

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE  
COST PLUS PRICING PADA UD.ANYAMAN TIKAR PANDAN  
DI SERASAN KABUPATEN NATUNA**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**KARTINI**

**NIM : 14622219**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2019**

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE  
COST PLUS PRICING PADA UD.ANYAMAN TIKAR PANDAN  
DI SERASAN KABUPATEN NATUNA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

OLEH

**KARTINI**  
**Nim : 14622219**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG**

**2019**

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE COST  
PLUS PRICING PADA USAHA DAGANG ANYAMAN TIKAR PANDAN  
DI SERASAN KABUPATEN NATUNA**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan

Tanjungpinang

Oleh

KARTINI

NIM : 14622219

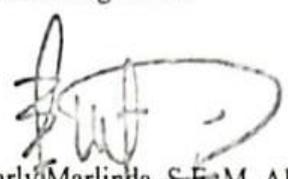
Menyetujui :

Pembimbing Pertama

  
Meidi Yanto, S.E.M.,A

NIDN. 8804900016 / Asisten Ahli

Pembimbing Kedua

  
Charly Marlinda, S.E.,M.,AK.,AK.,CA

NIDN. 1029127801 / Lektor

Mengetahui :

Kelua-Program/Studi,

  
Sri Kurnia, S.E./Ak.,M.Si.CA

NIDN. 1020037101 / Lektor

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE COST  
PLUS PRICING PADA USAHA DAGANG ANYAMAN TIKAR PANDAN DI  
SERASAN KABUPATEN NATUNA**

Yang Diperiapkan dan Disusun Oleh

**KARTINI**  
14622219

Telah Dipertahankan Di Depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Enam  
Belas Agustus Dua Ribu Sembilan Belas dan Dinyatakan  
Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,

  
Meidi Yanto, SE, M.Ak  
NIDK. 8804900016 / Lektor

Sekretaris,

  
Sri Kurnia, SE, Ak, M.Si, CA  
NIDN. 1020037101 / Lektor

Anggota,

  
Eka Kurnia Saputra, ST, MM  
NIDN. 1011088902 / Asisten Ahli

Tanjungpinang, 16 Agustus 2019  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang

  
Charly Mughnita, SE, M.Ak, Ak, CA  
NIDN. 102912127801 / Lektor

## PERNYATAAN

Nama : Kartini  
NIM : 14622219  
Tahun Angkatan : 2014  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,25  
Judul Skripsi : Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan Di Serasan Kabupaten Natuna

Dengan menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri saya dan bukan rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata di kemudian saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap di proses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 16 Agustus 2019

Penyusun



Kartini

NIM : 14622219

## *PERSEMBAHAN*

*Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua Ayah dan mamah tercinta. Bapak Abdulani dan Ibu Parti yang telah melahirkan dan mendidik saya dari kecil hingga dewasa, kepada ayahku bapak abdulani yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk kedua orangtuaku atas segala yang telah kalian berikan kepada saya dan mohon maaf karena masih belum banyak yang bisa saya lakukan untuk kalian berdua. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan, rezeki dan balasan atas segala yang kalian berdua lakukan dan semoga Allah menyertakan kemuliaan dan keselamatan bagi kalian baik didunia maupun di akhirat.*

## MOTTO

“Rasa syukur atas kelimpahan yang telah engkau terima adalah jaminan  
terbaik bahwa itu akan terus terpulang langsung”

(Muhammad SAW)

“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi  
Bangkit kembali setiap kali kita jatuh”

(Muhammad Ali)

“Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan,  
Dan saya percaya pada diri saya sendiri”

(Thomas Alva Edison)

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas karunia serta hidayah-Nya penulis di berikan kesehatan dan kesempatan untuk menyelesaikan pendidikan serta di berikan keberkahan akan ilmu dan pengetahuan, tidak lupa pula penulis hanturkan Shalawat beriring salam Kepada Nabi Besar Muhammad SAW.

Syukur Alhamdulillah berkat Keridhoan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan Di Serasan Kabupaten Natuna”** yang merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan studi pada program Strata 1 Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Penulisan ini tentunya tidak lepas dari dukungan, semangat serta bantuan pihak yang selalu mendukung, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang tulus dan ikhlas kepada :

1. Ibu Charly Marlinda, S.E.,M.,AK.,AK.,CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang, sekaligus pembimbing II yang juga telah meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memeriksa secara rinci dan memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Ranti Utami, S.E, M.Si.AK.,CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, S.E, M.Si.AK.,CA selaku Ketua Prodi Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Meidi Yanto, S.E.M.,Ak selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan sungguh-sungguh kepada peneliti.
5. Semua dosen dan semua staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan kemudahan-kemudahan selama menyelesaikan Program Studi.
6. Ibu Suryani selaku pemilik Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan Di Serasan Kabupaten Natuna yang sudah meluangkan waktu untuk di wawancarai.

7. Buat kedua orang tuaku Bapak (Abdulani) dan Ibuku (Parti) tercinta serta Abang (Suparni) dan Kakak ku (Erniati) yang ku sayangi, yang telah memberikan dukungan serta Doa selama ini.
8. Buat para sahabatku, Urai Desti Uganda S.E, Ferza Nugra Lestari, Afryonika Ayu Wandini, Evika Prastuti Anggarsari S.E, Sayuni Ramayanti S.E, Sariah, Sisi Putri, Salwiyah, Yennita, Muhammad Yusufik, S.E, Arif Saleh Lase, Respati Tiochandra, Febriangga S.Ak dan teman-teman seperjuangan Jurusan Akuntansi/P2 angkatan 2014 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih untuk kebersamaan, motivasi, dan do'a serta kekeluargaannya selama ini.

Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak akan sangat berguna untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini dan semoga penulisan ini dapat membawa manfaat dan kebaikan untuk semua pihak khususnya bagi pembaca dunia pendidikan.

Tanjungpinang, 16 Agustus 2019

Penulis

**Kartini**

**Nim : 14622219**

## DAFTAR ISI

HAL

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Kegunaan Penelitian .....	8
1.5.1 Kegunaan Ilmiah.....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	8
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB 11 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Akuntansi .....	11
2.1.2 Pengertian Akuntansi Biaya .....	12
2.1.3 Peranan Akuntansi Biaya .....	13

2.1.4	Pengertian Biaya dan Klasifikasi Biaya .....	15
2.1.5	Pengertian Harga Jual.....	24
2.1.6	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual .....	25
2.1.7	Tujuan Menetapkan Harga Jual.....	30
2.1.8	Metode Penentuan Harga Jual.....	32
2.1.9	Metode Cost Plus Pricing .....	34
2.2	Kerangka Pemikiran .....	35
2.3	Penelitian Terdahulu .....	37
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Jenis Data .....	42
3.2.1	Data Primer .....	42
3.2.2	Data Sekunder .....	42
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4	Teknik Analisis Data .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	46
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.2	Kegiatan Usaha .....	47
4.1.3	Struktur Organisasi .....	48
4.1.4	Analisis Data.....	49
4.1.5	Pembahasan.....	65
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
5.1	Kesimpulan .....	69
5.2	Saran .....	70

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## BIODATA PENULIS

## DAFTAR TABEL

4.1 Biaya Bahan Baku UD. Anyaman Tikar Pandan Pada bulan Desember 2018.....	53
4.2 Biaya Tenaga Kerja UD. Anyaman Tikar Pandan Pada bulan Desember 2018.....	54
4.3 Biaya LPG UD. Anyaman Tikar Pandan Pada bulan Desember 2018.....	56
4.4 Harga Pokok Produksi UD. Anyaman Tikar Pandan Pada bulan Desember 2018 .....	56
4.5 Biaya Depresiasi alat produksi.....	59
4.6 Biaya Depresiasi alat produksi selama satu bulan .....	59
4.7 Evaluasi biaya Overhead pabrik .....	60
4.8 harga pokok produksi menurut metode full costing untuk bulan Desember .....	61
4.9 Perbandingan harga pokok produksi metode perusahaan dengan metode full Costing .....	62
4.10 harga jual menurut perusahaan dan metode cost plus pricing .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1.3	Struktur Organisasi.....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Pernyataan Penelitian Lapangan
- Lampiran 2 Laporan Laba/rugi Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan
- Lampiran 3 Foto-foto dokumentasi Penulis saat Penelitian
- Lampiran 4 Plagiarisme

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN METODE COST PLUS PRICING PADA USAHA DAGANG ANYAMAN TIKAR PANDAN DI SERASAN KABUPATEN NATUNA**

Kartini. 14622219. AKUNTANSI. STIE-Pembangunan Tanjungpinang,

[iphoneneett@gmail.com](mailto:iphoneneett@gmail.com)

Tujuan penelitian ini adalah Menganalisis Penentuan Harga jual Produk dengan Metode Cost Plus Pricing pada Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan. Bagaimana Harga Jual yang diterapkan oleh Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan ini sehingga mendapatkan laba yang diharapkan. Harga Jual yang digunakan Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan ini masih menggunakan harga jual yang relatif sehingga belum bisa menentukan harga jual produknya sendiri.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode Deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian dengan data kuantitatif yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan.

