

**ANALISIS PERBANDINGAN PENETAPAN HARGA JUAL
DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* DAN METODE
TINGKAT PENGEMBALIAN ATAS MODAL YANG
DIGUNAKAN PADA UD KIM KUI DI KIJANG**

SKRIPSI

OLEH

Nama : EGI INDRI PRATIWI

NIM : 14622041



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

2020

**ANALISIS PERBANDINGAN PENETAPAN HARGA JUAL
DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* DAN METODE
TINGKAT PENGEMBALIAN ATAS MODAL YANG
DIGUNAKAN PADA UD KIM KUI DI KIJANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kijang (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

OLEH

NAMA : EGI INDRI PRATIWI

NIM : 14622041



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

2020

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PERBANDINGAN PENETAPAN HARGA JUAL
DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* DAN
METODE TINGKAT PENGEMBALIAN ATAS MODAL YANG
DIGUNAKAN PADA UD KIM KUI DI KIJANG**

Diajukan Kepada :

Panitia Komisi Ujian

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan

Tanjungpinang

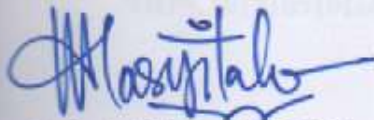
Oleh

EGI INDRI PRATIWI

NIM : 14622041

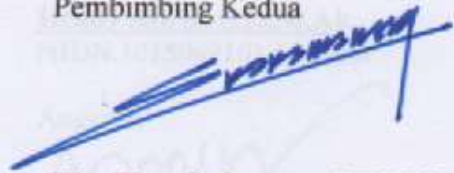
Menyetujui :

Pembimbing Pertama



Masvifah As Sahara, S.E., M.Si
NIDN. 1010109101/ Asisten Ahli

Pembimbing Kedua



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

Mengetahui :

Ketua Program Studi,



Hendy Satria, S.E., M.Ak.
NIDN.1015069101/ Lektor

Skripsi Berjudul:

ANALISIS PERBANDINGAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* DAN METODE TINGKAT PEGEMBALAN ATAS MODAL YANG DIGUNAKAN PADA UD KIM KUI DI KIJANG

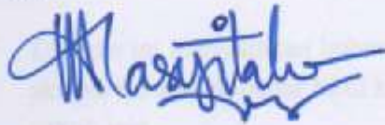
Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

EGI INDRI PRATIWI
NIM : 14622041

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Dua Puluh Sembilan Bulan Agustus Tahun Dua Ribu Delapan Belas dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Di Terima

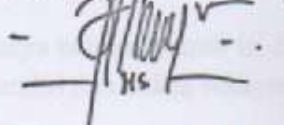
Panitia Komisi Ujian

Ketua,



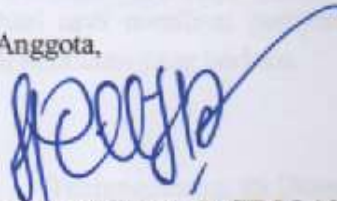
M asvifah As Sahara,SE,M.Si
NIDN. 1010109101/Asisten Ahli

Sekretaris



Hendy Satria, S.E.,M.Ak
NIDN.1015069101 / Lektor

Anggota,



Rachmad Chartady,SE,M.Ak
NIDN. 1021039101/ Asisten Ahli

Tanjungpinang, 20 Januari 2020
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang
Ketua,



Charly Marlinda, SE.,M.Ak,Ak.CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Egi Indri Pratiwi
NIM : 14622041
Tahun Angkatan : 2014
Indkes Prestasi Kumulatif : 3.10
Program Studi / Jenjang : Akuntansi / Strata 1
Judul Skripsi : Analisis Perbandingan Penetapan Harga Jual
Dengan Metode Cost Plus Pricing dan Metode
Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang
Digunakan Pada UD KIM KUI di Kijang

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

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

Tanjungpinang, 06 Desember 2020

Penyusun,

Egi Indri Pratiwi

NIM 14622041

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak lupa pula shalawat beriring salam tercurahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju ke zaman yang terang benderang. Melalui Karya Sederhana ini saya persembahkan untuk Keluarga Tercinta saya, terutama

Ayah dan Ibu:

Nur Asikin dan Puji Rahayu

Terima kasih atas doa, dukungan, bimbingan, dan perhatian yang telah diberikan kepada saya selama ini. Semoga dengan skripsi yang saya persembahkan ini dapat membuat orang tua dan saudara-saudara saya bangga

“MOTTO”

*”Allah tidak membebani seseorang melainkan dengan
kesanggupannya”*

(Q.S. Al-Baqarah : 286)

*“Tuliskan Rencana Kita dengan sebuah pensil, tanpa berikan
penghapusnya kepada Allah. Izinkan Dia menghapus bagian-bagian
yang salah dan menggantikan dengan rencana-Nya yang indah di
dalam hidup kita, karena Allah selalu tahu apa yang kita butuhkan,
bukan apa yang kita minta, dan Allah tidak henti-hentinya memenuhi
kebutuhan seseorang, selama ini memenuhi kebutuhan saudaranya”*

(HR. Thabrani)

“Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil tapi

berushalah menjadi manusia yang berguna”

(Einstein)

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Egi Indri Pratiwi
NIM : 14622041
Tahun Angkatan : 2014
Indkes Prestasi Kumulatif : 3.23
Program Studi / Jenjang : Akuntansi / Strata 1
Judul Skripsi : Analisis Perbandingan Penetapan Harga Jual
Dengan Metode Cost Plus Pricing dan Metode
Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang
Digunakan Pada UD KIM KUI di Kijang

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

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

Tanjungpinang, 06 Desember 2020

Penyusun,

Egi Indri Pratiwi

NIM 14622041

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak lupa pula shalawat beriring salam tercurahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju ke zaman yang terang benderang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PERBANDINGAN PENETAPAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* DAN METODE TINGKAT PENGEMBALIAN ATAS MODAL YANG DIGUNAKAN PADA UD KIM KUI DI KIJANG” ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata Satu pada Program Studi Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Dalam Proses penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang selalu mendukung. Maka dengan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Ibu Charly Marlinda, SE.,M.Ak.,Ak.,CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, SE.M.Si.Ak.CA Selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
3. Ibu Sri Kurnia, SE.,Ak.,M.Si.,CA Selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

