamakan agar dapat dimengerti dan tidak terjadi perbedaan pengertian dari skripsi judul **“Analisis Penentuan Harga Jual Dalam Upaya Mencapai Profitabilitas pada Perusahaan Sepatu Eternal di Mojokerto”** sehingga akan terbentuk pemahaman yang sama antara peneliti dengan pembaca yaitu antara lain:

Analisis: penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perubahan) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1990:32)

Harga Jual: harga per satuan unit yang ditetapkan setelah produk selesai diproduksi ditambah dengan prosentase keuntungan yang diinginkan (William J. Stanton, 1993:315).

Profitabilitas: kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (Basu Swastha, 1990:144).

3.4 Metode Analisis Data

Tahapan-tahapan analisis yang digunakan sebagai berikut:

1. Ramalan Penjualan

Ramalan untuk mengetahui penjualan pada masa yang akan datang digunakan trend linier dengan metode least square (tingkat penjualan setiap tahun selalu mengalami peningkatan) sesuai dengan informasi perusahaan bahwa volume penjualan yang dicapai selama ini selalu mengalami peningkatan. (Gunawan Adisaputro, 1992:159)

$$Y = a + bX$$

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

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

dimana:

Y = Ramalan penjualan di masa yang akan datang

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Satuan waktu

n = Jumlah periode

2. Penentuan jumlah persediaan akhir dengan rumus (Gunawan Adisaputro, 1992:195):

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

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

3. Agar volume penjualan sesuai dengan tingkat penjualan yang dianggarkan maka disusun anggaran produksi (Gunawan Adisaputro, 1992:183):

Tingkat Penjualan	xxx
Tingkat Persediaan Akhir	<u>xxx</u> +
Jumlah	xxx
Tingkat Persediaan Awal	<u>xxx</u> -
Tingkat Produksi	xxx

4. Selanjutnya dianggarkan biaya produksi yang akan datang meliputi:

(Gunawan Adisaputro, 1992:218)

- a. Anggaran biaya bahan baku

Tk. Produksi x Standard Waktu (DLH) x Tarif Upah/ satuan

- b. Anggaran biaya tenaga kerja

Tk. Produksi x Standard Waktu (DLH) x Tarif Upah/satuan waktu

- c. Anggaran biaya overhead pabrik ditentukan dahulu pemisahan biaya semi variabel menjadi biaya tetap dan biaya variabel dengan metode kuadrat terkecil :

$$Y = a + bX$$

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

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

Dimana :

Y = biaya semi variabel pada tingkat produksi X

a = biaya tetap

b = biaya variabel

X = volume kegiatan (produksi sepatu)

n = banyak data (selama 5 tahun yaitu tahun 1995 s.d tahun 1999)

5. Anggaran biaya variabel

Biaya bahan baku	xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
BOP variabel	xxx	+
Jumlah biaya produksi variabel	<hr/>	xxx
Biaya variabel lain:		
Biaya penjualan variabel	xxx	
Biaya Adm. dan Umum	xxx	+
Total jumlah biaya variabel	<hr/>	xxx

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

6. Menentukan harga jual masing – masing produk: (Mas'ud), 1990:251)

Harga jual = (Biaya produksi variabel + Biaya variabel lainnya) + (% Laba yang diharapkan x dasar penentuan laba)

7. Perhitungan kontribusi margin yang diperoleh : (Matz Usry, 1992:322)

Penjualan	xxx
Biaya variabel	xxx +
Margin Contribusi	<hr/> xxx

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menuntut adanya sumber daya manusia yang mampu mengembangkan suatu bentuk usaha sebagai alternatif lapangan kerja baru dan bukan hanya mengandalkan pada pemerintah. Bentuk usaha individu yang mampu menyerap tenaga kerja dan setidaknya bisa mengurangi pengangguran itu salah satunya adalah Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto yang didirikan oleh Bapak Achmad Isnan.

Berawal sebagai tukang dan sekaligus sales dari suatu perusahaan orang lain yang dari sanalah Pak Isnan memperoleh ide dan pengalaman untuk mendirikan usaha sendiri. Pak Isnan menyadari bahwa bila melakukan pekerjaan sebagai seorang sales menawarkan produk dari rumah ke rumah dan memproduksi berdasarkan pesanan baru setelah itu bisa diserahkan kepada pemesan maka menurut beliau hal ini terlalu lambat dan tidak akan membuat beliau berkembang, maka beliau berinisiatif untuk mendirikan usaha sendiri.

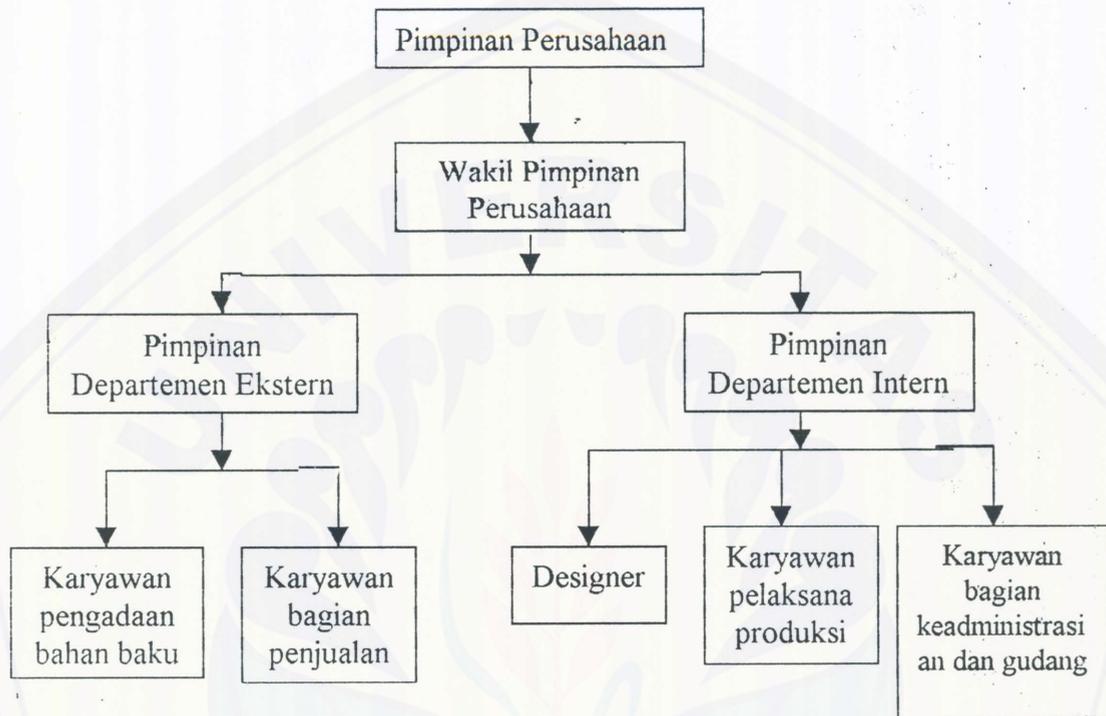
Berbekal pengalaman dan dukungan dari keluarga dengan sedikit modal Pak Isnan akhirnya pada tahun 1985 berhasil membuka usaha sendiri. Perusahaan Sepatu Eternal beralamat kantor di Jalan Kranggan 1-A/05 Kelurahan Kranggan Kecamatan Prajurit Kulon Kodya Mojokerto yang sekaligus adalah rumah beliau dengan nomor pendaftaran usaha 13035601240 dengan Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP): No. SIUP 028/13-03/PK/IV/1995 yang masih berlaku sampai saat ini, dengan notaris H. Harun Al Rosjid, SH. Walaupun pada awal usaha banyak sekali rintangan-rintangan yang mesti dihadapi, dengan keuletan dan kesabaran akhirnya usaha ini dapat berkembang terbukti produk dapat diterima dengan baik oleh konsumen karena kualitas produknya baik.

Keberhasilan ini mendorong Pak Isnan untuk memberikan label atau merk yang lain bagi produk-produknya yakni 'Eternal' dan telah banyak dijumpai dan mudah untuk didapatkan di toko-toko dan beberapa tempat karena produk ini telah dipasarkan baik di dalam kota sampai di kota-kota besar lainnya. Setelah Bapak Isnan meninggal dunia usaha ini dilanjutkan oleh putra beliau dan sampai sekarang masih terus berkembang.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan yang merupakan susunan yang menunjukkan secara jelas dan pasti mengenai pola hubungan antara bagian-bagian organisasi beserta fungsi-fungsinya, dimana susunan tersebut juga menunjukkan aliran wewenang dan tanggung jawab diantara bagian-bagian organisasi yang ada. Keberadaan struktur organisasi perusahaan yang ada sangatlah penting diketahui agar segala kepentingan dan urusan yang ada di dalam suatu perusahaan dapat diselesaikan dengan lancar dan sesuai dengan prosedurnya.

Pengelolaan perusahaan dalam menyusun struktur organisasi akan sangat mempengaruhi berhasil atau tidaknya tata urutan pelaksanaan kegiatan masing-masing bagian karena terkait dengan pengawasan dan pengarahan serta sesuai atau tidaknya suatu bagian dijalankan. Adapun struktur organisasi perusahaan yang ada pada perusahaan sepatu Eternal ini masih sederhana hal ini bisa dilihat dari pimpinan perusahaan adalah dipegang sendiri oleh pemilik usaha, dimana dalam tugasnya ia dibantu oleh seorang wakil pimpinan yang merangkap sekaligus sebagai pimpinan seluruh departemen yang ada di dalam perusahaan itu dan ada beberapa pekerja sebagai pelaksana produksi, seperti tampak dalam bagan di bawah ini:



Gambar 4.1 : Struktur organisasi perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto
 Sumber data : Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

4.1.2.1 Tugas-tugas dari masing-masing bagian sebagai berikut:

1. Pimpinan Perusahaan mempunyai tugas yakni:
 - a. Menentukan kebijaksanaan perusahaan
 - b. Memimpin seluruh kegiatan perusahaan
 - c. Menjaga kondisi kerja yang menyenangkan, menanamkan rasa disiplin kerja bawahan dan berkomunikasi dengan para karyawan
 - d. Mengangkat dan memecat bawahan.