Metode cost plus pricing adalah metode penentuan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi perunit, memutuskan berapa laba yang diinginkan, kemudian menentukan harga jual.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Penentuan Harga Jual di Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan Masih memperhitungkan harga jual yang sederhana. Biaya yang dihitung oleh Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan ini belum mencukupi semua biaya yang dilakukan. Dalam perhitungannya juga belum memasukkan biaya overhead pabrik yaitu biaya produksi serta biaya non produksi. Berdasarkan hasil perhitungan di Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan pada bulan Desember 2018 yaitu sebesar Rp 234,278/unit, sementara menggunakan metode Cost Plus Pricing yaitu sebesar Rp 244,278/unit dengan selisih sebesar Rp 10.000.

Kata Kunci : Harga Jual, Cost Plus Pricing

Dosen Pembimbing

1. Meidi Yanto, S.E.M.,Ak

2. Charly Marlinda, S.E.,M.Ak.,Ak.,CA

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF PRODUCT SELL PRICE DETERMINATION USING COST PLUS PRICING METHOD IN WAREHOUSE TRADE PLANTS IN PANDAN DISTRIBUTION AT NATUNA DISTRICT

*Kartini. 14622219. AKUNTANSI. STIE-Pembangunan Tanjungpinang*

[iphoneneett@gmail.com](mailto:iphoneneett@gmail.com)

*The purpose of this study is to Analyze the Determination of Product Sales Price with the Cost Plus Pricing Method in the Pandan Mat Woven Trade Business. How is the Selling Price applied by the Mats Pandan Woven Trade Business so that it gets the expected profit.*

*This type of research is a descriptive analysis method with a quantitative approach, namely research with quantitative data which is then processed and analyzed to draw conclusions.*

*Cost plus pricing method is a method of determining the selling price by calculating the perunit production costs, deciding how much profit is desired, then determining the selling.*

*From the results of the study it can be concluded that the Determination of Selling Prices in the Pandan Mats Woven Trade Business Still takes into account the simple selling price. The costs calculated by the Pandan Mat Woven Trade Business are not enough to cover all costs incurred. In the calculation also does not include factory overhead costs, namely production costs and non-production costs. Based on the calculation results in the Woven Mat Pandan Trading Business in December 2018 that is equal to Rp 234,278 / unit, while using the Cost Plus Pricing method which is Rp 244,278 / unit with a difference of Rp 10,000.*

*Keywords: Selling Price, Cost Plus Pricing*

Dosen Pembimbing

1. Meidi Yanto, S.E.M.,Ak
2. Charly Marlinda, S.E.,M.Ak.,Ak.,CA

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini perkembangan di dalam dunia usaha berkembang sangat pesat dan terdapat persaingan untuk mempertahankan dan meningkatkan usahanya. Dengan adanya persaingan tersebut perusahaan harus mampu menghadapi persaingan yang ada. Perusahaan diharapkan mempunyai kebijakan dan strategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya. Mereka berlomba-lomba dalam mengembangkan produksinya, seperti menciptakan produk-produk temuan baru atau bahkan bersaing dalam masalah harga. Banyak perusahaan – perusahaan yang berlomba-lomba dalam menjual barang dengan harga yang murah, padahal sekarang ini sedang terjadi krisis ekonomi yang mengakibatkan harga – harga menjadi semakin mahal.

Perusahaan tentu mempunyai bermacam-macam tujuan untuk menjaga kelangsungan usahanya. Tujuan hendak dicapai antara lain adalah mendapatkan keuntungan yang diharapkan, mempertahankan keuntungan yang berhasil dicapai dan berusaha meningkatnya. Tujuan ini dapat dicapai apabila perusahaan dapat melaksanakan penjualan seperti yang direncanakan.

Penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu keputusan manajemen. Hidup atau matinya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan harga ini. Dalam jangka panjang, harga jual cukup untuk menutup seluruh biaya dan laba normal, agar perusahaan dapat bertahan. Jika biaya dan laba yang diinginkan tidak dapat ditutup oleh harga jual, maka para investor akan mencari peluang yang lebih menguntungkan di perusahaan lain.

Perusahaan selalu berusaha semaksimal mungkin agar perusahaan dapat memperoleh laba untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya bahkan dapat membuat perusahaan lebih

maju dan berkembang. Besar kecilnya laba yang diterima suatu perusahaan merupakan salah satu tolak ukur sukses tidaknya suatu perusahaan tersebut.

Untuk mendapatkan beberapa perpaduan dari barang dan layanannya dapat dilakukan melalui sejumlah uang merupakan definisi harga (Basu swastha, 2014) dengan menerapkan rendahnya harga jual, maka tingkat penjualan produk akan mengalami suatu peningkatan. Tingkat penjualan yang didapat dari satu unit usaha atau dari perusahaan untuk periode tertentu dan dalam satuan rupiah disebut dengan volume penjualan. Penentuan harga jual produk dapat dipengaruhi oleh peranan dari harga pokok. Tepatnya penetapan biaya dapat menghasilkan lebih akuratnya harga pokok produksi.

Salah satu permasalahan yang dihadapi manajer perusahaan yaitu penentuan harga jual produk., baik perusahaan yang memiliki motif mencari laba maupun tidak, mengejar perusahaan harus selalu berusaha agar nilai keluaran selalu lebih tinggi dari nilai masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan laba ( untuk perusahaan bermotif laba) atau sisa hasil usaha ( untuk perusahaan yang tidak bermotif laba).

Perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar tujuan perusahaan bisa tercapai. Dalam penentuan harga jual perusahaan hendaknya menawarkan harga jual yang tepat. Apabila harga jual yang ditawarkan terlalu tinggi maka pembeli akan memilih ke perusahaan lain dan sebaliknya apabila harga yang ditawarkan terlalu rendah maka pihak perusahaan akan mengalami kerugian.

Permasalahan yang dihadapi dalam penentuan harga jual produk karena harga jual yang terlalu tinggi akan menurunkan daya beli konsumen, sebaliknya harga jual yang rendah dapat mempengaruhi pendapatan, yang artinya berpengaruh terhadap laba dan kelangsungan hidup perusahaan.

Pertimbangan yang sangat perlu adalah penentuan harga jual, karena harga jual suatu barang atau jasa merupakan salah satu penentu akan permintaan pasar, dan harga jual sangat

erat kaitannya dengan persaingan. Dalam keadaan normal harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan barang atau jasa. Disamping itu harga jual dapat menghasilkan laba yang memadai.

Beberapa perusahaan kemungkinan besar mengalami masalah dalam penentuan harga jual. Masalah yang sering terjadi dalam penentuan harga jual adalah jika harga ditentukan oleh perusahaan terlalu tinggi, maka pembeli akan menghindari pembelian produk tersebut. Cost Plus Pricing adalah proses penentuan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi perunit, memutuskan berapa laba yang diinginkan, kemudian menentukan harga jual (Garrison, 2014). Hal ini disebabkan karena konsumen sering kali mempertimbangkan harga jual dalam membuat keputusan apakah ia akan membeli suatu produk atau tidak. Walaupun tidak jarang juga kualitas lebih diunggulkan daripada harga, namun tidak dapat dipungkiri bahwa harga sangat berperan dalam proses pembuatan keputusan pembelian barang konsumen.

Perhitungan harga pokok produksi sangat berperan dalam penentuan harga jual produk, sehingga harga yang ditawarkan oleh perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dengan kualitas produk yang baik pula. Perhitungan harga pokok produksi merupakan hal yang sangat penting mengingat manfaat informasi harga pokok produksi adalah untuk menentukan harga jual yang akan disajikan dalam laporan posisi keuangan.

Harga jual sering menjadi tolak ukur konsumen. Karena itu, penentuan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli konsumen, harga jual pesaing kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya. Namun seringkali perusahaan hanya mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dalam menetapkan harga jual produk.

Walaupun demikian pertimbangan biaya merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Biaya dikeluarkan dalam proses produksi akan dijadikan dasar dalam penentuan harga jual dan biasanya perusahaan akan menambahkan persentase laba yang diinginkan. Salah satu metode penetapan harga jual, dimana seluruh biaya atau total biaya penuh ditambah dengan persentase laba yang diharapkan oleh perusahaan disebut metode *cost plus pricing*. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya dalam harga pokok produksi menggunakan pendekatan *full costing*, *full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang berperilaku variable maupun tetap.