4. Bapak Imran Ilyas, MM Selaku Plt.Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria, SE.M.Ak selaku Plt.Ketua Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan.
6. Masyitah As Sahara, SE.M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang sangat membantu dalam menyusun skripsi ini dengan penuh kesabaran dan kesediaan di tengah-tengah kesibukan yang luar biasa untuk meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan serta masukan agar penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Eka Kurnia Saputra, ST.MM Selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah meluangkan waktu dan ketelitian dalam penelitian skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
9. Kedua Orang tua yang saya sayangi Bapak Nur Asikin dan Ibu Puji Rahayu yang telah memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tidak ada habisnya.
10. Kepada Pimpinan dan Karyawan UD KIM KUI yang telah membantu memberikan data dan informasi untuk penelitian ini.
11. Kepada Boy Ramasetiadi yang telah sabar dan banyak sekali membantu dalam pengerjaan skripsi ini, dan selalu memberikan dukungan.
12. Untuk Sahabat dan teman-temanku Siti Nurhasanah SE, Lina SE, Reni Afriani SE, Desi Ambarningsih, Eka Meliyanti dan teman-teman

seperjuangan saya berterimakasih telah banyak memberikan support dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk selanjutnya dapat diterapkan dalam praktek ataupun peneliti berikutnya.

Tanjungpinang, 06 Januari 2020

Penyusun

Egi Indri Pratiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teori	12
2.1.1 Pengertian Biaya	12
2.1.2 Klasifikasi Biaya	13
2.1.3 Definisi Biaya Produksi	15
2.1.4 Komponen Biaya Produksi	15

2.1.5	Pengertian Harga Jual	21
2.1.6	Sasaran Penetapan Harga Jual.....	23
2.1.7	Faktor-Faktor Memengaruhi Harga Jual.....	25
2.1.8	Tujuan Penetapan Harga Jual.....	30
2.1.9	Metode Penentuan Harga Jual.....	32
2.1.10	Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	34
2.1.11	Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal yang digunakan.....	36
2.1.12	Faktor-faktor yang memengaruhi Tingkat Pengembalian Atas Modal yang digunakan	37
2.2	Kerangka Pemikiran	38
2.3	Penelitian Terdahulu.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		42
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Jenis Data.....	42
3.3	Definisi Operasional Variabel	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5	Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.2	Kegiatan Usaha	48
4.1.3	Struktur Organisasi	50
4.2.	Pembahasan	52
4.2.1	Penetapan Harga Jual <i>Paving Block</i> oleh UD KIM KUI.....	52
4.2.2	Data Produksi dan Data Biaya Pada UD KIM KUI Periode September sampai dengan November.....	54
4.2.3	Penentuan Biaya Bahan Baku	54
4.2.4	Perhitungan Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	56

4.2.5 Perhitungan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	58
4.2.6 Biaya Non Produksi	59
4.2.7 Penentuan Harga Jual <i>Paving Block</i> Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Dengan Pendekatan <i>Full Costing</i> dan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal yang Digunakan	60
4.2.8 Perhitungan Harga Jual <i>Paving Block</i> dengan menggunakan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> dengan Pendekatan Kos Produksi Penuh (<i>Full Costing</i>)	61
4.2.9 Penentuan Harga Jual <i>Paving Block</i> Dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal yang Digunakan.....	62
4.2.10 Rekapitulasi Harga Jual Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> dan `Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang digunakan	63
BAB V PENUTUP	68
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran	69
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

CURICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 4.1	Daftar Harga Jual <i>Paving Block</i> yang ada di daerah Kabupaten Bintan	53
Tabel 4.2	Harga Daftar Harga Jual <i>Paving Block</i> UD KIM KUI	53
Tabel 4.3	Data Produksi <i>Paving Block</i> UD KIM KUI.....	54
Tabel 4.4	Laporan Biaya Bahan Baku Semen	54
Tabel 4.5	Laporan Biaya Bahan Baku Pasir	55
Tabel 4.6	Laporan Biaya Bahan Baku Abu Batu	55
Tabel 4.7	Laporan Total Bahan Baku	56
Tabel 4.8	Laporan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Gaji Karyawan	57
Tabel 4.9	Laporan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Gaji Mandor	57
Tabel 4.10	Laporan Total Biaya Tenaga Kerja Langsung	57
Tabel 4.11	Laporan Biaya Produksi Perawatan Mesin	58
Tabel 4.12	Laporan Biaya <i>Overhead</i> (Bayar Listrik)	58
Tabel 4.13	Laporan Total Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	59
Tabel 4.14	Biaya Non Produksi.....	59
Tabel 4.15	Perhitungan Seluruh Biaya dan Perhitugn Per Unit Produksi Jenis Semua <i>Paving Block</i> di UD KIM KUI.....	60
Tabel 4.16	Perbandingan Harga Menurut Perusahaan dan Analisis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian	38
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	: Daftar Pertanyaan
Lampiran 2	: Daftar Harga Jual <i>Paving Block</i> yang ada di Kabupaten Bintan
Lampiran 3	: Daftar Harga Jual <i>Paving Block</i>
Lampiran 4	: Data Produksi <i>Paving Block</i> UD KIM KUI
Lampiran 5	: Laporan Biaya Bahan Baku (Semen)
Lampiran 6	: Laporan Biaya Bahan Baku (Pasir)
Lampiran 7	: Laporan Biaya Bahan Baku (Abu Batu)
Lampiran 8	: Laporan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (Gaji Karyawan)
Lampiran 9	: Laporan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik (Gaji Mandor)
Lampiran 10	: Laporan Biaya Produksi Perawatan Mesin
Lampiran 11	: Laporan Biaya <i>Overhead</i> (Bayar Listrik)
Lampiran 12	: Biaya Non Produksi
Lampiran 13	: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
Lampiran 14	: Persentase Plagiat
Lampiran 15	: Riwayat Hidup

