ARTIKEL

PENETAPAN BIAYA TOTAL MELALUI METODE *COST-PLUS PRICING* UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL PRODUK PADA PERUSAHAAN ROKOK CENGKIR GADING NGANJUK

Oleh:

DEFAL DWIWANTARA

NPM. 14.1.02.01.0103

Dibimbing oleh:

1. **Dra. Puji Astuti, M.M., M.Si.**
2. **Dyah Ayu Paramitha, M.Ak**

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	Defal Dwiwantara
NPM	:	14.1.02.01.0103
Telepon/HP	:	0822244295388
Alamat Surel (Email)	:	defald.016@gmail.com
Judul Artikel	:	Penetapan Biaya Total Melalui Metode *Cost-Plus Pricing* untuk Menentukan Harga Jual Produk pada Perusahaan Rokok Cengkir Gading Nganjuk
Fakultas Program Studi	:	Ekonomi / Akuntansi
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:	Jalan KH. Achmad Dahlan No. 70

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Mengetahui		Kediri,
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dra. Puji Astuti, M.M.,.M.Si. NIDN. 0710106402	**Dyah Ayu Paramitha, M.Ak** NIDN. 0728068702	**Defal Dwiwantara** NPM: 14.1.02.01.0103

PENETAPAN BIAYA TOTAL MELALUI METODE *COST-PLUS PRICING* UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL PRODUK PADA PERUSAHAAN ROKOK CENGKIR GADING NGANJUK

Defal Dwiwantara
14.1.02.01.0103
Ekonomi – Akuntansi
defald.016@gmail.com
Dra. Puji Astuti, M.M., M.Si., Dyah Ayu Paramitha, M.Ak
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi strategi Perusahaan Rokok Cengkir Gading dalam mempertahankan usahanya, dimana perlu adanya penentuan harga jual yang sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan, serta sesuai dengan harga produk lain yang sejenis yang diproduksi oleh perusahaan lain. Harga jual yang berkaitan dengan kualitas produk, apabila harga jual yang ditetapkan perusahaan itu tinggi, maka produk yang dihasilkan harus lebih baik, karena kualitas yang baik juga akan mempengaruhi peningkatan omzet penjualan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik penelitian *expost fakto* yaitu suatu penelitian yang bermaksud untuk mengumpulkan data atau sebab terjadinya suatu gejala atau masalah yang berhadapan dengan data atau fakta yang telah terjadi selama penelitian ini. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu menggunakan data-data dalam bentuk angka-angka, dan data tertulis berupa data dokumentasi, dimana data yang diperoleh akan dianalisa dan disajikan sehingga bisa memberikan keterangan terhadap masalah yang diteliti. Kesimpulan dari penelitian ini adalah: (1) Penetapan biaya total melalui metode *cost-plus pricing* untuk menentukan harga jual produk pada Perusahaan Rokok Cengkir Gading diperoleh harga jual per pack sebesar Rp7.600 pada tahun 2016 dan Rp8.100 pada tahun 2017. (2) Penetapan biaya total yang ditetapkan sendiri Perusahaan Rokok Cengkir Gading diperoleh harga jual per pack sebesar Rp 6.700 pada tahun 2016, Rp 7.200 pada tahun 2017. Terjadi selisih harga jual sebesar Rp 900 yang dapat mempengaruhi keuntungan yang didapat oleh perusahaan. Dimana harga jual yang berlaku saat ini lebih rendah daripada harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*. Dari temuan di atas, maka rekomendasi yang disampaikan yaitu hendaknya penetapan harga jual mempertimbangkan biaya produksi dan juga biaya-biaya,serta dalam penetapan prosentase laba yang diinginkan hendaknya memperhatikan biaya-biaya yang ada dan memilih metode yang tepat dalam penentuan harga jual agar laba yang diinginkan dapat tercapai..

KATA KUNCI : biaya total, Metode *Cost-Plus Pricing*, Harga Jual Produk.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan di dunia usaha sekarang ini sebagai akibat dari perkembangan dari berbagai aspek seperti perkembangan di dunia teknologi dan komunikasi, sehingga memunculkan persaingan antara perusahaan-perusahaan yang ada semakin meningkat.