Sebuah entitas atau industry yang proses produksinya dimulai dengan mengolah bahan baku menjadi suatu produk jadi sangat membutuhkan perhitungan atau penentuan harga pokok produksi yang nantinya akan menjadi acuan dalam penentuan harga jual.

Menurut (Lasena, 2013) harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan. Jadi penentuan biaya dalam perhitungan harga pokok produksi yang tepat akan membantu manajer perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat.

Cost Plus Pricing merupakan salah satu metode yang digunakan dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dijual. Cost Plus Pricing adalah metode penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Metode ini memiliki pendekatan dengan *full costing*.

UD. Anyaman Tikar Pandan merupakan sebuah usaha yang menjual Tikar pandan untuk rumah maupun anyaman sejenisnya seperti tas dan dompet. UD. Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna ini beralamat di Jl. Tanjung Balau No 15. UD. Anyaman

Tikar pandan masih menggunakan metode harga jual dengan menggunakan metode harga jual relatif yaitu harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang jenis lainnya.

Harga jual yang ditetapkan UD. Anyaman Tikar Pandan

<b>Jenis Produk</b>	<b>Harga Jual yang ditetapkan UD.</b>
Tikar Pandan	Rp 230.000

(Sumber: UD Anyaman Tikar Pandan, 2018)

Dalam penentuan harga pokok produksi, informasi yang dibutuhkan UD.Anyaman Tikar Pandan adalah informasi mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. Ketiga jenis biaya tersebut harus ditentukan secara cermat, baik dalam pencatatan maupun dalam penggolongannya. Sehingga informasi harga pokok produksi yang dihasilkan dapat diandalkan baik untuk penentuan harga jual produk maupun perhitungan laba rugi.

Penetapan harga jual produk tidak didasarkan pada perkiraan saja akan tetapi dengan menggunakan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual menghasilkan laba yang diinginkan. Dalam kasus ini, metode yang cocok untuk menentukan harga jual produk Anyaman Tikar Pandan adalah Metode Cost Plus pricing. Dari segi karakteristik perusahaan dan harga jual oleh UD.Anyaman Tikar Pandan. Tujuan penelitian ini untuk menghitung harga jual produk dengan metode Cost Plus Pricing pada UD.Anyaman Tikar Pandan memerlukan ketelitian dan ketepatan. Apalagi dalam persaingan usaha - usaha dagang yang ada di Serasan Kabupaten Natuna. Penggunaan metode yang masih sederhana yang digunakan oleh UD.Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna belum optimal dalam menentukan harga jualnya serta dalam menghasilkan laba.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada UD.Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti di UD.Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna adalah :

1. Bagaimana penentuan harga jual produk UD Anyaman Tikar Pandan di Serasan Kabupaten Natuna?
2. Bagaimana penentuan harga jual produk UD.Anyaman Tikar Pandan dengan Metode *Cost Plus Pricing* Di Serasan Kabupaten Natuna?
3. Bagaimana perbedaan perhitungan harga jual yang diterapkan UD.Anyaman Tikar Pandan dengan Metode *Cost Plus Pricing*?

## **1.3 Batasan Masalah**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* dan peneliti berfokus meneliti Anyaman Tikar pandan data yang diambil bulan desember 2018.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui metode penentuan harga jual produk di UD. Anyaman Tikar Pandan di Serasan Kabupaten Natuna
2. Untuk mengetahui penggunaan metode *Cost Plus Pricing* dalam penentuan harga jual produk UD. Anyaman Tikar Pandan di Serasan Kabupaten Natuna.

3. Untuk mengetahui perbedaan perhitungan harga jual yang diterapkan UD.Anyaman Tikar Pandan dengan Metode Cost Plus Pricing.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Ilmiah**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Penentuan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing pada Anyaman Tikar Pandan di Serasan Kabupaten Natuna.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Hasil dari penelitian yang dilakukan peneliti, diharapkan bisa memberikan kegunaan praktis bagi pihak :

- 1) Bagi peneliti

Untuk mengetahui teori-teori yang didapatkan dari perkuliahan dan buku khususnya mengenai harga pokok produksi dalam penentuan harga jual yang diterapkan dalam keadaan yang sebenarnya di perusahaan kecil maupun besar, karena seringkali teori yang dijadikan perbandingan terbalik dengan keadaan yang dilapangan, dan diharapkan dengan penelitian ini bisa memberikan manfaat langsung bagi penelitian untuk mengaplikasikan apa-apa yang telah diajarkan.

- 2) Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi yang bermanfaat bagi pembaca dalam bidang harga pokok produksi dalam penentuan harga jual dan juga sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya

- 3) Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian dapat dijadikan masukan dan sumber informasi bagi Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan di dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran keseluruhan isi penelitian. Adapun sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari tiga bab. Berikutnya ini adalah uraian sistematika penulisan dalam penelitian ini :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan menjelaskan tentang landasan teori akuntansi biaya, klasifikasi biaya, konsep harga jual, penentuan harga jual, metode penentuan harga jual dengan metode Cost Plus Pricing, serta kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang metode penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, analisis data dan pembahasan terhadap penentuan harga jual pada Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran mengenai hasil penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Akuntansi**

Akuntansi adalah proses identifikasi, pencatatan, dan pengkomunikasian keadaan ekonomi suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Akuntansi merupakan satu kesatuan sistem informasi pemrosesan data sehingga menghasilkan laporan keuangan yang menggambarkan keadaan perusahaan.

Menurut (warren et al, 2009) secara umum, akuntansi (accounting) dapat diartikan sebagai sistem informasi yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan.

Menurut (Thomas sumarsan, 2011) akuntansi adalah suatu seni untuk mengumpulkan, mengidentifikasi, mengklasifikasikan, mencatat transaksi serta kejadian yang berhubungan dengan keuangan, sehingga dapat menghasilkan informasi, yaitu laporan keuangan yang dapat digunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Menurut (Rudianto, 2012) bahwa akuntansi adalah aktivitas mengumpulkan, menganalisis, menyajikan dalam bentuk angka, mengklasifikasikan, mencatat, meringkas, dan melaporkan aktivitas/transaksi perusahaan dalam bentuk informasi keuangan.

Menurut (Rizal effendi, 2013) akuntansi merupakan proses pengidentifikasian, pengukuran, pencatatan, penggolongan, dan pengikhtisarian, serta pelaporan informasi keuangan moneter (uang) dalam suatu perusahaan atau organisasi yang ditujukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka pengambilan keputusan.

Dan menurut (Hans kartikahadi, 2016) akuntansi adalah suatu sistem informasi keuangan yang bertujuan untuk menghasilkan dan melaporkan informasi yang relevan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

Berdasarkan beberapa definisi akuntansi menurut para ahli maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi adalah tiga kegiatan yang mendasar yaitu identifikasi, pencatatan dan pengkomunikasian peristiwa ekonomi suatu organisasi kepada pihak yang berkepentingan. Perusahaan mengidentifikasi peristiwa ekonomi sesuai dengan kegiatan usahanya dan mencatat peristiwa tersebut untuk menyediakan catatan kegiatan keuangan. Pencatatan dilaksanakan secara sistematis, kronologis setiap peristiwa, dalam satuan mata uang. Akhirnya pada pengkomunikasian kumpulan informasi tersebut kepada pihak yang berkepentingan dalam bentuk laporan akuntansi atau dikenal dengan laporan keuangan.

### **2.1.2 Pengertian Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan. Akuntansi biaya mengukur dan melaporkan setiap informasi keuangan dan non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau pemanfaatan sumber daya dalam suatu organisasi. Akuntansi biaya memasukkan bagian-bagian akuntansi manajemen dan akuntansi keuangan tentang bagaimana informasi biaya dikumpulkan dan dianalisis. Akuntansi biaya lebih menakanankan pada pengendalian maupun penetapan biaya terutama yang berhubungan dengan biaya produksi. Selanjutnya akuntansi biaya membantu perusahaan dalam merencanakan dan pengawasan biaya pada aktivitas perusahaan.

Pengertian akuntansi biaya menurut (Nurlela, 2013) adalah bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur, dan pelaporan informasi biaya yang digunakan.

Menurut (Hartati, 2017) akuntansi biaya merupakan suatu bidang khusus, yaitu akuntansi yang bertujuan untuk mencatat, menghitung, menganalisis, mengawasi, dan melaporkan pada manajemen mengenai biaya-biaya yang terjadi selama proses produksi.

Dan menurut (Lestari, 2017) juga berpendapat bahwa akuntansi biaya tidak sekedar mendaftarkan angka-angka menjumlah, mengurutkan atau melacak, akan tetapi lebih dari sekedar itu saja. Didalam suatu perusahaan akuntansi biaya berperan sebagai pengambilan keputusan, mulai dari penyediaan informasi bagi perencanaan produk sampai dengan bagaimana perusahaan mengevaluasi keuksesan yang diperoleh.