ABSTRAK

**ANALISIS PERBANDINGAN PENETAPAN HARGA JUAL DENGAN
METODE *COST PLUS PRICING* DAN METODE TINGKAT
PENGEMBALIAN MODAL YANG DIGUNAKAN PADA
UD KIM KUI DI KIJANG**

Kata Kunci : Harga Jual Produk, *Cost Plus Pricing*, Tingkat Pengembalian Modal yang digunakan

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) untuk mengetahui metode penetapan harga jual Paving Block yang digunakan UD KIM KUI , (2) untuk mengetahui hasil perbandingan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan metode tingkat pengembalian modal yang digunakan, (3) untuk mengetahui metode mana yang lebih tepat digunakan UD KIM KUI untuk mendapatkan laba yang diinginkan.

Metode penelitian ini terdiri dari: (1) melakukan wawancara langsung di UD KIM KUI untuk memperoleh data yang diperlukan,(2) menganalisis dokumentasi yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, harga jual dari hasil perhitungan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* pada jenis *Paving Block* Jenis Segi enam, Cacing dan Petak adalah Rp. 2.544,- dan harga jual dari hasil perhitungan menggunakan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan pada jenis *Paving Block* Jenis Segi enam, Cacing dan Petak adalah Rp. 2.202,- sedangkan harga jual menurut UD KIM KUI pada jenis *Paving Block* Jenis Segi enam, Cacing dan Petak adalah Rp. 2.000,-

Jadi, hasil penelitian menunjukkan bahwa menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dapat menghasilkan laba yang diinginkan oleh UD KIM KUI.

Skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan, 27 Desember 2019, 74 halaman + 16 tabel + 2 gambar + 15 lampiran.

Referensi : 21 buku (2010 – 2020 dan 14 jurnal)

Dosen Pembimbing 1 : Maysitah As Sahara, SE.M.Si

Dosen Pembimbing 2 : Eka Kurnia Saputra, ST.MM

ABSTRACT

**COMPARATIVE ANALYSIS OF SELLING PRICE
DETERMINATION WITH COST PLUS PRICING METHOD AND
CAPITAL RETURNING LEVEL METHOD USED IN UD KIM
KUI IN KIJANG**

Keywords: Product Selling Price, Cost Plus Pricing, Return on Capital used

This study aims to: (1) to determine the selling price determination method of Paving Block used by UD KIM KUI, (2) to find out the results of the comparison of selling prices using the Cost Plus Pricing method and the method of return on capital used, (3) to find out the method which one is more appropriate to use UD KIM KUI to get the desired profit.

This research method consists of: (1) conducting direct interviews at UD KIM KUI to obtain the required data, (2) analyzing the existing documentation.

Based on the results of research that has been obtained, the selling price of the calculation using the Cost Plus Pricing method for the hexagonal, worm and plot Paving Block types is Rp. 2,544, - and the selling price from the calculation using the return on capital method used in the hexagonal, worm and plot Paving Block types is Rp. 2,202, - while the selling price according to UD KIM KUI on the hexagonal, worm and plot Paving Block type is Rp. 2,000.

So, the results of the study show that using the Cost Plus Pricing method can produce the desired profit by UD KIM KUI.

Thesis of the College of Economics (STIE) Development, 27 December 2019, 74 pages + 16 tables + 2 pictures + 15 attachments.

References : 21 books (2010 - 2020 and 14 journals)

Supervisor 1 : Maysitah As Sahara, SE.M.Si

Supervisor 2 : Eka Kurnia Saputra, ST.MM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi sekarang ini memasuki era globalisasi, di mana banyak persaingan di dunia usaha baik di pasar lokal maupun internasional. Untuk dapat bertahan serta dapat berkompetisi secara sehat dalam persaingan tersebut perusahaan harus bisa memperhatikan beberapa aspek yang sangat berpengaruh terhadap kesuksesan perusahaan seperti efektivitas dan efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Hal yang lebih penting lagi di era globalisasi ini, tingkat selektivitas konsumen semakin tinggi dalam memilih barang yang memiliki kualitas baik dengan harga yang relatif rendah.

Dalam persaingan ini diperlukan usaha untuk dapat mempertahankan dan merebut pangsa pasar. Salah satu faktor penting yang harus diperhatikan manajemen untuk bertahan dan berkembang dalam industrinya adalah dengan memperhatikan dan memenuhi keinginan para konsumen. Produk yang ditawarkan kepada konsumen haruslah memiliki kualitas yang baik dan bermutu tinggi serta dengan harga yang sangat terjangkau dan relatif murah oleh konsumen.

Untuk memperoleh laba yang diharapkan oleh perusahaan tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor yang memengaruhi pendapatan dan laba suatu perusahaan diantaranya adalah biaya produksi. Menurut Abdul Halim (2010), biaya merupakan pengeluaran yang sudah terjadi (*expired*) yang

digunakan dalam memproses produk yang dihasilkan. *Volume* penjualan dikemukakan oleh Freddy Rangkuti (2010) adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau *volume* atau unit suatu produk dan harga jual produk. Hansen dan Mowen (2010) mendefinisikan harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Dari faktor-faktor tersebut yang paling penting adalah biaya produksi. Menurut Mulyadi (2015), karna besar kecilnya biaya produksi yang dikeluarkan akan berpengaruh terhadap penentuan harga jual suatu produk. Semakin tinggi pengeluaran biaya produksi maka semakin tinggi pula harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan yang akan membuat berkurangnya minat konsumen dalam membeli produk sehingga produk yang dihasilkan tidak dapat bersaing di pasar, dan sebaliknya semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan dalam memproduksi suatu barang, maka rendah pula penentapan harga jual produk perusahaan. Akibatnya perusahaan tidak mencapai laba yang maksimal walaupun harga jual mampu bersaing di pasar.

