

Asal	Halaman	Klass
		658.81
		ARI
		a
Penyusun		
No. induk		
Pangkalanlog	fu	

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL
DALAM KAITANNYA DENGAN TINGKAT PROFITABILITAS
PADA PERUSAHAAN UD. JAVA MADURA ANTIQUE FURNITURE
BONDOWOSO**

SKRIPSI



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan skripsi
Jurusan Ekonomi
PROGRAM STUDI EKONOMI EXTENSION
Pada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

Oleh :

M. FAUZI ARISYANTO
NIM. 98810201458 E

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2003

JUDUL SKRIPSI

**“ANALISA PENETAPAN HARGA JUAL DALAM KAITANNYA DENGAN
TINGKAT PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN UD JAVA MADURA
ANTIQUÉ FURNITURE BONDOWOSO ”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : M. FAUZI ARISYANTO

N. I. M. : 98810201458E

J u r u s a n : MANAJEMEN

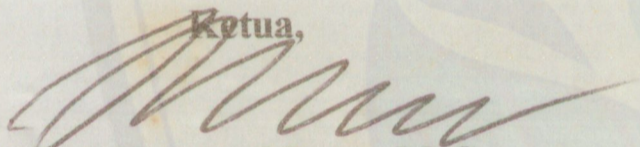
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

14 NOPEMBER 2003

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

Susunan Panitia Penguji

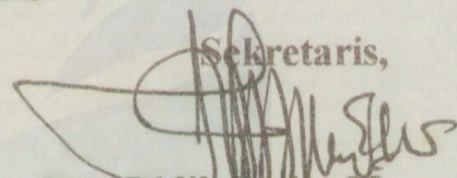
Ketua,



Drs. Kamarul Iman, M. Sc

NIP. 130935416

Sekretaris,



Drs. Didik Pudjo Musmedi, MS

NIP.131627513

Anggota,



Drs. Abdul Halim

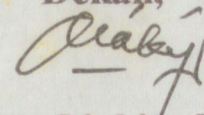
NIP. 130674838

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Drs. Liakip, SU

NIP. 130531976



TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Pencapaian Harga Jual dalam Kaitannya dengan Tingkat Profitabilitas pada Perusahaan UD. Java – Madura Antique Furniture di Bondowoso.

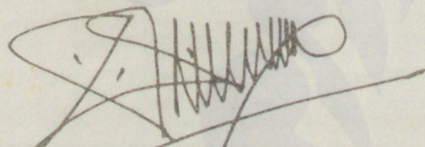
Nama Mahasiswa : M. Fauzi Arisyanto

N I M : 98 – 1458

Jurusan : Manajemen

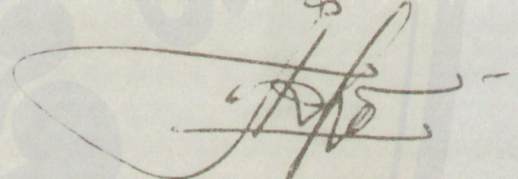
Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I



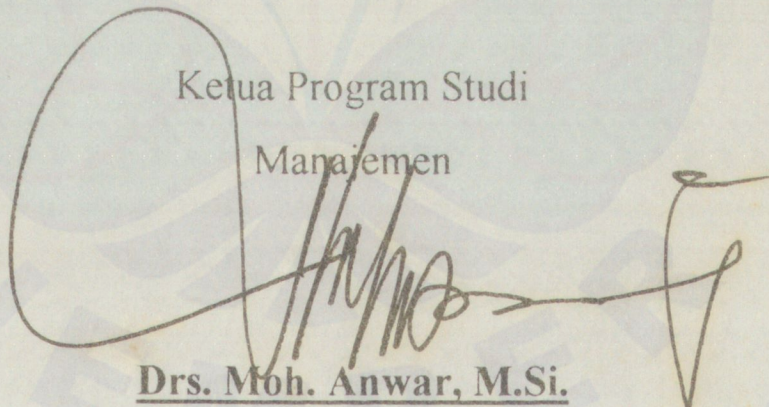
Drs. Abdul Halim
NIP : 130 674 838

Pembimbing II



Drs. Sriono, MM.
NIP : 131 624 476

Ketua Program Studi
Manajemen



Drs. Moh. Anwar, M.Si.
NIP : 131 759 768

Tanggal Persetujuan : Juni 2003

MTO :

Fisi adalah angan-angan yang mengawang di atas sedangkan program adalah suatu kenyataan.

(The Liang Gie)

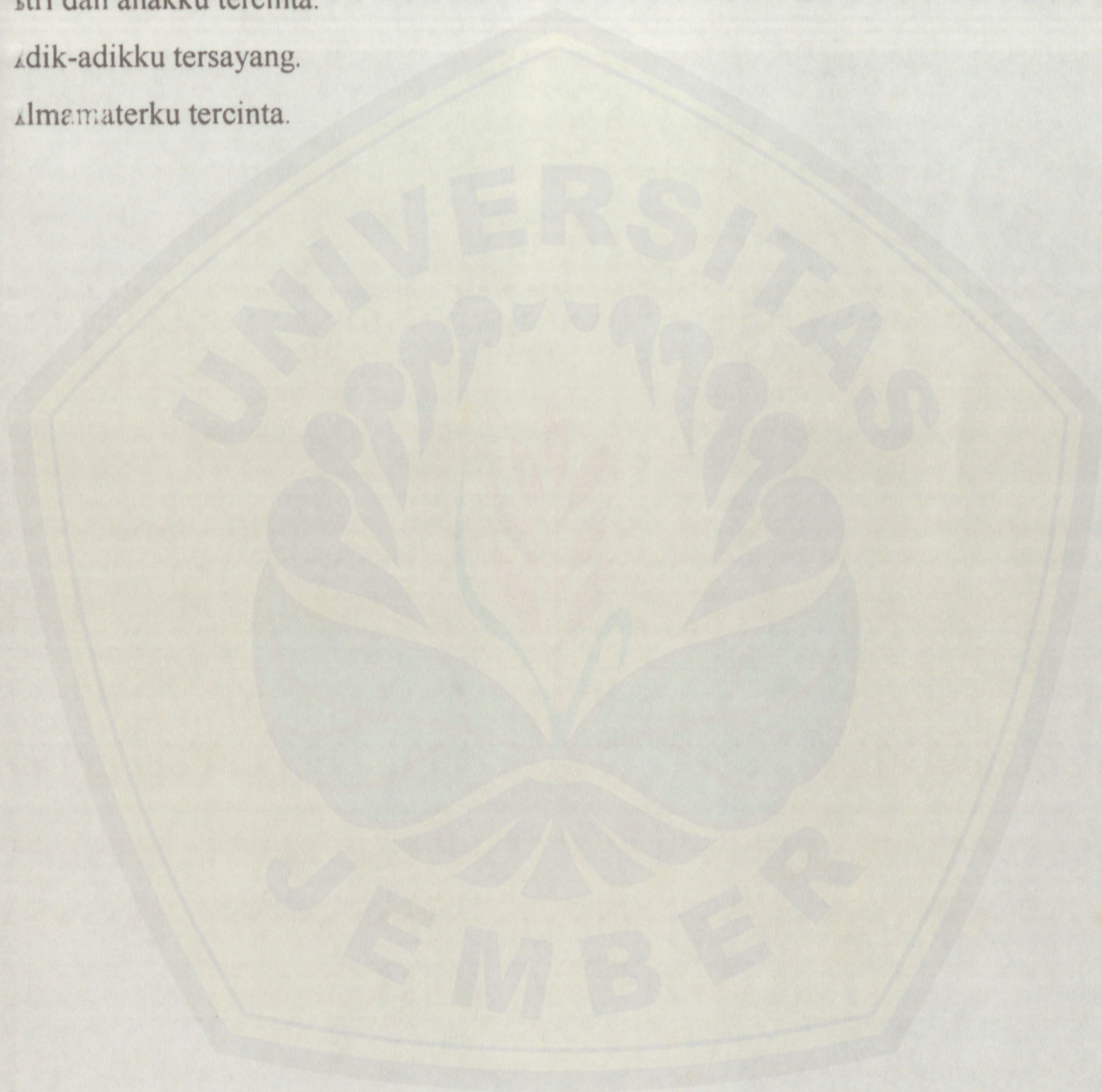
Sukses bukan hanya sekedar keberuntungan belaka. Namun sukses merupakan suatu yang diikhtiarkan dengan perencanaan serta do'a.

(HR. Hasan Al-Bishri)

PEISEMBAHAN :

Sirisi ini kupersembahkan untuk :

- Ayah dan Ibunda yang saya hormati.
- Istri dan anakku tercinta.
- Adik-adikku tersayang.
- Almamaterku tercinta.



ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul Analisa Penetapan Harga Jual dalam Kaitannya dengan Tingkat Profitabilitas pada Perusahaan UD. Java – Madura Antique Furniture di Bondowoso dilakukan dengan tujuan untuk menentukan tingkat harga jual dan tingkat profitabilitas masing-masing produk pada tahun 2003. Kegunaan aalsa tersebut yaitu sebagai bahan pemikiran dan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam menentukan harga jual produk yang tepat dalam kaitannya dengan tingkat profitabilitas.

Untuk menentukan harga jual masing-masing produk dengan menggunakan metode Cost-Plus Pricing berdasarkan pada pendekatan kontribusi (Direct Costing), sedangkan untuk menentukan tingkat profitabilitas masing-masing produk digunakan metode Margin Ratio. Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka.

Produk yang diteliti diantaranya tempat tidur, lemari, kursi (sofa). Kesimpulan dari penelitian ini yaitu harga tempat tidur Rp. 5.020.779/unit, lemari Rp. 2.445.129/unit, dan kursi (sofa) Rp. 1.515.513/unit dengan tingkat profitabilitas yaitu tempat tidur 20,3%, lemari 18,9% dan kursi (sofa) 16,9%.

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji syukur kepada Allah SWT., atas segala rahmat dan Idayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Analisis Pencapaian Harga Jual dalam Kaitannya dengan Tingkat Profitabilitas pada Perusahaan UD. Java – Madura Antique Furniture di Bondowoso.

Skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari pihak lain, maka penulis sampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Abdul Halim dan Bapak Drs. Sriono, MM. selaku dosen pembimbing.
2. Bapak Drs. Liakip, SU. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember serta seluruh staf pengajar dan kemahasiswaan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak/Ibu Dosen dan segenap civitas akademika di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Perpustakaan Pusat Universitas Jember, UD. Java-Madura di Bondowoso, serta seluruh pihak yang telah banyak membantu penulis.
5. Keluargaku tercinta, yang telah memberikan dorongan moral dan finansial.
6. Seluruh mahasiswa Extension '98 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Segenap kebaikan mereka mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis sendiri. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini terdapat ketidaksempurnaan. Kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Jember, 1 Juni 2003

Penulis

DAFTAR ISI

HLAMAN JUDUL.....	i
HLAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HLAMAN MOTTO.....	iii
HLAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ASTRAKSI.....	v
K.TA PENGANTAR.....	vi
DFTAR ISI.....	vii
DFTAR TABEL.....	ix
DFTAR GAMBAR.....	x
DFTAR LAMPIRAN.....	xi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	2
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Asumsi.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	5
2.2 Pengertian dan Kebijaksanaan Harga.....	6
2.3 Tujuan Penetapan Harga.....	7
2.4 Prosedur Penetapan Harga.....	9
2.5 Faktor-faktor yang Diperhatikan dalam Penetapan Harga.....	10
2.6 Macam-macam Penetapan Harga.....	15
2.7 Ramalan Penjualan.....	20
2.8 Penentuan Persediaan.....	21
2.9 Anggaran Produksi.....	22
2.10 Pengertian dan Penggolongan Biaya.....	22

II. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	27
3.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	27
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4 Metode Analisa data.....	29
IV. HASIL DAN BAHASAN	
4.1 Sejarah Perusahaan.....	33
4.2 Lokasi Perusahaan.....	35
4.3 Struktur Organisasi.....	35
4.4 Aspek Personalia.....	38
4.5 Kegiatan Produksi.....	41
4.6 Aktivitas Pemasaran.....	50
4.7 Analisa Data.....	58
4.7.1 Menghitung Ramalan Penjualan.....	58
4.7.2 Menghitung Persediaan Akhir.....	61
4.7.3 Menghitung Anggaran Produksi.....	64
4.7.4 Pemisahan Unsur Biaya Semi Variabel.....	65
4.7.5 Menghitung Biaya-biaya pada Tahun 2003.....	67
4.7.6 Alokasi Biaya pada Masing-masing Produk.....	73
4.7.7 Menghitung Biaya Total Produksi Masing-masing Produk pada Tahun 2003.....	75
4.7.8 Menentukan Harga Jual Produk.....	76
4.7.9 Menentukan Kontribusi Margin Rasio.....	77
V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	79
LAMPIRAN.....	80

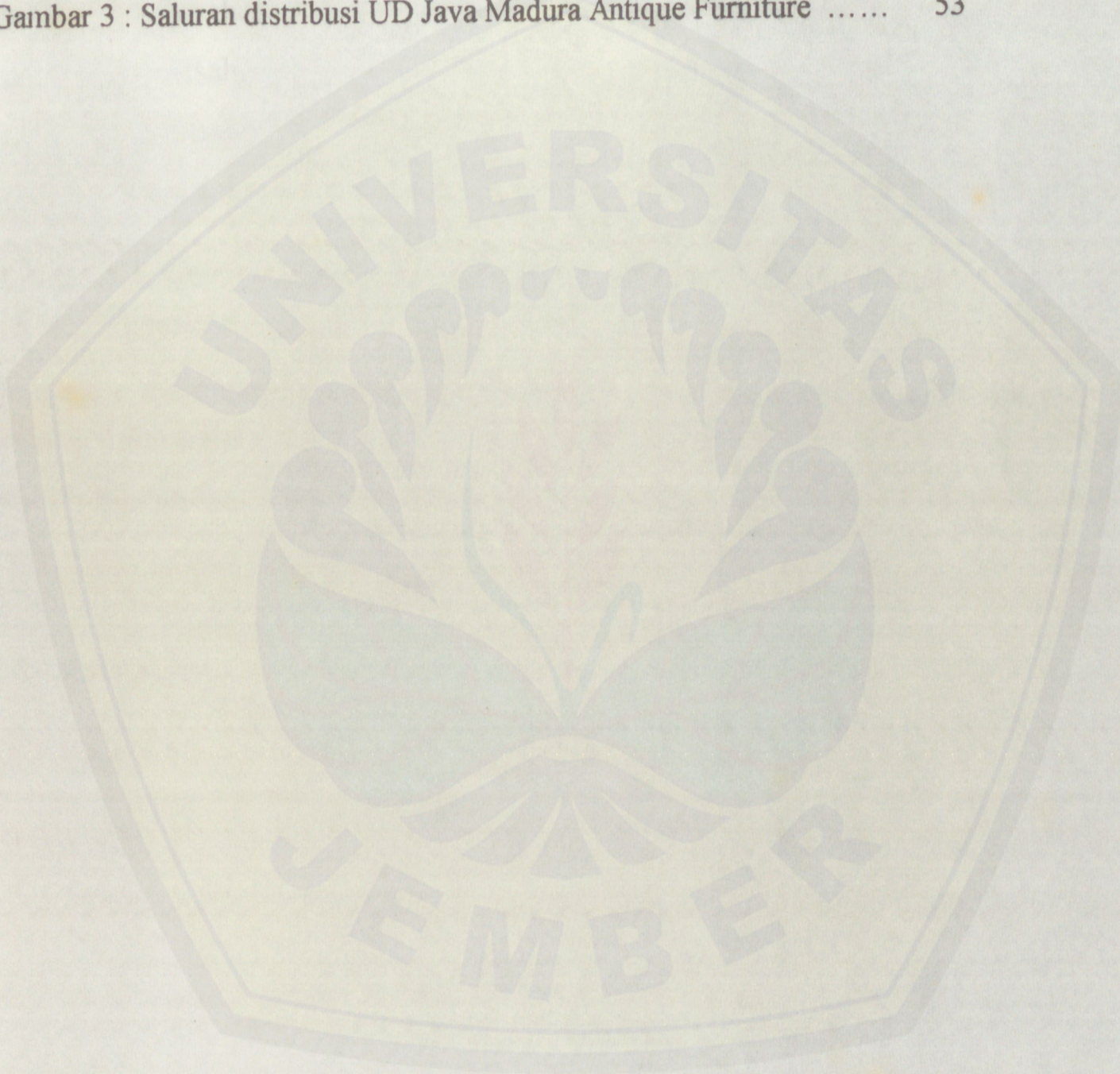
DAFTAR TABEL

Tabel 1	Jumlah karyawan perusahaan.....	39
Tabel 2	Upah tenaga kerja langsung tahun 2002.....	40
Tabel 3	Gaji karyawan tahun 2002.....	40
Tabel 4	Standart pemakaian bahan baku.....	42
Tabel 5	Standart pemakaian bahan penolong.....	42
Tabel 6	Perkembangan harga bahan kayu jati 1998 s/d 2002.....	42
Tabel 7	Perkembangan harga bahan penolong tahun 1998 s/d 2002.....	43
Tabel 8	Mesin dan peralatan yang digunakan.....	44
Tabel 9	Perkembangan volume produksi tahun 1998 s/d 2002.....	49
Tabel 10	Perkembangan harga jual tahun 1998 s/d 2003.....	52
Tabel 11	Perkembangan volume penjualan produk tahun 1998 s/d 2002.....	56
Tabel 12	Perkembangan persediaan produk.....	56
Tabel 13	Ramalan penjualan tempat tidur tahun 2003.....	58
Tabel 14	Ramalan penjualan lemari tahun 2003.....	59
Tabel 15	Ramalan penjualan kursi (sofa) tahun 2003.....	60
Tabel 16	Ramalan penjualan produk tempat tidur, lemari, kursi (sofa) tahun 2003.....	61
Tabel 17	Persediaan akhir produk tempat tidur, lemari, dan kursi (sofa) tahun 2003.....	64
Tabel 18	Anggaran produksi produk tempat tidur, lemari, dan kursi (sofa) tahun 2003.....	64
Tabel 19	Total anggaran produksi tahun 2003.....	65
Tabel 20	Biaya semi variabel tahun 1998 s/d 2002.....	66