Menurut (Mulyadi, 2010) yaitu akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa, dengan cara-cara tertentu, serta penafsiran terhadapnya.

Dan menurut (Siregar dkk, 2014) akuntansi biaya adalah proses pengukuran, penganalisaan, perhitungan dan pelaporan biaya, profitabilitas dan kinerja operasi untuk kepentingan internal perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi akuntansi biaya menurut para ahli maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah proses mencatat, menggolongkan, meringkas,, dan menyajikan informasi biaya, mulai dari informasi biaya, mulai dari proses pembuatan hingga penjualan barang atau jasa dengan cara-cara tertentu serta menyajikan berbagai informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Akuntansi biaya menghasilkan informasi untuk memenuhi berbagai macam tujuan yaitu untuk tujuan penentuan cost produksi, pengendalian biaya, tujuan pengambilan keputusan khusus dan untuk kepentingan internal perusahaan.

### **2.1.3 Peranan Akuntansi Biaya**

Akuntansi biaya memiliki peranan penting bagi internal perusahaan, Menurut (William, 2009) mengatakan bahwa akuntansi biaya memiliki peranan yaitu membuat dan melaksanakan rencana dan anggaran untuk beroperasi dalam kondisi ekonomi yang telah diprediksi sebelumnya, menetapkan metode perhitungan biaya, mengendalikan kuantitas fisik dari persediaan, menentukan biaya dan laba perusahaan untuk periode

akuntansi satu tahun atau periode yang lebih pendek, serta memilih diantara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang yang dapat mengubah pendapatan maupun biaya.

Menurut (Mulyadi, 2016) peranan akuntansi biaya adalah untuk memenuhi berbagai macam tujuan. Untuk tujuan menentukan harga pokok produksi, akuntansi biaya menyajikan biaya yang telah terjadi di masa lalu. Untuk tujuan pengendalian biaya, akuntansi biaya menyajikan informasi biaya yang diperkirakan akan terjadi dengan biaya yang sesungguhnya terjadi, kemudian menyajikan analisis terhadap penyimpangannya.

Menurut (Nurlela, 2013) mengemukakan bahwa akuntansi biaya memiliki peranan yaitu melakukan penyusunan anggaran dan prosedur perhitungan biaya, menetapkan metode dan perhitungan biaya, penentuan nilai persediaan, menghitung laba perusahaan untuk satu periode akuntansi, serta memiliki peran untuk memilih sistem dan prosedur dari alternatif yang terbaik untuk memperoleh pendapatan pengeluaran biaya.

Menurut (Siregar, baladric, bambang suripto, 2014) menyatakan peranan akuntansi biaya yaitu akuntansi biaya dapat membantu manajemen dalam melaksanakan fungsinya, pengumpulan, penyajian, dan penganalisaan informasi yang berhubungan dengan biaya dapat membantu manajemen dalam penyusunan anggaran, pengendalian, penentuan harga, penentuan laba, pemilihan alternatif untuk pengambilan keputusan, dan pengendalian biaya dalam lingkungan teknologi maju.

Sehingga definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya peranan akuntansi biaya adalah untuk mengumpulkan, menyajikan, dan menganalisis informasi biaya dan membantu manajemen dalam merencanakan dan melaksanakan anggaran, pengendalian biaya, dan pemilihan alternatif untuk pengambilan keputusan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

#### **2.1.4 Pengertian Biaya Dan Klasifikasi Biaya**

##### **1. Pengertian Biaya**

Pengertian Biaya menurut (William, 2009) adalah biaya sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat.

Sedangkan menurut (Lestari, 2017) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi perusahaan.

Menurut (Nurlela, 2013) biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang dikeluarkan perusahaan yang diukur dalam satuan yang telah terjadi maupun yang akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut (Mulyadi, 2010) biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Dan Menurut (Siregar dkk, 2014) yaitu cost adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang.

Berdasarkan pengertian diatas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dengan satuan uang, untuk memperoleh barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini maupun akan datang. Pengorbanan sumber ekonomis tersebut merupakan biaya historis dan biaya masa yang akan datang. Sedangkan dalam arti sempit biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva atau secara tidak langsung untuk memperoleh penghasilan disebut dengan harga pokok.

## 2. Klasifikasi Biaya

Ada berbagai cara menggolongkan biaya dalam akuntansi, penggolongan biaya yang berbeda dilakukan atas dasar tujuan yang berbeda. Penggolongan tersebut didasarkan atas prinsip dasar pengelolaan biaya: “ *different costs for different purposes*”. Bahkan ketika istilah biaya produk ( *product cost*)dipergunakan, maka komponen yang terkandung dalam biaya produk tersebut tergantung pada tujuan manajerial diinginkan.

Penggolongan dalam biaya praktek tercermin dalam laporan laba rugi perusahaan. Bagaimana perusahaan menggolongkan biaya – biaya dalam sebuah laporan laba rugi, tergantung pada tujuan dari pembuatan laporan itu sendiri atau kepada siapa itu ditujukan kepada pihak eksternal, maka ada ketentuan umum yang mungkin diatur pula secara khusus menurut standar Akuntansi Keuangan tertentu. Namun jika laporan ditujukan kepada manajemen, tidak ada keharusan untuk mengikuti standar tersebut, melainkan berdasarkan pada prinsip “ *different cost for different purposes*”. Secara umum, struktur laporan laba rugi perusahaan jasa mengandung tiga komponen utama yaitu, *overhead cost*, *biaya pemasaran* dan *biaya administrasi umum*.

Menurut (Salman, 2013) biaya terbagi menjadi dua macam yaitu :

1. Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi perusahaan yang didalamnya terdiri dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku termasuk juga didalamnya adalah biaya penolong. Biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah bahan baku menjadi produk selesai. Biaya overhead pabrik yaitu biaya-biaya yang tidak termasuk kedalam biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung akan tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk jadi yang siap dijual kepada pelanggan.

2. Biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang tidak berhubungan dengan proses didalam suatu perusahaan. Biaya produksi didalam suatu perusahaan. Biaya non operasional terdiri dari beberapa elemen yaitu biaya pemasaran dan biaya administratif.

Menurut (Mulyadi, 2010) mengklasifikasikan biaya dalam lima cara penggolongan biaya untuk memenuhi berbagai tujuan, yaitu :

- a. penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran.

Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran yang didasarkan nama objek pengeluaran ini cocok digunakan dalam organisasi yang masih kecil. Biasanya penggolongan ini bermanfaat untuk perencanaan perusahaan secara menyeluruh dan pada umumnya untuk kepentingan penyajian laporan pihak luar (eksternal).

- b. Penggolongan biaya atas dasar fungsi pokok dalam perusahaan.

Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan berarti biaya digolongkan berdasarkan fungsi-fungsi dimana biaya tersebut terjadi atau berhubungan. Adapun fungsi-fungsi pokok dalam perusahaan manufaktur adalah fungsi produksi, administrasi dan umum dan fungsi pemasaran oleh karena itu biaya-biaya dalam perusahaan manufaktur dapat digolongkan menjadi biaya produksi, biaya administrasi, dan umum dan biaya pemasaran.

Biaya produksi adalah biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi dibagi menjadi 3 elemen : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja disebut juga dengan prime cost, sedangkan biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik disebut juga dengan biaya konversi ( *Conversion Cost* ).

Dapat dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan biaya bahan baku adalah biaya yang membentuk bagian menyeluruh dari pada produk jadi dan biaya bahan baku adalah

harga pokok bahan baku tersebut diolah dalam proses produksi. Sedangkan biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang jasanya dapat diperhitungkan langsung dalam pembuatan produk tertentu. biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang dapat diidentifikasi secara langsung terhadap produk tertentu. adapun biaya overhead pabrik adalah semua biaya produksi, selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya ini bisa berupa dari biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja langsung. Biaya ini bisa berupa dari biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya produksi tak langsung lainnya.

Biaya administrasi dan umum dalam hal ini dimaksudkan sebagai biaya-biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan kegiatan-kegiatan yang tidak diidentifikasi dengan aktivitas produksi maupun pemasaran. Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan penyusunan kebijakan dan pengarahannya secara keseluruhan. Contoh dari biaya administrasi dan umum adalah gaji, direksi, biaya-biaya sumbang-sumbangan, gaji eksekutif, biaya telepon dan lain-lain.

Ada dua macam perlakuan terhadap biaya administrasi dan umum :

- a. Biaya administrasi dan umum dialokasikan kepada dua fungsi dalam pemasaran, yaitu fungsi produksi dan fungsi pemasaran. Hal ini dilakukan karena pada dasarnya biaya administrasi dan umum dikeluarkan untuk dua fungsi tersebut.
- b. Memisahkan biaya administrasi dan umum sebagai kelompok biaya tersendiri dan mengalokasikannya ke dalam fungsi produksi dan pemasaran.