Oleh karena itu, perusahaan harus pintar dalam hal memilih metode harga pokok produksi yang tepat dan dapat menguntungkan serta dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi. Namun perusahaan tidak hanya perlu memperhatikan metode harga pokok produksi, perusahaan juga perlu memperhatikan metode yang digunakan dalam penentuan harga jual tersebut. Salah satunya dengan penentuan harga jual yang dapat meningkatkan laba menjadi lebih tinggi dan hendaknya perusahaan menawarkan harga jual yang tepat karena apabila harga jual yang

ditentukan oleh perusahaan terlalu tinggi maka konsumen akan memilih ke perusahaan lain yang memiliki harga lebih terjangkau, dan sebaliknya apabila harga jual yang ditetapkan perusahaan terlalu rendah maka pihak perusahaan akan mengalami kerugian karna biaya-biaya yang dikeluarkan serta harga pokok produksi tidak tertutupi.

Dalam penetapan Mulyadi (2010) harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi, mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan oleh perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, dan kondisi perekonomian perusahaan. Penentuan harga jual produk haruslah merupakan kebijakan yang benar-benar dipertimbangkan secara matang dan terintegrasi. Sodikin (2015), menyatakan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen, dimana hidup dan matinya perusahaan dalam jangka panjang bergantung pada keputusan *pricing* ini.

Penentuan harga jual yang tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan, dan akan memengaruhi kontinuitas usaha perusahaan. Ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan risiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau tidak lakunya produk karena macetnya pemasaran. Untuk itu setiap perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat, karena harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Pada hakikatnya perusahaan dalam menjual produknya harus dapat mencapai keuntungan yang diharapkan, sehingga perusahaan harus menetapkan harga jualnya dengan tepat.

Adapun beberapa metode yang digunakan dalam penentuan harga jual produk diantaranya penetapan harga dengan harga *Mark-Up (Mark-Up Pricing Method)*, penetapan harga *Break-even (Break-Event Pricing)*, penetapan harga dalam hubungannya dengan pasar, penetapan harga biaya *Plus (Cost Plus Pricing Method)* dan metode pengembalian atas modal yang digunakan. Metode *Cost Plus Pricing* adalah metode penentuan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi perunit dan menentukan laba yang diinginkan oleh perusahaan lalu kemudian perusahaan bisa menentukan harga jual produknya Garrison (2013). Sedangkan menurut Kamarnuddin (2017), metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan adalah salah satu sasaran yang sering ditemui yaitu keputusan menetapkan tingkat pengembalian modal yang digunakan dalam kegiatan untuk menghasilkan produk tertentu dimana ROI merupakan salah satu sasaran yang dimaksud.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Priandeza (2013) dengan judul “Analisis Penentuan Harga Jual dengan metode *Cost Plus Pricing* dan Pengaruhnya terhadap Laba pada Toko Karoma Cake” bahwa dalam menentukan harga jual, perusahaan hanya melakukan perhitungan harga jual berdasarkan biaya-biaya yang telah dikeluarkan (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya kotak kardus, biaya plastik, biaya bahan bakar gas, dan biaya administrasi & umum) serta menentukan harga jual agar perusahaan dapat menutup biaya per unit dengan menambahkan persentase (laba yang diharapkan) per unit. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya hanya terletak pada objek penelitian.

Penelitian lainnya yang dilakukan untuk mengetahui penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* pada Rumah Makan Soto Rusuk Ko' Petrus Cabang Megamas, yaitu yang dilakukan oleh Desliane Wauran (2016), hasil 3 penelitian yang ada menggambarkan bahwa harga pokok produksi dan harga jual yang ditetapkan di Rumah Makan tersebut dengan hasil olahan data yang penulis lakukan terdapat perbedaan. Dimana harga jual yang berlaku lebih terjangkau dibandingkan dengan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*. Hal ini terjadi karena perkiraan pemilik salah mengenai besarnya harga pokok produksi. Dilihat perbandingan dalam menetapkan harga jual dari penelitian terdahulu, peneliti membuat putusan untuk meneliti kembali penerapan metode *cost plus pricing*.

Penelitian Irvana Marina Kondoy (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 *cost plus pricing* 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 variabel dalam menghitung harga jual sehingga harga jual yang dicapai perusahaan dapat bersaing dengan produk sejenis yang ada di pasar.

Penelitian Biswajit Sarkar a, Sharmila Saren , Hui-Ming Wee (2012). dengan judul *An inventory model with variable demand, component cost and selling price for deteriorating items*. Penelitian ini mengatakan bahwa dalam penelitiannya, peneliti mengembangkan model *Economic Order Quantity (EOQ)* untuk tingkat produksi terbatas dan barang-barang yang memburuk dengan meningkatnya permintaan yang tergantung waktu. Biaya komponen dan harga jual dipertimbangkan pada tingkat waktu yang berkelanjutan. Tujuan dari model ini adalah untuk memaksimalkan laba total dari perencanaan yang terbatas. Dari keempat peneliti terdahulu yang tercantum di atas, memiliki perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang dilakukan yaitu 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.

UD KIM KUI merupakan sebuah usaha yang melakukan produksi *paving block* dengan menawarkan berbagai macam bentuk yang dapat dipilih sebelum melakukan produksi. Adapun jenis dan harga per unit masing-masing jenis *paving block* yang ada di UD KIM KUI adalah bentuk segi enam (*hexagon*) dengan harga Rp. 2.000, bentuk petak dengan harga (model bata) Rp. 2.000, cacing dengan harga Rp. 2.000, bentuk uskup dengan harga Rp. 2.000 dan bentuk Trihex dengan harga Rp. 2.000.

Dalam penentuan harga pokok produksi, informasi yang dibutuhkan UD KIM KUI 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 untuk perhitungan laba rugi produk.

UD KIM KUI masih melakukan perhitungan harga pokok produksinya dengan sederhana seperti tidak melakukan pengelompokan biaya-biaya sesuai dengan penggolongan unsur-unsur biaya. Penetapan harga jual suatu produk tidak didasarkan pada perkiraan saja akan tetapi dengan menggunakan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual harus dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan.