Tabel 21	Hasil pemisahan biaya semi variabel tahun 2003.....	66
Tabel 22	Estimasi harga bahan baku kayu jati tahun 2003.....	67
Tabel 23	Biaya bahan baku untuk produk tempat tidur tahun 2003.....	67
Tabel 24	Biaya bahan baku untuk produk lemari tahun 2003.....	68
Tabel 25	Biaya bahan baku untuk produk kursi (sofa) tahun 2003.....	68
Tabel 26	Biaya bahan baku kayu jati tahun 2003.....	68
Tabel 27	Harga bahan penolong tahun 2003.....	69
Tabel 28	Biaya bahan penolong produk tempat tidur tahun 2003.....	69
Tabel 29	Biaya bahan penolong produk lemari tahun 2003.....	70
Tabel 30	Biaya bahan penolong produk kursi (sofa) tahun 2003.....	71
Tabel 31	Biaya bahan penolong tahun 2003.....	72
Tabel 32	Biaya – biaya lainnya tahun 2003.....	72
Tabel 33	Alokasi biaya bersama pada produk tempat tidur, lemari, dan kursi (sofa) tahun 2003.....	73
Tabel 34	Alokasi biaya variabel produk jadi pada masing – masing produk.....	74
Tabel 35	Biaya produksi variabel, produk tempat tidur, lemari, kursi (sofa) tahun 2003.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Struktur Organisasi Perusahaan UD Java Madura Antique Furniture	36
Gambar 2 : Proses produksi UD Java Madura Antique Furniture.....	49
Gambar 3 : Saluran distribusi UD Java Madura Antique Furniture	53



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biaya upah tenaga kerja langsung tahun 2003
- Lampiran 2 : Biaya gaji tahun 2003
- Lampiran 3 : Biaya-biaya lainnya tahun 2003
- Lampiran 4 : Pemisahan biaya semi variabel perbaikan dan perawatan
- Lampiran 5 : Pemisahan biaya semi variabel pemasaran
- Lampiran 6 : Pemisahan biaya semi variabel listrik dan air
- Lampiran 7 : Pemisahan biaya semi variabel telpon/telex/pos
- Lampiran 8 : Estimasi harga bahan penolong rampeias tahun 2003
- Lampiran 9 : Estimasi harga bahan penolong lem tahun 2003.....
- Lampiran 10 : Estimasi harga bahan penolong paku dan sejenisnya tahun 2003
- Lampiran 11 : Estimasi harga bahan penolong tinner A tahun 2003.....
- Lampiran 12 : Estimasi harga bahan penolong wood filter tahun 2003
- Lampiran 13 : Estimasi harga bahan penolong sending tahun 2003.....
- Lampiran 14 : Estimasi harga bahan penolong wood stain tahun 2003
- Lampiran 15 : Estimasi harga bahan penolong milamin tahun 2003....

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya setiap perusahaan baik itu perusahaan besar maupun kecil dalam menjalankan usaha pada hakekatnya adalah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, beberapa tujuan tersebut antara lain yaitu tujuan jangka pendek dan jangka panjang dengan pelelolaan atas sumber daya yang ada di dalam perusahaan. Maksimasi tujuan diatas pada jangka pendek tercermin melalui pencapaian tingkat keuntungan yang maksimal, sedangkan untuk jangka panjang adalah menjaga kontinuitas atau kelangsungan hidup perusahaan serta perkembangan perusahaan selanjutnya.

Berpedoman pada hal tersebut, maka perusahaan perlu mempertimbangkan dan memperhitungkan setiap langkah dan gerak operasinya, baik itu dilihat dari aspek produksi, keuangan, pemasaran dan pengelolaan sumber daya manusianya. Dalam hal ini pelaksanaannya harus berdasar pada fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

Perusahaan yang telah mendapat posisi pasar (pasar sasaran) maka tugas selanjutnya adalah mempertahankan posisi pasar yang telah dicapai dalam hal ini perusahaan mengadakan penetapan harga jual produk yang tepat, karena dengan harga jual yang tepat tujuan perusahaan yang diharapkan dapat tercapai yaitu kenaikan volume penjualan dan laba.

Ukuran yang sering dipakai untuk menilai sukses tidaknya manajemen perusahaan adalah keuntungan yang diperoleh dari hasil operasinya, keuntungan itu sendiri dipengaruhi oleh nilai dari harga jual produk, biaya produksi serta volume penjualan. Dalam keadaan persaingan yang cukup ketat, keputusan yang paling sulit dan harus diambil perusahaan adalah menentukan harga jual dari produksinya sehubungan dengan penjualan yang diharapkan pada periode mendatang. Dalam proses penetapan harga ada beberapa faktor yang biasanya mempengaruhi keputusan

akhir dari pihak manajemen. Faktor-faktor kunci yang perlu diperhatikan adalah permintaan produk, target pangsa pasar, reaksi pesaing, penggunaan strategi penetapan harga, biaya untuk memproduksi dan lain-lain. Dengan mengetahui faktor-faktor tersebut diharapkan pihak manajemen dapat menetapkan harga jual dengan tepat untuk produk atau jasa yang dihasilkan.

1.2 Pokok Permasalahan

UD. JAVA MADURA ANTIQUE FURNITUR adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri mebel yang mempunyai ciri antik dari setiap produknya, di dalam kegiatan pemasaran suatu perusahaan harus dapat melaksanakan beberapa unsur dari bauran pemasaran yang meliputi : barang, harga, distribusi dan promosi, yang merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan satu dengan lainnya. namun demikian pada perusahaan UD. JAVA MADURA yang menghasilkan produk yang mempunyai ciri khas antik. Harga merupakan unsur yang perlu dipertimbangkan dalam praktek persaingan dari keinginan serta kemampuan daya beli konsumen, sebab pada umumnya semua orang mempunyai asumsi bahwa barang antik harganya mahal dan juga penyusutan barang antik semakin lama harganya semakin mahal, oleh karena itu perusahaan UD. JAVA MADURA yang bergerak dibidang industri mebel yang mempunyai ciri khas antik dituntut untuk dapat meningkatkan volume penjualan serta tingkat profitabilitas.

Tetapi kenyataannya perusahaan sering diharapkan pada keadaan yang semakin sulit yaitu naiknya biaya-biaya, baik biaya produksi maupun biaya komersial sehingga dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan. Oleh sebab itu maka pokok permasalahan dari penelitian ini adalah Penetapan harga jual kaitannya dengan tingkat profitabilitas.

Berdasarkan pada pokok permasalahan diatas maka skripsi ini diberi judul "ANALISA PENETAPAN HARGA JUAL DALAM KAITANNYA DENGAN

TINGKAT PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN UD. JAVA MADURA ADTIQUE FURNITURE” di Bondowoso.

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menentukan tingkat harga jual pada masing-masing jenis produk
2. Untuk mengetahui besarnya tingkat profitabilitas masing-masing jenis produk

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Sebagai bahan pemikiran dan pertimbangan bagi pemimpin perusahaan dalam menentukan harga jual produk yang tepat dalam kaitannya dengan tingkat profitabilitas

1.4 Batasan Masalah

Mengingat masalah yang dihadapi oleh perusahaan sangat kompleks, maka perlu pembatasan ruang lingkup analisa agar dalam pembahasan terarah pada permasalahan yang ada, yaitu :

- Analisis dibatasi pada penentuan harga jual dalam kaitannya dengan tingkat profitabilitas pada tahun 2003.
- Data empiris yang digunakan, mulai tahun 1998 sampai dengan 2002.
- Produk yang dianalisa meliputi tempat tidur, lemari dan kursi (sofa) yang merupakan produk dominan (produk utama) dari perusahaan UD. Jawa Madura Antique Furniture.
- Tingkat harga yang di analisa adalah pembayaran secara tunai (cash).

1.5 Asumsi

- a. Tingkat perputaran barang tahun yang diteliti di asumsikan sama dengan tahun sebelumnya.
- b. Jumlah tenaga kerja diasumsikan sama dengan jumlah tenaga kerja tahun sebelumnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian dengan topik penetapan Harga Jual Kaitannya dengan Tingkat Profitabilitas pernah dilakukan oleh peneliti lain, yaitu Rina Yuliarta pada tahun 1999 dengan judul Analisis Penetapan Harga Jual Kaitannya dengan Profitabilitas pada PT. Mertex Industri Indonesia di Mojokerto. Sumber data yang dianalisis adalah pada tahun 1995 sampai dengan tahun 1999. Metode analisis data yang digunakan untuk menetapkan harga jual yaitu dengan metode cost-plus pricing dengan pendekatan kontribusi (direct costing). Sedangkan untuk mengetahui produk mana yang memberikan sumbangan keuntungan dengan menggunakan kontribusi margin rasio yang dinyatakan dalam prosentase.

Penulis menggunakan analisis ini guna mengetahui tingkat harga yang ditetapkan dengan tingkat profitabilitas tiap jenis produk guna dapat dibandingkan dengan tingkat profitabilitas sebelumnya, dimana penelitian tersebut menghasilkan, bahwa penetapan harga pada tahun 1999 masih dapat ditingkatkan (dinaikkan) sebesar 2,1% sehingga akan meningkatkan profitabilitas sebesar 5,03%.

Penelitian lain adalah analisis penentuan harga jual dalam kaitannya dengan profitabilitas pada perusahaan Kecap Cap Tawon di Madiun oleh Ayu Lestari pada tahun 2000. Data yang dianalisis adalah tahun 1995 sampai dengan tahun 2000. Metode yang digunakan dalam penetapan harga jual yaitu dengan metode Direct Costing yang mana dalam penetapan harga jual perusahaan hanya membebankan biaya variabel saja. Sehingga hanya yang ditetapkan dapat bersaing.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan metode ini dapat diramalkan perusahaan akan mengalami peningkatan volume penjualannya, sehingga akan tingkat profitabilitasnya akan meningkat sebesar 4,15%

2.2. Pengertian Dan Kebijakan Harga

Sistem perekonomian saat ini sudah mengalami kemajuan yang pesat kalau dibandingkan dengan masa lalu. Perekonomian dulu disebut perekonomian tradisional yang mana sistem perekonomian yang ada berjalan sangat sederhana sekali. Pada waktu itu kalau menginginkan suatu barang cukup dilakukan dengan menukar barang yang satu dengan yang lain (sistem *barter*).

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

“Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari suatu barang beserta pelayanannya” (Basu Swastha, 1996 : 241).

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

Selanjutnya dari pengertian harga akan timbul kebijakan tentang harga yang akan diterapkan dalam kegiatan perusahaan. Dalam usaha menerapkan tingkat harga dilakukan dengan mengadakan percobaan guna menguji pasarnya, apabila pasar menerima penawaran tersebut berarti harga yang diterapkan sudah layak, tetapi

jika pasar tidak mau menerima biasanya harga tersebut akan diubah dengan cepat oleh pihak perusahaan.

Kebijaksanaan harga yang dilakukan oleh perusahaan memberikan pengaruh yang baik di dalam perusahaan maupun terhadap perekonomian, lebih jelasnya pengaruh tersebut adalah (Basu Swastha, 1996: 146):

1) Dalam perekonomian

Harga pasar sebuah barang dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa dan bunga dan laba atas pembayaran factor-faktor produksi (tenaga kerja, tanah, capital dan kewiraswastaan)

2) Dalam perusahaan

Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga dapat mempengaruhi *market share*nya. Bagi perusahaan, harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih. Harga suatu barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan. Dalam perencanaan barang misalnya, manajemen ingin selalu meningkatkan kualitas barang yang dihasilkannya. Keputusan ini dapat dibenarkan hanya apabila pasarnya dapat menerima suatu tingkat harga yang cukup tinggi untuk menutup biaya dalam meningkatkan kualitas.

2.3. Tujuan Penetapan Harga

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

Adapun tujuan dari pada pihak manajemen atau pimpinan persusahaan di dalam menentukan atau menerapkan harga adalah (Basu Swastha, 1996 : 148):

1) Mendapatkan laba maksimal

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

2) Mendapatkan pengembalian investasi yang di targetkan atau pengembalian pada penjualan bersih

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

3) Mencegah atau mengurangi persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilaksanakan melalui kebijaksanaan harga,. Hal ini dapat di antisipasi oleh perusahaan dengan cara menetapkan harga yang sama, di atas maupun di bawah harga pesaing sesuai dengan keadaan yang ada atau mungkin dilakukan tanpa melalui kebijaksanaan harga tetapi dengan servis lain terutama untuk barang atau jasa yang ditawarkan dengan harga yang sama.

4) Mempertimbangkan atau memperbaiki *market share*

Memperbaiki *market share* hanya mungkin dilakukan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar didukung kemampuan bidang lain seperti bidang penawaran keuangan dan sebagainya. Hal ini barang merupakan faktor penting. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan terbatas penentuan harga

ditujukan untuk sekedar mempertahankan *market share*. Perbaikan *market share* kurang diutamakan, lebih-lebih persaingan sangat ketat.

2.4. Prosedur Penentuan Harga

Bila tujuan penetapan harga sudah ditentukan maka manajemen dapat mengalihkan pada prosedur penentuan harga barang atau jasa yang ditawarkan. Namun tidak semua perusahaan menggunakan prosedur yang sama.

Prosedur yang dipakai yaitu :

1. Mengestimasi Permintaan Barang Tersebut

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

2. Mengetahui Lebih Dulu Reaksi Dalam Persaingan

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

3. Menentukan *Market Share* Yang Diharapkan

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

4. Memilih Strategi Harga Untuk Mencapai Target Pasar

- *Skim the cream price* yaitu menetapkan harga setinggi-tingginya.
- *Penetration pricing* yaitu penetapan harga serendah-rendahnya.