Didalam prakteknya, terdapat kecenderungan untuk mengelompokkan biaya administrasi dan umum sebagai kelompok biaya sendiri, yang terpisah dari biaya produksi dan pemasaran. Pengendalian biaya administrasi dan umum dapat lebih mudah dilakukan, jika biaya tersebut dikelompokkan dan disajikan secara terpisah.

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam hubungannya dengan usaha untuk memperoleh pesanan dan memenuhi pesanan. Sehingga untuk memperoleh pesanan, perusahaan mengeluarkan biaya-biaya untuk menarik minat pembeli dengan cara mengadakan promosi penjualan, advertensi dan lain-lain. Sedangkan untuk memenuhi pesanan perusahaan mengeluarkan biaya-biaya angkut, biaya asuransi dan lain-lain agar produk perusahaan sampai ketangan pemesan. Biaya pemasaran dan biaya administrasi umum disebut juga dengan istilah biaya komersial.

c. Penggolongan biaya atas dasar hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Penggolongan biaya atas dasar hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai berkaitan dengan produk yang dihasilkan. Jika perusahaan mengolah bahan baku menjadi produk jadi, maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa produk, sedangkan jika perusahaan menghasilkan jasa maka sesuatu yang dibiayai adalah berupa penyerahan jasa tersebut. Dalam hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu biaya langsung dan biaya tidak langsung. Biaya langsung adalah biaya yang terjadi yang penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tidak ada maka biaya langsung tidak akan terjadi. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Perbedaan biaya langsung dan biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk sangat diperlukan apabila perusahaan menghasilkan lebih dari satu jenis produk dan manajemen menghendaki penentuan harga pokok perjenis produk dan manajemen menghendaki penentuan harga pokok perjenis tersebut jika perusahaan hanya memproduksi satu jenis produk saja ( seperti perusahaan semen, perusahaan gula), maka semua jenis biaya produksi

merupakan biaya langsung, sehingga didalam perusahaan tersebut tidak memerlukan adanya biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk.

d. Penggolongan biaya sesuai perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

Penggolongan biaya menurut perilakunya adalah pembagian biaya yang terdiri dari biaya variabel, biaya semi variabel, dan biaya tetap. Pengertian biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatannya. Sedangkan biaya semi variabel adalah biaya jumlah totalnya tetap dalam kisaran volume kegiatan tertentu, dan biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah atau tidak ditentukan oleh volume produksi pada periode tertentu.

Dalam hubungannya perubahan volume kegiatan dapat digolongkan menjadi 4 yaitu :

1. Biaya Tetap ( *Fixed Cost* )

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlah totalnya tetap konsisten tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan sampai dengan tingkat tertentu.

2. Biaya Semifixed

Biaya semifixed adalah biaya tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produk tertentu.

3. Biaya Variabel ( *Variabel Cost* )

Biaya variabel merupakan biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (proporsional) dengan perubahan kegiatan.

4. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel merupakan biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan.

e. Penggolongan atas dasar jangka waktu manfaatnya.

Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya berkaitan dengan pelaporan keuangan. Misalnya perhitungan laba atau rugi suatu perusahaan dilakukan dengan cara mempertemukan penghasilan yang diperoleh dalam satu periode akuntansi tertentu dengan biaya yang terjadi didalam periode yang sama. Agar perhitungan laba atau rugi dan penentuan harga jual pokok produk dapat dihasilkan secara teliti, maka biaya-biaya dapat digolongkan dalam hubungannya dengan pembebanan kedalam periode akuntansi tertentu. atas dasar waktu, biaya dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu :

1. Pengeluaran modal ( *capital expenditure* )

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

2. Pengeluaran Penghasilan

Pengeluaran penghasilan adalah biaya-biaya yang hanya bermanfaat didalam periode akuntansi dimana biaya tersebut terjadi. Contoh dari pengeluaran penghasilan adalah biaya pemeliharaan mesin, biaya telepon, biaya komisi penjualan.

### **2.1.5 Pengertian Harga Jual**

Harga adalah suatu unit yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang. Harga merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk membedakan penawarannya dari pesaing. Harga jual juga salah satu penentu utama pilihan pembeli.

Menurut (Samryn, 2012) harga merupakan salah satu jenis informasi penting yang diterima pelanggan tentang suatu produk.

Menurut (Kotler dan Keller, 2012) harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.

Menurut (Effendi, 2010) adalah merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan dan merupakan unsur bauran pemasaran bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

Menurut (Saladin, 2011) harga adalah komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya tidak menghasilkan pendapatan.

Dan menurut (Swastha, 2010) harga merupakan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengonsumsiannya, penggunaan, atau kepemilikan barang atau jasa.

Dari sejumlah definisi harga di atas dapat diambil kesimpulan bahwa harga merupakan suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam ukuran moneter. Dari sudut pandang produsen harga merupakan pengembalian nilai produk atau jasa atas pengorbanan yang dikeluarkan untuk menghasilkan laba. Sedangkan dari sudut pandang konsumen harga merupakan sejumlah uang atau nilai yang harus dibayarkan sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapatkan oleh konsumen tersebut.

#### **2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual**

Menurut (Samryn, 2012) dalam buku akuntansinya manajemen bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual dapat berasal dari luar dan dari perusahaan. Faktor utama dari luar termasuk pelanggan dan pesaing, faktor pelanggan menjadi sangat penting karena merupakan sumber perolehan pendapatan utama bagi sebuah perusahaan. Faktor lain dari perusahaan, termasuk faktor luar dari perusahaan yang harus mempertimbangkan adalah target pasar, tingkat persaingan, heterogenitas produk, dan elastisitas harga beserta seluruh faktor yang mempengaruhinya. Faktor non ekonomi seperti peraturan perundang – undangan

yang relevan. Faktor – faktor internal perusahaan yang mempengaruhi kebijakan penetapan harga jual meliputi:

a. laba yang diinginkan

dalam kaitannya dengan jumlah laba, penetapan harus mempertimbangkan kecukupan modal, kebutuhan akan laba untuk membayar deviden, dan kebutuhan laba untuk ekspansi dari hasil penjualan tersebut, serta tren penjualan yang diinginkan.

b. Faktor produk

Faktor ini mencakup realistanya volume penjualan yang direncanakan, diskriminasi harga, ketersediaan kapasitas menganggur, kelayakan untuk mengenakan tingkat harga yang diinginkan, kaitan harga dengan daur hidup produk.

c. Faktor biaya

Faktor ini merupakan unsur sepenuhnya kuantitatif dan mudah terukur. Biaya-biaya yang harus diperhitungkan meliputi semua biaya periodik yang berkaitan dengan kegiatan operasi, investasi, dan pendanaan perusahaan.

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan harga jual dari suatu barang atau jasa yang diproduksi, yaitu :

1. Faktor biaya

faktor biaya merupakan dasar dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Biaya dapat langsung didefinisikan kepada produk atau jasa yang dihasilkan karena faktor yang berasal dari dalam perusahaan. Biaya dapat memberikan informasi batas bawah suatu harga yang harus ditentukan oleh perusahaan atas suatu produk atau jasa. Batas bawah harga tersebut haruslah harga yang dapat menutupi seluruh biaya produksi walaupun perolehan laba yang minimal.

2. Faktor bukan biaya

Faktor bukan biaya merupakan faktor yang berasal dari luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan manajemen dalam menentukan harga jual produk atau jasa. Faktor ini tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh perusahaan karena faktor tersebut merupakan kegiatan yang bersifat timbal balik antara perusahaan dengan pasar.

Berikut faktor-faktor tersebut antara lain :

- a. keadaan perekonomian, perubahan kondisi perekonomian suatu negara seperti perubahan inflasi dan deflasi dapat mempengaruhi harga suatu barang atau jasa yang diperjual-belikan di masyarakat.
- b. Permintaan dan penawaran pasar, permintaan merupakan jumlah barang atau jasa yang diinginkan oleh konsumen dipasar pada tingkat harga beli tertentu, sedangkan penawaran adalah total barang atau jasa yang ditawarkan oleh produsen di pasar pada tingkat harga jual tertentu. Oleh karena itu, permintaan konsumen terhadap terhadap suatu barang atau jasa harus dipertemukan dengan penawaran pasar sehingga terbentuk suatu harga keseimbangan di mana harga tersebut merupakan harga jual yang diinginkan perusahaan dan juga merupakan harga yang sesuai dengan permintaan konsumen.
- c. Elastis permintaan, elastis permintaan adalah kepekaan perubahan permintaan akan barang atau jasa terhadap perubahan harga. Elastisitas ini membantu manajer untuk memahami apakah suatu bentuk permintaan itu elastis atau inelastis. Elastis berarti perubahan sekian persen pada harga menyebabkan perubahan persentase permintaan yang lebih besar, sedangkan inelastis berarti perubahan sekian persen pada harga secara relatif sedikit mengubah persentase permintaan.
- d. Tipe pasar, ada empat jenis struktur pasar yaitu pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, dan monopoli, pasar- pasar ini memiliki perbedaan dalam jumlah pembeli dan penjual, tingkat keunikan produk atau jasa yang dihasilkan,

seberapa besar rintangan untuk memasuki pasar, dan biaya khusus yang harus dikeluarkan.