Dalam kasus ini, metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual produk *paving block* adalah metode *cost plus pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan. Ada beberapa metode-metode yang digunakan dalam penentuan harga jual produk diantaranya penetapan harga dengan harga *Mark-Up (Mark-Up Pricing Method)*, penetapan harga *Break-even (Break-Event Pricing)*, penetapan harga dalam hubungannya dengan pasar, penetapan harga biaya *Plus (Cost Plus Pricing Method)* dan metode pengembalian atas modal yang digunakan. Yang dilihat dari segi karakteristik perusahaan dan harga jual oleh UD KIM KUI. Dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan metode Tingkat Pengembalian Modal yang digunakan perusahaan dapat menentukan harga jual agar semua klasifikasi biaya diidentifikasi dan dapat dihitung sehingga harga jual yang ditetapkan dapat lebih akurat dan perusahaan dapat memperoleh laba yang diinginkan oleh perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti bermaksud melakukan penelitian tentang **“Analisis Perbandingan Penetapan Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing* dan metode Tingkat Pengembalian Atas Modal yang digunakan Pada UD KIM KUI”**.

1.2 Rumusan Masalah

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.

Harga jual di dalam suatu perusahaan sangatlah penting, karena harga jual dapat digunakan manajemen perusahaan untuk mengambil suatu keputusan. Berdasarkan uraian tersebut, maka perumusan masalah yang akan diteliti pada UD KIM KUI sebagai berikut:

1. Bagaimana metode penetapan harga jual *paving block* yang digunakan di oleh UD KIM KUI ?
2. Bagaimana penetapan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal pada UD KIM KUI ?
3. Metode manakah yang lebih tepat digunakan oleh UD KIM KUI untuk mendapatkan laba yang diinginkan ?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah peneliti fokus meneliti 3 motif *paving block*, yaitu segi enam (*hexagon*), petak (model bata) dan cacing.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui metode penetapan harga jual *paving block* yang digunakan oleh UD KIM KUI.
2. Untuk mengetahui penetapan harga jual dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan metode tingkat pengendalian atas modal pada UD KIM KUI.
3. Untuk mengetahui metode mana yang lebih tepat digunakan oleh UD KIM KUI untuk mendapatkan laba yang di inginkan.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini baik untuk perusahaan maupun penulis adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dalam penentuan harga jual dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan metode pengembalian atas modal yang telah digunakan Pada UD KIM KUI.

2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi perusahaan yang sejenis dalam menentukan harga jual suatu produk.
3. Hasil penelitian dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik tentang metode *Cost Plus Pricing* dan metode pengembalian atas modal yang telah digunakan.
4. Bagi Pengembangan ilmu pengetahuan, dapat dijadikan sumber referensi tambahan untuk memperluas keilmuan tentang bagaimana cara menentukan harga jual produk dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan metode pengembalian atas modal yang telah digunakan.

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 lima 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*, metode pengembalian atas modal yang digunakan serta kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

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

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hal-hal yang berkenaan dengan sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, kegiatan perusahaan dan pokok bahasan masalah, dimana penulis mencoba menjelaskan dan menguraikan secara deskriptif kuantitatif mengenai perhitungan penentuan harga jual berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penutup ini berisikan kesimpulan-kesimpulan dari analisis data mengenai hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan saran-saran yang ditunjukkan kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian maupun bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Pengertian Biaya

Menjalankan suatu usaha membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan agar perusahaan mampu terus berkualitas. Biaya sendiri merupakan hal yang sangat penting dan tidak terpisahkan dalam menentukan harga pokok produksi. Dengan biaya, perusahaan juga dapat menentukan laba yang diperoleh perusahaan. Biaya merupakan dasar perhitungan dalam menentukan harga jual produk. Biaya Menurut Mulyadi (2015) dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

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

Dan menurut Dunia dan Abdullah (2012) yaitu biaya adalah pengeluaran-pengeluaran atau nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang berguna untuk masa yang akan datang, atau mempunyai manfaat melebihi satu periode akuntansi.

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.

2.1.2 Klasifikasi Biaya

Klasifikasi biaya diperlukan untuk mengembangkan data biaya yang dapat membantu manajemen dalam mencapai tujuannya. Klasifikasi biaya adalah proses pengelompokan atas keseluruhan elemen-elemen biaya secara sistematis ke dalam golongan-golongan tertentu untuk dapat memberikan informasi biaya yang lengkap bagi pimpinan perusahaan dalam mengelola dan menyajikan fungsinya. Menurut Mulyadi (2010) terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya, yaitu:

Berbagai macam penggolongan biaya yaitu:

1. Penggolongan Biaya Menurut Objek Pengeluaran

Objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama obyek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan bakar disebut biaya bahan bakar.

2. Penggolongan Biaya Menurut Fungsi Pokok dalam Perusahaan

Dalam perusahaan industri, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum.

3. Penggolongan Biaya Menurut Hubungan Biaya dengan Sesuatu yang dibiayai.

4. Penggolongan Biaya Menurut Perilaku dalam Hubungannya dengan Perubahan Volume Kegiatan.

5. Penggolongan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Menurut Bustami (2010), mengatakan pengklasifikasian biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungan dengan sebagai berikut:

1. Biaya dalam hubungan dengan produk. Adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri :

a. Biaya bahan baku langsung, adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

b. Biaya tenaga kerja langsung, adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

c. Biaya *overhead* pabrik, adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk jadi. Biaya dalam hubungan dengan volume produksi.

2. Biaya dalam hubungan dengan volume atau perilaku biaya dapat Biaya dalam hubungan dengan departemen produksi. Adapun pengelompokkan biaya dalam hubungannya dengan departemen produksi yaitu:

a. Biaya dalam hubungan dengan periode waktu.

b. Biaya dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan.