2. Wakil Pimpinan Perusahaan bertugas:
 - a. Membantu Pimpinan Perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan
 - b. Memimpin dan mengawasi kerja pimpinan bagian pengadaan bahan baku
 - c. Memimpin dan mengawasi kerja dari pimpinan bagian penjualan
 - d. Memimpin dan mengawasi kerja dari pimpinan bagian pelaksanaan produksi
 - e. Memimpin dan mengawasi kerja dari pimpinan keadministrasian dan gudang
3. Pimpinan Departemen Ekstern bertugas:
 - a. Memimpin dan mengawasi kerja seluruh karyawan yang berada di bagian pengadaan bahan baku
 - b. Memimpin dan mengawasi seluruh karyawan pada bagian penjualan
 - c. Merencanakan dan mengawasi pelaksanaan pengadaan perputaran bahan baku dalam perusahaan
 - d. Membuat rencana penjualan
 - e. Memimpin dan mengawasi pelaksanaan penjualan
 - f. Membuat laporan keuangan hasil penjualan dalam periode tertentu.
4. Pimpinan Departemen Intern bertugas:
 - a. Memimpin dan mengawasi kerja karyawan yang berada di bagian produksi
 - b. Memimpin mengawasi kerja bagian designer
 - c. Memimpin dan mengawasi kerja bagian keadministrasian dan gudang
 - d. Menyusun rencana produksi
 - e. Menyusun anggaran perusahaan untuk masa yang akan datang
 - f. Memimpin dan mengawasi seluruh kegiatan perputaran keuangan perusahaan
5. Karyawan pengadaan bahan baku bertugas:
 - a. Mengadakan pembelian bahan baku dan bahan pembantu termasuk menghitung jumlah harga bahan baku yang dibeli
 - b. Mencari dan menentukan suplier

6. Designer bertugas:
 - a. Membuat model-model sepatu sesuai dengan mode untuk periode tertentu
7. Karyawan bagian penjualan tugasnya:
 - a. Mencari dan menerima pesanan langganan
 - b. Menentukan jadwal pengiriman barang dan melaksanakan pengiriman barang
 - c. Mencari metode-metode pemasaran produk
8. Karyawan pelaksana produksi bertugas:
 - a. Melaksanakan produksi pada bagiannya masing-masing misalnya: mengesol, menjahit, sortir dan sebagainya.
9. Karyawan keadministrasian dan gudang:
 - a. Membukukan semua transaksi perusahaan dan seluruh aktifitas keadministrasian
 - b. Melakukan pembayaran (pengeluaran uang perusahaan) atas perintah dan persetujuan pimpinan atau wakil pimpinan perusahaan
 - c. Menerima dan menyimpan uang
 - d. Melakukan pencatatan terhadap keluar masuknya bahan baku
 - e. Melakukan pencatatan terhadap penerimaan dan pengeluaran barang jadi
 - f. Menyimpan dan mengeluarkan barang jadi dari gudang

4.1.3 Tenaga Kerja dan Sistem Pengupahan

Salah satu faktor utama yang akan selalu ada dalam perusahaan adalah tenaga kerja dimana fungsinya untuk menjalankan segala aktifitas perusahaan tersebut sejak dari pengadaan bahan baku, proses produksi sampai dengan proses pemasarannya. Berikut uraian tentang jumlah tenaga kerja serta sistem pengupahan pada perusahaan sepatu Eternal di Mojokerto.

4.1.3.1 Jumlah dan Kualifikasi Tenaga Kerja

Adanya bahan baku, bahan pembantu, mesin-mesin penggerak tidaklah cukup untuk mampu menjalankan suatu usaha, tapi pasti dibutuhkannya tenaga kerja manusia untuk dapat terlaksananya proses kegiatan. Perusahaan Sepatu Etrenal mempekerjakan lebih kurang 25 karyawan, yang terdiri dari:

- a. Tenaga kerja bulanan tetap tiga orang yakni:
 1. Pimpinan Perusahaan
 2. Wakil Pimpinan Perusahaan
 3. Karyawan Pembukuan dan Gudang
- b. Tenaga kerja harian tetap sepuluh orang yakni:
 1. Karyawan bagian plong
 2. Karyawan bagian penjahitan
 3. Karyawan bagian pengetrapan
 4. Karyawan bagian pengecatan dan pengepresan
 5. Karyawan bagian penyelesaian
- c. Tenaga kerja harian lepas/borongan lima belas orang atau lebih yaitu:
 1. Karyawan bagian penjahitan

4.1.3.2 Sistem Pengupahan

Sistem pengupahan yang diberikan oleh perusahaan Etrenal pada karyawan tidak hanya berupa uang tunai tetapi untuk makan siang juga disediakan pula oleh pihak perusahaan, dan gaji diberikan dengan perincian sebagai berikut:

1. Gaji bulanan tetap yaitu gaji yang diterima pada tiap bulan, tidak tergantung pada kuantitas produk yang dihasilkan tetapi tergantung pada tingkat kedudukannya dalam perusahaan
2. Gaji harian tetap yaitu gaji yang diterima tergantung pada jumlah hari kerja
3. Gaji borongan (tidak tetap) yaitu gaji yang diterima tergantung pada hasil kerja yang diperoleh/ banyak pekerjaan yang mampu diselesaikan

Tabel 4.1 : Tarif Tenaga Kerja Langsung (rupiah) setiap Pasang Sepatu pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999.

NO	BAGIAN KERJA	1995	1996	1997	1998	1999
1.	Karyawan Bagian Plong	350	400	450	550	650
2.	Karyawan Bagian Penjahitan	400	450	500	650	750
3.	Karyawan Bagian Pengetrapan	300	350	400	525	650
4.	Kry. Pengecatan & Pengepresan	325	375	425	550	675
5.	Karyawan Penyelesaian	225	250	275	350	425
	Karyawan Borongan Penjahitan	525	600	675	800	950
	Jumlah	2125	2425	2725	3425	4100

Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

4.1.3.3 Jam Kerja

Jam kerja yang diterapkan pada perusahaan sepatu Eternal diatur yakni hari kerja lebih kurang enam hari kerja dalam seminggu atau 300 hari dalam setahunnya yaitu: - Senin s/d Sabtu kecuali hari Jum'at

Jam kerja : pukul 07.00 WIB – 16.00 WIB

Istirahat : pukul 12.00 WIB – 13.00 WIB

- Jum'at

Jam kerja : pukul 07.00 WIB – 16.00 WIB

Istirahat : pukul 11.00 WIB – 13.00 WIB

Atau apabila ada tambahan jam kerja/lembur kadang-kadang karyawan kerja pada hari Minggu atau lembur sampai 19.00 WIB

4.1.3.4 Jaminan Kesejahteraan Tenaga Kerja

Perusahaan memberikan jaminan kesejahteraan pada para tenaga kerja yaitu:

a. Jaminan Kesehatan

Tenaga kerja yang sakit akan mendapatkan bantuan untuk keperluan berobat

b. Tunjangan Keselamatan Kerja

Fasilitas ini hanya diberikan kepada tenaga kerja yang mengalami kecelakaan pada saat kerja

c. Pemberian Makanan

Perusahaan memberikan tambahan makanan baik makanan ringan atau makanan berat pada hari-hari tertentu kepada tenaga kerja.

4.1.4 Kegiatan Produksi

4.1.4.1 Bahan Baku dan Bahan Pembantu

Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi pada perusahaan sepatu eternal dapat diperoleh dari berbagai pola antara lain:

Dari daerah Jawa: Mojokerto, Surabaya, Bandung, Magetan, Pasuruan, Jombang, dan dari daerah Garut

Dari daerah Luar Jawa: Ujung Pandang

Bahan baku terdiri dari: kulit dan sol, sedangkan bahan pembantu yang digunakan adalah: imitasi CCI, paku, benang, lem, kersan txon, spon, semir, tali sepatu, kerdus dan asesoris. Standard penggunaan dari masing-masing bahan dan harga beli dari tiap-tiap jenisnya dapat dilihat pada tabel 4.2 dan tabel 4.3.

Tabel 4.2: Standard penggunaan bahan baku dan bahan pembantu pada tiap jenis produk tiap satuan bahan pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.

Jenis bahan (satuan)	Sepatu Laki-laki Dewasa	Sepatu Perempuan Dewasa	Sepatu Anak-anak
1. Bahan Baku			
Kulit (kaki)	1,8	1,05	0,7
Soll nero (psg)	1	1	1
2. Bahan Pembantu			
Imitasi CCI (m)	0,1	0,06	0,05
Texon (lembar)	0,05	0,04	0,03
Spon (kg)	0,05	0,04	0,03
Kerasan (m)	0,04	0,03	0,02
Benang (gelondong)	0,025	0,02	0,015
Label (buah)	1	1	1
Mata ayam (biji)	12	-	12
Tali sepatu (pasang)	1	-	1
Semir (botol 70 ml)	0,1	0,067	0,05
Kerdus (biji)	1	1	1
Lem antara lain:			
- PC dan Primer (liter)	0,01	0,009	0,005
- 168 (galon)	0,005	0,0046	0,003
- D X dan Latex (liter)	0,009	0,007	0,005
- Primade (galon)	0,005	0,004	0,003

Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

Tabel 4.3 Harga bahan baku dan bahan pembantu (per satuan bahan) pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, (1995 – 1999)

		Jenis bahan pembantu (satuan)																	
Kulit	Soil	Soil	Imitasi	Texon	Spon	Kerasan	Benang	Label	Tali	Mata	Kerdus	Semir	Primade	PC	Primer	168	DX	Lex	
(kaki)	besar	kecil	CCT	(lemba	(kg)	(m)	(gelon	(buah)	sepatu	Ayam	(buah)	(botol	Primade	PC	(liter)	(liter)	(galon)	(liter)	(liter)
(pas)	(pas)	(pas)	(m))			donng)		(pas)	(biji)		70ml)	(galon)	(liter)	(liter)	(galon)	(liter)	(liter)	(liter)
7000	2000	1250	4500	4000	6000	6000	1800	250	400	6,0	750	4500	18000	13750	4000	9000	18000	3000	
8000	2500	1750	5500	4500	6750	6500	2000	275	450	7,5	850	5250	31000	15250	4500	14000	20500	3500	
9000	3000	2250	6500	5000	7750	7000	2500	300	500	8,5	1000	6000	45000	16750	5000	21000	23000	4000	
12500	5000	3000	10000	6500	10500	8500	3500	350	725	10	1250	7500	60500	30500	6000	29000	28000	5000	
16500	6000	3500	12500	7500	12500	10000	4500	450	900	12	1350	8500	77500	33500	7500	39500	31000	6500	

Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

4.1.4.2 Peralatan yang Digunakan

Peralatan yang digunakan dalam memproduksi sepatu pada perusahaan sepatu Eternal adalah sebagai berikut:

- a. Mal digunakan untuk mengukur kap dan sol sepatu sesuai dengan nomor atau ukuran yang dikehendaki
- b. Gunting untuk memotong kap dan sol sepatu yang telah digambar
- c. Mesin jahit untuk menjahit kap yang sudah dipotong sesuai dengan model yang dikehendaki
- d. Mesin pres dan klebut untuk menempelkan kap yang sudah ditrapkan pada sol agar tetap lemas dan tidak mudah berkerut
- e. Oven/kompresor digunakan untuk melepaskan kap yang sudah ditrapkan pada sol agar tetap lemas dan tidak mudah berkerut
- f. Palu digunakan untuk meratakan pinggir sepatu supaya rapi
- g. Pangot digunakan untuk meratakan kap dengan sol setelah dijahit atau dilem.

4.1.4.3 Proses Produksi

Proses produksi yang dapat diartikan sebagai cara atau teknik untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang/jasa dengan menggunakan sumber-sumber baik tenaga kerja, bahan-bahan serta dana untuk memperoleh hasil. Proses produksi sepatu eternal mulai dari bahan baku hingga menjadi barang jadi dan siap dipasarkan adalah sebagai berikut:

A. Tahap Awal (Pembuatan Kap)

Bagian dari sepatu yang pertama kali adalah bagian atas sepatu atau biasa disebut dengan kap sepatu yang dilalui dengan urutan kegiatan sebagai berikut:

- a. Menentukan model sepatu
- b. Menggores/pemotongan
- c. Penjahitan

Adapun uraian kegiatannya dimulai dengan memotong kulit dan mitasi sesuai dengan ukuran dan model yang telah dibuat oleh designer dan terbentuklah tempung belakang, tempung depan dan lidah sepatu. Selanjutnya potongan-potongan itu diserahkan pada bagian penjahitan untuk dijahit menjadi satu dan sekaligus pada saat penjahitan tersebut diberikan tambahan-tambahan asesoris sesuai dengan model yang diinginkan, misalnya diberikan bisban atau variasi yang lain, setelah menjadi satu bagian maka sudah menjadi kap sepatu/upper.