- e. Pengawasan pemerintah, pengawasan pemerintah biasanya dilakukan untuk mengontrol besaran harga barang atau jasa yang beredar dimasyarakat agar tetap sesuai dengan keinginan perusahaan dan kemampuan masyarakat, citra atau kesan masyarakat, semakin tinggi citra suatu produk di masyarakat akan menyebabkan produsen menetapkan harga jual yang tinggi.
- f. Tanggung jawab sosial perusahaan, penentuan harga jual barang atau jasa suatu perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh rasa tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Hal ini dikarenakan tujuan yang didirikannya perusahaan bukan hanya untuk mencari laba tetapi juga untuk melayani atau memenuhi kebutuhan masyarakat.
- g. Tujuan non laba (nirlaba), pada organisasi non laba (nirlaba), laba bukan merupakan tujuan utama berdirinya organisasi tersebut tetapi bertujuan untuk melayani masyarakat agar tingkat kehidupannya lebih sejahtera. Pada umumnya produk yang dihasilkan perusahaan non laba berupa jasa harga jual produknya ditentukan sama dengan total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan produk tersebut.

Menurut (Keller, 2009) dalam keputusan penetapan harga sebuah perusahaan dipengaruhi baik dari faktor internal maupun dari faktor eksternal, yaitu :

1. Faktor Internal Perusahaan

a. tujuan pemasaran perusahaan

semakin jelas tujuan suatu perusahaan, semakin mudah pula perusahaan tersebut dalam menetapkan harganya. Tujuan tersebut dapat berupa maksimalisasi keuntungan masa sekarang, untuk kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, dan meraih kepemimpinan dalam hal kualitas produk, dan lain-lain.

#### b. Strategi Bauran Pemasaran

Harga merupakan salah satu alat bauran yang digunakan perusahaan dalam mencapai tujuan pemasarannya. Perusahaan juga seringkali menempatkan produk mereka melalui harga, dimana harga dalam hal ini menjadi faktor yang menentukan pasaran prosduk, persaingan, dan rancangan produk.

#### c. Biaya

Biaya menjadi dasar harga yang dapat ditetapkan perusahaan terhadap produknya agar tidak mengalami kerugian.

#### d. Pertimbangan Organisasi

Perusahaan – perusahaan menetapkan harga dengan berbagai cara. Dalam perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak, dan bukan oleh departemen pemasaran dan penjualan. Dalam perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh manajer-manajer divisi ataupun lini produk

### 2. Faktor Eksternal Perusahaan

#### a. Pasar dan permintaan

Sebelum menetapkan harga. Seorang pemasar harus memahami hubungan antara harga dengan pasar dan permintaan atas produknya. Apakah pasar tersebut termasuk ke dalam pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopolistik, maupun monopoli murni.

### 3. Faktor Eksternal Lainnya

Ketika menetapkan harga, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor – faktor lain diluar perusahaan. Keadaan ekonomi dapat mempengaruhi penetapan harga. Faktor – faktor ekonomi seperti inflasi, atau tingkat bunga dapat mempengaruhi keputusan penetapan harga, karena dapat mempengaruhi baik biaya produksi maupun persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk.

### 2.1.7 Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut (Keller, 2009) menyatakan bahwa tujuan penetapan harga jual yaitu :

a. Kelangsungan hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya. Dalam menetapkan harga perusahaan berprinsip selama harga dapat menutupi biaya variabel dan biaya tetap, maka perusahaan dapat terus berjalan

b. Laba sekarang maksimum

Banyak perusahaan yang mencoba untuk menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba sekarang. Mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berkaitan dengan alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba sekarang pengembalian maksimum.

c. Pendapatan sekarang maksimum

Perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan penjualan. Maksimasi pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa maksimasi pendapatan akan menghasilkan maksimasi laba jangka dan pertumbuhan pangsa pasar.

d. Pertumbuhan penjualan maksimum

Perusahaan ingin memaksimalkan unit penjualan. Dengan penjualan yang lebih tinggi diharapkan biaya per-unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Perusahaan menetapkan harga terendah dengan konsumsi bahwa pasar peka terhadap harga.

e. Skimming pasar maksimum

Perusahaan menetapkan harga tinggi untuk men-skim pasar perusahaan menetapkan harga yang layak bagi beberapa segmen pasar untuk menerima

produk tersebut dengan cara ini perusahaan kan memperoleh pendapatan maksimum dari berbagai segmen pasar. Skimming pasar hanya mungkin dalam kondisi-kondisi berikut :

1. Sejumlah pembeli yang memadai memiliki permintaan sekarang yang tinggi
2. Biaya perunit untuk memproduksi volume kecil tidak demikian tinggi sehingga dapat menghilangkan keuntungan dari penetapan harga maksimal yang dapat diserap pasar.
3. Harga yang tinggi menyatakan citra produk ungu. Perusahaan mungkin mengharapkan untuk menjadi pemimpin dalam kualitas produk di pasar. Perusahaan memproduksi produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi.

### **2.1.8 Metode Penentuan Harga Jual**

Sedangkan menurut (Mulyadi, 2010) empat metode penentuan harga jual dalam keadaan normal ( *Cost Plus Pricing* ) , penentuan harga jual dalam *cost Type contact*, dan penentuan harga jual oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintah.

Dan menurut (Swastha, 2010) menyatakan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu :

#### **a. Cost Plus Pricing Method**

Penentuan harga jual cost plus pricing, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat diidentifikasi sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam menghitung cost plus pricing, digunakan rumus :

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + \text{Margin}$$

#### **b. Mark Up Pricing Method**

Mark up pricing banyak digunakan oleh seorang pedagang. Parag pedagang akan menentukan harga jual nya dengan cara menambahkan mark up yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang.

Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus :

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark Up}$$

c. Penentuan oleh produsen

Dalam metode ini, harga yang ditetapkan oleh perusahaan adalah awal dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan – perusahaan lain dalam saluran distribusi. Karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang peranan penting dalam menentukan harga akhir barang. Dalam menentukan harga jualnya, produsen dapat berorientasi pada biaya. Proses penetapan harga dimulai dengan mnghitung biaya per unit barang yang dihasilkan. Kemudian menambahkan sejumlah mark up tertentu. Produsen menggunakan rumus yaitu yang mereka anggap cocok bagi mereka, tentunya berdasarkan pengamatan atas produk yang dihasilkan. Setiap produk mempunyai pola biaya yang berbeda satu sama lainnya.

### **2.1.9 Metode Cost Plus Pricing**

Menurut (Garrison, 2010) menyatakan bahwa cost plus pricing adalah proses penentuan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi perunitt, memutuskan berapa laba yang diinginkan, kemudian menentukan harga jual.

Dalam metode ini, penjual atau produsen menetapkan harga jual untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya perunit ditambah dengan suatu jumlah untuk menutup laba yang diinginkan. Dalam pengertian yang lebih ringkas bisa dikatakan bahwa cost plus pricing ini adalah metode penetapan harga jual produk dengan cara menambahkan biaya total produksi dengan nilai marjinnya.