Dengan adanya persaingan-persaingan diantara perusahaan yang semakin meningkat tersebut mengharuskan para manajer yang ada pada perusahaan untuk bekerja seefektif mungkin dalam rangka

untuk menjaga tingkat profitabilitas dan daya saing apabila semua kegiatan yang ada dalam perusahaan dapat dilaksanakan secara terus-menerus dan disertai dengan langkah dan strategi yang terencana, terkoordinasi dan terpadu serta dilaksanakan secara efektif dan efisien.

Dalam menjalankan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang apapun tujuan utama dari perusahan tersebut adalah mencari laba. Agar perusahan dapat berkembang dan mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan harus berusaha untuk mendapatkan laba yang optimal dari setiap unit usaha yang dikerjakannya. Besar kecilnya laba yang dihasilkan merupakan cara mengukur kesuksesan perusahaan dalam mengolah sumber daya yang ada. Besar kecilnya keuntungan tersebut berdasarkan harga jual produk, hal ini membutuhkan pengkoordinasian dan pengolahan yang baik dalam perusahaan, sehingga dapat meminimalkan penggunaan biaya dan memaksimalkan pendapatan.

Perolehan laba dalam suatu perusahaan tergantung dari cara perusahaan tersebut atau manajer penjualan dalam mengambil keputusan terkait dengan penentuan harga jual produk/jasa yang dijual. Umumnya harga jual produk/jasa ditentukan dari faktor permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Dengan banyaknya permintaan konsumen terhadap produk, maka seorang penjual akan menaikkan harga produk tersebut, dan juga sebaliknya apabila penjualan melakukan banyak penawaran kepada konsumen kemungkinan penjual akan menurunkan harga produknya.

Meskipun permintaan dan penawaran biasanya merupakan faktor penentu dalam penetapan harga, namun penetapan harga jual yang menguntungkan juga akan tergantung pada pertimbangan mengenai biaya. Dengan demikian jelas bahwa biaya juga merupakan faktor yang menentukan harga jual.

Untuk memutuskan penentuan harga jual dan untuk memenuhi laba yang diharapkan oleh perusahan tentunya sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor dari dalam maupun dari luar perusahaan. Faktor dari dalam perusahaan seperti biaya produksi dan biaya lain yang relevan, laba yang diinginkan, dan

lain sebagainya. Sedangkan faktor dari luar perusahaan diantaranya seperti persaingan atau jumlah pesaing yang memasuki pasar, selera konsumen, harga jual yang menentukan oleh pesaing, dan lain sebagainya. Faktor-faktor tersebut merupakan contoh faktor yang sulit untuk diperkirakan oleh manajer penentu harga jual. Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian yang relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberi informasi batas bawah untuk harga jual yang harus ditentukan agar tidak mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

Dengan tingginya biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dari pada pendapatan atau hasil penjualan, maka akan berdampak pada rendahnya laba yang diperoleh. Oleh karena penentu harga merupakan faktor yang nantinya akan mempengaruhi kinerja perusahaan dalam memperoleh keuntungan, maka diperlukan suatu metode dalam perhitungan harga jual terhadap suatu produk.

Dalam perusahaan produksi umumnya biaya-biaya produksi yang dikeluarkan relatif besar bila dibandingkan dengan biaya-biaya lainnya. Oleh karena itu biaya produksi tersebut perlu adanya pengendalian. Pengendalian tersebut terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Dengan adanya pengendalian pada biaya-biaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Moray (2014) dengan judul Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing Pada UD Gladys Bakery menghasilkan temuan bahwa perhitungan biaya pada perusahaan masih kurang memadai sehingga menjadikan UD. Gladys Bakery menetapkan harga jual menggunakan metode penetuan harga jual relative yakni menentukan harga jual dengan mengikuti harga yang sudah ada dipasaran.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Gayatri (2013) dengan judul Penentuan Harga Jual Produk dengan Metode Cost-Plus Pricing pada PT.PERTANI (persero) Cabang Sulawesi Utara menghasilkan temuan bahwa terjadi perbedaan signifikan untuk beberapa varietas yaitu varietas *ciherang, mekongga,* dan varietas inpari 13 karena perusahaan tidak membebankan biaya tenaga kerja,

biaya overhead variabel dan laba secara proposional.