B. Tahap Kedua (Pembuatan Sol)

Tahap kedua membuat bagian bawah sepatu yang terbuat dari bahan yang disebut texon dan akan dipakai sebagai lapisan bawah sol dengan tahapan sebagai berikut:

Texon diukur dan dipotong sesuai dengan sol yang sudah dibeli dalam berbagai ukuran standard serta untuk lapisan atas sol ditambah bahan yang lebih tipis kemudian disatukan antara tiap bagian dengan lem.

C. Tahap Ketiga

Dalam tahap ketiga ini hasil dari tahap pertama dan tahap kedua yang menghasilkan kap dan sol sepatu, akan dilakukan proses yang lebih lanjut yakni menggabungkan kap tersebut dengan sol. Penggabungan ini dilakukan dengan urutan-urutan sebagai berikut:

- a. Pengetrapan/penempelan
- b. Pengeleman
- c. Penelitian dan penyempurnaan

Menggunakan mesin pres dan klebut proses secara keseluruhan bisa dijelaskan sebagai berikut: sol dan kap yang ada dilem dengan latex kemudian dikeringkan, setelah kering maka kap sepatu ditrapkan/digabungkan dengan sol bagian atas dengan menggunakan klebut yaitu suatu cetakan berbentuk kaki untuk memberi bentuk sepatu (agar

bentuknya tidak jatuh atau agar kokoh), kemudian diselep yaitu dimasukkan dalam oven sepatu (kompresor) kurang lebih 15 menit agar kap sepatu tidak berkerut dan tetap lemas. Kap sepatu yang telah menempel pada sol bagian atas dan sudah dipres serta dipaku, dilem lagi dengan lem PC, bersama dengan sol dasar yang sudah dibersihkan. Dilem bersama-sama sampai merata dan dimasukkan de dalam oven lagi (diselep lagi) kemudian diambil dan dibiarkan terlebih dahulu sampai kering antara kap dan sol langsung dihubungkan, sedangkan klebut yang ada dalam kap dilepas dari sepatu, maka jadilah sepatu, setelah itu disortir dan disempurnakan yakni dengan mengkilatkan atau diberi tali sepatu dan sebagainya, kemudian dimasukkan ke dalam kardus dan sepatu siap untuk dipasarkan seperti tampak pada gambar 4.2 dibawah ini.



Gambar 4.2: Proses Produksi pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto
 Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

4.1.5 Hasil Produksi

Hasil produksi utama dari Perusahaan Sepatu Eternal di Mojokerto berupa sepatu kulit yang terdiri dari sepatu kulit untuk laki-laki dewasa dengan ukuran 38, 39, 40, 41, dan 42, sepatu wanita dengan ukuran 38, 39, 40 dan 41, serta sepatu anak-anak dengan ukuran yakni: 35,36 dan 37. Hasil produksi pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4: Hasil Produksi Sepatu dari Masing-masing Jenis (dalam pasang) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 1995-1999.

Tahun	Sepatu Laki-laki Dewasa	Sepatu Wanita Dewasa	Sepatu Anak-anak	Jumlah
1995	6423	6647	3812	16882
1996	7179	7419	4350	18948
1997	8803	8223	4826	21052
1998	8714	8943	5297	22954
1999	9363	9598	5763	24724

Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

Berikut data persediaan akhir pada tiap jenis sepatu tampak pada tabel 4.5:

Tabel 4.5 : Persediaan akhir dari masing-masing jenis (dalam pasang) pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 1994-1999

Tahun	Sepatu Laki-laki Dewasa	Sepatu Wanita Dewasa	Sepatu Anak-anak	Jumlah
1994	508	573	339	1420
1995	556	607	373	1536
1996	609	618	410	1647
1997	627	664	476	1767
1998	707	762	538	2007
1999	868	808	592	2268

Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

4.1.6 Kebijakan Harga Jual

Harga jual ditetapkan dan diadakan perubahan setiap satu tahun sekali oleh perusahaan, dimana penetapannya disesuaikan dengan produk saingan dan faktor-faktor yang mempengaruhi jalannya proses produksi. Kebijakan harga yang digunakan baik untuk grosir maupun retail tetap yaitu dari perusahaan memberikan harga tertentu dan penyalur sendiri yang akan menentukan harga jual pada konsumen akhir. Harga jual yang diberikan perusahaan tampak pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6: Persediaan Akhir dari masing-masing jenis sepatu (dalam rupiah) pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 1994-1999

Tahun	Sepatu Laki-laki Dewasa	Sepatu Wanita Dewasa	Sepatu Anak-anak
1994	25.000	21.000	12.500
1995	30.000	23.500	15.000
1996	35.000	27.000	15.000
1997	42.000	30.000	22.000
1998	50.000	35.000	25.000
1999	55.000	40.000	28.500

Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

4.1.7 Aspek Pemasaran

Salah satu hal yang dapat menentukan keberhasilan dari jalannya usaha adalah aspek pemasaran. Bagaimanakah pemasaran yang diterapkan bagi produk-produk yang dihasilkan apakah dapat diterima oleh konsumen dengan baik atau dapatkah dengan cepat sampai ke tangan konsumen, yang nanti hal ini akan mempengaruhi jumlah produk yang berhasil dipasarkan yang tidak lain tujuan akhir yaitu akan mampu memberikan profit dan menjaga kelangsungan usaha.

4.1.7.1 Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran merupakan tempat pelemparan hasil produksi. Perusahaan Sepatu Eternal telah memasarkan produk-produknya di beberapa tempat di kota-kota

di Jawa Timur antara lain di Kediri, Nganjuk, Kertosono, Jombang, Gresik, Surabaya dan di dalam kota Mojokerto sendiri. Terkadang ada juga beberapa orang yang secara individu mengambil sejumlah sepatu untuk ditawarkan ke kota-kota di luar Jawa. Berikut penjualan yang telah dilakukan oleh Perusahaan Eternal selama lima tahun terakhir.

Tabel 4.7: Volume penjualan sepatu dari masing-masing jenis (dalam pasang) pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 1995-1999

Tahun	Sepatu Laki-laki Dewasa	Sepatu Wanita Dewasa	Sepatu Anak-anak	Jumlah
1995	6375	6613	3778	16.766
1996	7126	7408	4303	18.837
1997	7985	8177	4770	20.932
1998	8634	8845	5245	22.714
1999	9202	9552	5709	24.463

Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

4.1.7.2 Saluran Distribusi

Saluran distribusi atau jalur penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyalurkan produksi sepatu sampai di tangan konsumen yakni melalui grosir yaitu lembaga usaha yang membeli dan menjual kembali produk kepada retail yang akan dijual lagi sampai kepada konsumen akhir, juga melalui retail langsung yaitu lembaga atau personil yang melakukan kegiatan usaha menjual produk/barang kepada konsumen akhir. Di dalam memasarkan produk sampai ke tangan konsumen ini perusahaan mengeluarkan biaya sebagai berikut:

Tabel 4.8: Biaya Overhead Pabrik, Biaya Pemasaran serta Biaya Administrasi dan Umum (dalam rupiah) pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 1995-1999

Tahun	BOP		Biaya Pemasaran		Biaya Adm. & Umum	
	Pem. & perbaikan mesin	Biaya listrik	B. pem & perbaikan kendaraan	Biaya transport	Perlengk. kantor & rupa-rupa	Biaya telepon
1995	252.700	563.600	230.100	253.250	202.550	387.600
1996	295.500	616.250	162.600	284.200	246.300	419.450
1997	308.200	650.500	207.350	315.750	231.550	407.800
1998	320.900	680.750	302.750	344.300	275.400	463.100
1999	351.250	713.500	253.600	360.000	284.300	472.750

Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto, 2000

4.2 Analisis Data

4.2.1 Penentuan Harga Jual

Analisis untuk menentukan harga jual pada masing-masing jenis produk tahun 2000 digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

4.2.1.1 Meramalkan Volume Penjualan tahun 2000 untuk masing-masing jenis produk

Karena data yang dimiliki oleh perusahaan meliputi jumlah penjualan dan periode waktu. Oleh karena itu ramalan penjualan dihitung dengan menggunakan metode least square (metode kwadrat terkecil) dimana persamaan yang digunakan adalah : (Pangestu Subagyo, 1986, 33)

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{\sum y}{n} \quad b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Dimana :

y = nilai data hasil ramalan hasil penjualan

x = waktu tertentu yang telah ditransformasikan dalam bentuk kode

n = jumlah data deret waktu

Terdapat bersumber dari tabel 4.7 (volume penjualan) seperti berikut ini:

Tabel 4.9 : Perhitungan Ramalan Volume Penjualan Sepatu Laki-laki Dewasa (dalam rupiah) untuk tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.

Tahun	Y (vol.penjualan)	X	X ²	XY
1995	6375	-2	4	-12750
1996	7126	-1	1	- 7126
1997	7985	0	0	0
1998	8634	1	1	8634
1999	9202	2	4	18404
	$\Sigma Y = 39.322$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 7.162$

Sumber data: tabel 4.7 diolah

Ramalan Penjualan sepatu laki-laki untuk dewasa tahun 2000 adalah:

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{39322}{5}$$

$$a = 7864,4$$

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

$$b = \frac{7162}{10}$$

$$b = 716,2$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 7864,4 + 716,2 x$

Ramalan penjualan sepatu laki-laki dewasa untuk tahun 2000 adalah:

$$Y = 7864,4 + 716,2 (3)$$

$$Y = 7864,4 + 2148,6$$

$$Y = 10.013 \text{ pasang sepatu}$$

Hasil ramalan penjualan sepatu wanita dewasa dan sepatu anak-anak (lampiran 1,2) tampak pada tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10 : Hasil Ramalan Penjualan Masing-masing Jenis Sepatu (dalam pasang) untuk tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.