Berdasarkan klasifikasi biaya menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengklasifikasian yaitu terdapat biaya bahan baku

langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

2.1.3 Definisi Biaya Produksi

Dalam melakukan aktivitas usaha, perusahaan harus melakukan pengorbanan sumber ekonomi untuk mencapai laba yang optimal. Pada proses produksi perusahaan manufaktur kegiatan utamanya adalah mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. Dalam proses produksi tersebut dibutuhkan biaya yang disebut biaya produksi. Pengertian biaya produksi menurut Mulyadi (2010) biaya produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi barang jadi yang siap dijual. Menurut Yana Karyana (2010) biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi atau semua beban yang ditanggung oleh produsen untuk menghasilkan suatu barang atau jasa.

Dari pengertian tersebut yang dimaksud dengan biaya produksi adalah semua biaya yang disebabkan karena adanya proses produksi. Biaya produksi dalam suatu perusahaan (khususnya manufaktur) merupakan bagian terpenting dalam proses produksi, hal ini dikarenakan biaya produksi dalam perusahaan tersebut merupakan pengeluaran yang paling besar diantara biaya-biaya yang lain dan terjadi terus menerus selama proses produksi terus berjalan.

2.1.4 Komponen Biaya Produksi

Harga Pokok Produksi terdiri dari tiga elemen biaya produk yaitu Biaya Bahan Baku, Biaya Tenaga Kerja Langsung, dan Biaya *Overhead* Pabrik. Harga Pokok Produksi diperhitungkan dari biaya produksi yang terkait dengan produk yang telah selesai selama periode tertentu. Barang dalam proses awal harus

ditambahkan dalam biaya produksi tersebut dan barang dalam persediaan akhir barang dalam proses harus dikurangkan untuk memperoleh Harga Pokok Produksi Garrison, Noreen, dan Brewer (2010).

a. Biaya Bahan Baku

Pengertian Biaya Bahan Baku menurut Dunia dan Abdullah (2012) biaya perolehan dan seluruh bahan langsung yang menjadi bagian yang integral yang membentuk barang jadi (*finished goods*). Adapun pengertian Biaya Bahan Baku menurut Carter (2014) yaitu biaya bahan langsung adalah semua bahan baku yang membentuk bagian integral dari produk jadi dan dimasukkan secara eksplisit dalam perhitungan biaya produksi.

Berdasarkan definisi di atas Biaya Bahan Baku adalah biaya yang digunakan untuk memperoleh semua bahan baku yang akan digunakan untuk proses produksi dan dapat dikalkulasikan secara langsung ke dalam biaya produksi. Bahan baku adalah bahan yang menjadi bagian dari produk jadi dan dapat ditelusuri secara fisik dan mudah ke produk tersebut. Besarnya Biaya Bahan Baku ditentukan oleh biaya perolehannya yaitu dari pembelian sampai dengan biaya dapat digunakan dalam proses produksi.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pengertian Biaya Tenaga Kerja Langsung menurut Dunia dan Abdullah (2012) biaya tenaga kerja langsung merupakan upah dari semua tenaga kerja langsung yang secara spesifik baik menggunakan tangan maupun mesin ikut dalam proses produksi untuk menghasilkan suatu produk atau barang jadi. Adapun pengertian biaya tenaga kerja langsung menurut Carter

(2014) sebagai berikut biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan baku langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak ke produk tertentu.

Biaya Tenaga Kerja adalah biaya yang dikeluarkan untuk pengguna tenaga kerja langsung dalam pengolahan suatu produk dari bahan baku menjadi barang jadi. Biaya Tenaga Kerja Langsung meliputi kompensasi atas seluruh tenaga kerja yang dapat ditelusuri ke obyek biaya dengan cara yang ekonomis.

c. Biaya *Overhead* Pabrik

Pengertian Biaya *Overhead* Pabrik menurut Dunia dan Abdullah (2012) biaya *overhead* pabrik adalah semua biaya untuk memproduksi suatu produk selain dari bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Adapun pengertian biaya *overhead* pabrik menurut Carter (2014) yaitu biaya *overhead* pabrik juga disebut *overhead* manufaktur, beban manufaktur, atau beban pabrik terdiri atas semua biaya manufaktur yang tidak ditelusuri secara langsung ke output tertentu, *overhead* pabrik biasanya memasukkan semua biaya manufaktur kecuali bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

Dapat disimpulkan biaya *overhead* pabrik adalah seluruh biaya manufaktur yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai Biaya Bahan Baku atau Biaya Tenaga Kerja Langsung serta yang tidak dapat ditelusuri ke unit produksi secara individual. Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung merupakan biaya utama dari suatu produk, namun Biaya *Overhead* Pabrik juga harus terjadi untuk membuat suatu produk. Biaya *Overhead* Pabrik mencakup

semua biaya produksi yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

Selain itu Dunia dan Abdullah (2012) menyatakan bahwa klasifikasi biaya *Overhead* pabrik berdasarkan sifat atau objek pengeluaran sebagai berikut Bahan Baku dan Perlengkapan.

a. Biaya bahan baku dan perlengkapan adalah biaya yang dikeluarkan untuk semua bahan yang dipakai dalam produksi yang tidak dapat dibebankan secara langsung kepada objek biaya tertentu dengan pertimbangan ekonomis dan praktis. Objek biaya tersebut dapat berupa produk atau jumlah unit produk tertentu, pekerjaan-pekerjaan khusus, atau objek biaya lainnya.

b. Tenaga Kerja Tidak Langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja yang secara tidak langsung terlibat dalam proses produksi suatu produk, biaya-biaya ini tidak mungkin untuk dibebankan secara langsung objek biaya tertentu. Biaya ini tidak praktis untuk dibebankan secara langsung kepada jumlah unit produksi tertentu.

c. Biaya Tidak Langsung Lainnya

Biaya tidak langsung ini meliputi berbagai macam Biaya *Overhead* Pabrik yang tidak dapat diklasifikasikan sebagai Biaya Bahan Baku maupun Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung.