5. Mempertimbangkan Politik Pemasaran Perusahaan

Yaitu dengan melihat pada barang, sistem distribusi dan program promosi. Perusahaan tidak dapat menentukan barang tanpa mempertimbangkan barang lain yang dijualnya. Demikian juga pada saluran distribusi harus

diperhatikan ada atau tidaknya penyaluran yang juga menerima sebagian dari harga jual. Bila tanggung jawab promosi diberikan pada penyalur maka *margin* kontribusi yang diperoleh perusahaan akan lebih tinggi.

2.5. Faktor-Faktor Yang Diperhatikan Dalam Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga pimpinan perusahaan dituntut untuk mengetahui terlebih dahulu faktor-faktor yang harus diperhatikan di dalam penetapan harga untuk barang dan jasa yang dihasilkannya, sebab apabila pimpinan tidak memperhatikan faktor-faktor tersebut maka harga yang sudah ditetapkannya sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi *kontinuitas* usaha perusahaan.

Menurut Basu Swastha (1996 : 242) faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam menetapkan harga adalah sebagai berikut:

1) Keadaan perekonomian

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

2) Penawaran dan permintaan

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

3) Elastisitas permintaan

Faktor lain yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya

mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume penjualan ini berbanding terbalik artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

Adapun jenis-jenis *elastisitas* permintaan yang perlu diketahui adalah sebagai berikut:

3.1. *Inelastis*

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

3.2. *Elastis*

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

3.3. *Unitary Elasticity*

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

4) Pasar yang dihadapi

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

4.1. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 4.1.1. Menurut pendapat pembeli, barang atau jasa yang dijual sifatnya harus *homogen*, yang berarti bahwa barang yang dijual oleh seseorang sama dengan barang yang dijual oleh penjual lainnya.

- 4.1.2. Baik penjual atau pembeli tidak mampu mempengaruhi harga pasar dan jasa dengan tindakannya secara *individual*.
- 4.1.3. Terdapat kebebasan untuk keluar masuk pasar, yang berarti bahwa penjual dan pembeli bebas keluar masuk setiap saat untuk menawarkan barang dan jasa atau membelanjakan sumber-sumber yang dimiliki.
- 4.1.4. Pembeli, penjual dan pemilik sumber harus memiliki informasi yang sempurna mengenai harga pasar dan biaya.
- 4.1.5. Pada pasar persaingan sempurna banyak barang atau jasa yang diperdagangkan di pasar. Pengaruh persaingan sempurna terhadap penentuan harga jual barang atau jasa adalah sebagai berikut :
 - 1. Semakin tingginya harga jual maka semakin banyak barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual.
 - 2. Semakin rendah harga jual semakin banyak barang atau jasa yang diminta konsumen.

4.2. Pasar Persaingan *Monopolistis*

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

- 4.2.1. Terdapat penjualan yang serupa, namun produk yang dijual tidak sama.
- 4.2.2. Kemungkinan terdapat *differensiasi* harga namun tidak ada penjual secara *individual* yang mempengaruhi secara nyata terhadap produk yang serupa.
- 4.2.3. Kemungkinan terjadi suatu rentang harga dalam pasar persaingan *monopolistis*.

4.2.4. Jika harga ditentukan lebih tinggi dibandingkan dengan produk pesaing, kemungkinan perusahaan tersebut kehilangan pelanggan.

4.2.5. Penurunan harga mungkin dapat menambah pelanggan atau jumlah yang dijual.

4.3. Pasar Monopoli

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

4.3.1. Pemegang *monopoli* dalam suatu negara biasanya menghadapi pembatasan-pembatasan yang dilakukan pemerintah.

4.3.2. Perusahaan *monopoli* biasanya berusaha dalam bidang usaha yang menguasai hajat hidup masyarakat.

4.3.3. Dalam pasar *monopoli* pemegang *monopoli* bebas menentukan harga jual produk atau jasanya. Jika harga jual yang ditentukan terlalu tinggi maka permintaan terhadap produk tersebut berkurang dan jika barang atau jasa tersebut merupakan kebutuhan pokok masyarakat maka umumnya pemerintah akan berusaha mengendalikan harga barang atau jasa tersebut ke arah harga yang wajar.

4.4. Pasar *Oligopoli*

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

diikuti oleh pengikut harga. Karakteristik pasar *oligopoli* adalah sebagai berikut :

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

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

5) Biaya

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

6) Tujuan manajer

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

Tujuan-tujuan yang hendak dicapai tersebut antara lain :

- 6.1. Laba maksimum
- 6.2. Volume penjualan tertentu
- 6.3. Penguasaan pasar
- 6.4. Kembalinya modal yang tertahan dalam waktu tertentu

7) Pengawasan pemerintah

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

- 7.1. Penentuan harga maksimum dan minimum
- 7.2. *Diskriminasi* harga

- 7.3. Serta praktek-praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha-usaha kearah monopoli

2.6. Macam-Macam Penetapan Harga

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

Di dalam menetapkan suatu kebijaksanaan yang akan diterapkan dalam kegiatan perusahaan tergantung pada permasalahan yang dihadapi, demikian juga masalah harga yang perlu pembahasan secara cermat. Beberapa metode penentuan harga jual yaitu sebagai berikut:

1) *Gross Margin Pricing*

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

Presentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian satu menutup biaya operasi sedang bagian lain merupakan laba yang diinginkan. Penetapan harga jual dengan metode ini penentuannya relatif mudah yaitu dengan menentukan barang yang dijual ditambah dengan *mark up* yang diinginkan perusahaan. Jadi dapat dirumuskan sebagai berikut:

Harga jual = biaya produk + (% *mark up* x Dasar penentuan harga *mark up*).

2) *Cost Plus Pricing*

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

Pengertian biaya dalam penentuan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing* didefinisikan sesuai dengan penentuan harga pokok produk yang digunakan. Menurut Philip Kotler (1997: 166) penetapan harga metode *cost plus pricing* digunakan karena beberapa alasan, antara lain:

1. Penjual lebih pasti mengenai biaya dari pada permintaannya. Dengan mengaitkan harga dengan biaya, penjual menyederhanakan penetapan harganya karena mereka tidak perlu menyesuaikan penetapan harga dengan berubahnya permintaan.
2. Jika semua perusahaan menggunakan metode ini, harga akan cenderung sama. Persaingan harga karenanya akan minimal, yang tidak akan terjadi jika perusahaan memperhatikan perubahan permintaan dalam penetapan harganya.
3. Banyak orang merasa bahwa penetapan harga dengan menambahkan kebiaya adalah lebih adil baik bagi pembeli maupun penjual. Penjual tidak mengambil keuntungan dari pembeli ketika permintaan pembeli sedang tinggi, tetapi penjual tetap memperoleh pengembalian yang layak atas *investasinya*.

Sedangkan kelebihan metode *cost plus pricing* menurut horngren dkk, (1995: 777) yaitu jika perusahaan memakai *cost plus pricing* data biaya yang diperbaiki mengurangi kemungkinan salah kalkulasi biaya dan salah kalkulasi harga dari produk dan jasa, baik lebih maupun kurang

kalkulasi harga akan merugikan perusahaan. Produk yang dihargai terlalu rendah akan menghasilkan laba yang lebih rendah dari yang seharusnya atau bahkan tidak menghasilkan laba, untuk produk yang dihargai terlalu tinggi akan menurunkan kuantitas penjualan dan pendapatan serta mengundang banyak persaingan.

Menurut Winardi (1992: 172) kelebihan metode *cost plus pricing* adalah:

1. Apabila biaya-biaya cukup stabil hingga dapat ditetapkan sebuah biaya untuk periode-periode lama, maka stabilitas harga-harga yang timbul oleh karenanya secara *administrative* lebih dan kurang memusingkan bagi tenaga penjual, pengecer serta pembeli dibandingkan dengan harga-harga yang terus menerus berubah.
2. Metode tersebut agaknya merupakan jaminan terhadap kerugian-kerugian. Jika semua biaya di bebaskan atas *output*, maka semua biaya akan dicapai kembali dari penjualan *output* tersebut.
3. *Cost plus* merupakan cara yang sederhana dan memungkinkan dilakukannya pengawasan.

Kelemahan dari *cost plus pricing* adalah sebagai berikut:

1. Harga yang bersedia dibayar oleh pembeli untuk produk tersebut tidak perlu hubungan dengan biaya untuk memproduksi barang tersebut. Akibatnya adalah bahwa sebuah harga *cost plus* mungkin terlampau rendah, apabila *elastisitas* permintaan dihubungkan dengan harga adalah terlampau rendah, demikian sebaliknya.
2. Apabila biaya-biaya tetap perusahaan merupakan bagian penting dari biaya total, maka dapat timbul suatu hubungan lingkaran dimana harga akan meningkat pada pasar yang sedang berkontraksi dan harga akan turun pada harga yang sedang *berekspansi*. Hal tersebut terjadi karena biaya tetap rata-rata perkesatuan *output* adalah rendah apabila *output* sedang tinggi dan ia adalah tinggi apabila *output* rendah.

3. Disebabkan karena biaya "*absorpsi total*" mencakup angka-angka biaya tetap, maka penjualan bukanlah menunjukkan *opportunity cost*. Apabila penetapan harga didasarkan atas biaya *absorpsi total* maka hal tersebut dapat menyebabkan kehilangan penjualan yang sedikitnya dapat memberikan sumbangan terhadap biaya tetap.
4. Penerapan harga *cost plus* mengharapkan adanya alokasi *overhead* pada kasus biasa, dimana perusahaan yang bersangkutan memproduksi lebih dari satu produk.

Disamping itu untuk metode harga pasar juga ada kelebihan dan kelemahan (Polimeni/Cashin, 1986: 133) kelebihan adalah:

1. Pembelian biasa lebih dikontrol
2. Jumlah volume besar dapat diproduksi dan dikirimkan dengan biaya serendah mungkin
3. Pasarnya sudah terjamin, biasanya mutu dan pengirimannya bisa diandalkan

Kelemahan metode pasar:

1. Jika tidak ada harga pasar untuk produksi barang jadi atau barang semi jadi kadang-kadang harga yang diperoleh itupun tidak bisa dijadikan pegangan atau datangnya dari sumber yang kurang mantap
2. Kadang-kadang penjual menawarkan harga rendah untuk pesanan yang pertama tetapi pesanan-pesanan berikutnya akan dikenakan harga yang semakin tinggi.

Pada dasarnya manajemen dapat memilih salah satu dari dua metode penentuan harga pokok berikut ini yaitu metode harga pokok penuh dan metode harga pokok variabel. Oleh karena itu dalam penentuan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dikenal dua macam pendekatan yaitu:

a. Pendekatan Kontribusi/Direct Cost Pricing

Perusahaan yang menjual produknya di pasar yang persaingannya tajam medasarkan harga jual dengan mempertimbangkan semua biaya (*full cost*) yaitu biaya variabel maupun biaya tetap sering kali kurang tepat. Harga jual dengan mendasarkan pada *full cost* kacau dan mungkin malah tidak laku produknya, dalam keadaan demikian perusahaan sebaiknya hanya memperhitungkan biaya variabel saja. Tetapi bagaiman untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan semua biaya harus tertutup.

Metode ini juga dikenal dengan nama *Marginal Income Pricing* karena hanya memperhitungkan biaya-biaya yang behubungan secara *proporsional* dengan volume penjualan, sehingga menghasilkan income. *Marginal income* berapa yang dikehendaki atau kelebihan diatas biaya-biaya variabel berapa yang dikehendaki oleh perusahaan, hal ini sebagai dasar penentuan harga jual.

Dari uraian diatas dapatlah dijabarkan dalam rumus sebagai berikut:

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

b. Pendekatan Full Costing

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

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

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

2.7. Ramalan penjualan.

Dalam dunia usaha sering berhadapan dengan keadaan yang tidak pasti, akan tetapi suatu perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan dengan baik tanpa adanya suatu rencana walaupun rencana itu hanyalah merupakan hasil dari suatu ramalan.

Ramalan penjualan ini dapat digunakan manajer perusahaan untuk menyusun anggaran guna menunjang aktifitasnya di masa mendatang, disamping itu dapat digunakan untuk menyusun atau mengetahui kegiatan apa yang dilakukan di kemudian hari, sehingga dapat mengatur penggunaan peralatan produksi secara *efektif* dan *efisien*.

Pada dasarnya ada empat cara yang dapat dipakai untuk meramalkan tingkat penjualan yakni:

- 1) Berdasarkan pendapat
 - 1.a. Pendapat dari pembeli
 - 1.b. Pendapat dari *selesmen*
 - 1.c. Pendapatan dari manajer cabang atau daerah penjualan
 - 1.d. Pendapat dari ahli ekonomi
- 2) Dengan berdasarkan statistik
 - 2.a. Analisa *trend*
 - 2.b. Analisa *Korelasi*

- 3) Metode-metode khusus, berupa:
 - 3.a. Analisa *produk line*
 - 3.b. Analisa industri
 - 3.c. Analisa penggunaan akhir
- 4) Metode eksperimentasi

2.8. Penentuan Persediaan.

Untuk perusahaan industri, perusahaan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu persediaan bahan mentah, persediaan barang dalam proses, dan persediaan barang jadi. Persediaan barang baku sering merupakan bagian yang cukup besar dari keseluruhan aktiva lancar karenanya dipelukan perhatian yang seksama untuk mengelolanya.

Persediaan bahan mentah memberikan keluwesan dalam mengatur rencana pembelian dihubungkan dengan rencana produksi apabila perusahaan tidak mempunyai persediaan bahan mentah, maka pembelian harus dilakukan berkali-kali sesuai dengan kebutuhan untuk kegiatan produksi.

Persediaan barang dalam proses kemungkinan perusahaan menjadwalkan kegiatan produksi dengan lebih luwes, karena dengan ini kegiatan produksi pada fase akhir tidak perlu sama persis dengan kegiatan produksi pada fase sebelumnya.

Persediaan barang jadi memungkinkan perusahaan untuk tidak menjadwalkan produksi sama persis dengan rencana penjualannya. Disamping itu apabila terjadi peningkatan permintaan secara mendadak, perusahaan masih bisa memenuhi tanpa harus mengecewakan konsumen.

Besarnya persediaan diperkirakan dengan menghitung *Inventory Turn Over*, dengan rumus sebagai berikut:

$$ITO = \frac{\text{Rencana penjualan per tahun}}{\text{Persediaan rata-rata}}$$

2.9. Anggaran Produksi.

Untuk mengetahui rencana produksi pada periode yang akan datang perlu dibuat anggaran produksi yang akan didasarkan pada ramalan penjualan yang telah dibuat untuk periode yang sama. Perencanaan produksi mencakup masalah yang berhubungan dengan penentuan tingkat produksi yang dikehendaki, penggunaan fasilitas produksi, dan tingkat persediaan barang jad.

Jumlah barang yang telah direncanakan untuk dijual yang berhubungan dengan tingkat produksi dalam persediaan, akan menghasilkan jumlah barang harus diproduksi oleh perusahaan menurut jangka waktu dan jenis barangnya.

Anggaran produksi adalah satu perencanaan atau volume barang yang diproduksi oleh perusahaan agar sesuai dengan volume atau tingkat penjualan yang telah direncanakan (Gunawan Adi S, 1990 : 191).

Adapun didalam penentuan anggaran produksi dapat dilakukan dengan menggunakan perumusan sebagai berikut (Gunawan Adi S, 1990 : 191) :

Rencana penjualan	xxx
Persediaan akhir	<u>xxx</u> +
Kebutuhan	xxx
Persediaan awal	<u>xxx</u> -
Anggaran produksi	xxx

2.10. Pengertian dan Penggolongan Biaya.

Biaya adalah suatu peristiwa yang diukur berdasarkan nilai uang, timbul atau mungkin akan timbul untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dari pernyataan tentang biaya tersebut di atas mak dapat diartikan bahwa biaya adalah suatu pengorbanan yang diukur dalam suatu uang, baik yang telah terjadi maupun yang telah terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Di dalam Akuntansi Biaya terdapat beberapa macam cara penggolongan biaya, antara lain sebagai berikut:

1. Penggolongan Biaya Atas Dasar Obyek Pengeluaran

Penggolongan ini merupakan penggolongan yang paling sederhana, yaitu berupa penjelasan singkat obyek suatu pengeluaran. Biaya untuk mengolah bahan baku menjadi produksi jadi, jika didasarkan atas obyek pengeluaran dapat dibedakan menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Penggolongan biaya semacam ini merupakan cara yang dapat menyeragamkan penggolongan biaya dari berbagai bagian.