Perusahaan Rokok Cengkir Gading adalah perusahaan yang bergerak pada bidang industri tembakau yang berspesialisasi pada produk rokok kretek dan klobot. Perusahaan ini telah berdiri sejak 1989 dengan beralamatkan di jalan Bengawan Solo 2 nomor 04 Desa Ringinanom Kecamatan Nganjuk Kabupaten Nganjuk. Segmen pasar yang menjadi target perusahaan adalah pada segmen menengah ke bawah, meski demikian kualitas dan rasa dari rokok hasil produksi Perusahaan Rokok Cengkir Gading sudah dapat disandingkan dengan rokok dari perusahaan - perusahaan besar.

Dalam mempertahankan usahanya Perusahaan Rokok Cengkir Gading perlu menentukan harga jual yang sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan, serta sesuai dengan harga produk lain yang sejenis yang diproduksi oleh perusahaan lain. Harga jual yang berkaitan dengan kualitas produk, apabila harga jual yang ditetapkan perusahaan itu tinggi, maka produk yang dihasilkan harus lebih baik, karena kualitas yang baik juga akan mempengaruhi peningkatan *omzet* penjualan. Selain itu strategi pemasaran sutau produk dalam perusahaan terus berkembang seiring dengan perkembangan pasar, sehingga perusahaan dapat semaksimal mungkin memperhitungkan pengaruh dari setiap perubahan konsumen, karena ini dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan. Pada perusahaan ini masih menggunakan perhitungan dengan metode tradisional. Sehingga harga jual yang ditetapkan masih tergolong rendah dibandingkan dengan harga kompetitor. Sedangkan penentuan laba yang diinginkan perusahaan tidak memiliki target tertentu, sehingga harga jual yang ditetapkan belum bisa mengembalikan modal yang telah dikeluarkan perusahaan.

Dengan adanya pertimbangan dari semua aspek tersebut perusahaan mengharapkan dalam jangka panjang harga jual produk yang telah ditetapkan harus mampu menutup semua biaya perusahaan untuk memproduksi barang/jasa yang dihasilkan dan dapat menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan barang/jasa tersebut, sehingga perusahaan tersebut dapat

mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka peneliti tertarik pada masalah metode penentuan harga jual yang diterapkan oleh perusahaan dalam memperoleh keuntungan/laba. Maka peneliti melakukan penelitian dengan judul "Peranan Penetapan Biaya Total Melalui Metode *Cost-Plus Pricing* Untuk menentukan Harga Jual Produk Pada Perusahaan Rokok Cengkir Gading Nganjuk".

B. METODE PENELITIAN

1. Variabel Penelitian

Dalam usaha mendapatkan dan mengumpulkan data yang benar dan perlu adanya penelitian yang berlangsung pada obyek yang dituju. Mengingat data yang diteliti harus relevan dengan masalah yang diteliti maka diperlukan adanya variabel-variabel penelitian. Sehubungan dengan hal ini maka sebelumnya akan diuraikan pengertian variabel, variabel diartikan segala yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2011:38). Sedangkan menurut Nazir (2009:123) variabel adalah konsep yang memiliki bermacam-macam nilai. Dari uraian diatas dapat disimpulkan variabel adalah obyek penelitian yang menjadi titik perhatian suatu penelitian yang bervariasi. Sesuai dengan judul skripsi maka di dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu:

a. Variabel bebas: metode *cost-plus pricing* melalui pendekatan biaya total
b. Variabel terikat: harga jual produk.