Jenis Sepatu	Jumlah Penjualan
Sepatu laki-laki dewasa	10.013
Sepatu wanita dewasa	10.314
Sepatu anak-anak	1.197

Sumber data: lampiran 1 dan lampiran 2

4.2.1.2 Menentukan Persediaan Akhir (dalam pasang) masing-masing Jenis Produk tahun 2000

Menentukan persediaan akhir sepatu laki-laki dewasa untuk tahun 2000 digunakan rumus/metode Inventory Turn Over dengan anggapan bahwa tingkat perputaran produk tahun 2000 sama dengan tingkat perputaran produk tahun 1999 dengan menggunakan data berikut:

Persediaan awal Th 1999	707
Persediaan akhir 1999	868
Penjualan Th 1999	9202
Rencana Penjualan Th 2000	10.013

Perhitungan persediaan akhir sepatu laki-laki dewasa tahun 2000:

$$\text{Persediaan rata - rata} = \frac{707 + 868}{2} = 787,5$$

$$\text{ITO 1999} = \frac{9202}{787,5}$$

$$\text{ITO 1999} = 11,685$$

ITO thn.1999 = ITO thn.2000, maka

$$\text{persediaan rata - rata thn. 2000} = \frac{\text{rencana penjualan thn.2000}}{\text{ITO}}$$

$$\text{persediaan rata - rata thn.2000} = \frac{10.013}{11,685} = 857$$

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

$$857 = \frac{868 + \text{persediaan akhir}}{2} \quad \rightarrow \quad 857 \times 2$$

$$\text{persediaan akhir} = 1714 - 868 = 846$$

Sehingga persediaan akhir tahun 2000 sepatu laki-laki dewasa = 846 pasang sepatu. Berikut hasil perhitungan persediaan akhir sepatu wanita dan sepatu anak-anak ada di (lampiran 3) tampak pada tabel 4.11:

Tabel 4.11: Persediaan Akhir Tiap-tiap Jenis Sepatu (dalam pasang) Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Jenis Sepatu	Persediaan Akhir Tahun 2000
Sepatu Laki-laki Dewasa	846
Sepatu Wanita Dewasa	888
Sepatu Anak-anak	634

Sumber data: lampiran 3

4.2.1.3 Menyusun Anggaran Produksi Untuk Tiap-tiap Jenis Sepatu (dalam pasang) Tahun 2000

Persediaan awal, persediaan akhir dan rencana penjualan telah diketahui, maka rencana produksi dapat dihitung :

Perhitungan Rencana Produksi Sepatu Laki-laki Dewasa Tahun 2000

Rencana Penjualan th 2000	10.013	
Persediaan akhir th 2000	<u>846</u>	+
Jumlah kebutuhan produksi	10.859	
Persediaan awal th 2000	<u>868</u>	-
Rencana produksi th 2000	9991	

Hasil perhitungan rencana produksi sepatu wanita dewasa dan sepatu anak-anak ada di (lampiran 4):

Tabel 4.12 : Rencana Produksi Masing-masing Produk (dalam pasang) Tahun 2000 pada Perusahaan Eternal di Mojokerto

Jenis Sepatu	Rencana Produksi Tahun 2000
Sepatu Laki-laki Dewasa	9.991
Sepatu Wanita Dewasa	10.394
Sepatu Anak-anak	6.239

Sumber data: lampiran 4

4.2.1.4 Analisis Pemisahan Biaya Semi Variabel ke dalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Karena di dalam metode *variabel costing* sangat diperlukan adanya penggolongan biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, maka perlu diadakan analisis yang lebih mengenai variabel biaya, khususnya biaya semi variabel yang mengandung unsur biaya tetap dan variabel.

Dasar pembebanan biaya semi variabel tersebut yaitu:

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

Berikut perhitungan pemisahan biaya semi variabel dengan menggunakan data volume produksi dari (tabel 4.4) dan biaya pemeliharaan dan perbaikan mesin (tabel 4.8):

Tabel 4.13: Pemisahan Biaya Pemeliharaan dan Perbaikan Mesin (dalam rupiah) kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Untuk Tahun 2000 Berdasarkan Volume Produksi Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999.

Tahun	Y (biaya Pemeliharaan & perb. mesin)	X (volume produksi)	X^2	XY
1995	252.700	16.882	285.001.924	4266081400
1996	295.500	18.948	359.026.704	5599134000
1997	308.200	21.052	443.186.704	6488226400
1998	320.900	22.954	526.886.116	7365938600
1999	351.250	24.724	611.276.176	8684305000
$\Sigma n=5$	$\Sigma Y=1.528.550$	$\Sigma X=104.560$	$\Sigma X^2=2225377624$	$\Sigma XY=32403685400$

Sumber data: tabel 4.8

Menggunakan metode least square dengan persamaan : $Y = a + bx$ dapat diketahui biaya variabel per pasang sepatu dengan rumus sebagai berikut :

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

$$b = \frac{5(32.403.685.400) - (1.528.550 \times 104.560)}{5(2.225.377.624) - (104.560)^2}$$

$$b = \frac{162.018.427.000 - 159.825.188.000}{194.094.520}$$

$$b = 11,30$$

dan biaya tetapnya :

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

$$a = \frac{1.528.550 - (11,30)(104.560)}{5}$$

$$a = \frac{347.022}{5} \quad a = 69.404,4$$

Sehingga diperoleh persamaan : $Y = 69.404,4 + 11,30 X$ sehingga biaya variabel per pasang sepatu = 11,30 dan biaya tetapnya = Rp. 69.404,4

Hasil pemisahan biaya semi variabel ke dalam unsur biaya tetap dan variabel yang lainnya ada pada (lampiran 5, 6, 7, 8, 9):

Tabel 4.14 : Hasil pemisahan Biaya Semi Variabel Kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Jenis Biaya Semi Variabel	Biaya Variabel (Rp/Pasang)	Biaya Tetap (Rp)
Biaya Factory Overhead		
1. Biaya pemeliharaan dan perbaikan mesin	11,30	69.404,40
2. Biaya listrik	18,24	262.885,12
Biaya Pemasaran		
1. Biaya pemeliharaan dan Perbaikan kendaraan	9,54	33.397,504
2. Biaya transportasi	14,23	16.335,648
Biaya Adm. dan Umum		
1. Biaya perlengkapan kantor dan rupa-rupa	9,94	41.840,544
2. Biaya telepon	10,99	202.181,024
Jumlah	74,16	626.044,24

Sumber data: lampiran 5, 6, 7, 8, 9

4.2.1.5 Memproyeksikan Biaya Produksi dan Komersial Tahun 2000 untuk masing-masing Jenis Produk

Besarnya biaya produksi dan operasi tahun 2000 akan diketahui setelah diadakan proyeksi terhadap biaya dengan mempertimbangkan data selama 5 tahun, adapun proyeksi terhadap biaya produksi dan biaya operasi adalah sebagai berikut:

a. Biaya Bahan Baku

Perhitungan biaya bahan baku yang diperlukan untuk membuat sepasang sepatu laki-laki dewasa tahun 2000 dengan menggunakan data harga bahan baku kulit 5 tahun sebelumnya (tabel 4.3):

Tabel 4.15 : Ramalan Harga Bahan Baku Soli Nero (rupiah/pasang) Untuk Jenis Sepatu Laki-laki dan Wanita Dewasa Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Untuk Tahun 2000.

Tahun	Y (harga BB Soli Nero)	X	X ²	XY
1995	2.000	-2	4	-4000
1996	2.500	-1	1	-2.500
1997	3.000	0	0	0
1998	5.000	1	1	5000
1999	6.000	2	4	12.000
	$\Sigma Y = 18.500$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 10.500$

Sumber data: tabel 4.3 diolah

Ramalan harga bahan baku soli nero tahun 2000 adalah

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{18.500}{5}$$

$$a = 3.700$$

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

$$b = \frac{10.500}{10}$$

$$b = 1.050$$

Sehingga diperoleh persamaan : $Y = 3.700 + 1.050 X$

Ramalan harga bahan baku soll nero tahun 2000 adalah

$$Y = 3.700 + 2350 (3)$$

$$Y = 3.700 + 3.150$$

$$Y = 6.850 \text{ per kakinya}$$

Biaya bahan baku tiap pasang sepatu :

Bahan kulit:

- 1. Standard penggunaan bahan (satuan kaki) : 1,8
- 2. Harga beli bahan baku kulit (satuan kaki) : 17.650 x

Biaya bahan sepatu kulit untuk sepasang sepatu laki-laki : 31.770

Bahan soll nero

- 1. Standard Penggunaan : 1
- 2. Harga beli soll nero : 6.850 x

Biaya bahan baku soll nero untuk sepasang sepatu laki-laki : 6.850 +

Biaya bahan baku total 38.620

Hasil perhitungan ramalan harga bahan baku yang lain untuk tiap-tiap jenis sepatu ada di lampiran 11 dan dengan menggunakan data volume produksi (tabel 4.5) dan data bahan baku per pasang sepatu (tabel 4.12) maka:

Tabel 4.16 : Biaya Bahan Baku Tiap – tiap Jenis Sepatu Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.

Jenis Sepatu	Biaya Variabel (Rp/Pasang)	Vol.Produksi (pasang)	Jumlah Biaya (Rp)
Sepatu Laki-laki	38.620	9.991	385.852.420
Sepatu Wanita Dewasa	25.382,5	10.394	263.825.705
Sepatu Anak-anak	16.430	6.392	105.020.560
Jumlah		26.624	754.698.685

Sumber data: lampiran 5 dan lampiran 12

b. Biaya Bahan Pembantu

Dengan diketahuinya standard penggunaan bahan (tabel 4.2) dan harga bahan baku pembantu (tabel 4.13), maka pemakaian banan pembantu dapat dicari seperti ini:

Tabel 4.17: Ramalan Biaya Bahan Pembantu Sepatu Laki-laki Dewasa (rupiah/pasang) Tahun 2000 pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999

Tahun	Y (hrng.bhn.pemb)	X	X ²	XY
1995	3658,5	-2	4	-7317
1996	4351	-1	1	-4351
1997	4922,5	0	0	0
1998	6585	1	1	6585
1999	7789	2	4	15.578
	$\Sigma Y = 27.306$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 10.495$

Sumber data: Tabel 4.2 dan tabel 4.3 diolah

Ramalan biaya bahan pembantu sepatu Laki-laki untuk tahun 2000 sebagai berikut:

Dengan persamaan $Y = a + b x$

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

$$a = \frac{27.306}{5} = 5461,2$$

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

$$b = \frac{10.495}{10} = 1049,5$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 5461,2 + 1049,5 X (3)$

Ramalan Biaya Pembantu seperti laki-laki tahun 2000 sebagai berikut :

$$Y = 5461,2 + 1049,5 X$$

$$Y = 5461,2 + 3148,5$$

$$Y = 8609,7 \text{ per pasang sepatu}$$

Hasil perhitungan biaya bahan pembantu sepatu wanita dewasa dan sepatu anak-anak ada di (lampiran 13,14)

Tabel 4.18: Biaya Bahan Pembantu Tiap-tiap Jenis Sepatu Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.