2. Penggolongan Biaya Atas Dasar Fungsi-Fungsi Pokok Perusahaan

Penggolongan biaya berdasarkan fungsi-fungsi pokok yang terjadi dalam perusahaan dapat digolongkan menjadi biaya produksi, biaya administrasi dan biaya umum serta biaya pemasaran. Biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi dalam hubungan dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi, biaya produk ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

3. Penggolongan Biaya atas Dasar Hubungan dengan Sesuatu yang Dibiayai

Dalam hal ini biaya dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung adalah biaya yang terjadi dimana penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini sama sekali tidak akan terjadi. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.

4. Penggolongan Biaya Atas Dasar Waktu

Atas dasar waktu biaya dapat dibedakan menjadi dua golongan yaitu pengeluaran modal dan pengeluaran penghasilan. Pengeluaran modal adalah biaya yang dinikmati oleh lebih dari satu periode akuntansi dimana pengeluaran tersebut terjadi, tetapi dibagikan kepada periode-periode

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

5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Tingkah Lakunya Dalam Hubungan Dengan Perubahan Volume Kegiatan

Untuk pengeluaran pengendalian biaya dan pengambilan keputusan biaya dapat digolongkan sesuai dengan volume kegiatan yaitu biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya perubahan volume kegiatan dalam batas-batas tertentu. Besarnya biaya tetap dipengaruhi oleh kondisi perusahaan jangka panjang, teknologi dan metode serta strategi manajemen. Pada umumnya jika *proporsi* biaya tetap tinggi bila dibandingkan dengan biaya variabel maka kemampuan manajemen dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi jangka pendek akan berkurang. Biaya tetap ini bisa dibedakan menjadi dua jenis biaya tetap yang berkaitan dengan aktiva tetap dan biaya tetap yang berkaitan dengan produksi. Biaya variabel adalah biaya yang *berfluktuasi* secara langsung sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Ada dua jenis biaya variabel yang tingkah lakunya berkaitan (*step like behavior*) mempunyai tingkah laku sebagai *step variabel cost*. Biaya ini naik turun tidak pada saat yang sama dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semi variabel adalah biaya mempunyai elemen tetap dan elemen variabel di dalamnya. Elemen biaya tetap merupakan jumlah minimum yang menyediakan jasa, sedangkan elemen biaya variabel merupakan bagian dari biaya-biaya semivariabel yang dipengaruhi oleh kegiatan volume kegiatan.. dalam hubungannya dengan penentuan harga jual menurut konsep *full costing* maka biaya semi variabel itu harus dipisahkan seluruhnya menjadi biaya tetap dan biaya variabel.

Adapun pendekatan dalam memperkirakan fungsi biaya:

1) Pendekatan analisis

Di dalam pendekatan analisis diadakan kerja sama di antara orang-orang teknik dan staf penyusunan anggaran untuk mengadakan penyelidikan untuk tiap-tiap fungsi (fungsi atau kegiatan) guna menentukan pentingnya fungsi tersebut, metode pelaksanaan pekerjaan yang paling efisien, jumlah biaya yang bersangkutan dengan pelaksanaan pekerjaan tersebut pada berbagai tingkat kegiatan.

2) Pendekatan historis

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

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

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

2.c. metode kuadrat terkecil menganggap bahwa hubungan antara biaya dengan volume kegiatan berbentuk hubungan garis lurus dengan persamaan $Y = a + bX$, dimana Y merupakan variabel tidak bebas (dependen variabel), yaitu variabel yang perubahannya ditentukan oleh perubahan pada variabel X yang merupakan variabel bebas (independent variabel), variabel Y

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



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif, yakni penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan sesuatu yang terjadi langsung pada obyek penelitian dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi kasus, dimana penelitian ini terinci kegiatan pemasaran yakni penetapan harga jual kaitannya dengan tingkat profitabilitas perusahaan UD. Jawa Madura Antique Furniture di Bondowoso, dengan menggunakan data Impiris mulai tahun 1998 sampai dengan tahun 2002, guna dapat meramalkan volume penjualan, Biaya-biaya, karena bersifat studi kasus, maka kesimpulan dari analisis dan perhitungan, nantinya hanya berlaku pada UD. Jawa Madura Antique Furniture di Bondowoso.

3.2 Prosedur Pengumpulan Data

Beberapa hal penting dalam kegiatan pengumpulan data meliputi :

1. Penentuan Data

Data yang diperlukan untuk kajian berupa data sekunder, yakni data yang sudah tersusun rapi dan telah disajikan oleh perusahaan.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak yang bersangkutan sehubungan dengan penelitian yang dilakukan.

b. Metode Observasi

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

3.3 Definisi Operasional Variabel

Untuk memperoleh pemahaman yang sama mengenai variabel – variabel pada analisis ini diberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Ramalan penjualan adalah suatu perkiraan yang akan terjadi dimasa mendatang mengenai volume penjualan yang akan dicapai oleh perusahaan pada produk – produk tertentu meliputi tempat tidur, lemari, kursi (sofa). Dengan menggunakan analisa trend dengan pendekatan metode kuadrat terkecil yang dinyatakan dalam satuan unit.
2. Persediaan akhir barang adalah persediaan barang yang harus dipenuhi oleh perusahaan guna mencukupi permintaan, agar persediaan barang tersebut tidak mengalami kekurangan atau lebih, maka dengan menggunakan metode Inventory Turn Over (ITO) yang dinyatakan dalam satuan unit.
3. Persediaan rata – rata adalah persediaan yang dianggap sama dengan dipengaruhi oleh beberapa variabel yang dinyatakan dalam satuan unit.
4. Anggaran produksi adalah suatu acuan yang harus dicapai atas produksi suatu perusahaan, dengan mendapatkan suatu rencana akan jumlah produk yang harus dicapai pada periode tertentu yang dinyatakan dalam bentuk unit.
5. Biaya semi variabel adalah jenis biaya yang sifatnya berubah – rubah seperti biaya perbaikan dan perawatan, pemasaran, listrik dan air, telpon/telex/pos, yang mana didalamnya terdiri atas unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel yang dinyatakan dalam satuan rupiah.
6. Biaya tetap yaitu jenis biaya yang sifatnya tetap dalam pembelanjannya pada periode tertentu seperti : biaya penyusutan, gaji karyawan tak langsung, administrasi, pemeliharaan, asuransi, tunjangan, yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

7. Biaya variabel yaitu jenis biaya yang sifatnya berubah – rubah yang dipengaruhi oleh faktor – faktor tertentu misalnya : biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, bahan penolong yang dinyatakan dalam satuan ukuran rupiah.
8. Analisa geometric mean yaitu analisa yang digunakan untuk mengetahui (menghitung) tingkat pertumbuhan biaya – biaya meliputi bahan baku dan bahan penolong, apakah harga dari masing – masingnya mengalami kenaikan atau penurunan pada periode yang akan datang, yang dinyatakan dalam satuan rupiah.
9. Total biaya produksi yaitu biaya keseluruhan yang dihabiskan untuk memproduksi suatu barang diluar biaya tetap yang dinyatakan dalam satuan rupiah.
10. Harga jual adalah harga yang ditentukan oleh penjual atau produsen berdasarkan biaya perunit ditambah dengan suatu jumlah tertentu untuk menutup laba yang diinginkan pada unit-unit tertentu yang dinyatakan dalam satuan ukuran rupiah.
11. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri yang dinyatakan dalam satuan prosentse.

3.4 Metode Analisa Data

- a. Untuk meramalkan penjualan pada periode mendatang digunakan analisa trend dengan pendekatan metode kuadrat terkecil, adapun rumusnya (J. Supranto 1995: 217) yaitu :

$$Y = a + bX$$

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

dimana :

- Y = Jumlah penjualan
- x = Waktu
- a = Bilangan konstanta
- b = Bilangan konstanta

- b. Untuk mengetahui persediaan akhir barang jadi dengan menggunakan metode Inventory Turn Over (ITO) dengan rumus (Gunawan Adi Saputro 1993 : 175):

$$\text{Pertukaran Persediaan (ITO)} = \frac{\text{rencana penjualan / tahun}}{\text{persediaan rata - rata}}$$

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

- c. Untuk mengetahui anggaran produksi digunakan rumus (Gunawan Adi Saputro 1993:183):

$$\text{Penjualan} = \text{xxx}$$

$$\text{Persediaan akhir} = \text{xxx}$$

_____ +

$$\text{total keperluan} = \text{xxx}$$

$$\text{persediaan awal} = \text{xxx}$$

_____ +

$$\text{produksi} = \text{xxx}$$

- d. untuk memisahkan biaya semi variabel kedalam unsur biaya tetap dan variabel dengan metode pemisahan biaya digunakan rumus (Mulyadi, 1993: 517):

$$Y = a + bx$$

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

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

dimana:

Y= Total Biaya Semi

a= Unsur Biaya Tetap

Variabel

b= Unsur Biaya Variabel/Unit

X= Volume Produktivitas

n= Jumlah Data

- e. Untuk memperkirakan biaya-biaya pada periode yang akan datang dipergunakan analisa Geometri mean untuk menghitung tingkat pertumbuhan (kenaikan atau penurunan). Adapun formulasinya (Anton Dajan 1993: 137):

$$GM = \sqrt[N]{\frac{X_n}{X_0}}$$

Dimana:

X_0 = Penjualan atau biaya pada tahun dasar

X_n = Penjualan atau biaya pada tahun ke-n

N = Jumlah periode kenaikan

- f. Untuk menentukan total biaya produksi masing-masing jenis produk adapun formulasinya (Mas'ud, 1993:98) sebagai berikut :

Total biaya produksi :

Biaya bahan baku = xxx

Biaya tenaga kerja langsung = xxx

Biaya operasi pabrik = xxx

Biaya produksi pabrik xxx

- g. Untuk menentukan harga jual masing-masing jenis produk dengan menggunakan metode cost-plus pricing berdasarkan pada pendekatan kontribusi (Direct Costing) dengan rumus (Mas'ud Machfoedz, 1991:251):

Harga jual = Biaya produksi variabel + Biaya lain-lain variabel + (% laba yang diharapkan * dasar penetapan laba)

Untuk menentukan prosentase laba yang diharapkan maka digunakan rumus : (Ray. H. Gorrison, 1988:200)

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah UD. Java Madura

UD. Java Madura Antique Furniture berdiri sejak tahun 1992. Pada mulanya perusahaan tersebut berdiri seperti perusahaan-perusahaan mebel pada umumnya yaitu memproduksi jenis barang-barang / perabot rumah tangga seperti biasa, misalnya kursi, meja, tempat tidur dan lain-lain. Dengan adanya persaingan yang sangat ketat dari perusahaan sejenis dan keberadaan modal yang terbatas, sehingga sulit untuk menempatkan strategi - strategi dalam upaya pengembangan terutama pada aspek pemasaran yang menyebabkan perusahaan ini sempat fakum.

Namun dalam mengisi kevakuman perusahaan tersebut masih tetap mempekerjakan karyawannya (tukang) untuk memproduksi barang dalam jumlah kecil. Sehingga pada tahun 1995 perusahaan tersebut mempunyai ide-ide baru untuk merubah produk-produk sebelumnya, ide tersebut timbul dari beberapa relasi lama yang bergerak di bidang antique, yaitu daenga memproduksi barang-barang antique repro. Dengan alasan spekulasi barang-barang antique tidak ada ruginya sebab barang antique meskipun repro semakin lama harganya tidak akan semakin turun malah sebaliknya malah semakin naik.

Dengan meyakinkan ide - ide barunya perusahaan tersebut merangkak sedikit demi sedikit mencoba dan menekuni produk baru, sehingga berjalan dalam satu tahun perusahaan dapat menemukan titik terang yaitu bertemu pengusaha antique yogyakarta. Pengusaha itu ekportir dari barang-barang atau produk seperti yang di priduksi oleh perusahaan tersebut. Dari pertemuan itu dapat membuahkan hasil yang dapat menguntungkan perusahaan yaitu dengan hasil produk yang berkualitas. Produk dari perusahaan tersebut layak untuk di ekspor. Sehingga eksportir tersebut berkenan memberikan order dan sebagian bantuan biaya produksi.

Pada tahun 1997 negara kita mengalami krisis moneter berdampak negatif pada segala aspek, terutama pengaruh terhadap perusahaan menengah kebawah. Tetapi kenyataannya lain yang terjadi pada UD. Java Madura. Perusahaan ini mungkin hanya satu - satunya perusahaan mebel di Kabupaten Bondowoso yang masih mampu melaju dalam keadaan krisis moneter. Hal ini dibuktikan adanya produktifitas perusahaan yang semakin meningkat.

Namun meskipun volume penjualan cukup besar pada pada waktu itu, tetapi tidak begitu besar pengaruhnya terhadap nilai keuntungan jika dibandingkan dengan nilai kerjanya. Hal ini disebabkan karena kurangnya sarana yang dimiliki. Hampir seluruh kegiatan kerjanya dilakukan dengan manual sehingga kecepatan perolehan produk yang ditentukan sering meleset dan akhirnya berpengaruh pada biaya produksi. Tetapi walaupun demikian perusahaan tersebut sudah dapat mendapatkan kepercayaan dari eksportir mebel yang berada di kota - kota besar, misalnya Yogyakarta, Bali, Surabaya, Jakarta.

Dalam perjalanan yang panjang perusahaan tersebut tidak sedikit mengalami rintangan atau tantangan yang menyebabkan maju mundurnya perusahaan. Pada tahun 1997, pemilik perusahaan bertemu dengan pengusaha besar yang mempunyai sumber modal yang cukup kuat. Pengusaha itu eksportir kayu jati yang mempunyai banyak sisa stok sortiran dari kayu kelas ekspor dan nilainya relatif rendah, artinya tidak layak ekspor. Dalam pertemuan tersebut kedua belah pihak sepakat untuk bekerja sama dalam mendirikan perusahaan industri mebel yang bergerak dibidang antik repro. Sehingga sejak itulah perusahaan tersebut terdaftar pad departemen perindustrian dan perdagangan No. 58/ 13-5/ ihpk/ III/ 1997. Dengan adanya kesepakatan kerja, kedua belah pihak sepakat dalam pendiriannya dengan maksud dan tujuan perusahaan secara keseluruhan adalah :

1. Menjalankan usaha industri dan perdagangan dalam dan luar negri atas hasil produksi perusahaan.

2. Menjalankan segala kegiatan yang selaras dengan maksud dan tujuan yang dikemukakan diatas dalam arti yang luas, baik atas tanggungan sendiri atau bersama – sama dengan orang lain/ badan lain dengan cara dan dibentuk yang sesuai dengan catatan tidak melanggar hukum yang berlaku.

4.2. Lokasi Perusahaan

Lokasi UD. Java Madura Antique Furniture terdiri dari tiga (3) tempat yaitu diBondowoso untuk lokasi pabrik yang berada didesa Sumberari kecamatan Maesan, dan diJakarta serta Bali untuk lokasi penjualan atau show room. Pemilihan ketiga lokasi tersebut berdasarkan pada faktor ekonomis yang diperoleh dari lokasi yang bersangkutan. Untuk lokasi show room dipilih diJakarta dan Bali, karena kota tersebut merupakan pusat perdagangan dan wisata, sebab produk yang dihasilkan mempunyai nilai seni antik yang mana dominan penggemarnya adalah para turis dan golongan berpenghasilan menengah keatas.