Adapun penggolongan Biaya *Overhead* Pabrik menurut Mulyadi (2015) menyebutkan biaya *overhead* pabrik dapat digolongkan dengan tiga cara :

a. Penggolongan Biaya *Overhead* Pabrik Menurut Sifatnya

Dalam perusahaan Biaya *Overhead* Pabrik adalah biaya produksi selain Biaya Bahan Baku dan Biaya Tenaga Kerja Langsung. Biaya- biaya produksi yang termasuk dalam Biaya *Overhead* Pabrik dikelompokkan menjadi beberapa golongan sebagai berikut :

1. Biaya bahan penolong

Biaya bahan penolong adalah bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi atau bahan yang meskipun menjadi bagian bagian produk jadi tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksi tersebut.

2. Biaya reparasi dan pemeliharaan

Biaya reparasi dan pemeliharaan berupa biaya suku cadang (*spareparts*), biaya bahan habis pakai (*factory supplies*) dan harga perolehan jasa dari pihak luar perusahaan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan emplasemen, dan aktiva tetap lain yang digunakan untuk keperluan pabrik.

3. Biaya tenaga kerja tidak langsung

Biaya tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk atau pesanan tertentu.

4. Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian aktiva tetap

Contoh biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap adalah biaya-biaya depresiasi emplasemen pabrik, bangunan pabrik, mesin dan peralatan, dan aktiva tetap lain yang digunakan di pabrik.

5. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu

Contoh biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu adalah biaya-biaya asuransi gedung dan emplasemen, asuransi mesin dan peralatan, dan biaya amortisasi kerugian *trial-run*.

6. Biaya *Overhead* Pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai Contoh Biaya *Overhead* Pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai adalah biaya reparasi yang diserahkan kepada pihak luar perusahaan, biaya listrik PLN dan sebagainya.

b. Penggolongan Biaya *Overhead* Pabrik Menurut Perilakunya dalam Hubungan dengan Perubahan Volume Produksi

Biaya *Overhead* Pabrik dilihat dari perilakunya dalam hubungan dengan perubahan volume produksi dapat dibagi menjadi tiga golongan yaitu :

1. Biaya *Overhead* Pabrik tetap

Biaya *Overhead* Pabrik tetap adalah Biaya *Overhead* Pabrik yang tidak berubah dalam kisar perubahan volume kegiatan tertentu.

2. Biaya *Overhead* Pabrik variabel

Biaya *Overhead* Pabrik variabel adalah Biaya *Overhead* Pabrik yang berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan

3. Biaya *Overhead* Pabrik semivariabel

Biaya *Overhead* Pabrik semivariabel adalah Biaya *Overhead* Pabrik yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Untuk keperluan penentuan tarif Biaya *Overhead* Pabrik dan untuk pengendalian biaya, Biaya *Overhead* Pabrik semivariabel dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Biaya tetap
- b. Biaya semivariabel
- c. Penggolongan Biaya *Overhead* Pabrik Menurut Hubungannya dengan Departemen

Dilihat dari hubungannya dengan departemen-departemen yang ada di pabrik, Biaya *Overhead* Pabrik dapat digolongkan menjadi dua yaitu :

1. Biaya *Overhead* Pabrik langsung departemen (*direct departmental overhead expenses*).
2. Biaya *Overhead* Pabrik tidak langsung departemen (*indirect departmental overhead expenses*).

Dalam perusahaan manufaktur untuk menghasilkan produk yang akan dipasarkan membutuhkan berbagai jenis biaya, dan biaya-biaya ini akan menjadi dasar dalam penentuan Harga Pokok Produksi. Harga Pokok Produksi dikeluarkan untuk tujuan menghasilkan produk jadi. Harga Pokok Produksi tidak dicatat dalam rekening biaya, melainkan dibebankan pada produk yang dihasilkan dan laporan dalam neraca sebagai persediaan.

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. Dari sudut pandang

produsen adalah harga merupakan pengembalian nilai produk atau jasa atas pengorbanan yang dikeluarkan untuk menghasilkan laba sedangkan 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 didapat oleh konsumen tersebut. Harga juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk atau jasa.

Harga jual suatu setiap produk yang berhasil, menawarkan beberapa manfaat dan kekuatan untuk memuaskan keinginan konsumen. Pilihan masing-masing individu menentukan besarnya nilai barang dan jasa tertentu bagi konsumen. Namun untuk memenuhi kebutuhannya, setiap konsumen dihadapkan pada keterbatasan dalam hal dana. Oleh sebab itu, harga merupakan nilai tukar sebuah barang atau jasa menjadi faktor utama yang menentukan keputusan konsumen pembeli. Harga jual adalah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan dapat memberikan laba maksimal.

Harini (2010) mendefinisikan pengertian harga jual sebagai berikut, Harga jual adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Mulyadi (2010) memberikan pendapat mengenai defininisi harga jual, Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung dari biaya produksi ditambah biaya non produksi dan laba yang diharapkan. Hansen dan Mowen (2010) mendefinisikan harga jual adalah jumlah

moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Harga merupakan pendapatan atau pemasukan bagi pengusaha atau pedagang, maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang mesti dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen tersebut. Bagi pengusaha atau pedagang, *price* (harga) paling mudah atau cepat disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan *product*, *place* dan *promotion* memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.

Pengusaha atau pedagang berupaya menentukan harga jual yang akan memaksimalkan nilai sebuah usaha. Apabila harga suatu produk dipasaran adalah cukup tinggi, hal ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah cukup baik dan merek produk dibenak konsumen adalah cukup bagus dan meyakinkan. Sebaliknya, apabila harga suatu produk dipasaran adalah rendah, maka ini menandakan bahwa kualitas produk tersebut adalah kurang baik dan merek produk tersebut kurang bagus dan kurang meyakinkan dibenak konsumen.

2.1.6 Sasaran Penetapan Harga Jual

Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Menurut Boone dan Kurtz (2010) ada empat kategori dasar atau sasaran

penetapan harga, yaitu: 1) profitabilitas, 2) volume, 3) tingkat kompetisi, dan 4) *pretise*.