Adapun formula dari metode cost plus pricing adalah sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

Menurut (Mulyadi, 2010) taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan pendekatan yaitu pendekatan *full costing* , taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur seperti dibawah ini :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
<u>Biaya overhead pabrik (variable + tetap)</u>	<u>xxx</u>
Taksiran total biaya produksi	xxx
Biaya administrasi dan umum	xxx
<u>Biaya pemasaran</u>	<u>xxx</u>
<u>Taksiran biaya komersial</u>	<u>xxx</u>
<b>Taksiran biaya penuh</b>	<u>xxx</u>

Dalam Penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan oleh volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan markup, (Mulyadi, 2010)

Menurut (Mulyadi, 2010) perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut :

Harga jual per unit = biaya yang berhubungan langsung dengan volume (perunit + Persentase markup)

$$\text{Persentase Mark up} = \frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak langsung}}{\text{volume}}$$

Biaya yang diperlukan langsung oleh volume produksi

## 2.2 Kerangka Pemikiran

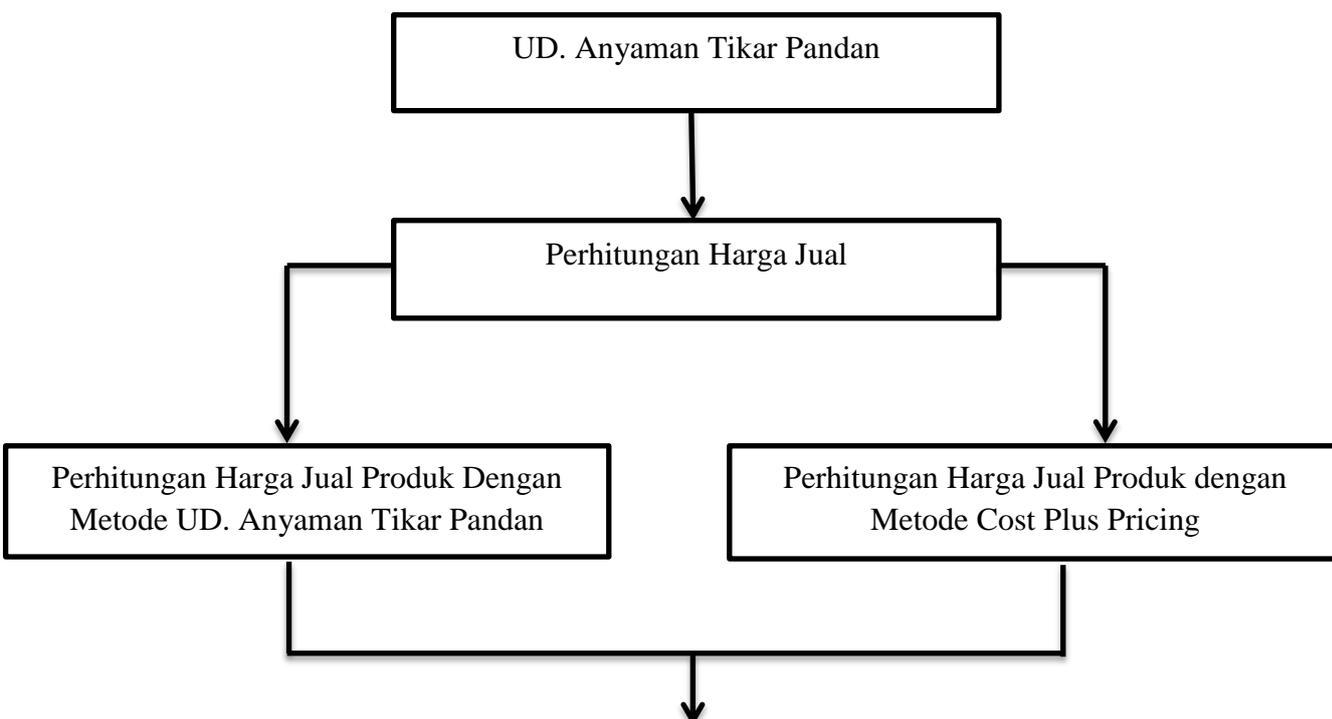
Ada tiga faktor pengaruh utama pada keputusan penentuan harga yaitu pelanggan, pesaing, dan biaya. Pelanggan mempengaruhi harga melalui pengaruh mereka pada permintaan atas suatu produk atau jasa. Perusahaan harus selalu menguji keputusan penentuan harga melalui para pelanggan mereka. Harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan pelanggan menolak produk suatu perusahaan dan memilih produk pengganti atau yang bersaing.

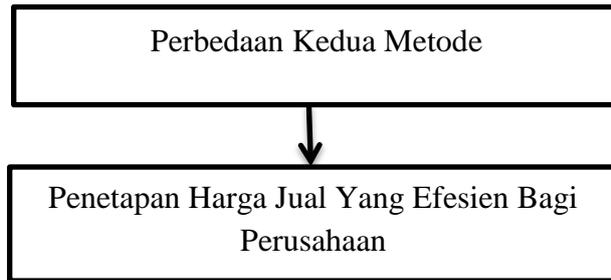
Perusahaan harus selalu menyadari tindakan dari para pesaingnya. Pada satu sisi, produk alternatif atau produk pengganti competitor dapat mempengaruhi permintaan dan memaksa sebuah perusahaan untuk menurunkan harganya. Disisi lainnya, sebuah perusahaan yang tidak memiliki pesaing dapat menetapkan harga yang lebih tinggi. Para manajer yang memahami biaya produksi suatu produk perusahaan mereka menetapkan harga produk itu menarik bagi pelanggan yang dapat memaksimalkan operasi perusahaan mereka.

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat dibuat kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 2.2

Kerangka pemikiran





(Sumber : Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan, 2018)

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penentuan harga jual produk dengan menggunakan analisis *cost plus pricing*, yaitu :

- a. (Kondoy, Ilat and Pontoh, 2015) dengan judul Penerapan Cost Plus Pricing dalam Keputusan Penetapan Harga Jual Untuk Pesanan Khusus Pada UD. Dewa Bakery Manado. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui cara penetapan harga jual pada UD. Dewa Bakery dengan harga jual menurut metode harga biaya cost plus pricing. Hasil penelitian ini menunjukkan manajemen belum menerapkan analisis harga biaya plus dalam menghitung harga jual untuk pesanan khusus. Harga jual dengan metode yang telah digunakan perusahaan sebelumnya. Manajemen UD dewa bakery sebaiknya mulai menerapkan metode harga biaya plus dengan menggunakan pendekatan biaya variable dalam menghitung harga jual sehingga harga jual yang dicapai perusahaan dapat bersaing dengan produk sejenis yang ada di pasar
- b. (Wauran, 2016) dengan judul 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. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan harga jual yang saat ini berlaku dengan harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode cost plus pricing. Harga jual saat ini diberlakukan tidak dapat menutupi besarnya tingkat laba yang diharapkan, dengan adanya pembukuan yang memadai pemilik dapat melakukan perhitungan yang akurat

terhadap biaya – biaya yang dikeluarkan sehingga dapat menekan jumlah biaya yang ada yang tujuannya untuk memperoleh laba sebagaimana yang diharapkan. Sebaiknya menggunakan cost plus pricing method dalam menentukan harga jual agar semua klasifikasi biaya diidentifikasi dan dapat dihitung sehingga harga jual yang ditetapkan dapat lebih akurat.

- c. (Reza Woran, 2014) dengan judul Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada UD. Vanela. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perusahaan menentukan harga jual produk dengan menggunakan metode cost plus pricing pada UD. Vanela dalam penganalisaan data digunakan metode metode deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan UD.Vanela menetapkan harga jual produknya masih yang tradisional. Perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh perusahaan biasanya tidak dihitung secara rinci melainkan beberapa biaya dihitung berdasarkan biaya yang diestimasi, harga jual produk dengan menggunakan metode ini lebih rendah dibandingkan dengan penetapan harga jual produk menurut UD. Vanela. Perusahaan sebaiknya menggunakan metode cost plus pricing dalam mengidentifikasi biaya-biaya produksi dan menghitung harga jual produk sehingga harga harga jual produk yang dicapai dapat bersaing dengan kompetitor yang memiliki usaha sejenis.
- d. (Li *et al.*, 2015) Layanan Transportasi Barang Antar moda Harga Strategi Biaya-Plus-Harga. Makalah ini menyelidiki masalah harga layanan transportasi yang dihadapi oleh operator angkutan barang antar moda dengan kapasitas angkutan tetap dalam satu moda jaringan transportasi barang. Kami pertama kali menyajikan pengiriman antar moda yang optimal perencanaan transportasimodel menunjukkan total biaya transportasi. Model ini menangkap modalitas mengubah fenomena, persyaratan waktu jatuh tempo, dan kemungkinan untuk melakukan subkontrak

tuntutan transportasi. Strategi biaya-plus-harga diusulkan untuk ditentukan harga layanan sebagai jumlah dari biaya operasional dan margin keuntungan yang ditargetkan operator transportasi dalam skenario transportasi yang berbeda, mis., mengangkut sendiri, subkontrak, dan kombinasi keduanya. Untuk permintaan transportasi referensi ditentukan oleh pelanggan, daftar paket layanan dengan tenggat waktu berbeda, permintaan ukuran, dan harga layanan yang ditentukan akan ditawarkan kepada pelanggan. Berdasarkan urgensi pengiriman peti kemas dan harga layanan yang berbeda paket, pelanggan akan membuat keputusan seleksi akhir. Studi kasus adalah diberikan untuk menggambarkan model perencanaan dan strategi penetapan harga yang kami usulkan

- e. (Guerreiro, Cornachione Jr. and Kassai, 2012) Menentukan 'Plus' Dalam Harga Biaya Tambahan A Time- Manajemen Berbasis. Pendekatan Penelitian ini berfokus pada metode untuk menentukan margin kontribusi dalam cost plus harga (CPP). Asumsi kuncinya adalah itu, di perusahaan manufaktur, penggunaannya dari margin kontribusi per jam dalam penetapan harga dan analisis profitabilitas menjadi lebih kuat kepatuhan terhadap tujuan mengoptimalkan global pendapatan dari kontribusi persentase pendekatan margin. Tiga pendekatan metodologis yang berbeda diadopsi dalam penelitian ini: (a) review literatur yang relevan untuk penetapan harga, (b) tindakan penelitian (studi kasus tunggal di a perusahaan manufaktur bertujuan memahami kompleksitas lingkungan harga) dan (c) refleksi kritis untuk membentuk proposal konseptual. Temuan menunjukkan bahwa model penetapan harga didasarkan pada margin kontribusi per jam penawaran kepatuhan yang lebih kuat untuk mengoptimalkan global penghasilan jika dibandingkan dengan margin kontribusi dalam bentuk persentase. Bukti dari Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan yang penting dalam literatur harga.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian dengan data kuantitatif yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan.