Sedangkan pemilihan lokasi pabrikasi dikabupaten Bondowoso didasarkan pada faktor ekonomis sebagai berikut :

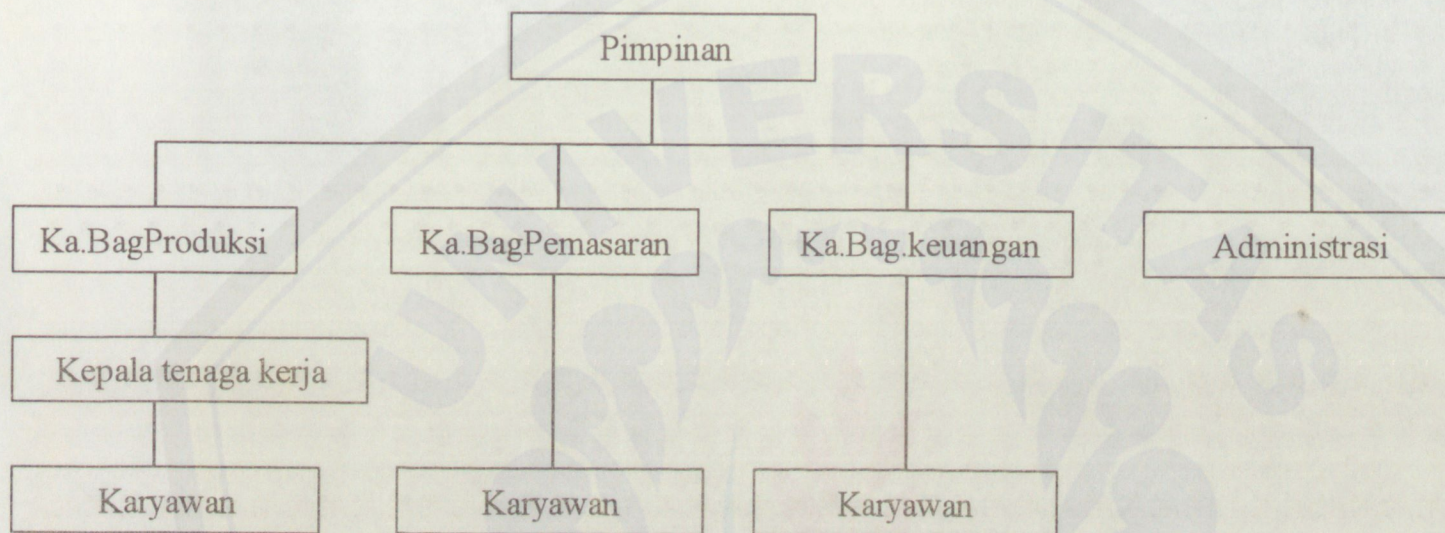
1. Harga tanah lokasi tersebut relatif murah, dalam pengembangan perusahaan, karena merupakan lokasi yang jauh dari wilayah perkotaan sehingga jauh kemungkinan untuk menjadikan perluasan kota.
2. Perolehan bahan baku yang msih cukup berpotensi yang relatif mudah dan murah.
3. Penyerapan tenaga kerja yang relatif mudah dan murah dalam jumlah besar, mengingat taraf hidup masyarakat sekitarnya masih rendah.

4.3. Struktur Organisasi.

Struktur organisai yang digunakan oleh UD. Java Madura Antique Furniture adalah bentuk line atau garis. Dapat dikatakan bentuk line atau garis

karena jalannya perintah dari atasan secara seragam melalui fase-fase pimpinan yang ada di bawah nya. Walaupun demikian tanggungjawab atau tugas yang ada sesuai dengan masing-masing bagiannya keatasan langsung dengan melalui jalur datangnya perintah tadi. Maka untuk lebih jelasnya mengenai struktur yang ada pada UD Java Madura Antique Furniture adalah sebagai berikut :

Gambar 1
Struktur Organisasi perusahaan
UD. Java- Madura Antique Furniture



Sumber data : Perusahaan UD Java Madura Antique Furniture.

4.3.1 Tugas Wewenang dan Tanggung jawab.

Struktur organisasi perusahaan UD. Java-Madura Antique Furniture sebagaimana yang tampak pada gambar tersebut diatas , terbagi dalam beberapa bagian yang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

1. Pimpinan
2. Kepala Bagian produksi.
3. Kepala Bagian pemasaran.
4. Kepala Bagian keuangan.
5. Administrasi

1. Tugas Pimpinan

- a. Membuat kebijaksanaan didalam menyelenggarakan perusahaan.
- b. Mengkoordinir semua karyawan yang ada didalam perusahaan .
- c. Mengawasi semua kegiatan yang dilakukan oleh karyawan sesuai dengan bidangnya.
- d. Bertanggung jawab atas kelangsungan hidup perusahaan.

2. Tugas Kepala Bagian Produksi

- a. Membuat perencanaan mengenai kegiatan produksi sesuai dengan petunjuk direktur.
- b. Mengawasi hasil produksi serta mengawasi segala sesuatunya terhadap proses produksi.
- c. Mengkoordinasikan dan mendorong semangat kerja pada bawahannya serta memberikan petunjuk dalam pelaksanaan pada masing -masing bawahan.
- d. Bertanggung jawab penuh terhadap jalannya proses produksi dan mempertanggungjawabkannya kepada direktur.

Manajer produksi membawahi satu kepala tenaga kerja yang bertugas sebagai berikut :

- a. Mengawasi pelaksanaan dari proses produksi.
- b. Mengawasi jalannya mesin-mesin apabila da kerusakan .
- c. Memperbaiki mesin dan peralatan apabila ada kerusakan sewaktu-waktu.
- d. Memelihara mesin - mesin agar selalu baik dan jalannya produksi tidak terganggu.

3. Tugas Kepala Bagian pemasaran

Menangani semua kegiatan pemasaran yaitu mencakup :

- a. Menacari informasi pasar, pemesan serta memasarkan hasil produksi dan mengadakan promosi.
- b. Merencanakan dan menetapkan strategi dalam perluasan pasar.

- c. PMenetapkan sistem distribusi dan pembayaran, serta penetapan harga jual.
 - d. Mengatur dan mengawasi jalannya kegiatan pemasaran.
4. Tugas Kepala Bagian keuangan
 - a. Membuat laporan keuangan.
 - b. Membuat anggaran.
 - c. Mengatur cash flow dalam kegiatan perusahaan.
 - d. Sebagai pengendali dalam penggunaan keuangan perusahaan.
 5. Administrasi
 - a. Mencatat dan melaporkan hasil aktifitas perusahaan.
 - b. Melakukan pencatatan keluar masuknya barang.
 - c. Melakukan pencatatan stok barang dan keberadaan bahan baku.
 - d. Mengelola dalam hal pengupahan atau gaji pegawai.

4.4. Aspek Personalia.

Personalia merupakan suatu hal yang penting dan sangat berkaitan dengan operasional perusahaan maka perusahaan UD. Java Madura Antique Furniture memerlukan tenaga kerja yang terampil dan sesuai dengan keahliannya.

Adapun penilain tenaga kerja yang ada pada perusahaan pada UD. Java Madura Antique Furniture dapat diklasifikasikan dalam pembagian tugas pekerjaan seuai dengan bidangnya masing-masing . Diantara tenaga kerja ada bedanya antara tenaga utama atau tanaga ahli dalam dunia pertukangan .Jadi jelasnya disini kebutuhan akan tenaga kerja cukup menjadi perhatian dengan maksud agar suatu hasil produksi yang baik dan bermutu tinggi dapat terealisasi.

4.4.1. Jumlah Karyawan.

Disamping kategori tenaga kerja yang dibutuhkan hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah masalah berapa jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan guna memenuhi tuntutan dari masing-masing pekerja yang ada.

Demikian halnya dengan perusahaan UD. Java-Madura ini diharapkan dengan persaingan yang ketat maka perlu ditentukannya jumlah tenaga kerja yang tepat agar pekerjaan dapat berjalan dengan tepat dan seefisien mungkin. Jumlah tenaga kerja pada perusahaan UD. Java-Madura dapat dilihat pada tabel dibawah ini .

Tabel 1. UD. Java- Madura Aantique Furniture

Jumlah Karyawan Perusahaan

Tenaga Kerja	Jumlah Karyawan
<u>Tenaga Kerja Langsung</u>	
Tenaga ukir	4 org
Tenaga rakit/Garap	15 org
Tenaga rempelas dan Bahan Baku	8 org
Tenaga Spet	4 org
<u>Tenaga Kerja Tidak Langsung</u>	
Pimpinan	1 org
Bagian pemasaran	1 org
Bagian produksi	1 org
Bagian keuangan	1 org
Bagian administrasi	1 org
Kepala pekerja	1 org
Jumlah Karyawan	37 org

Sumber data : Perusahaan UD. Java-Madura Aantique Furniture

4.4.2. Sistem Pengupahan.

Sistem upah yang dilakukan oleh perusahaan UD. Java – Madura terhadap tenaga kerja langsung adalah upah harian. Setiap tenaga kerja standar upahnya tidak sama. Pengupahan dilaksanakan setiap minggu sekali pada hari kamis, seperti dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. UD. Java-Madura Antique Furniture
Upah Tenaga Kerja Langsung Tahun 2002 (Dalam Rupiah)

No	Keterangan	Jumlah Upah/Hari
1	Tukang ukir	Rp 20.000
2	Tukang rakit	Rp 17.500
3	Tukang rempelas dan Bahan Baku	Rp 10.000
4	Tukang Spet	Rp 12.500

Sumber data : Perusahaan UD. Java- Madura Antique Furniture.

Upah tenaga kerja langsung dihitung berdasarkan hari kerja dikalikan tarif upah per hari. Pembayaran diberikan tiap minggu pada hari kamis.

Tabel 3 : UD. Java Madura Antique Furniture
Gaji Karyawan Tahun 2002 (Dalam Rupiah/Bulan)

No	Keterangan	Upah (Rp/Bulan)
1	Pimpinan	2.000.000
2	Bagian Produksi	1.000.000
3	Bagian Pemasaran	1.000.000
4	Bagian Keuangan	1.000.000
5	Administrasi	500.000
6	Kepala Pekerja	750.000

Sumber data : UD. Java Madura Antique Furniture

4.4.3. Jam Kerja Dan Hari Kerja

Dalam segala hal setiap kegiatan akan dibatasi oleh waktu, dimana waktu itu dapat berupa, jam, hari, minggu, bulan dan tahun. Bagi tenaga kerja dalam melaksanakan kegiatannya juga mempunyai batas waktu berupa jam, hari, minggu, dan bulan kerja untuk bekerja. Jam kerja yang dimaksud adalah ukuran waktu dalam jam yang tersedia bagi tenaga kerja dalam suatu perusahaan. Sedangkan hari kerja juga merupakan waktu untuk bekerja yang diukur dalam hari.

Pada UD. Java Madura Antique Furniture, jam kerja Tenaga kerja langsung adalah sebagai berikut:

1. Jam kerja biasa
 - Hari Sabtu sampai dengan hari Kamis dimulai jam 07.00 sampai dengan 12.00, istirahat jam 12.00 sampai dengan 12.45. Mulai kerja lagi jam 12.45 sampai dengan jam 15.45.
 - Hari Jum'at libur.
2. Jam kerja lembur

Jam kerja lembur jam 16.00 sampai dengan jam 22.00. jam kerja lembur pada hari libur dan hari besar lainnya.

4.5 Kegiatan Produksi

Kegiatan perusahaan ini akan dibahas secara garis besar mengenai proses produksi mebel di UD. Java-Madura Antique Furniture yaitu mulai dari bahan baku, peralatan proses produksi, tenaga kerja dan jenis – jenis barang yang dihasilkan oleh perusahaan.

4.5.1 Bahan baku

Masalah bahan baku merupakan masalah yang menyangkut tentang kelancaran dalam proses dan sekaligus kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang. Tidak tersedianya bahan baku berarti kegiatan proses produksi akan terganggu bahkan dapat berhenti.

Adapun bahan baku yang digunakan adalah kayu jati. Sedangkan adapun bahan penolong terdiri dari: rempelas, lem, paku dan sejenisnya dan bahan pelitur yang terdiri dari: tinner A, wood filler, sending, wood stain dan milamin yang semuanya dapat diperoleh dari dalam negeri.

Berikut ini disajikan data mengenai standart pemakaian bahan baku dan bahan penolong beserta harga yang berlaku di tiap-tiap tahun.

Tabel 4: UD. Java Madura Antique Furniture

Standart Pemakaian Bahan Baku (Dalam M³/Unit)

Bahan Baku	Jenis Produk		
	Tempat Tidur	Lemari	Kursi (sofa)
Kayu Jati	0,5632	0,2512	0,1214

Sumber data: UD. Java Madura Antique Furniture

Tabel 5: UD. Java Madura Antique Furniture

Standart Pemakaian Bahan Penolong (Dalam Satuan/Unit)

Jenis produk	Rempelas	Lem	Paku & sejenisnya	Pelitur				
				Tinner A	Wood Filler	Sending	Wood Stain	Milamin
Tempat Tidur	1,225	0,738	0,408	2,433	0,625	1,513	0,602	0,918
Lemari	0,985	0,525	0,357	1,621	0,411	1,022	0,406	0,632
Kursi (sofa)	0,673	0,321	0,211	0,822	0,213	0,533	0,201	0,341

Sumber data: UD. Java Madura Antique Furniture

Tabel 6: UD. Java Madura Antique Furniture

Perkembangan Harga Bahan Baku Kayu Jati Tahun 1998 s/d 2002
(Dalam Rp/m³)

Bahan Baku	1998	1999	2000	2001	2002
Kayu Jati	5.233.000	5.371.000	5.603.000	5.699.000	5.850.000

Sumber data: UD. Java Madura Antique Furniture

Tabel 7: UD. Java Madura Antique Furniture

Tabel 7: UD. Java Madura Antique Furniture

Perkembangan Harga Bahan Penolong Tahun 1998 s/d 2002

(Dalam Rp/Satuan)

Bahan Penolong	1998	1999	2000	2001	2002
Rempelas	3550	3850	4150	4550	5000
Lem	5300	5750	6250	6850	7500
Paku dan sejenisnya	4450	4800	5150	5550	6000
Pelitur:					
- Tinner A	6250	6850	7500	8200	9000
- Wood Filler	17.000	17.600	19.300	20.000	21.000
- Sending	24.000	24.900	27.000	28.000	28.500
- Wood Stain	17.500	18.200	19.800	21.000	22.000
- Milamin	23.500	24.200	26.500	27.800	28.500

Sumber data: UD. Java Madura Antique Furniture

4.5.2 Peralatan Produksi

Tabel 8: UD. Java-Madura Antique Furniture

Mesin Dan Peralatan Yang Digunakan (Dalam Unit)

No.	Macam Peralatan	Jumlah (unit)	Keterangan
1.	Mesin potong piringan	2	Mesin/alat garap
2.	Mesin potong kecil	1	
3.	Mesin potong siku (radial amp)	1	
4.	Mesin jwinter (planer)	1	
5.	Mesin bobot	1	
6.	Alat Penyambung Kayu	7	
7.	Scrol Show	1	
8.	Mesin Bor	5	
9.	Geraji Manual	9	
10.	Mesin Bobok	2	
11.	Mesin Plener	10	
12.	Mesin Rempelas	2	Mesin/alat Finishing
13.	Mesin Penghalus	2	
14.	Grenda	5	
15.	Alat Spet	3	
16.	Seperangkat Kompresor	2	
17.	Pahat ukir	6	Mesin/alat ukir
18.	Alat Penembus Ukiran	1	

Sumber data: Perusahaan UD. Java Madura Antique Furniture.

Dari alat-alat tersebut sebagian buatan luar negeri dan sebagian buatan dalam negeri yang mutunya sudah dapat diandalkan. Peralatan yang

diperlukan haruslah berkualitas tinggi serta tepat guna sebab berpengaruh terhadap kualitas produk dan tingkat efisiensi.

4.5.3 Proses Produksi

Perusahaan UD. Java-Madura Antique Furniture dalam proses produknya memakai tipe terputus – putus mulai dari bahan baku dan teknik pembuatannya tidak dilakukan secara berurutan melalui tahapan – tahapan. Masing – masing produk yang dibuat mempunyai teknik yang tidak sama.