2. Teknik dan Pendekatan Penelitian

a. Pendekatan penelitian

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Indrianto dan Supomo (2009:26) pendekatan deskriptif kuantitatif merupakan penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi. Penelitian ini tujuan bertujuan menggambarkan secara sistematik dan akurat, fakta dan karakteristik mengenai bidang tertentu dan bersifat

menjelaskan situasi dan kejadian tertentu.

Adapun pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu menggunakan data-data dalam bentuk angka-angka, dan data tertulis berupa data dokumentasi, dimana data yang diperoleh akan dianalisa dan disajikan sehingga bisa memberikan keterangan terhadap masalah yang diteliti.

b. Teknik penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik penelitian *expost fakto* yaitu suatu penelitian yang bermaksut untuk mengumpulkan data atau sebab terjadinya suatu gejala atau masalah yang behadapan dengan data atau fakta yang telah terjadi selama penelitian ini. Peneliti menggunakan metode ini karena data yang diperoleh dan diolah adalah data masa lampau.

3. Subjek dan Objek

a. Subjek

Menurut Arikunto (2010:4) subjek penelitian adalah "tempat dimana data variabel tersebut diperoleh". Berdasarkan pengertian di atas, subjek dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah perusahaan rokok Cengkir Gading Nganjuk..

b. Objek

Menurut Arikunto (2010:5) objek penelitian adalah "sesuatu yang merupakan inti dari problematika penelitian). Sedangkan menurut Umar (2005:303) "objek penelitian menjelaskan tentang apa, dan atau siapa yang menjadi problematika penelitian". Berdasarkan pengertian di atas, maka objek dari penelitian ini adalah penetapan biaya total untuk menentukan harga jual produk.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder yang terdiri dari Stuktur organisasi perusahaan, Sejarah berdirinya perusahaan, Visi dan misi, Jumlah karyawan, Tata lokasi perusahaan, Biaya

produksi (Biaya bahan yang diperlukan pada tahun 2017, Biaya tenaga kerja langsung yang diperlukan pada tahun 2017, Biaya overhead pabrik yang diperlukan pada tahun 2017), Biaya non produksi (Biaya pemasaran pada tahun 2017, Biaya administrasi dan umum pada tahun 2017), Prosentase laba yang diharapkan dan Volume penjualan.

b. Langkah-langkah pengumpulan data

Dalam penelitian ini langkah-langkah pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1) *File Research* (Studi Lapangan)

Teknik pengumpulan data dengan dokumen dilakukan dengan cara observasi dan dokumentasi. Tujuannya adlaha mendapatkan data – data sebanyak mungkin tentang hubungan yang terdapat didalamnya serta segala yang timbul dalam penelitian.

2) *Library Research* (Studi Kepustakaan)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan jalan mempelajari buku-buku, laporan tentang objek yang sedang diselidiki. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk memperluas pengetahuan dengan gejala – gejala yang dipelajari. Untuk memperoleh pengertian tentang permasalahan dan memperkuat kemampuan analisa.

5. Teknik Analisis

Teknik analisi data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan beberapa langkah sebagai beriku:

1. Mendeskripsikan kuantitas produk yang dihasilkan perusahaan selama tahun 2017.
2. Mendeskripsikan penetapan harga jual berdasarkan metode *Cost Plus Pricing*, dengan langkah-langkah sebagai berikut:
   a. Pengumpulan data biaya produksi yang terdiri atas

biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.

b. Menghitung harga pokok per unit dengan cara menjumlahkan biaya bahan baku per unit, biaya tenaga kerja per unit, dan biaya overhead pabrik per unit.

c. Menentukan *Mark-Up* dengan laba yang dikehendaki sebesar 25%, perhitungan *Mark-Up* dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\%\,Mark-up = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

d. Menentukan harga jual produk yaitu dengan menjumlahkan harga pokok produk dengan *Mark-Up* yang telah ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut:

Total biaya langsung	**Rpxx**
% *Mark up* x biaya langsung	**Rpxx**
Jumlah harga jual produk	**Rpxx**

(Mulyadi, 2001:353)

e. Melakukan perbandingan antara harga jual sesungguhnya dengan tarif harga jual menurut hasil perhitungan peneliti.