Jenis Sepatu	Biaya Variabel (Rp/Pasang)	Produksi (pasang)	Jumlah Biaya (Rp)
Sepatu Laki-laki	8.609,7	9.991	86.019.512,7
Sepatu Wanita Dewasa	6.124,03	10.394	63.653.167,82
Sepatu Anak-anak	6.081,125	6.392	37.940.138,88
Jumlah		26.624	187.612.819,4

Sumber data: tabel 4.17, lampiran 13,14

c. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Dengan menggunakan tarif tenaga kerja (tabel 4.1) ramalan biaya tenaga kerja langsung dapat diketahui yaitu seperti pada tabel 4.19 :

Tabel 4.19 : Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung (rupiah/pasang) Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999

Tahun	Y (jml.tarif TKL)	X	X ²	XY
1995	2125	-2	4	-4250
1996	2425	-1	1	-2425
1997	2725	0	0	0
1998	3425	1	1	3425
1999	4100	2	4	8200
	$\Sigma Y = 14.800$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 4950$

Sumber data: Tabel 4.1

Ramalan biaya tenaga kerja langsung tahun 2000 sebagai berikut :

Dengan persamaan $Y = a + bX$

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

$$a = \frac{14.800}{5}$$

$$a = 2960$$

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

$$b = \frac{4950}{10}$$

$$b = 495$$

Sehingga diperoleh persamaan trend : $Y = 2960 + 495 X$

Ramalan biaya tenaga kerja langsung pada tahun 2000 : $Y = 2960 + 495 (3)$

$$Y = 2960 + 1485$$

$$Y = 4445 \text{ per pasang sepatu.}$$

Dari ramalan tersebut dan data volume produksi tahun 2000 (tabel 4.9) dapat diketahui:

Tabel 4.20 : Biaya Tenaga Kerja Langsung Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Jenis Sepatu	Biaya Variabel (Rp/Pasang)	Produksi (pasang)	Jumlah Biaya (Rp)
Sepatu Laki-laki	4.445	9.991	44.409.995
Sepatu Wanita Dewasa	4.445	10.394	46.210.330
Sepatu Anak-anak	4.445	6.394	27.732.555
Jumlah		26.624	118.343.680

Sumber data: tabel 4.9, lampiran 4.19 diolah

d. Biaya *Factory Overhead* dan Biaya Operasi /Komersial

Diadakan pemisahan hanya ke dalam unsur biaya tetap dan biaya variabel biaya *factory overhead* terdiri dari biaya pemeliharaan dan perbaikan mesin, biaya listrik dan biaya telepon. Biaya komersial terdiri dari biaya pemasaran dan administrasi dan umum. Sedangkan biaya pemasaran terdiri biaya transportasi serta biaya pemeliharaan dan perbaikan kendaraan.

4.2.1.6 Menyusun Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Tahun 2000

Konsep variabel costing hanya menghendaki memasukkan unsur biaya variabel dalam perhitungan biayanya maka setelah diketahui perkiraan biaya produksi dan komersial tahun 2000 disusun suatu anggaran untuk kepentingan analisis. Berdasar pada hasil perhitungan biaya-biaya variabel yang lain ada di (tabel 4.14, 4.16, 4.17, 4.18) maka dibuat tabel 4.21 :

Tabel 4.21: Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Sepatu Laki-laki Dewasa tahun 2000 (Rupiah/Pasang) Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Keterangan	Jumlah (Rupiah)	Biaya/Pasang (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Produksi	9.991		
1. Biaya bahan Baku		38.620	385.852.420
2. Biaya Bahan Pembantu		8.609,7	86.019.512,7
3. Biaya Tenaga Kerja Langsung		4.445	44.409.995
4. BOP			
a. Biaya pem & Perb mesin		11,3	112.898,3
b. Biaya bahan bakar		26,2	261.764,2
c. Biaya listrik		18,24	182.235,84
Jumlah Biaya Produksi Variabel			516.838.826,04
Biaya Komersial Variabel	10.013		
1. Biaya Pemasaran			
a. Biaya pem & perb kendaraan		9,54	95.524,02
b. Biaya transportasi		14,23	142.484,99
2. Biaya Administrasi dan Umum			
a. Bi. Perleng. kantor & rupa-rupa		9,94	99.529,22
b. Biaya Telepon		10,99	110.042,87
Jumlah Biaya Komersial Variabel			447.581,1
Jumlah Biaya variabel			517.286.407,14

Sumber data: tabel 4.14, 4.16, 4.17, 4.18

Tabel 4.22: Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Sepatu Wanita Dewasa Tahun 2000 (Rupiah/Pasang) pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Keterangan	Jumlah (Rupiah)	Biaya/Pasang (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Produksi-	10.394		
1. Biaya bahan Baku		25.382,5	263.825.705
2. Biaya Bahan Pembantu		6.124,03	63.653.167,82
3. Biaya Tenaga Kerja Langsung		4.445	46.201.330
4. BOP			
a. Biaya pem & Perb mesin		11,3	117.452,2
b. Biaya bahan bakar		26,2	272.322,8
c. Biaya listrik		18,24	189.586,56
Jumlah Biaya Produksi Variabel			374.259.464,4
Biaya Komersial Variabel	10.314		
1. Biaya Pemasaran			
a. Biaya pem & perb kendaraan		9,54	98.395,56
b. Biaya transportasi		14,23	146.768,22
2. Biaya Administrasi dan Umum			
a. Bi. Perleng. kantor & rupa-rupa		9,94	102.521,16
b. Biaya Telepon		10,99	113.350,86
Jumlah Biaya Komersial			461.035,8
Jumlah biaya variabel			374.720.600,2

Sumber data: tabel 4.14, 4.16, 4.17, 4.18 diolah

Tabel 4.23: Anggaran Biaya Produksi dan Komersial Variabel Sepatu Anak-anak Tahun 2000 (rupiah/pasang) pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Keterangan	Jumlah (Rupiah)	Biaya/Pasang (Rp)	Jumlah (Rp)
Biaya Produksi	6.239		
1. Biaya bahan Baku		16.430	102.506.770
2. Biaya Bahan Pembantu		6.081,125	37.940.138,88
3. Biaya Tenaga Kerja Langsung		4.445	27.732.355
4. BOP			
a. Biaya pem & Perb mesin		11,3	70.500,7
b. Biaya bahan bakar		26,2	163.461,8
c. Biaya listrik		18,24	113.799,36
Jumlah Biaya Produksi Variabel			168.527.025,7
Biaya Komersial	6.197		
1. Biaya Pemasaran			
a. Biaya pem & perb. kendaraan		9,54	59.119,38
b. Biaya transportasi		14,23	88.183,31
2. Biaya Administrasi dan Umum			
a. Bi.Perleng.kantor & rupa-rupa		9,94	61.598,18
b. Biaya Telepon		10,99	68.105,03
Jumlah Biaya Komersial Variabel			277.005,9
Jumlah Biaya variabel			168.804.031,6

Sumber data: tabel 4.14, 4.16, 4.17, 4.18 diolah

4.2.1.7 Analisis Penentuan Harga Jual Masing-Masing Jenis Produk

Menentukan harga jual dengan menggunakan metode variabel costing terlebih dahulu harus mengetahui laba yang diinginkan perusahaan dan dasar penentuan labanya. Ternyata dari hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan diketahui bahwa laba yang diinginkan perusahaan adalah sebesar 30% sedangkan dasar penentuan labanya yaitu dari seluruh biaya variabel, sehingga harga jual:

Harga Jual (HJ) = (Biaya Produksi Variabel + Biaya Lain-lain Variabel) + (% laba yang diharapkan x dasar penentuan laba).

Adanya informasi dari perusahaan bahwa laba yang diinginkan sebesar 30% dengan dasar biaya variabel total maka:

Harga jual sepatu laki-laki dewasa tahun 2000 per pasang:

$$HJ = (51.730,44 + 44,7) + (30\% \times 51.775,14)$$

$$HJ = 51.775,14 + 15.532,542$$

$$HJ = 67.307,682$$

$$HJ = 67.500$$

Dengan melihat pada hasil perhitungan harga jual sepatu wanita dewasa dan sepatu anak-anak yang ada di (lampiran 16) maka akan didapat harga jual sepatu untuk tahun 2000 seperti pada tabel 4.24 :

Tabel 4.24: Harga Jual-Sepatu tahun 2000

Jenis Sepatu	Harga Jual Sepatu
Sepatu laki-laki dewasa	Rp. 67.500
Sepatu wanita dewasa	Rp. 47.000
Sepatu anak-anak	Rp. 36.000

Sumber data: lampiran 16

4.2.2 Analisis Profitabilitas

Tingkat profitabilitas masing-masing jenis produk dihitung dengan menggunakan langkah-langkah berikut ini:

4.2.2.1 Menghitung Contribution Margin Ratio Masing-masing Jenis Produk

Perhitungan Contribution Margin Ratio sepatu laki-laki dewasa tahun 2000 menurut analisis pada perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto yang diketahui dengan menggunakan data penjualan (tabel 4.10), persediaan akhir (tabel 4.11), dan anggaran biaya variabel (tabel 4.20) seperti pada perhitungan dibawah ini :

Penjualan (10.013 x 67.500)	675.877.500
Harga Pokok Penjualan	
Persediaan awal : (868 x 50.000) =	43.400.000
Biaya Produksi:	
1. Bahan baku	: 385.852.420
2. Bahan Pembantu	: 86.019.512,7
3. Tenaga kerja langsung	: 44.409.995
4. FOH variabel	: <u>664.801,14</u> +
Jumlah biaya produksi	516.946.728,8 +
	560.346.728,8
Persediaan akhir : (846 x 67.500) =	<u>57.105.000</u> -
Jumlah harga pokok	<u>503.241.728,8</u> -
Contribution Margin (CM)	172.633.771,2

Sehingga perhitungan Contribution Margin Ratio menurut analisis:

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Contribution Margin Bersih}}{\text{Volume Penjualan (pasang)}} \times 100 \%$$

$$\text{CMR} = \frac{172.633.771,2}{675.877.500}$$

$$\text{CMR} = 0,2554 (0,26)$$

Sumber data : tabel 4.10, 4.11, 4.20 diolah.

Hasil perhitungan Contribusi Margin Ratio sepatu wanita dewasa dan sepatu anak-anak ada di lampiran 18,19.

Tabel 4.25 : Tingkat Contribusi Margin Ratio Masing-masing Produk Tahun 2000

Jenis Sepatu	Contribusi Margin Ratio
Sepatu laki-laki dewasa	0,26
Sepatu wanita dewasa	0,25
Sepatu anak-anak	0,28

Sumber : data lampiran 18 dan lampiran 19

4.2.2.2. Menghitung Operating Ratio Tiap-tiap Jenis Sepatu

Tingkat operating ratio akan dapat diketahui dengan menggunakan rumus:

$$\text{Operating Ratio} = \frac{\text{HPP} + \text{Biaya Penjualan Administrasi dan Umum}}{\text{Penjualan Netto}}$$

Tingkat Operating Ratio pada sepatu laki-laki dewasa tahun 2000

$$\text{Operating Ratio (OR)} = \frac{503.241.728,8 + 337.538,23}{675.877.500}$$

$$\text{OR} = \frac{503.579.267,03}{675.877,500}$$

$$\text{OR} = 0,745 \text{ (dibulatkan } 0,75)$$

Adapun hasil perhitungan Operating Ratio sepatu wanita dewasa dan sepatu anak-anak ada di (lampiran 23) tampak pada tabel 4.26:

Tabel 4.26: Tingkat Operating Ratio pada Masing-masing Produk Tahun 2000

Jenis Sepatu	Tingkat Operating Ratio Menurut Analisis	Tingkat Operating Ratio Menurut Perusahaan
Sepatu laki-laki dewasa	0,75	0,934
Sepatu wanita dewasa	0,75	0,888
Sepatu anak-anak	0,72	0,932

Sumber data: lampiran 23

4.2.2.3 Analisis Perbandingan Ratio Profitabilitas

Analisis perbandingan ratio profitabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah penentuan harga jual dari hasil analisis dibandingkan dari peningkatan profitabilitas bagi usaha pada masing-masing jenis produk untuk tingkat Contribusi Margin Ratio ada di tabel 4.26 dan tingkat Operating Ratio ada di tabel 4.27 terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.27 : Perbandingan Ratio Profitabilitas Masing-masing Jenis Produk tahun 2000 (%) pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

KETERANGAN	Jenis Sepatu		
	Sepatu Laki-laki dewasa	Sepatu Wanita Dewasa	Sepatu Anak-anak
CMR berdasarkan tingkat harga hasil analisis	0,26	0,25	0,28
CMR berdasarkan tingkat harga perusahaan	0,067	0,11	0,061
Tingkat kenaikan CMR (%)	19,3%	14%	22%
Operating Ratio berdasarkan hasil analisis	0,75	0,75	0,72
Operating Ratio berdasarkan tingkat harga perusahaan	0,934	0,888	0,932
Tingkat penurunan Operating Ratio	18,4%	13,8%	21,2%

Sumber data: tabel 4.26 diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing jenis sepatu mengalami peningkatan Contribusi Margin Ratio dari yang telah ditetapkan perusahaan, sehingga dengan adanya kenaikan tersebut semakin besar kemungkinan untuk dapat menatap biaya produksi dan perolehan laba yang diharapkan perusahaan. Sebaliknya dengan adanya penurunan Operating ratio dari masing-masing jenis sepatu maka semakin kecil pula biaya operasi yang harus dikeluarkan dari tiap rupiah penjualan untuk perusahaan selama tahun 2000.