Penggunaan mesin tidak menggunakan operator khusus akan tetapi mesin digunakan tukang seperlunya secara bergantian. Masing – masing tukang ditunjuk dan bertanggung jawab pada satu unit pembuatan produk. Adapun bagian–bagian dalam proses produksi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- Bagian persiapan bahan baku
- Bagian tukang ukir
- Bagian tukang rakit
- Bagian tukang rempelas
- Bagian tukang plitur / spet

1. Bagian persiapan bahan baku

Persiapan bahan baku dilakukan oleh seorang pekerja yaitu mempersiapkan bahan baku yang dibutuhkan dengan perhitungan ukuran yang dikehendaki. Penyimpanan bahan baku di gudang diperlukan sistem penumpukan yang jelas menurut bentuk ukuran dan jenis kayu sebab hal ini mempengaruhi tingkat efektifitas dan efisiensi dalam proses produksi. Apabila tidak dikapling secara sistematis maka pengambilan bahan baku yang dibutuhkan akan sulit dijangkau dan pekerja akan menggunakan bahan baku seenaknya, maka banyak limbah kayu yang terbuang.

Hal – hal penting yang perlu diperhatikan dalam penggunaan bahan baku yaitu :

- Ukiran yang dikehendaki
- Perhitungan limbah bahan baku
- Keserasian terhadap pasangan dalam satu unit
- Kondisi bahan baku

Yaitu tingkat kadar air yang dikendaki sesuai dengan pesanan, hal ini biasanya dilakukan dilakukan oleh pemesan dari luar negeri. Pemesan yang tidak menentukan kadar airnya, pihak petugas dibagian persiapan bahan baku harus memperhatikan tingkat kekeringan kayu tersebut sebab akan berpengaruh terhadap kualitas produk diantaranya kondisi kayu dengan kadar air tinggi (basah) setelah kayu tersebut disambung rapat dan rapi lama kelamaan sambungannya akan merenggang dan kayu dalam keadaan basah pada proses finishing (plitur) kayu akan bisa mengkilat dan keluar bintik – bintik sehingga hasilnya akan fatal.

Dengan demikian tahapan ini sangat berpengaruh terhadap tahapan – tahapan berikutnya oleh karena itu diperlukan suatu kepedulian tinggi yang harus dimiliki oleh petugas persiapan bahan baku.

2. Bagian Tukang ukir.

Kegiatan ini dilakukan setelah pihak pemasaran dan pihak produksi menentukan motif yang dikehendaki atau menentukan produk yang akan di pasarkan. Tukang ukir harus menentukan gambar atau motif ukiran dengan menyasikan pada obyek sesuai aliran ukiran .

Sebelum melakukan gambar terhadap kayu yang akan di ukir , sebelumnya kayu di haluskan terlebih dahulu agar mudah dalam proses mengukir. Setelah itu proses mengukir dilakukan secara cermat sesuai seni dan kreasi dari aliran seni ukir yaitu jenis ukiran madura yang sesuai dengan nama dari perusahaan tersebut. Perusahaan mebel tersebut hampir 80% menggunakan aliran seni ukir Madura di banding dengan aliran seni ukir lainnya misalnya Jepara, Ponorogo dan lain-lain. Tetapi

hal itu tidak mutlak dilakukan akan tetapi dilakukan sesuai dengan permintaan pasar.

3. Bagian Tukang rakit/garap.

Proses ini dilakukan setelah produk sudah ditentukan yaitu meliputi motif, ukiran ,sistem dalam perakitan dan lain-lain .Hal tersebut dilakukan atas dasar permintaan pasar.

Dalam proses perakitan diperlukan ketelitian dan ketrampilan yang handal sebab yang menjadi obyek penilaian dari konsumen , kebanyakan proses perakitannya. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam proses perakitan adalah

- Tingkat kadar air pada bahan baku.
- Kerapian.
- Nilai seni.
- Setiap sambungan jangan sampai kelihatan dengan jelas dan lain-lain.

Proses ini dilakukan sebagian menggunakan alat dengan mesin dan sebagian menggunakan cara manual.

4. Bagian Rempelas.

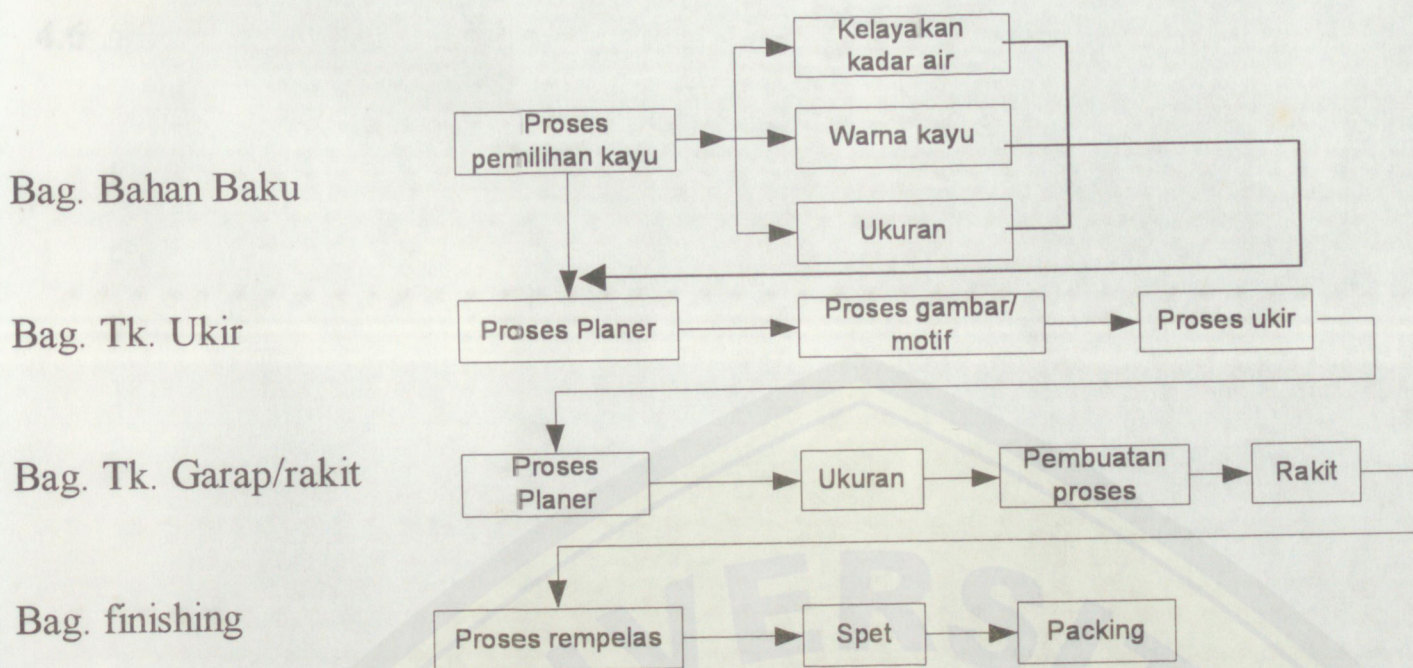
Proses ini merupakan kelanjutan dari produk setengah jadi yaitu proses untuk menghaluskan dan merapikan .Hal ini sangat penting dalam menentukan proses finishing , apabila tidak dilakukan dengan cermat maka proses finishing akan mengalami kesulitan atau bahkan produk yang dikehendaki tidak sesuai dengan keinginan .

5. Bagian Plitur/Spet.

Merupakan proses akhir suatu produk mulai dari warna sampai barang jadi . Adapun hal-hal yang perlu diperhatikan dalam proses ini yaitu

- Warna yang diinginkan oleh konsumen atau pihak perusahaan.
- Keinginan konsumen atau perusahaan, misalnya warna mengkilat , dof atau natural.

Gambar 2: proses produksi UD. Java Madura Antique Furniture



Sumber dari UD. Java Madura Antique Furniture

4.5.4. Hasil Dan Volume Produksi

produk yang dihasilkan perusahaan berkaitan erat dengan konsumen atau pasar yang dituju.

Adapun volume produksi yang diteliti selama kurun waktu lima tahun terakhir yaitu tahun 1998 s/d 2002

Tabel 9: UD. Java Madura Antique Furniture

Perkembangan Volume Produksi Tahun 1998 S/D 2002 (Dalam Unit)

Jenis produk	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
Tempat tidur	96	106	103	114	120
Lemari	84	94	87	110	116
Kursi (sofa)	60	64	61	77	80

Sumber data: UD. Java Madura Antique Furniture

4.6 Aktivitas Pemasaran.

Suatu perusahaan seharusnya memiliki manajemen yang handal dalam bidang pemasaran, sebab aspek pemasaran dapat dikatakan sebagai ujung tombak dari pada perusahaan itu sendiri. Adapun kegiatan-kegiatan pemasaran yang ada pada UD. Java Madura Antique Furniture meliputi :

1. Daerah penjualan.
2. Sistem penetapan harga.
3. Distribusi.
4. Promosi
5. Sistem pembayaran.
6. Usaha dalam meningkatkan volume penjualan.
7. Usaha dalam mempertahankan / memperluas pasar.

4.6.1 Daerah Penjualan.

Adapun daerah / wilayah penjualan yang dilakukan oleh UD. Java Madura ini meliputi dalam negeri ataupun konsumen luar negeri.

a. Dalam negeri meliputi :

- Yogyakarta.
- Semarang.
- Bali.
- Surabaya.
- Malang.
- Jakarta.

b. Luar negeri meliputi :

- Australia.
- Perancis.
- Malaysia

Berdasarkan daerah pemasaran di atas maka dapat diartikan bahwa pangsa pasar perusahaan UD. Java Madura Antique Furniture terletak pada

Hal ini terbukti pada harga produknya relative tinggi dibandingkan hasil produk mebel lainnya.

4.6.2. Sistem Penetapan Harga.

Penetapan harga pada setiap produk yang dihasilkan dengan menggunakan pertimbangan atas biaya yang dihabiskan dari setiap produk yang dihasilkan yaitu dengan cara mengetahui biaya setiap produk /unit mulai dari bahan baku , ongkos , overhead yang dibebankan secara merata dari masing-masing produk pada waktu atau periode.

Setelah mengetahui biaya yang dihabiskan dalam proses produksi per unit , pihak perusahaan menetapkan keuntungan yang diinginkan yaitu dengan cara menambah dari total biaya dengan keuntungan yang diharapkan tetapi hal ini tidak bisa mutlak dilaksanakan sebab pada kenyataannya pembeli menginginkan barang semurah mungkin dengan kualitas barang yang baik. Dengan demikian pihak perusahaan atau pemasar harus mengetahui harga pokok produksi dari masing-masing unit. Dalam penetapan harga pihak perusahaan juga mempertimbangkan harga-harga yang ditetapkan oleh para pesaing sebab jika tidak akan menghambat atau menurunkan minat beli konsumen yang berakibat volume penjualan akan menurun.

Dalam penetapan harga jual bagian pemasaran mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

1. Biaya atas produk itu sendiri
2. Keuntungan yang diharapkan
3. Praktek persaingan
4. Perubahan keinginan pasar
5. Harga jual tahun sebelumnya dijadikan suatu acuan dalam pengambilan keputusan

Tabel 10: UD. Java Madura Antique Furniture

Perkembangan Harga Jual Tahun 1998 S/D 2003 (Dalam Rupiah)

keterangan	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Tempat tidur	4.650.000	4.700.000	4.765.000	4.821.000	4.880.000	4.950.000
Lemari	2.250.000	2.270.000	2.300.000	2.330.000	2.365.000	2.400.000
Kursi (sofa)	1.380.000	1.400.000	1.430.000	1.450.000	1.475.000	1.495.000

Sumber data: : UD. Java Madura Antique Furniture

4.6.3. Distribusi.

Dalam sistem distribusi yang dilakukan oleh perusahaan UD. Java Madura Antique Furniture meliputi:

a. Sistem Transportasi

sistem transportasi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan cara menyewa kendaraan untuk menyampaikan pada konsumen baik konsumen langsung maupun wholesaler baik dalam maupun luar negeri meliputi, angkutan darat dan laut melalui konterierisasi sesuai dengan jadwal dan penentuan rute pengiriman yang sudah direncanakan oleh bagian pemasaran.

b. Sistem Penyimpanan

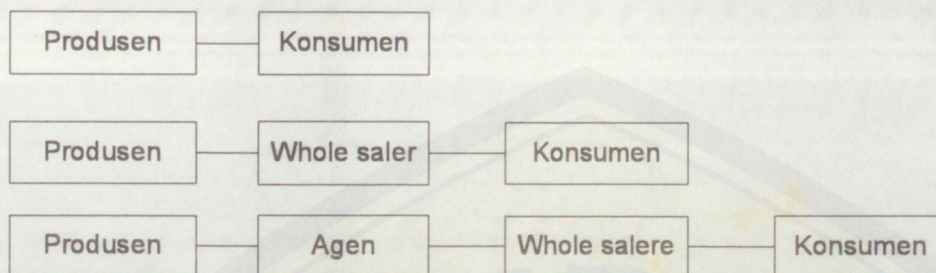
Sistem penyimpanan produk yang dihasilkan dengan cara pengelompokan dari setiap jenis produk sesuai dengan ukuran masing-masing produk, guna agar lebih mudah jangkauannya jika dibutuhkan sewaktu-waktu.

Penyimpanan atas barang jadi ini terletak di dekat daerah produksi dan kemudahan dalam transportasi sehingga ditinjau cukup efektif dan efisien.

c. Saluran Distribusi

Untuk mendistribusikan produk yang dihasilkan perusahaan dengan menggunakan saluran distribusi bagai berikut:

Gambar 3: Saluran Distribusi UD. Java Madura Antique Furniture



Sumber Data, UD. Java Madura

keterangan:

1. Produsen secara langsung menyalurkan produknya kepada konsumen dengan cara menjual produsennya lewat *show room* yang berada di daerah Jakarta dan Bali serta dengan mengikuti pameran produk.
2. Proses menyalurkan produknya pada wole saler (pedangang besar) yang berfungsi membeli dan menjual kembali barang-barang kepada kosumen. Dalam hal ini whole saler mendapat potongan harga dari perusahaan.
3. Produsen mengeluarkan produknya pada Agen (perantara) yang berfungsi hanya menyalurkan barang tanpa berhak memiliki (membeli), kemudian whole saler membeli barang dari agen dan menjualnya pada konsumen. Dalam hal ini agen (perantara) mendapatkan komisi dari perusahaan.

4.6.4. Promosi

Dalam kegiatan promosi pihak perusahaan UD. Java Madura Antique Furniture melakukan diantaranya:

1. Periklanan

2. Promosi Penjualan

Yaitu dengan mengikuti pameran produk yang dilakukan di berbagai daerah dan peragaan tentang desain tata letak barang yang disesuaikan dengan ruang.

3. Pubisitas

Yaitu dengan menanamkan Imige pada masyarakat bahwa tidak semuanya barang antique itu mahal. Sehingga perusahaan dapat menciptakan barang (produk) baru yang bernuansa Antique yang harganya dapat dijangkau oleh konsumen.

4.6.5. Sistem Pembayaran.

Sistem pembayaran yng dilakukan oleh pembeli terhadap pihak perusahaan ada dua macam yaitu pembayaran tunai dan pembayara secara kredit.

1. Pembayaran secara tunai.

Pembayaran ini biasanya dilakukan pada setiap transaksi penjualan terutama untuk konsumen yang tergolong masih baru karena belum diketahui secara mendalam tentang personality konsumen.

2. Pembayaran secara kredit.

Dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan pihak perusahaan mengambil suatu kebijakan tentang sistem pembayaran secara kredit. Hal ini dilakukan pada pelanggan yaitu whole saler atau konsumen langsung, guna menjaga kelangsungan hubungan yang telah terjalin dengan baik. Melalui fasilitas kredit ini sehingga akan timbul adanya piutang dan piutang ragu-ragunya (tak tertagih)

4.6.6. Usaha dalam Meningkatkan Volume Penjualan.

- a. Memberi kebijakan dalam penjualan dengan sistem pembayaran secara kredit.
- b. Mengadakan kegiatan promosi melalui internet.
- c. Meningkatkan kualitas produk.

- d. Mencari peluang pasar dengan informasi pasar yang berorientasi pada kegiatan pembeli.
- e. Persaingan harga dengan menekan biaya produksi yaitu menambah peralatan yang dianggap dapat mendukung produktivitas.