f. Menghitung selisih perbedaan harga jual sesungguhnya dengan harga jual menurut hasil perhitungan dalam persentase (%) dengan rumus berikut :

$$Selisih\ perbedaan\ harga = \frac{A - B}{B} \times 100\%$$

Keterangan :

A : Harga Jual sesungguhnya

B : Harga jual sesuai dengan perhitungan peneliti

3. Mengambil kesimpulan berdasarkan persentase (%) selisih tersebut, apakah sudah tepat atau belun besarnya tarif tersebut. Dalam penelitian ini penulis memberikan atau menetapkan asumsi bahwa untuk selisih kurang atau sama dengan (£) 5% adalah sudah tepat dan untuk persentase selisih lebih dari (>) 5% adalah tidak tepatMendeskripsikan kuantitas produk yang dihasilkan perusahaan selama tahun 2017.

4. Mendeskripsikan penetapan harga jual berdasarkan metode *Cost Plus Pricing*, dengan langkah- langkah sebagai berikut:
   a. Pengumpulan data biaya produksi yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik.
   b. Menghitung harga pokok per unit dengan cara menjumlahkan biaya bahan baku per unit, biaya tenaga kerja per unit, dan biaya overhead pabrik per unit.
   c. Menentukan *Mark-Up* dengan laba yang dikehendaki sebesar 25%, perhitungan *Mark-Up* dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\%\,Mark-up = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya non produksi}}{\text{Biaya Produksi}} \times 100\%$$

   d. Menentukan harga jual produk yaitu dengan menjumlahkan harga pokok produk dengan *Mark-Up* yang telah ditentukan dengan perhitungan sebagai berikut:

Total biaya langsung	**Rpxx**
% *Mark up* x biaya langsung	**Rpxx**
Jumlah harga jual produk	**Rpxx**

(Mulyadi, 2001:353)

   e. Melakukan perbandingan antara harga jual sesungguhnya dengan tarif harga jual menurut hasil perhitungan peneliti.
   f. Menghitung selisih perbedaan harga jual sesungguhnya dengan harga jual menurut hasil perhitungan dalam persentase (%) dengan rumus berikut :

$$Selisih\ perbedaan\ harga = \frac{A - B}{B} \times 100\%$$

Keterangan :

A : Harga Jual sesungguhnya

B : Harga jual sesuai dengan perhitungan peneliti

   g. Mengambil kesimpulan berdasarkan persentase (%) selisih tersebut, apakah sudah tepat atau belun besarnya tarif tersebut. Dalam penelitian ini penulis memberikan atau menetapkan asumsi bahwa

untuk selisih kurang atau sama dengan (£) 5% adalah sudah tepat dan untuk persentase selisih lebih dari (>) 5% adalah tidak tepat.

C. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan data-data yang telah peneliti temukan sebelumnya, maka untuk memecahkan masalah selanjutnya dilakukan analisis data dengan metode *cost plus pricing*, berikut ini tahapan analisisnya:

1. Hasil Perhitungan

a. Biaya Produksi

Berikut ini adalah tabel biaya produksi pada Perusahaan Rokok Cengkir Gading:

Tabel 4.8
Biaya Per Unit
Tahun 2016 dan 2017

Tahun	Biaya Per Unit
2016	Rp 6.048
2017	Rp 6.505

Sumber: Perusahaan Rokok Cengkir Gading 2018 (Data Diolah)

b. Biaya Total

Berikut ini adalah biaya total Perusahaan Rokok Cengkir Gading:

Tabel 4.7
Jumlah Biaya Total
Tahun 2016 dan 2017

Tahun	Jumlah Biaya Produksi
2016	Rp 2.305.461.500
2017	Rp 2.498.998.200

Sumber: Perusahaan Rokok Cengkir Gading 2018 (Data Diolah)

c. Biaya per pack

Berikut ini adalah biaya per unit yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.8
Biaya Per Unit
Tahun 2016 dan 2017