Menurut (Arikunto, 2013) dalam bukunya menjelaskan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Peneliti tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Peneliti hanya memotret apa yang terjadi dalam bentuk laporan penelitian secara lugas, seperti apa adanya.

Menurut (Sugiyono, 2010) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dimana peneliti bertujuan mengetahui perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* di UD. Anyaman tikar pandan, membandingkan hasil perhitungan menurut teori pada penelitian yang didapat dan diperhitungkan yang diterapkan perusahaan itu sendiri. Dari perbandingan tersebut dapat diketahui apakah terdapat selisih harga yang signifikan antara masing – masing metode yang digunakan dalam proses penetapan harga jual.

## **3.2 Jenis Data**

### **3.2.1 Data Primer**

Menurut (Sugiyono, 2016) Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer berupa hasil catatan hasil wawancara dan hasil pengamatan langsung dilapangan yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna.

### **3.2.2 Data Sekunder**

Menurut (Sugiyono, 2016) Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini sumber data sekunder digunakan untuk mendukung informasi yang didapatkan dari sumber data primer yaitu dari penelitian terdahulu, buku, laporan-laporan kegiatan yang diadakan oleh Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna.

## **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan jembatan yang menghubungkan penelitian dengan fenomena sosial yang ditelitinya. Maupun metode yang dipilih peneliti dapat mengumpulkan berbagai data yang diperlukan guna menjawab pertanyaan yang ada.

### **1. Observasi**

Observasi merupakan proses aktivitas yang dipengaruhi oleh ekspresi pribadi, pengalaman, pengetahuan, perasaan, nilai-nilai, harapan, dan tujuan observasi. Observasi dilakukan oleh peneliti secara langsung di lokasi penelitian dengan menggunakan indera penglihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan.

### **2. Wawancara**

Menurut (Sugiyono, 2009) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila penelitian ingin studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Dalam hal ini Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pihak terkait yaitu pemilik UD. Anyaman Tikar Pandan dengan mengajukan pertanyaan mengenai harga pokok produksi Anyaman Pandan.

### 3. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2009) pengertian metode dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen yang merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dalam metode ini peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan harga pokok produksi untuk memperoleh pengetahuan dan landasan teori dari berbagai literature, referensi dan hasil penelitian yang berhubungan dengan objek penelitian.

### 3.4 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif yang digunakan adalah perhitungan harga jual dengan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan full costing. Metode ini melewati tahap – tahap sebagai berikut :

- a. Mendeskripsikan langkah-langkah penentuan harga jual per unit yang diterapkan Usaha Dagang Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna.
- b. Mengklasifikasikan Biaya-biaya yaitu BBB, BTK, dan BOP
- c. Menghitung harga pokok produksi menggunakan metode Full Costing
  - BBB : Rp xxx
  - BTKL : Rp xxx
  - BOP Tetap : Rp xxx

➤ BOP Variabel : Rp xxx

Hpp Rp xxx

d. Melakukan perhitungan penetapan Harga Jual dengan metode Cost Plus Pricing

Harga Jual = Biaya Total + Biaya Mark up

Biaya Total = Biaya Produksi + biaya non produksi

Harga Jual produk perunit =  $\frac{\text{Total biaya produksi} + \text{Mark up}}{\text{Volume produksi}}$

e. Membandingkan harga yang menerapkan metode Cost Plus Pricing dengan harga yang diterapkan di UD. Anyaman Tikar Pandan apakah terdapat efisiensi biaya.

f. Mengambil kesimpulan dari analisis menggunakan metode Cost Plus Pricing di UD. Anyaman Tikar Pandan Serasan Kabupaten Natuna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto (2013) *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu swastha (2014) *manajemen pemasaran modern*. 10th edn. yogyakarta: liberty.
- Effendi, D. (2010) *transformasi strategi pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo.
- Garrison, ray H. dan E. W. norrean (2010) *akuntansi manajemen*. jakarta: Salemba Empat.
- Garrison, R. H. dan N. (2014) *Akuntansi Biaya , suatu pendekatan Manajerial*. empat. Bandung: salemba Empat.
- Guerreiro, R., Cornachione Jr., E. B. and Kassai, C. R. (2012) ‘Determining The “Plus” In Cost-Plus Pricing: A TimeBased Management Approach’, *Journal of Applied Management Accounting Research*, 10(1), pp. 1–16.
- hans kartikahadi (2016) *akunatansi keuangan SAK berbasis IFRS*. Jakarta.
- Hartati, N. (2017) *Akuntansi Biaya*. bandung: CV. Pustaka Setia.
- Keller, kotler dan (2009) *Manajemen pemasaran*. jakarta: Erlangga.
- Kondoy, I. M., Ilat, V. and Pontoh, W. (2015) ‘Penerapan Cost Plus Pricing dalam Keputusan Penetapan Harga Jual untuk Pesanan Khusus pada UD. Dewa Bakery Manado’, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(03), pp. 141–151.
- Kotler dan keller (2012) *manajemen pemasaran*. 12th edn. Jakarta: Erlangga.
- Lasena, S. rahmi (2013) *penentuan harga pokok produksi*. 14th edn. jakarta: salemba.
- Lestari, W. (2017) *Akuntansi Biaya dalam perspektif manajerial*. Yogyakarta: PT. Rajagrafindo persada.

Li, L. *et al.* (2015) 'Pricing intermodal freight transport services: A cost-plus-pricing strategy', *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 9335, pp. 541–556. doi: 10.1007/978-3-319-24264-4\_37.

Mulyadi (2010) *Akuntansi manajemen*. ketiga. jakarta: Salemba Empat.

Mulyadi (2016) *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat.

Nurlela, bastian bustami (2013) *akuntansi biaya*. 4th edn. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Rizal effendi (2013) *Prinsip-prinsip Akuntansi Berbasis SAK ETAP*. revisi. Jakarta: PT Rajagrafindo.

Rudianto (2012) *pengantar akuntansi*. kesatu. jakarta: Erlangga.

Saladin, D. (2011) *Intisari pemasaran dan unsur-unsur pemasaran*. keempat. Bandung.

Salman (2013) *akuntansi manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.

Samryn, L. . (2012) *Akuntansi Manajemen*. jakarta: PT. Rajagrafindo persada.

Siregar,baladric, bambang suripto, dodo hapsori (2014) *akuntansi biaya*. 2nd edn. jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono (2009) *Metode Penelitian*. 14th edn. Jakarta: salemba Empat.

Sugiyono (2010) *metode penelitian kualitatif,kuantitatif dan R & D*. Bandung: PT Alfabeta.

Sugiyono (2016) *metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R & D*. Bandung: PT Alfabeta.

Swastha, B. (2010) *manajemen penjualan*. yogyakarta.

Thomas sumarsan (2011) *Sistem pengendalian manajemen*. jakarta: PT. Indeks.

warren et al (2009) *pengantar akuntansi*. Jakarta: salemba Empat.

Wauran, D. (2016) ‘Analisis Penentuan Harga Pokok Produk dan Penetapan Cost Plus Pricing Method dalam Rangka Penetapan Harga Jual pada Rumah Makan Soto Rusuk Ko’ Petrus Cabang Megamas’, *Jurnal EMBA*, 4(2), pp. 652–661.

William, C. K. (2009) *akuntansi biaya*. 14th edn. Jakarta: Salemba Empat.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Kartini

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : Serasan, 06 Juni 1996

Status : Belum Menikah

Agama : Islam

Email : iphoneneett@gmail.com

Alamat : Jl. Lembah Purnama No 7

Pekerjaan : Belum Bekerja

Pendidikan : - SD : Negeri 001 Serasan Kabupaten Natuna  
- SMP : Negeri 001 Serasan Kabupaten Natuna  
- SMK : Negeri Kelautan dan Perikanan Natuna  
- S1 : STIE Pembangunan Tanjungpinang