4.6.7. Usaha Mempertahankan atau Memperluas Pasar.

- a. Meningkatkan dan menjaga kualitas produk dengan membuat sistem quality control.
- b. Memberikan pelayanan prima pada pelanggan yang diwujudkan secara tepat waktu yang telah dijanjikan baik waktu produksi maupun waktu pengiriman .
- c. Membangun hubungan baik dengan para pesaing guna memperkuat daya tampung dalam menghadapi pembeli / pemesan (permintaan) dalam jumlah banyak diluar kemampuan kapasitas perusahaan.
- d. UD. Java-Madura mendirikan Show-room didaerah Jakarta dan Bali guna para konsumen dapat dengan mudah memperoleh barang yang diinginkan secara langsung dari produsen , dengan persaingan harga dibanding pengusaha show- room sejenis yang bernuansa Aantique Modern.

Bersifat inovatif dan kreatif terhadap motif-motif sesuai dengan aliran perusahaan UD. Java Madura Antique Furniture yang masih belum dimiliki perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama.

4.6.8. volume penjualan dan persediaan

Produk yang dihasilkan oleh UD. Java Madura Antique Furniture disesuaikan dengan pangsa pasar masing-masing yang mana manajemen mengambil kebijaksanaan pemasaran yang berbeda.

Perkembangan penjualan masing-masing produk yang diteliti dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11: UD. Java Madura Antique Furniture

Perkembangan volume penjualan produk tahun 1998 s/d 2002
(dalam unit)

Jenis produk	Tahun				
	1998	1999	2000	2001	2002
Tempat tidur	93	104	102	112	116
Lemari	82	92	86	108	113
Kursi (sofa)	58	63	60	76	77
Jumlah	233	259	248	296	306

Sumber data: UD. Java Madura Antique Furniture

Tabel 12: UD. Java Madura Antique Furniture

Perkembangan persediaan produk tempat tidur, lemari, kursi
(sofa) tahun 1998 s/d 2002 (dalam unit)

Tahun	Keterangan	Jenis produk		
		Tempat tidur	Lemari	Kursi (sofa)
1998	Persediaan awal	4	3	6
	Produksi	96	84	60
	Jumlah	100	87	66
	Penjualan	93	82	58
	Persediaan akhir	7	5	8
1999	Persediaan awal	7	5	8
	Produksi	106	94	64
	Jumlah	113	99	72
	Penjualan	104	92	63
	Persediaan akhir	9	7	9

2000	Persediaan awal	9	7	9
	Produksi	103	87	61
	Jumlah	112	94	70
	Penjualan	102	86	60
	Persediaan akhir	10	8	10
2001	Persediaan awal	10	8	10
	Produksi	114	110	77
	Jumlah	124	118	87
	Penjualan	112	108	76
	Persediaan akhir	12	10	11
2002	Persediaan awal	12	10	11
	Produksi	120	116	80
	Jumlah	132	126	91
	Penjualan	116	113	77
	Persediaan akhir	16	13	14

Sumber data: UD. Java Madura Antique Furniture

4.7 Analisa Data

4.7.1. Menghitung Ramalan Penjualan

Untuk menghitung besarnya penjualan produk tempat tidur, lemari dan kursi (sofa) menggunakan metode least square. Adapaun perhitungannya sebagai berikut :

Tabel 13 : UD. Java Madura Antique Furniture

Ramalan penjualan produk tempat tidur tahun 2003

Tahun	Penjualan	X	XY	X ²
1998	93	-2	-186	4
1999	104	-1	-104	1
2000	102	0	0	0
2001	112	1	112	1
2002	116	2	232	4
Σ	527	0	54	10

Sumber data : tabel 11 di olah

Persamaan $Y = a + bX$

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

$$a = \frac{527}{5}$$

$$a = 105,4$$

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

$$b = \frac{54}{10}$$

$$b = 5,4$$

Sehingga persamaanya menjadi

$$y = a + bx$$

$$y = 105,4 + 5,4 (3)$$

$$y = 121,6$$

$$y = 122 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan penjualan produk tempat tidur tahun 2003 sebesar 122 unit.

Tabel 14 : UD. Java Madura Antique Furniture

Ramalan penjualan produk lemari tahun 2003 (dalam unit)

Tahun	Penjualan	X	XY	X ²
1998	82	-2	-164	4
1999	92	-1	-92	1
2000	86	0	0	0
2001	108	1	108	1
2002	113	2	226	4
Σ	481	0	78	10

Sumber data : tabel 11, diola

Persamaan $y = a + bx$

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

$$a = \frac{481}{5}$$

$$a = 96,2$$

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

$$b = \frac{78}{10}$$

$$b = 7,8$$

Sehingga persamaan menjadi

$$y = a + bx$$

$$y = 96,2 + 7,8 (3)$$

$$y = 119,6$$

$$y = 120 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan penjualan produk lemari tahun 2003 sebesar 120 unit.

Tabel 15 : UD. Java Madura Antique Furniture

Ramalan penjualan produk kursi (sofa) tahun 2003 (dalam unit)

Tahun	Penjualan	X	XY	X ²
1998	58	-2	-116	4
1999	63	-1	-63	1
2000	60	0	0	0
2001	76	1	76	1
2002	77	2	154	4
Σ	334	0	51	10

Sumber data : tabel 11, diola

Persamaan $y = a + bx$

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

$$a = \frac{334}{5}$$

$$a = 66,8$$

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

$$b = \frac{51}{10}$$

$$b = 5,1$$

Sehingga persamaannya menjadi :

$$y = a + bx$$

$$y = 66,8 + 5,1$$

$$y = 82,1$$

$$y = 82 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi ramalan penjualan produk kursi (sofa) tahun 2003 sebesar 82 unit.

Tabel 16 : UD. Java Madura Antique Furniture

Ramalan penjualan produk tempat tidur, lemari, kursi (sofa)
tahun 2003

NO	Jenis Produk	Jumlah (unit)
1	Tempat tidur	122
2	Lemari	120
3	Kursi (sofa)	82

Sumber data : hasil olahan tabel 13 s/d 15

4.7.2. Menghitung Persediaan Akhir Produk Tempat Tidur, Lemari, Kursi (Sofa) Pada Tahun 2003

Berdasarkan tabel 12. maka besarnya persediaan akhir berbagai jenis produk sebagai berikut :

Tahun	Tempat tidur	Lemari	Kursi (sofa)
1998	7	5	8
1999	9	7	9
2000	10	8	10
2001	12	10	11
2002	16	13	14

Sumber data : tabel 12

Perhitungan Persediaan Akhir Produk Tempat Tidur Tahun 2003

$$\text{Persediaan rata-rata tahun 2002} = \frac{\text{Persd. awal} + \text{Persd. Akhir}}{2}$$

$$= \frac{12 + 16}{2}$$

$$= 14$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran tahun 2002} &= \frac{\text{Penjualan tahun 2002}}{\text{Persd. Rata-rata}} \\ &= \frac{116}{14} \\ &= 8,3 \\ &= 8 \text{ kali (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Diasumsikan bahwa tingkat perputaran tahun 2002 = tingkat perputaran tahun 2003.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran tahun 2003} &= \frac{\text{Penjualan tahun 2003}}{\text{Persd. rata - rata}} \\ 8 &= \frac{122}{\frac{16 + \text{persd.akhir}2003}{2}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persediaan akhir tahun 2003} &= 14,5 \\ &= 15 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi persedian akhir produk tempat tidur tahun 2003 sebesar 15 unit.

Perhitungan Persediaan Akhir Produk Lemari Tahun 2003

$$\begin{aligned} \text{Persediaan rata-rata tahun 2002} &= \frac{\text{Persd. awal} + \text{Persd. Akhir}}{2} \\ &= \frac{10 + 13}{2} \\ &= 11,5 \\ &= 12 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran tahun 2002} &= \frac{\text{Penjualan tahun 2002}}{\text{Persd. Rata-rata}} \\ &= \frac{113}{12} \\ &= 9,4 \\ &= 9 \text{ kali (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Diasumsikan bahwa tingkat perputaran tahun 2002 = tingkat perputaran tahun 2003.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran tahun 2003} &= \frac{\text{Penjualan tahun 2003}}{\text{Persd. rata - rata}} \\ &= \frac{120}{\frac{13 + \text{persd. Akhir 2003}}{2}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Persediaan akhir tahun 2003} &= 13,7 \\ &= 14 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi persediaan akhir produk lemari tahun 2003 sebesar 14 unit.

Perhitungan Persediaan Akhir Produk Kursi (Sofa) Tahun 2003

$$\begin{aligned} \text{Persediaan rata-rata tahun 2002} &= \frac{\text{Persd. awal} + \text{Persd. Akhir}}{2} \\ &= \frac{11 + 14}{2} \\ &= 12,5 \\ &= 13 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran tahun 2002} &= \frac{\text{Penjualan tahun 2002}}{\text{Persd. rata - rata}} \\ &= \frac{77}{13} \\ &= 5,9 \\ &= 6 \text{ kali (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Diasumsikan bahwa tingkat perputaran tahun 2002 = tingkat perputaran tahun 2003.

$$\begin{aligned} \text{Tingkat perputaran tahun 2003} &= \frac{\text{Penjualan tahun 2003}}{\text{Persd. rata - rata}} \\ 6 &= \frac{82}{\frac{14 + \text{persd. Akhir 2003}}{2}} \end{aligned}$$

Persediaan akhir tahun 2003 = 13,3

= 13 (dibulatkan)

Jadi persediaan produk kursi (sofa) tahun 2003 sebesar 13 unit.

Tabel 17 : UD. Java Madura Antique Furniture

Persediaan akhir produk tempat tidur, lemari dan kursi (sofa) tahun 2003 (dalam unit)

No	Jenis Produk	Jumlah
1	Tempat tidur	15
2	Lemari	14
3	Kursi (sofa)	13

Sumber data : hasil perhitungan persediaan akhir 2003

4.7.3. Menghitung Anggaran Produksi Tempat Tidur, Lemari Dan Kursi (Sofa) Tahun 2003

Dengan diketahui persediaan akhir masing-masing jenis produk pada tahun 2003, maka anggaran produksi tahun 2003 sebagai berikut:

Tabel 18 : UD. Java Madura Antique Furniture

Anggaran Produksi Produk Tempat Tidur, Lemari Dan Kursi (Sofa) Tahun 2003 (Dalam Unit)

Keterangan	Jenis Produk		
	Tempat tidur	Lemari	kursi
Penjualan	122	120	82
Persediaan akhir	15	14	13
Total keperluan	137	134	95
Persediaan awal	16	13	14
Produksi	121	121	81

Sumber data = hasil olahan tabel 16 .17

Tabel 19 : UD. Java Madura Antique Furniture

Total Anggaran Produksi Tahun 2003 (Dalam Unit)

No	Jenis produk	Jumlah
1	Tempat tidur	121
2	Lemari	121
3	Kursi (sofa)	81
		323

Sumber data : tabel 18

4.7.4. Pemisahan Unsur Biaya Semi Variabel Kedalam Unsur Biaya Tetap dan Biaya Variabel

Dari data yang ada pada UD. Java Madura Antique Furniture, maka dapat di Pisahkan menjadi biaya tetap, biaya variabel dan biaya semi variabel. Adapun pemisahan jenis biaya tersebut adalah sebagai berikut :

1. Biaya Tetap
 - a. Penyusutan
 - b. Gaji
 - c. Administrasi
 - d. Pemeliharaan
 - e. Asuransi
 - f. Tunjangan
2. Biaya Semi Variabel
 - a. Perbaikan dan perawatan
 - b. Pemasaran
 - c. Listrik dan air
 - d. Telpon/telex/pos
3. Biaya Variabel
 - a. Bahan baku
 - Kayu jati

- b. Tenaga kerja langsung
 - Tukang rakit
 - Finishing
- c. Bahan penolong
 - Rempelas
 - Lem
 - Paku dan sejenisnya
 - Plitur yang bahannya terdiri dari
 1. Tinner A
 2. Wood filler
 3. Sending
 4. Wood stain
 5. Milamin

Tabel 20 : UD. Java Madura Antique Furniture

Biaya Semi Variabel Tahun 1998 S/D 2002 (Dalam Rupiah)

Tahun	Perbaikan dan perawatan	Pemasaran	Listrik & air	Telpon/telex/pos
1998	4.441.000	3.561.000	5.310.000	2.243.000
1999	4.643.000	4.613.000	5.551.500	2.040.000
2000	4.870.500	3.723.000	6.879.500	2.132.500
2001	5.753.500	3.905.000	5.825.000	2.685.000
2002	5.527.000	4.430.500	6.608.500	2.558.000

Sumber data : UD. Java Madura Antique Furniture

Tabel 21 : UD. Java Madura Antique Furniture

Hasil Pemisahan Biaya Semi Variabel Tahun 2003 (Dalam Rupiah)

Keterangan	Biaya tetap	Biaya variabel
- perbaikan & perawatan	Rp 702.153	Rp 5.114.369
- pemasaran	Rp 2.084.026	Rp 3.310.056
- listrik & air	Rp 4.210.887	Rp 2.146.600
- telepon/telex/pos	Rp 435.426	Rp 2.232.130

Sumber data : hasil perhitungan Lampiran 64 s/d 78

4.7.5. Menghitung Biaya-Biaya Pada Tahun 2003

Berdasarkan data yang diperoleh dari perusahaan maka dapat diperkirakan besarnya biaya bahan baku dan biaya balian penolong pada tahun 2003

1. Perhitungan Biaya Bahan Baku

Tabel 22: UD. Java Madura Antique Furniture

Estimasi Harga Bahan Baku Kayu Jati Tahun 2003 (Dalam Rp/m²)

Tahun	Harga (rupiah)	Kenaikan (prosentase)	Lg x
1998	5.233.000	-	-
1999	5.371.000	2,637	0,422
2000	5.603.000	4,319	0,635
2001	5.699.000	1,713	0,233
2002	5.850.000	2,650	0,423
			<u>1,713</u> +

Sumber data : tabel 6 diolah

$$\begin{aligned} \text{Lg GM} &= \frac{1,713}{4} \\ &= 0,42825 \\ \text{GM} &= 2,68\% \end{aligned}$$

Estimasi harga bahan baku kayu jati per meter kubik (m³) tahun 2003 = 102,68% x Rp 5.850.000 = Rp 6.006.780

Jadi harga bahan baku kayu jati per meter kubik (m³) tahun 2003 sebesar Rp 6.006.780

Tabel 23 : UD. Java Madura Antique Furniture

Biaya Bahan Baku Untuk Produk Tempat Tidur Tahun 2003 (Dalam Rupiah)

Bahan baku	Std. Pemakaian (m ² /unit)	Angg. Produksi (unit)	Harga bahan baku (Rp/m ²)	Jumlah biaya
Kayu jati	0,5632	121	6.006.780	409.345.238

Sumber data : tabel 4 diolah

Tabel 24 : UD. Java Madura Antique Furniture

Biaya Bahan Baku Untuk Produk Lemari Tahun 2003
(Dalam Rupiah)

Bahan baku	Std. Pemakaian (m ² /unit)	Angg. Produksi (unit)	Harga bahan baku (Rp/m ²)	Jumlah biaya
Kayu jati	0,2512	121	6.006.780	182.577.279

Sumber data : tabel 4 diolah

Tabel 25 : UD. Java Madura Antique Furniture

Biaya Bahan Baku Untuk Produk Kursi (Sofa) Tahun
2003 (Dalam Rupiah)

Bahan baku	Std. Pemakaian (m ² /unit)	Angg. Produksi (unit)	Harga bahan baku (Rp/m ²)	Jumlah biaya
Kayu jati	0,1214	81	6.006.780	59.067.070

Sumber data : tabel 4 diolah

Tabel 26 : UD. Java Madura Antique Furniture

Biaya Bahan Baku Kayu Jati Tahun 2003 (Dalam
Rupiah)

Jenis produk	Jumlah biaya
Tempat tidur	Rp 409.345.238
Lemari	Rp 182.477.279
Kursi	Rp 59.067.070
	Rp <u>650.989.587</u> +