V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Bertitik tolak dari perhitungan analisis pada Bab IV maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Harga jual untuk masing-masing jenis produk tahun 2000:
 - a. Harga jual sepatu laki-laki dewasa sebesar Rp. 67.500 dengan rencana penjualan sebesar 10.013 pasang, maka penjualannya senilai Rp. 675.877.500 sehingga akan memberikan Contribusi Margin sebesar Rp. 172.635.771,2 yang artinya dengan hasil penjualan sebesar Rp. 675.877.500 maka perusahaan akan mendapatkan kelebihan penjualan bersih Rp. 172.635.771,2
 - b. Harga jual sepatu wanita dewasa sebesar Rp. 47.500 dengan rencana penjualan sebesar 10.314 pasang, maka penjualannya senilai Rp. 484.758.000 sehingga akan memberikan Contribusi Margin sebesar Rp 123.433.207,17 yang artinya dengan hasil penjualan sebesar Rp. 484.758.000 maka perusahaan akan mendapatkan kelebihan penjualan bersih Rp. 123.433.207,17
 - c. Harga jual sepatu anak-anak sebesar Rp. 36.000 dengan rencana penjualan sebesar 6.197 pasang, maka penjualannya senilai Rp. 223.092.000 sehingga akan memberikan Contribusi Margin sebesar Rp. 61.764.191 yang artinya dengan hasil penjualan sebesar Rp. 223.092.000 maka perusahaan akan mendapatkan kelebihan penjualan bersih Rp. 61.764.191
2. Berdasarkan analisis profitabilitas yang telah dilakukan pada masing-masing jenis produk menurut analisis didapatkan:
 - a. Sepatu Laki-laki dewasa memberikan angka Contribusi Margin Ratio sebesar 0,26 dan Operating Ratio sebesar 0,75 yang artinya Sepatu laki-laki dewasa mengalami kenaikan Contribusi Margin Ratio sebesar 19,3% dan mengalami penurunan Operating Ratio sebesar 18,4% dari tingkat harga perusahaan.

- b. Sepatu wanita dewasa memberikan angka *Contribusi Margin Ratio* sebesar 0,25 dan *Operating Ratio* sebesar 0,75 yang artinya Sepatu wanita dewasa mengalami kenaikan *Contribusi Margin Ratio* sebesar 14% dan mengalami penurunan *Operating Ratio* sebesar 13,8% dari tingkat harga perusahaan.
- c. Sepatu anak-anak memberikan angka *Contribusi Margin Ratio* sebesar 0,28 dan *Operating Ratio* sebesar 0,72 yang artinya Sepatu anak-anak mengalami kenaikan *Contribusi Margin Ratio* sebesar 22% dan mengalami penurunan *Operating Ratio* sebesar 27,2% dari tingkat harga perusahaan.

Dengan demikian dari hasil analisis diketahui bahwa masing-masing jenis sepatu mengalami peningkatan *Contribusi Margin Ratio* dari yang telah ditetapkan oleh perusahaan, sehingga dengan adanya kenaikan tersebut semakin besar kemungkinan untuk dapat menatap biaya produksi dan perolehan laba yang diharapkan perusahaan. Sebaliknya dengan adanya penurunan *Operating ratio* dari masing-masing jenis sepatu maka semakin kecil pula biaya operasi yang harus dikeluarkan dari tiap rupiah penjualan untuk perusahaan selama tahun 2000.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan yang telah diuraikan diatas akhirnya dapat disarankan:

1. Bahwa agar perusahaan dapat mencapai profitabilitas yang diinginkan sebaiknya perusahaan menetapkan harga jual sesuai dengan analisis karena dapat meningkatkan profitabilitas lebih besar. Harga-harga jual tersebut yaitu:
 - a. Sepatu laki-laki dewasa : Rp. 67.500
 - b. Sepatu wanita dewasa sebesar : Rp. 47.000
 - c. Sepatu anak-anak sebesar : Rp. 36.000

2. Sebaiknya perusahaan dalam menentukan harga jual menggunakan analisis Variabel Costing karena berdasarkan analisis profitabilitas yang dilakukan pada masing-masing jenis produk menurut analisis dan menurut perusahaan menunjukkan bahwa hasil analisis memberikan profitabilitas lebih besar.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. 1992. Anggaran Perusahaan. Yogyakarta : BPFE
- Unar, H. 1997. Riset Akutansi. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
- Mas'ud. 1990. Akutansi Manajemen. Yogyakarta : BPFE
- Mulyadi. 1993. Akutaansi Biaya. Yogyakarta : Bagian Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
- Staton, W. 1993. Prinsip Pemasaran. Terjemahan Y. Lamarto dari Fundamental Of Marketing. 1984. Jakarta. Penerbit Erlangga
- Swastha, B. 1990. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Penerbit Liberty
- Subagyo, P. 1986. Konsep dan Aplikasi Forecasting. Yogyakarta; BPFE

Lampiran 1 : Ramalan Penjualan Sepatu Wanita Dewasa (pasang) untuk tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto Pada tahun 1995-1999.

Tahun	Y (vol.penjualan)	X	X ²	XY
1995	6613	-2	4	-13226
1996	7408	-1	1	- 7408
1997	8177	0	0	0
1998	8845	1	1	8845
1999	9552	2	4	19104
	$\Sigma Y = 40595$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 7315$

Sumber data: tabel 4.7 diolah

Ramalan Penjualan sepatu wanita untuk dewasa tahun 2000 adalah:

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{40595}{n}$$

$$a = 8119$$

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

$$b = \frac{7315}{10}$$

$$b = 713,5$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 8119 + 731,5 x$

Ramalan penjualan sepatu wanita dewasa untuk tahun 2000 adalah:

$$Y = 8119 + 731,5 (3)$$

$$Y = 8119 + 2194,5$$

$$Y = 10313,5 = 10.314 \text{ pasang sepatu}$$

Lampiran 2 : Ramalan Penjualan Sepatu Anak-anak (dalam pasang) untuk tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999.

Tahun	Y (vol.penjualan)	X	X ²	XY
1995	3778	-2	4	-7556
1996	4303	-1	1	-4303
1997	4770	0	0	0
1998	5235	1	1	5235
1999	5709	2	4	11418
	$\Sigma Y = 23795$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 4794$

Sumber data: tabel 4.7 diolah

Ramalan Penjualan sepatu anak-anak tahun 2000 adalah:

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{23795}{n}$$

$$a = 4759$$

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

$$b = \frac{4794}{10}$$

$$b = 479,4$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 4759 + 479,4 x$

Ramalan penjualan sepatu anak-anak untuk tahun 2000 adalah:

$$Y = 4759 + 479,4 (3)$$

$$Y = 4759 + 1438,2$$

$$Y = 6197,2 = 6.197 \text{ pasang sepatu}$$

Lampiran 3 : Persediaan Akhir Masing-masing Jenis Sepatu (dalam pasang) tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto.

Keterangan	Sepatu Wanita Dewasa	Sepatu Anak-anak
Persediaan Awal Thn. 1999	762	538
Persediaan Akhir Thn. 1999	808	592
Penjualan Thn. 1999	9552	5704
Rencana Penjualan Thn. 2000	10.314	6197

Sumber data : tabel 4.5 diolah

Dengan anggapan bahwa tingkat perputaran produk tahun 2000 = tingkat perputaran produk tahun 1999 maka,

Persediaan akhir sepatu wanita dewasa tahun 2000:

$$\text{Persediaan rata-rata} = \frac{762 + 808}{2} = \frac{1570}{2} = 785$$

$$\text{ITO 1999} = \frac{\text{Rencana Penjualan 1999}}{\text{Persediaan rata-rata}}$$

$$\text{ITO 1999} = \frac{9552}{785} = 12,168$$

ITO thn.1999 = ITO thn.2000, maka

$$\text{persediaan rata-rata thn. 2000} = \frac{\text{rencana penjualan thn.2000}}{\text{ITO}}$$

$$\text{persediaan rata-rata thn.2000} = \frac{10.314}{12,168} = 848$$

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

$$848 = \frac{808 + \text{persediaan akhir thn 200}}{2}$$

$$\text{persediaan akhir thn 2000} = 1696 - 808 = 888$$

Sehingga persediaan akhir thn.2000 sepatu wanita dewasa = 888 pasang sepatu

Persediaan akhir sepatu anak-anak tahun 2000:

$$\text{Persediaan akhir thn.2000} = 1696 - 808 = 888$$

Sehingga persediaan akhir thn.2000 sepatu wanita dewasa adalah sebanyak 888 pasang sepatu.

Persediaan akhir sepatu anak-anak tahun 2000:

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

$$\text{Persediaan rata - rata} = \frac{538 + 592}{2} = \frac{1130}{2} = 565$$

$$\text{ITO 1999} = \frac{\text{Rencana Penjualan 1999}}{\text{Persediaan rata - rata}}$$

$$\text{ITO 1999} = \frac{5709}{565} = 10,104$$

$$\text{ITO 1999} = 10,104$$

ITO thn.1999 = ITO thn.2000, maka

$$\text{persediaan rata - rata thn. 2000} = \frac{\text{rencana penjualan thn.2000}}{\text{ITO thn.2000}}$$

$$\text{persediaan rata - rata thn.2000} = \frac{6197}{10,104} = 613,3 \rightarrow 613 \text{ (dibulatkan)}$$

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

$$613 = \frac{592 + \text{persediaan akhir thn 2000}}{2}$$

$$\text{persediaan akhir thn 2000} = 1226 - 592 = 634$$

Sehingga persediaan akhir thn.2000 sepatu anak - anak adalah sebanyak 634 pasang sepatu.

Lampiran 5: Pemisahan Biaya listrik Kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Untuk Tahun 2000 Berdasarkan Volume Produksi Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999.

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	563.600	16.882	285001924	9514695200
1996	616.250	18.948	359026704	11676705000
1997	650.500	21.052	443186704	13694326000
1998	680.750	22.954	526886116	15625935500
1999	710.500	24.724	611276176	17566402000
Σn=5	ΣY=3.221.600	ΣX=104.560	ΣX ² =2225377624	ΣXY=68078063700

Sumber data: tabel 4.8.