Tahun	Biaya Per Unit
2016	Rp 6.048
2017	Rp 6.505

Sumber: Perusahaan Rokok Cengkir Gading 2018 (Data Diolah)

d. Laba yang dikehendaki

Berikut ini tabel dari rincian laba yang dikendaki oleh perusahaan:

Tabel 4.9
Laba yang Dikehendaki Oleh Perusahaan
Tahun 2016 dan 2017

Tahun	Laba yang Dikehendaki Oleh Perusahaan
2016	Rp 576.365.375
2017	Rp 624.749.550

Sumber: Perusahaan Rokok Cengkir Gading 2018 (Data Diolah)

e. Persentase *Mark-Up*

1) Persentase *Mark-Up* 2016

$$= \frac{\text{laba yang dikehendaki}}{\text{biaya total}} \times 100\%$$

$$= \frac{Rp\ 576.365.375}{Rp\ 2.305.461.500} \times 100\%$$

$$= 25\%$$

2) Persentase *Mark-Up* 2017

$$= \frac{\text{laba yang dikehendaki}}{\text{biaya total}} \times 100\%$$

$$= \frac{Rp\ 624.749.550}{Rp\ 2.498.998.200} \times 100\%$$

$$= 25\%$$

f. *Mark-up* per pack

Berikut ini adalah tabel *mark-up* per pack yang disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 4.10
***Mark-Up* per Pack**
Tahun 2016 dan 2017

Tahun	*Mark-Up* per Pack
2016	Rp 1.512
2017	Rp 1.626

Sumber: Perusahaan Rokok Cengkir Gading 2018 (Data Diolah)

g. Harga jual per pack

Berikut ini merupakan cara analisis yang digunakan oleh perusahaan dalam penetapan harga jual:

1) Perhitungan harga jual untuk tahun 2016

Biaya bahan baku	=	Rp	807.389.700
Biaya tenaga kerja	=	Rp	909.530.000
Biaya bahan pembantu	=	Rp	150.489.700
Biaya tenaga kerja tidak langsung	=	Rp	70.149.000
Biaya listrik dan air dan telepon	=	Rp	15.713.100
Biaya Asuransi	=	Rp	14.085.000
Biaya bonus prestasi	=	Rp	40.000.000
Biaya gaji	=	Rp	27.035.000
Biaya advertensi	=	Rp	9.000.000
Jumlah biaya	=	Rp	2.043.391.500
Laba 25% x jumlah biaya	=	Rp	510.847.875
Jumlah harga jual	=	Rp	2.554.239.375

Harga per unit 2016

$$= \frac{\text{Jumlah harga jual}}{\text{Jumlah produksi tahun 2016}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 2.554.239.375}{381.189}$$

= Rp 6.700,72
= Rp 6.700

2) Perhitungan harga jual untuk tahun 2017

Biaya bahan baku	=	Rp	895.667.000
Biaya tenaga kerja	=	Rp	978.950.000
Biaya bahan pembantu	=	Rp	156.239.000
Biaya tenaga kerja tidak langsung	=	Rp	73.060.000
Biaya listrik dan air dan telepon	=	Rp	16.473.800
Biaya Asuransi	=	Rp	15.249.900
Biaya bonus prestasi	=	Rp	45.000.000
Biaya gaji	=	Rp	30.285.000
Biaya advertensi	=	Rp	9.000.000
Jumlah biaya	=	Rp	2.219.924.700
Laba 25% x jumlah biaya	=	Rp	554.981.175
Jumlah harga jual	=	Rp	2.774.905.875

Harga per unit 2017

$$= \frac{\text{Jumlah harga jual}}{\text{Jumlah produksi tahun 2017}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 2.774.905.875}{384.180}$$

= Rp7.222,93
= Rp 7.200

Di bawah ini disajikan perhitungan harga jual menggunakan metode *cost-plus pricing* dengan pendekatan biaya total:

1) Perhitungan harga jual untuk tahun 2016

Harga Jual = Biaya per pack + *mark-up* per pack
= Rp 6.048 + Rp 1.512
= Rp 7.560
= Rp 7.600