Sumber data : Hasil tabel 27 s/d 29

2. Perhitungan Biaya Bahan Penolong

Tabel 27 : UD. Java Madura Antique Furniture

Harga Bahan Penolong Tahun 2003 (Dalam Rupah)

No	Bahan penolong	Harga
1	Rempelas	5.446 /m
2	Lem	8.180 /kg
3	Paku dan sejenisnya	6.466 /kg
4	Pelitur	
	- Tinner A	9.839 /liter
	- Wood Filler	22.048 /liter
	- Sending	29.583 /liter
	- Wood Stain	23.239 /liter
	- Milamin	29.734 /liter

Sumber data : Lampiran 8 s/d 15

Tabel 28 : UD. Java Madura Antique Furniture

Biaya Bahan Penolong Produk Tempat Tidur Tahun 2003
(Dalam Rupiah)

No	Bahan Penolong	Std. Pemakaian (Per Unit)	Angg. Produksi (Unit)	Harga Bhn Penolong	Jumlah Biaya (Rp)
1	Rempelas	1,225	121	5.446/m	807.233
2	Lem	0,738	121	8.180/kg	730.458
3	Paku dan sejenisnya	0,408	121	6.466/kg	319.213
4	Pelitur				
	- Tinner A	2,433	121	9.839/ltr	2.896.533
	- Wood Filler	0,625	121	22.048/ltr	1.667.380
	- Sending	1,513	121	29.583/ltr	5.415.849
	- Wood Stain	0,602	121	23.239/ltr	1.692.775
	- Milamin	0,918	121	29.734/ltr	3.302.792
					<u>16.832.234</u> +

Sumber data : tabel 5 diolah

Tabel 29 : UD. Java Madura Antique Furniture

Biaya Bahan Penolong Produk Lemari Tahun 2003

(Dalam Rupiah)

No	Bahan Penolong	Std. Pemakaian (Per Unit)	Angg. Produksi (Unit)	Harga Bhn Penolong	Jumlah Biaya (Rp)
1	Rempelas	0,985	121	5.446/m	649.082
2	Lem	0,525	121	8.180/kg	519.635
3	Paku dan sejenisnya	0,357	121	6.466/kg	279.312
4	Pelitur				
	- Tinner A	1,621	121	9.839/ltr	1.929.831
	- Wood Filler	0,411	121	22.048/ltr	1.096.469
	- Sending	1,022	121	29.583/ltr	3.658.293
	- Wood Stain	0,406	121	23.239/ltr	1.141.639
	- Milamin	0,632	121	29.734/ltr	2.273.818
					11.548.079

Sumber data : tabel 5 diolah

Tabel 30 : UD. Java Madura Antique Furniture

Biaya Bahan Penolong Produk Kursi (Sofa) Tahun 2003

(Dalam Rupiah)

No	Bahan Penolong	Std. Pemakaian (Per Unit)	Angg. Produksi (Unit)	Harga Bhn Pencloug	Jumlah Biaya (Rp)
1	Rempelas	0,673	81	5.446/m	296.878
2	Lem	0,321	81	8.180/kg	212.688
3	Paku dan sejenisnya	0,211	81	6.466/kg	110.510
4	Pelitur				
	- Tinner A	0,822	81	9.839/ltr	655.100
	- Wood Filler	0,213	81	22.048/ltr	380.394
	- Sending	0,533	81	29.583/ltr	1.277.187
	- Wood Stain	0,201	81	23.239/ltr	378.354
	- Milamin	0,341	81	29.734/ltr	821.282
					4.132.393

Sumber data : tabel 5 diolah

4.7.6. Alokasi Biaya Pada Masing-Masing Produk

Tabel 33 : UD. Java Madura Antique Furniture

Alokasi Biaya Bersama Pada Produk Tempat Tidur,
Lemari, Kursi (Sofa) Tahun 2003 (Dalam Rupiah)

No	Biaya	Jenis produk		
		Tempat tidur	Lemari	Kursi (Sofa)
1	Biaya Bahan Baku	409.345.238	182.577.279	59.067.070
2	Upah Tenaga Kerja Langsung:			
	$\frac{121}{323} \times 141.750.000$	53.101.393		
	$\frac{121}{323} \times 141.750.000$		53.101.393	
	$\frac{81}{323} \times 141.750.000$			35.547.214
3	Biaya FOH Variabel:			
	- Biaya bahan penolong	16.832.234	11.548.079	4.132.282
	- Biaya FOH variable lainnya:			
	$\frac{121}{323} \times 5.114.369$	1.915.909		
	$\frac{121}{323} \times 5.114.369$		1.915.909	
	$\frac{81}{323} \times 5.114.369$			1.282.551
4	Biaya Pemasaran Variabel			
	$\frac{121}{323} \times 3.310.056$			
	$\frac{121}{323} \times 3.310.056$	1.239.990		
	$\frac{81}{323} \times 3.310.056$		1.239.990	
				830.076

5	Biaya Adm. dan Umum Variabel:			
	$\frac{121}{323} \times 4.378.730$	1.640.329		
	$\frac{121}{323} \times 4.378.730$		1.640.329	
	$\frac{81}{323} \times 4.378.730$			1.098.072

Sumber data : tabel 19, 32 dan lampiran 1 diolah

Tabel 34 : UD. Java Madura Antique Furniture

Alokasi biaya variabel produk jadi pada masing-masing jenis produk (dalam Rp/unit)

No	Biaya	Jenis Produk		
		Tempat Tidur	Lemari	Kursi (Sofa)
1	Biaya Bahan Baku : <u>409.345.238</u> 121 <u>182.577.278</u> 121 <u>59.067.070</u> 81	3.383.018,49	1.508.903,13	729.223,09
2	Biaya TKL: <u>53.101.393</u> 121 <u>53.101.393</u> 121 <u>35.547.214</u> 81	438.854,49	438.854,49	438.854,49
3	Biaya FOH: <u>18.748.143</u> 121	154.943,33		

Tabel 35': UD. Java Madura Antique Furniture

4.7.9. Menghitung Biaya Produksi Variabel Produk Tempat Tidur, Lemari, Kursi (Sofa) Tahun 2003 (Dalam Rp./Unit)

Keterangan	Jenis Produk		
	Tempat Tidur	Lemari	Kursi (sofa)
Bahan baku	3.383.018,49	1.508.903,13	729.223.09
TKL	438.854,49	438.854,49	438.854,49
Biaya FOH	154.943,33	111.272,63	66.849,79
Jumlah	3.976.816,31	1.959.030,25	1.234.927,37

Sumber data : tabel 34

4.7.8. Menentukan Harga Jual Produk Pada Tahun 2003

a. Berdasarkan wawancara dari pihak perusahaan, laba yang di harapkan dari berbagai jenis produk adalah sebagai berikut:

- Tempat Tidur = 25,5%
- Lemari = 22,3%
- Kursi (Sofa) = 20,4%

Jadi harga jual untuk masing-masing untuk produk berdasarkan analisa *Direct Cost Pricing* adalah sebagai berikut :

- Tempat tidur = $(3.976.816,31 + 23.804,29) + (25,5\% \times 4.000.620,6)$
= 5.020.778,853
- Lemari = $(1.959.030,25 + 23.804,29) + (22,3\% \times 1.982.934,54)$
= 2.445.128,942
- Kursi (Sofa) = $(1.234.927,37 + 23.804,29) + (20,4\% \times 1.258.731,66)$
= 1.515.512,918

BAB V**KESIMPULAN DAN SARAN****5.1 KESIMPULAN**

a. Berdasarkan hasil analisa penetapan harga jual produk pada pembatasan analisa data pada bab IV, maka dapat diketahui harga jual tahun sebagai berikut:

- Tempat tidur : Rp. 5.020.779 / unit
- Lemari : Rp. 2.445.129 / unit
- Kursi (Sofa) : Rp. 1.515.513 / unit

b. berdasarkan hasil analisa tingkat profitabilitas perusahaan pada tahun 2003 dengan menggunakan kontribusi margin ratio, sebagai berikut:

- Tempat tidur : 20,3 %
- Lemari : 18,9 %
- Kursi (Sofa) : 16,9 %

5.2 SARAN

Pihak perusahaan sebaiknya menetapkan harga jual dari masing – masing produk :

- Tempat tidur : Rp. 5.020.779 / unit
- Lemari : Rp. 2.445.129 / unit
- Kursi (Sofa) : Rp. 1.515.513 / unit

Sehingga akan dapat meningkatkan tingkat profitabilitas perusahaan.

Dan dengan begitu perusahaan akan dapat meningkatkan profitabilitas dengan tidak mengabaikan kualitas dari produk yang dihasilkan, sehingga tujuan-tujuan dari penetapan harga tersebut dapat terealisasi sesuai dengan tujuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abang Riyanto, 1992, Dasar-Dasar Pembelanjaan, Edisi Ketiga, Cetakan Ke-15, Yayasan Badan Penerbit Gajah Mada, Yogyakarta.
- Agus Swastha DH, Dan Irawan secaki, 1996, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Marwan Adi Saputro, Marwan Asri, 1996, Anggaran Perusahaan Buku I, BPFE, Yogyakarta.
- Philip Kotler/Amstrong, 1992, Dasar-Dasar Pemasaran, Intermedia, Jakarta.
- Agus Machfoedz, 1991, Akuntansi Manajemen Buku II, Edisi Keempat, BPFE, Yogyakarta.
- Agus Mulyadi, 1993, Akuntansi Biaya Untuk Manajemen, Cetakan Ketiga, Bagian Penerbit Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN, Yogyakarta.
- Agus Mulyadi, 1997, Manajemen Akuntansi, STIE YKPN, Yogyakarta.
- Agus Mangestu Subagyo, 1991, Forecasting Konsep Dan Aplikasi, Edisi II, BPFE, Yogyakarta.
- Philip Kotler, 1998, Manajemen Pemasaran, Ikrar Mandiri Abadi, Jakarta.
- Agus Agus Supriono, 1990, Akuntansi Biaya Perencanaan Dan Pengendalian Biaya Serta Pengambilan Keputusan, Edisi II, BPFE, Yogyakarta.

Lampiran 2 : UD. Java Madura Antique Furniture

Biaya Gaji Tahun 2002 (Dalam Rupiah)

Keterangan	Jumlah	Gaji (Bulan/Orang)	Jumlah Gaji (12 Bulan)
Pimpinan	1	2.000.000	24.000.000
Bag. Produksi	1	1.000.000	12.000.000
Bag. Pemasaran	1	1.000.000	12.000.000
Bag. Keuangan	1	1.000.000	12.000.000
Administrasi	1	500.000	6.000.000
Ka. pekerja	1	750.000	9.000.000 +
			<hr/> 75.000.000

Sumber data : tabel 1 dan 3 diolah

Lampiran 4: UD. Java Madura Antique Furniture

Pemisahan Biaya Semi Variabel Perbaikan dan Perawatan

Tahun	Biaya (y) (Rp)	Produksi (x) (unit)	X ²	xy
1998	4.441.000	240	57.600	1.065.840.000
1999	4.643.000	264	69.696	1.225.752.000
2000	4.870.500	251	63.001	1.222.495.500
2001	5.753.500	301	90.601	1.731.803.500
2002	5.527.000	316	99.856	1.746.532.000
Jml (Σ)	25.235.000	1372	380.754	6.922.423.000

Sumber data : tabel 20

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{34.962.115.000 - 34.622.420.000}{1.903.770 - 1.882.384} \\
 &= \frac{339.695.000}{21.386} \\
 &= 15.833,9895 \\
 a &= \frac{\sum y - b(\sum x)}{n} \\
 &= \frac{25.235.000 - 21.724.234}{5} \\
 &= \frac{3.510.766}{5} \\
 &= 702.153
 \end{aligned}$$

Biaya variabel / unit = Rp 15.833,9895

Biaya tetap = Rp 702.153

Biaya variabel perbaikan dan perawatan tahun 2003

Rp 15.833,9895 x 323 unit = Rp 5.114.368,9185

= Rp 5.114.369 (dibulatkan)

Biaya variabel / unit = Rp 6.645,8196

Biaya tetap = Rp 4.210.887

Biaya variabel listrik dan air

Rp 6.645,8198 x 323 = Rp 2.146.559,7

= Rp 2.146.600 (dibulatkan)

Lampiran 7 : UD. Java Madura Antique Furniture

Pemisahan Biaya Semi Variabel Telpon/Telex/Pos

Tahun	Biaya (y) (Rp)	Produksi (x) (unit)	X ²	xy
1998	2.243.000	240	57.600	538.320.000
1999	2.040.000	264	69.696	538.560.000
2000	2.132.500	251	63.001	535.257.500
2001	2.685.000	301	90.601	808.185.000
2002	2.558.000	316	99.856	808.328.000
Jml (\sum)	11.658.500	1372	380.754	3.228.650.500

Sumber data : tabel 20

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} = \frac{11.658.500 - 9.481.369,27}{5} = \frac{2.177.130,73}{5} = \frac{16.143.252.500 - 15.995.462.000}{1.903.770 - 1.882.384} = \frac{147.790.500}{21.386} = 6.910,619 = 435.426,2 = 435.426 \text{ (dibulatkan)}$$

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

Baiya variabel / unit = Rp 6.910,619

Biaya tetap = Rp 435.426

Biaya variabel telpon/telex/pos

Rp 6.910,619 x 323 = Rp 2.232.129,937

= Rp 2.232.130 (dibulatkan)

Lampiran 10 : UD. Java Madura Antique Furniture

Estimasi Harga Bahan Penolong paku dan sejenisnya
Tahun 2003 (Dalam Rp/kg)

Tahun	Harga (rupiah)	Kenaikan (prosentase)	Lg x
1998	4.450	-	
1999	4.800	7,865	0,896
2000	5.150	7,292	0,863
2001	5.550	7,766	0,890
2002	6.000	8,108	0,909
			<u>3,558</u> +

Sumber data : tabel 7 diolah

$$\text{Lg GM} = \frac{3558}{4}$$

$$= 0,8895$$

$$\text{GM} = 7,76\%$$

Estimasi harga paku dan sejenisnya per kilogram tahun 2003

$$107,76\% \times \text{Rp } 6.000 = \text{Rp } 6.465,6$$

$$= \text{Rp } 6.466 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi harga bahan penolong paku dan sejenisnya per kilogram tahun 2003 sebesar Rp 6.466

Estimasi harga bahan penolong pelitur yang terdiri dari :

Lampiran 13 : UD. Java Madura Antique Furniture

Estimasi Harga Bahan Penolong Sending Tahun 2003

(Dalam Rp/liter)

Tahun	Harga (rupiah)	Kenaikan (prosentase)	Lg x
1998	24.000	-	
1999	24.900	3,750	0,574
2000	27.000	8,433	0,926
2001	28.000	3,704	0,568
2002	28.500	1,786	0,25
			<u>2,321</u> +

Sumber data : tabel 7 diolah

$$\begin{aligned} \text{Lg GM} &= \frac{2,321}{4} \\ &= 0,58025 \end{aligned}$$

$$\text{GM} = 3,80\%$$

Estimasi harga sending per liter tahun 2003

$$103,80\% \times \text{Rp } 28.500 = \text{Rp } 29.583$$

Jadi harga bahan penolong sending per liter tahun 2003 sebesar
Rp 29.583

Lampiran 15 : UD. Java Madura Antique Furniture

Estimasi Harga Bahan Penolong Milamin Tahun 2003

(Dalam Rp/liter)

Tahun	Harga (rupiah)	Kenaikan (prosentase)	Lg x
1998	23.500	-	
1999	24.200	2,979	0,474
2000	26.500	9,504	0,978
2001	27.800	4,906	0,691
2002	28.500	2,518	<u>0,401</u>
			2,544 +

Sumber data : tabel 7 diolah

$$\text{Lg GM} = \frac{2,544}{4}$$

$$= 0,636$$

$$\text{GM} = 4,33\%$$

Estimasi harga milamin per liter tahun 2003

$$104,33\% \times \text{Rp } 28.500 = \text{Rp } 29.734,05$$

$$= \text{Rp } 29.734 \text{ (dibulatkan)}$$

Jadi harga bahan penolong milamin per liter tahun 2003 sebesar

Rp 29.734