Menggunakan metode least square dengan persamaan $Y = a + bx$ dapat diketahui biaya variabel per pasang sepatu dengan rumus sebagai berikut :

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

$$b = \frac{5 (68078063700) - (3221600 \times 104.560)}{5 (2225377624) - (104.560)^2}$$

$$b = \frac{1821039500}{194094520}$$

$$b = 18,24$$

dan biaya tetapnya :

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

$$a = \frac{3.221.600 - (18,243) 104.560}{5}$$

$$a = \frac{76027,2}{5}$$

$$a = 262.885,12$$

Sehingga diperoleh persamaan : $Y = 262.885,12 + 18,24 x$ sehingga biaya variabel per pasang sepatu = 18,324 dan biaya tetapnya = Rp. 262.885,12

Tabel 4.13: Pemisahan Biaya transportasi Kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Untuk Tahun 2000 Berdasarkan Volume Produksi Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999.

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	252.250	16.766	281098756	4245989500
1996	284.200	18.837	354832569	5353475400
1997	315.750	20.932	438148624	6609279000
1998	344.300	22.714	515925796	7820430200
1999	360.000	24.463	598438369	8806680000
$\Sigma n=5$	$\Sigma Y=1557.500$	$\Sigma X=103.712$	$\Sigma X^2=2188444114$	$\Sigma XY=24341483300$

Sumber data: tabel 4.4 (volume penjualan), 4.8 (biaya transportasi)

Dengan menggunakan metode least square yaitu persamaan

$$Y = a + bx$$

Maka biaya variabel per pasang sepatu

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

$$b = \frac{5 (24341483300) - (103712 \times 1557500)}{5 (2188444114) - (103.712)^2}$$

$$b = \frac{1.774.859.700}{186.041.626}$$

$$b = 9,54$$

dan biaya tetapnya :

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

$$a = \frac{1.156.400 - (9,54) 103.712}{5}$$

$$a = \frac{166987,52}{5}$$

$$a = 33.397,504$$

Sehingga diperoleh persamaan : $Y = 33.397,504 + 9,54x$ Sehingga biaya variabel perpasang sepatu = 9,54 dan biaya tetapnya = Rp. 33.397,504

Tabel 4.13: Pemisahan Biaya transportasi Kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Untuk Tahun 2000 Berdasarkan Volume Produksi Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999.

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	253.250	16.766	281098756	4245989500
1996	284.200	18.837	354832569	5353475400
1997	315.750	20.932	438148624	6609279000
1998	344.300	22.714	515925796	7820430200
1999	360.000	24.463	598438369	8806680000
Σn=5	ΣY=1557.500	ΣX=103.712	ΣX ² =2188444114	ΣXY=24341483300

Sumber data: tabel 4.4 (volume penjualan), 4.8 (biaya transportasi)

Dengan menggunakan metode least square yaitu persamaan

$$Y = a + bx$$

Maka biaya variabel per pasang sepatu

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

$$b = \frac{5 (24341483300) - (103712 \times 1557500)}{5 (2188444114) - (103.712)^2}$$

$$b = \frac{2647830500}{186041626} \quad b = 14,23$$

dan biaya tetapnya :

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

$$a = \frac{1.557.500 - (14,23) 103.712}{5}$$

$$a = \frac{81678,24}{5} \quad a = 16.335,648$$

Sehingga diperoleh persamaan : $Y = 16.335,648 + 14,23 x$ sehingga biaya variabel per pasang sepatu = 14,23 dan biaya tetapnya = Rp. 16.335.648

Lampiran 8: Pemisahan Biaya perlengkapan kantor Kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Untuk Tahun 2000 Berdasarkan Volume Produksi Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999.

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	202.550	16.766	281098756	3.395.953.300
1996	246.300	18.837	354832569	4.639.553.100
1997	231.550	20.932	438148624	4.846.804.600
1998	275.400	22.714	515925796	6.255.435.600
1999	284.300	24.463	598438369	6.954.830.900
Σn=5	ΣY=1.240.100	ΣX=103.712	ΣX ² =2188444114	ΣXY=2.602.577.500

Sumber data: tabel 4.7

Dengan menggunakan metode least square yaitu persamaan

$$Y = a + bx$$

Maka biaya variabel per pasang sepatu

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

$$b = \frac{5(2.602.577.500) - (103.712 \times 1.240.100)}{5(2.188.444.114) - (103.712)^2}$$

$$b = \frac{1.849.636.300}{186.041.626} \quad b = 9,94$$

dan biaya tetapnya :

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

$$a = \frac{1.240.100 - (9,54) 103.712}{5}$$

$$a = \frac{209.202,72}{5} \quad a = 41.840,544$$

Sehingga diperoleh persamaan : $Y = 41.840,544 + 9,54 x$ sehingga biaya variabel per pasang sepatu = 9,54 dan biaya tetapnya = Rp. 41.840,544

Lampiran 9: Pemisahan Biaya transportasi Kedalam Biaya Tetap dan Biaya Variabel Untuk Tahun 2000 Berdasarkan Volume Produksi Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto tahun 1995-1999.

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	387.600	16.766	281.098.756	6.498.501.600
1996	419.450	18.837	354.832.569	7.901.179.650
1997	407.800	20.932	438.148.624	8.536.069.600
1998	463.100	22.714	515.925.796	10.518.853.400
1999	472.750	24.463	598.438.369	11.564.883.250
$\Sigma n=5$	$\Sigma Y=2.150.700$	$\Sigma X=103.712$	$\Sigma X^2=2.188.444.114$	$\Sigma XY=45.019.487.500$

Sumber data: tabel 4.4

Dengan menggunakan metode least square yaitu persamaan

$Y = a + bx$ maka biaya variabel per pasang sepatu :

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

$$b = \frac{5 (45.019.487.500) - (103712 \times 2.150.700)}{5 (2188444114) - (103.712)^2}$$

$$b = \frac{2.044.039.100}{186041626} \quad b = 10,99$$

dan biaya tetapnya :

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

$$a = \frac{2.150.700 - (10,99) 103.712}{5}$$

$$a = \frac{1.010.905,12}{5} \quad a = 202.181,024$$

Sehingga diperoleh persamaan : $Y = 202.181,024 + 10,99 x$ sehingga biaya variabel perpasang sepatu = 10,99 dan biaya tetapnya = Rp. 202.181,024

Lampiran 10 : Ramalan harga bahan baku soll nero (pasang) untuk jenis sepatu laki-laki dan wanita dewasa perusahaan sepatu Eternal Mojokerto Tahun 1995-1999

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	2.000	-2	4	-4.000
1996	2.500	-1	1	-2.500
1997	3.000	0	0	0
1998	5.000	1	1	5.000
1999	6.000	2	4	12.000
	$\Sigma Y = 18.500$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 10.500$

Sumber data: tabel 4.3 (harga bahan baku soll)

Ramalan harga bahan baku soll nero tahun 2000 adalah:

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{18.500}{5}$$

$$a = 3.700$$

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

$$b = \frac{10.500}{10}$$

$$b = 1.050$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 3.700 + 1.050 x$

Ramalan harga bahan baku soll nero tahun 2000 adalah:

$$Y = 3.700 + 2350 \quad (3)$$

$$Y = 3.700 + 3150$$

$$Y = 6.850 \text{ tiap pasang}$$

Lampiran 11. Ramalan bahan baku soll nero (pasang) untuk sepatu anak-anak tahun 1999 pada perusahaan sepatu Eternal Mojokerto

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	1.250	-2	4	-2.500
1996	1.750	-1	1	- 1.750
1997	2.250	0	0	0
1998	3.000	1	1	3.000
1999	3.500	2	4	7.000
	$\Sigma Y = 11.750$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 5.750$

Sumber data: tabel 4.3 (harga bahan baku soll)

Ramalan harga bahan baku soll untuk sepatu anak-anak tahun 2000 sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{11.750}{5}$$

$$a = 2.350$$

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

$$b = \frac{5.750}{10}$$

$$b = 575$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 2.350 + 575 x$

Ramalan harga bahan baku soll untuk sepatu anak-anak tahun 2000 adalah:

$$Y = 2.350 + 575 (3)$$

$$Y = 2.350 + 1725$$

$$Y = 4.075 \text{ tiap pasang}$$

Lampiran 12 : Biaya Bahan Baku Tiap Jenis Sepatu Untuk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Jenis Sepatu	Jenis Bahan Baku					Jumlah Biaya Bahan Baku Variabel
	Kulit			Soll Nero		
	SP	HBB	HPP/PSG	SP	HPP/PSG	
Sepatu laki-laki dewasa	1,8	17650	31.770	1	6.850	38.860
Sepatu Wanita Dewasa	1,05	17650	18.532,5	1	6.850	25.382,5
Sepatu anak-anak	0,7	17650	12.355	1	4.075	16.430
Jumlah	3,55					80.432,5

Sumber data :lampiran 10 dan 11 ; tabel 4.2

Lampiran 13 : Ramalan Biaya Bahan Pembantu Sepatu Wanita Dewasa Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	2639,15	-2	4	-5278,3
1996	3064,4	-1	1	-3064,4
1997	3568,85	0	0	0
1998	4712,4	1	1	4712,4
1999	5520,2	2	4	11040,4
	$\Sigma Y = 19.505$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 7410,01$

Sumber data: tabel 4.2 dan 4.3

Ramalan biaya bahan Perusahaan sepatu wanita dewasa tahun 2000 adalah :

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{19.505}{5}$$

$$a = 3901$$

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

$$b = \frac{7410,1}{10}$$

$$b = 741,01$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 3901 + 741,01 X$ tahun 2000 adalah:

$$Y = 3901 + 741,01 \quad (3)$$

$$Y = 3901 + 2223,03$$

$$Y = 6124,03 \text{ per pasang sepatu}$$

**Lampiran 14 : Ramalan Biaya Bahan Pembantu Sepatu Anak-anak Tahun 2000
Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto**

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	2643,75	-2	4	-5287,5
1996	3053,75	-1	1	-3053,75
1997	3528,75	0	0	0
1998	4668,5	1	1	4668,5
1999	5505	2	4	11010
	$\Sigma Y = 19399,75$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 7337,25$

Sumber data: tabel 4.2 dan tabel 4.3

Ramalan biaya bahan pembantu sepatu anak-anak tahun 2000 adalah:

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{19399,75}{5}$$

$$a = 3879,95$$

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

$$b = \frac{7337,25}{10}$$

$$b = 733,725$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 3879,95 + 733,725 X$:

Ramalan biaya tahun 2000 adalah : $Y = 3879,725 + 733,725 (3)$

$$Y = 3879,725 + 2201,175$$

$$Y = 6081,125 \text{ per pasang sepatu}$$

Lampiran 15 : Ramalan Biaya Tenaga Kerja Langsung Sepatu Anak-anak Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	2125	-2	4	-4250
1996	2425	-1	1	-2425
1997	2725	0	0	0
1998	3425	1	1	3425
1999	4100	2	4	8200
	$\Sigma Y = 14.800$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 4950$

Sumber data: tabel 4.1

Ramalan biaya tenaga kerja langsung sepatu anak-anak tahun 2000 adalah:

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{14.800}{5}$$

$$a = 2960$$

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

$$b = \frac{4950}{10}$$

$$b = 495$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 2960 + 495 X$:

Ramalan biaya tahun 2000 adalah : $Y = 2960 + 495 (3)$

$$Y = 2960 + 1485$$

$$Y = 4445 \text{ per pasang sepatu}$$

**Lampiran 16 : Penentuan Harga Jual Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000
Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto**

Harga Jual (HJ) = (Biaya Produksi Variabel + Biaya Lain-lain Variabel) + (% laba yang diharapkan x dasar penentuan laba) serta informasi dari perusahaan bahwa laba yang diinginkan sebesar 30% dengan dasar biaya variabel total maka:

1. Harga jual sepatu wanita dewasa tahun 2000 per pasang:

$$HJ = (36.018,07) + (30\% \times 36.051,78)$$

$$HJ = 36.051,78 + 10.815,534$$

$$HJ = 46.867,314$$

$$HJ = 47.500$$

2. Harga jual sepatu anak-anak tahun 2000 per pasang:

$$HJ = (27.022,665 + 33,71) + (30\% \times 27.056,375)$$

$$HJ = 27.056,375 + 8.116,92$$

$$HJ = 31.114,83125$$

$$HJ = 31.250$$

Sumber data: tabel 4.21, 4.22, 4.23 .