2) Perhitungan harga jual untuk tahun 2017

Harga Jual = Biaya per pack + *mark-up* per pack
= Rp 6.505 + Rp 1.626
= Rp 8.131
= Rp 8.100

Pada perhitungan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan penyusutan aktiva tidak dimasukan dalam variabel penambah harga jual, hal ini disebabkan fokus penetapan harga jual perusahaan dilihat dari besar biaya produksi yang

dikeluarkan. Sedangkan penyusutan aktiva tidak termasuk didalamnya karena dianggap sebagai biaya dari aset penunjang yang tidak berpengaruh langsung pada aktivitas produksi.

Berikut ini merupakan tabel perbandingan harga jual dan perbandingan laba yang diperoleh oleh Perusahaan Rokok Cengkir Gading:

Tabel 4.15
Perbandingan Harga Jual Produk Rokok Kretek

Tahun	Harga jual dengan metode perusahaan	Harga jual dengan metode *cost-plus pricing*
2016	Rp 6.700	Rp 7.600
2017	Rp 7.200	Rp 8.100

Tabel 4.16
Perbandingan Laba yang Diperoleh

Tahun	Laba dengan metode perusahaan	Laba dengan metode *cost-plus pricing*
2016	Rp 111.404.800	Rp 591.574.900
2017	Rp 221.886.800	Rp 612.859.800

2. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis di atas berikut ini interpretasi hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti:

1. Penetapan biaya total melalui metode *cost-plus pricing* untuk menentukan harga jual produk pada Perusahaan Rokok Cengkir Gading diperoleh harga jual per pack sebesar Rp7.600 pada tahun 2016 dan Rp8.100 pada tahun 2017. Harga tersebut diperoleh dari total biaya ditambah dengan laba yang dikehendaki kemudian dikalikan dengan persentase *mark up*, selanjutnya dari hasil tersebut ditambahkan dengan biaya per pack. Sehingga target keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 591.574.900 untuk tahun 2016 dan sebesar Rp 612.859.800 untuk tahun 2017.
2. Perbandingan perhitungan yang dilakukan perusahaan dengan perhitungan metode *cost-plus pricing* pendekatan biaya total yang dilakukan peneliti memperoleh data bahwa harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan setiap unit produk yakni dengan memperhitungkan prosentase laba sebesar 25% terhadap jumlah biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik (kecuali biaya penyusutan pabrik), serta biaya pemasaran tanpa memperhitungkan biaya administrasi umum. Dalam menetapkan harga jual dengan metode yang diterapkan oleh perusahaan diperoleh harga jual per pack sebesar Rp 6.700 pada taun 2016, Rp 7.200 pada tahun

2017, dimana harga jual tersebut diperoleh dari total biaya dijumlahkan dengan laba yang diharapkan, sehingga diperoleh harga secara keseluruhan produk sebesar Rp 2.553.966.300 pada tahun 2016 dan Rp 2.766.096.000 pada tahun 2017. Dan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan sebesar Rp 111.404.800 pada tahun 2016 dan pada tahun 2017 sebesar Rp 221.886.800. Terjadi selisih harga jual sebesar Rp 900 yang dapat mempengaruhi keuntungan yang didapat oleh perusahaan. Dimana harga jual yang berlaku saat ini lebih rendah daripada harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*. Hal ini dikarenakan harga pokok produksi yang ada lebih besar dari pada yang diperkirakan oleh pemilik. Dalam menentukan harga pokok produksi pemilik hanya menggunakan intuisi serta menggunakan perhitungan seadanya tanpa melakukan klasifikasi terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga pembebanan biaya terhadap produk yang dihasilkan dihitung secara menyeluruh. Penyebab yang lain juga dikarenakan tidak dilakukannya pencatatan keuangan yang memadai sehingga pemilik kesulitan dalam melakukan perhitungan biaya-biaya yang dikeluarkan termasuk dalam menghitung biaya berdasarkan penggolongannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wauran (2016) menunjukkan hasil yang mendukung penelitian ini yaitu harga jual yang berlaku lebih rendah jika dibandingkan dengan harga jual yang dihitung menggunakan metode *cost-plus pricing*. Selain itu, penelitian lain yang dilakukan Nurpitasari (2017) juga menunjukkan hasil yang sama dimana harga jual yang didapat dari metode *cost-plus pricing* lebih tinggi daripada harga jual yang ditetapkan perusahaan.

3. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penetapan biaya total melalui metode *cost-plus pricing* untuk menentukan harga jual produk pada Perusahaan Rokok Cengkir Gading diperoleh harga jual per pack

sebesar Rp7.600 pada tahun 2016 dan Rp 8.100 pada tahun 2017. Harga tersebut diperoleh dari total biaya ditambah dengan laba yang dikehendaki kemudian dikalikan dengan persentase *mark up*, selanjutnya dari hasil tersebut ditambahkan dengan biaya per pack. Sehingga target keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 591.574.900 untuk tahun 2016 dan sebesar Rp 612.859.800 untuk tahun 2017.

2. Perbandingan perhitungan yang dilakukan perusahaan dengan perhitungan metode *cost-plus pricing* pendekatan biaya total yang dilakukan peneliti memperoleh data bahwa harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan setiap unit produk yakni dengan memperhitungkan prosentase laba sebesar 25% terhadap jumlah biaya bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik (kecuali biaya penyusutan pabrik), serta biaya pemasaran tanpa memperhitungkan biaya administrasi umum. Dalam menetapkan harga jual dengan metode yang diterapkan oleh perusahaan diperoleh harga jual per pack sebesar Rp 6.700 pada taun 2016, Rp 7.200 pada tahun 2017, dimana harga jual tersebut diperoleh dari total biaya dijumlahkan dengan laba yang diharapkan, sehingga diperoleh harga secara keseluruhan produk sebesar Rp 2.553.966.300 pada tahun 2016 dan Rp 2.766.096.000 pada tahun 2017. Dan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan sebesar Rp 111.404.800 pada tahun 2016 dan pada tahun 2017 sebesar Rp 221.886.800. Terjadi selisih harga jual sebesar Rp 900 yang dapat mempengaruhi keuntungan yang didapat oleh perusahaan. Dimana harga jual yang berlaku saat ini lebih rendah daripada harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dan implikasi diatas maka

saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penetapan harga jual hendaknya mempertimbangkan biaya produksi dan juga biaya-biaya lainnya agar terciptanya harga jual yang kompetitif tanpa merugikan perusahaan.
2. Dalam penetapan prosentase laba yang diinginkan perusahaan hendaknya memperhatikan biaya-biaya yang ada dan memilih metode yang tepat dalam penentuan harga jual agar laba yang diinginkan dapat tercapai.

E. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Pendekatan Suatu Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta.

Desliane, Wauran. *2014.* Analisis Penentuan Harga Pokok Produk Dan Penerapan Cost Plus Pricing Method Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Pada Rumah Makan Soto Rusuk Ko' Petrus Cabang Megamas. *Jurnal EMBA, 4 (2).*

Dwi, Ratna Nurpitasari (2017). Pendekatan Cost-Plus Pricing dalam Penentuan Harga Jual Roti Pada UD Ganysha Kediri. *Jurnal Simki-Economic,* 01 (02).

Gayatri, Winny. 2013. BAB II. *pdf,* (Online), tersedia: **http://ejournal.unsrat.ac.id,** diunduh 02 november 2017.

Indrianto, Nur dan Supomo, Bambang. 2009. *Metedologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen.* Yogyakarta: BPFE.

Jessica Claudia Moray. 2014. Penetapan Harga Jual Dengan Cost Plus Pricing Menggunakan Pendekatan Full Costing Pada UD Gladys Bakery. *Jurnal EMBA,* 2(2).

Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen dan Konsep Manfaat dan Rekayasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian* (cetakan ke-17). Bandung: Alfabeta.

Umar, Husain. 2005. *Metode Penelitian.* Jakarta: Salemba Empat.