Lampiran 17: Ramalan Biaya Bahan Bakar Mesin Tiap Pasang Sepatu Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Tahun	Y	X	X ²	XY
1995	254.200	-2	4	-508.400
1996	322.400	-1	1	-322.400
1997	409.800	0	0	0
1998	500.300	1	1	500.300
1999	624.300	2	4	1.248.600
	$\Sigma Y = 2.111.000$	$\Sigma X = 0$	$\Sigma X^2 = 10$	$\Sigma XY = 918.100$

Sumber data: Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Ramalan biaya bahan bakar untuk tahun 2000 adalah:

$$Y = a + bX$$

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

$$a = \frac{2.111.000}{5}$$

$$a = 422.200$$

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

$$b = \frac{918.100}{10}$$

$$b = 91.810$$

Sehingga persamaan trend : $Y = 422.200 + 91.810 X$

Ramalan biaya tahun 2000 adalah: $Y = 422.200 + 91.810 (3)$

$$Y = 422.200 + 275.430$$

$Y = 697.630$ untuk produksi satu tahun

Ramalan biaya bahan bakar mesin tiap satuan produk = $\frac{\text{biaya bahan bakar}}{\text{jumlah unit produksi}}$

$$\text{biaya tiap satuan produk} = \frac{697.630}{26.624}$$

$$= 26,2$$

Lampiran 18 : Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Wanita Dewasa Tahun 2000 Menurut Analisis Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Penjualan (10.314 x 47.000)	484.758.000
Harga Pokok Penjualan	
Persediaan awal	: (808 x 35.000) = 28.280.000
Biaya Produksi:	
1. Bahan baku	: 264.346.932,9
2. Bahan Pembantu	: 63.653.167,82
3. Tenaga kerja langsung	: 46.201.330
4. FOH variabel	: <u>579.361,56</u> +
Jumlah biaya produksi	<u>374.780.792,3</u> +
	403.060.792,3 -
Persediaan akhir	: (888 x 47.000) = <u>41.736.000</u> -
Jumlah harga pokok	<u>361.324.792,3</u> -
Contribution Margin (CM)	123.433.207,7

Sehingga perhitungan Contribution Margin Ratio menurut analisis:

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Contribution Margin Bersih}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100 \%$$

$$\text{CMR} = \frac{123.433.207,7}{484.758.000}$$

$$\text{CMR} = 0,2546 (0,25)$$

Sumber data : tabel 4.22

Lampiran 19 : Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Anak-anak Tahun 2000 Menurut Analisis Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Penjualan (6.197 x 36.000)	223.092.000
Harga Pokok Penjualan	
Persediaan awal : (592 x 25.000) =	14.800.000
Biaya Produksi:	
1. Bahan baku	: 103.331.553,3
2. Bahan Pembantu	: 37.940.138,88
3. Tenaga kerja langsung	: 27.732.355
4. FOH variabel	: <u>347.761,86</u> +
Jumlah biaya produksi	169.351.809 +
	184.151.809
Persediaan akhir : (634 x 36.000) =	<u>22.824.000</u> -
Jumlah harga pokok	<u>161.327.809</u> -
Contribution Margin (CM)	61.764.191

Sehingga perhitungan Contribution Margin Ratio menurut analisis:

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Contribution Margin Bersih}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100 \%$$

$$\text{CMR} = \frac{61.764.191}{2232.092.000}$$

$$\text{CMR} = 0,2768 (0,28)$$

Sumber data : tabel 4.23

Lampiran 20 : Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Laki-laki Dewasa Tahun 2000 Menurut Analisis Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Penjualan (10.013 x 67.500)	675.877.500
Harga Pokok Penjualan	
Persediaan awal : (868 x 50.000) =	43.400.000
Biaya Produksi:	
1. Bahan baku	: 385.852.420
2. Bahan Pembantu	: 86.019.512,7
3. Tenaga kerja langsung	: 44.409.995
4. FOH-variabel	: <u>556.898,34</u> +
Jumlah biaya produksi	516.838.824 +
	560.238.826
Persediaan akhir : (846 x 67.500) =	<u>57.105.000</u> -
Jumlah harga pokok	<u>503.241.728,8</u> -
Contribution Margin (CM)	172.635.771,2

Sehingga perhitungan Contribution Margin Ratio menurut analisis:

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Contribution Margin Bersih}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100 \%$$

$$\text{CMR} = \frac{172.635.771,2}{675.877.500}$$

$$\text{CMR} = 0,2554 (0,26)$$

Sumber data : tabel 4.2i

Lampiran 21: Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Wanita Dewasa Tahun 2000 Menurut Perusahaan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Penjualan (10.314 x 40.000)	412.560.000
Harga Pokok Penjualan	
Persediaan awal : (808 x 35.000) =	28.280.000
Biaya Produksi:	
1. Bahan baku	: 264.346.932,9
2. Bahan Pembantu	: 63.653.167,82
3. Tenaga kerja langsung	: 46.201.330
4. FOH variabel	: <u>579.361,56</u> +
Jumlah biaya produksi	<u>374.780.792,3</u> +
	403.060.792,3
Persediaan akhir : (888 x 40.000) =	<u>35.520.000</u> -
Jumlah harga pokok	<u>367.540.792,3</u> -
Contribution Margin (CM)	45.019.207,7
Sehingga perhitungan Contribution Margin Ratio menurut analisis:	
Contribution Margin Ratio (CMR) =	$\frac{\text{Contribution Margin Bersih}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$
	$\frac{45.019.207,7}{412.560.000}$
	CMR = 0,109

Sumber data : tabel 4.22

Lampiran 22: Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Anak-anak Tahun 2000 Menurut Perusahaan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Penjualan (6.197 x 28.500)	176.614.500
Harga Pokok Penjualan	
Persediaan awal : (592 x 25.000) =	14.800.000
Biaya Produksi:	
1. Bahan baku	: 103.331.553,3
2. Bahan Pembantu	: 37.940.138,88
3. Tenaga kerja langsung	: 27.732.355
4. FOH variabel	: <u>347.761,86</u> +
Jumlah biaya produksi	<u>169.351.809</u> +
	184.151.809
Persediaan akhir : (634 x 28.500) =	<u>18.069.000</u> -
Jumlah harga pokok	<u>166.082.809</u> -
Contribution Margin (CM)	10.531.690,96

Sehingga perhitungan Contribution Margin Ratio menurut analisis:

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Contribution Margin Bersih}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100 \%$$

$$\text{CMR} = \frac{10.531.690,96}{176.614.500}$$

$$\text{CMR} = 0,0596$$

Sumber data : tabel 4.23

Lampiran 23: Perhitungan Contribution Margin Ratio Sepatu Laki-laki Dewasa Tahun 2000 Menurut Perusahaan Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Penjualan (10.013 x 55.000)	550.715.000
Harga Pokok Penjualan		
Persediaan awal : (868 x 50.000) =	43.400.000
Biaya Produksi:		
1. Bahan baku	: 385.852.420	
2. Bahan Pembantu	: 86.019.512,7	
3. Tenaga kerja langsung	: 44.409.995	
4. FOH variabel	: <u>556.898,34</u> +	
Jumlah biaya produksi <u>516.838.824</u> +	
		560.238.826
Persediaan akhir : (846 x 55.000) =	<u>46.530.000</u> -
Jumlah harga pokok	<u>513.708.826</u> -
Contribution Margin (CM)	37.006.173,96

Sehingga perhitungan Contribution Margin Ratio menurut analisis:

$$\text{Contribution Margin Ratio (CMR)} = \frac{\text{Contribution Margin Bersih}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100 \%$$

$$\text{CMR} = \frac{37.006.173,96}{550.715.000}$$

$$\text{CMR} = 0,067$$

Sumber data : tabel 4.21

Lampiran 24 : Perhitungan Operating Ratio Masing-masing Jenis Produk Tahun 2000 Pada Perusahaan Sepatu Eternal Mojokerto

Menggunakan data-data harga pokok masing-masing produk yang ada (lampiran 18,19,20,21,22,23) dan biaya-biaya komersial variabel (tabel 4.21, 4.22, 4.23) Operating Ratio akan diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Operating Ratio} = \frac{\text{HPP} + \text{biaya} - \text{biaya penjualan, ad min istrasi dan umum}}{\text{Penjualan neto}}$$

i. Berdasarkan Analisis ;

a. Sepatu Laki-laki Dewasa

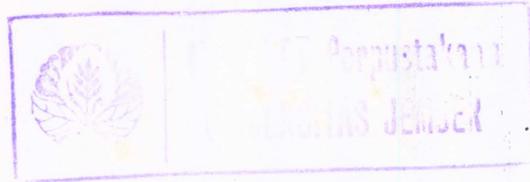
$$\begin{aligned} \text{Operating Ratio (OR)} &= \frac{503.241.728,8 + 447.581,1}{675.877.500} \\ &= \frac{503.579.267,03}{675.877.500} \\ &= 0,745 \rightarrow 0,75 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

b. Sepatu Wanita Dewasa

$$\begin{aligned} \text{Operating Ratio (OR)} &= \frac{361.324.792,3 + 347.684,94}{483.758.000} \\ &= \frac{361.672.477,24}{484.758.000} \\ &= 0,746 \text{ (0,75)} \end{aligned}$$

c. Sepatu Anak-anak

$$\begin{aligned} \text{Operating Ratio (OR)} &= \frac{161.327.809 + 208.900,87}{223.092.000} \\ &= \frac{161.536.709,87}{223.092.000} \\ &= 0,724 \text{ (0,72)} \end{aligned}$$



2. Berdasarkan Perusahaan ;

d. Sepatu Laki-laki Dewasa

$$\begin{aligned} \text{Operating Ratio (OR)} &= \frac{513.708.826 + 447.581,1}{550.715.000} \\ &= 0,934 \end{aligned}$$

e. Sepatu Wanita Dewasa

$$\begin{aligned} \text{Operating Ratio (OR)} &= \frac{367.540.792,3 + 461.035,8}{412.560.000} \\ &= 0,8919 \end{aligned}$$

f. Sepatu Anak-anak

$$\begin{aligned} \text{Operating Ratio (OR)} &= \frac{166.089.809 + 277.005,98}{176.614.500} \\ &= 0,94 \end{aligned}$$