1. Sasaran profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Para pemasar mengerti bahwa laba diperoleh dari selisih pendapatan dan beban. Dan juga pendapatan merupakan harga jual dikalikan dengan jumlah yang terjual. Berbagai teori ekonomi mendasari prinsip maksimalisasi keuntungan (*profit maximization*). Akan tetapi, pada kenyataannya prinsip ini masih sulit diterapkan. Maka banyak perusahaan beralih pada sasaran profitabilitas yang lebih sederhana, yaitu *Target Return Goal*, dimana perusahaan menetapkan harga dengan tingkat profitabilitas yang diinginkan sebagai pengembalian finansial atas penjualan ataupun investasi.

2. Sasaran volume

Pendekatan yang lain dalam strategi penetapan harga disebut maksimalisasi penjualan (*sales maximization*), para manajer menetapkan tingkat minimum profitabilitas yang dapat diterima dan kemudian menetapkan harga yang akan menghasilkan volume penjualan tertinggi tanpa menyebabkan laba turun di bawah level itu. Strategi ini memandang ekspansi penjualan sebagai suatu prioritas yang lebih penting bagi posisi persaingan jangka panjang perusahaan daripada laba jangka pendek.

3. Tingkat Kompetisi

Sasaran penetapan harga ini hanyalah untuk menyamakan harga dengan pesaing. Jadi perusahaan berusaha untuk menghindari perang harga dengan

tidak menekankan elemen harga dari bauran pemasaran dan memfokuskan usaha persaingannya pada variabel selain harga seperti menambah nilai, meningkatkan kualitas, mendidik konsumen, dan menciptakan hubungan.

4. *Prestise*

Pengaruh harga pada *prestise* membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan dan menjaga sebuah citra dari kualitas dan eksklusivitas. Para pemasar menetapkan sasaran tersebut karena mereka mengakui peran harga dalam mengomunikasikan citra suatu perusahaan dan produk-produknya.

2.1.7 Faktor-Faktor Memengaruhi Harga Jual

Menurut Samryn (2012) dalam buku akuntansinya manajemen bahwa faktor-faktor yang memengaruhi 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 memengaruhi 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 memengaruhi 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 inelatis. Elastis bearti perubahan sekian persen pada harga menyebabkan perubahan persentase permintaan yang lebih besar, sedangkan inelatis bearti perubahan sekian persen pada harga secara relatif sedikit mengubah persentase permintaan.

- d. Tipe pasar, ada empat jenis struktur pasar yaitu pasar persaingan sempurna, pesaing 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 (2010) 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 produk, persaingan, dan rancangan produk.

1. Biaya

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

2. 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.

b. Faktor Eksternal Lainnya

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

2.1.8 Tujuan Penetapan Harga Jual

Sebelum memutuskan untuk menetapkan suatu harga tertentu, perusahaan harus menentukan apa yang ingin dicapainya dengan penetapan harga tersebut. Mulyadi (2010) menyatakan bahwa pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar.

Swastha & Irawan (2010), menyatakan tujuan dari penentuan harga jual yang dilakukan penjual adalah :

- a. Meningkatkan penjualan
- b. Mempertahankan dan memperbaiki *market share*
- c. Stabilitas harga
- d. Mencapai target pembelian investasi
- e. Mencapai laba maksimum, dan lain sebagainya

Menurut Keller (2010) 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 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 unggulan. Perusahaan mungkin mengharapkan untuk menjadi pemimpin dalam kualitas produk di pasar. Perusahaan memproduksi produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi.

2.1.9 Metode Penentuan Harga Jual

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 Swasth (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.

- d. Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan (*rate of return on capital employed*) adalah rasio laba terhadap modal yang digunakan dalam suatu bisnis. Ukuran ini digunakan sebagai ukuran internal. Karena modal yang digunakan dalam suatu bisnis biasanya dianggap sebagai investasi, maka rasio ini disebut sebagai pengembalian atas investasi (*Return On Investment- ROI*).

2.1.10 Metode Cost Plus Pricing

Menurut Ahmad & Abdullah (2012), *cost plus pricing* adalah biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (*mark up*) yang ditentukan. Menurut Mulyadi (2010), metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark up* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. *Cost plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Garrison, Noreen, & Brewer (2013), *cost plus pricing* adalah salah satu metode yang digunakan untuk perhitungan harga jual sebuah barang dengan menghitung harga suatu barang per bijinya, setelah diketahui harga per biji maka ditambah dengan laba yang diinginkan oleh pihak perusahaan untuk menentukan harga jual yang diinginkan.

Menurut Sujarweni (2016), penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Adapun formula dari metode *cost plus pricing* adalah sebagai berikut Sujarweni (2016):
 Harga jual = taksiran biaya penuh + 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 di bawah ini :

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
<u>Biaya <i>overhead</i> 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>
Taksiran biaya penuh	<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 *mark up*)

Persentase *mark up* = $\frac{\text{laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak langsung volume}}{\text{Biaya yang diperlukan langsung oleh volume produk}}$

2.1.11 Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan

Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan (*Rate of Return on Capital Employed*) adalah rasio laba terhadap modal yang digunakan dalam suatu bisnis. Ukuran ini digunakan sebagai ukuran internal. Karena modal yang digunakan dalam suatu bisnis biasanya dianggap sebagai investasi, maka rasio ini disebut sebagai pengembalian atas investasi (*Return On Investment- ROI*).

Menurut Rusdianto (2013), perusahaan terkadang menetapkan terlebih dahulu tingkat pengembalian modal yang ditanamkannya dalam suatu bidang usaha, sebagai dasar untuk menentukan harga jual produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Tingkat pengembalian yang diharapkan oleh para penanaman modal atau investor mengharuskan perusahaan menggunakan sebagai dasar untuk menetapkan harga jual produk pada kapasitas produksi yang dimiliki. Berikut rumus perhitungan tentang metode tingkat pengembalian atas modal dalam menetapkan harga jual produk Rusdianto (2013) :

$$\text{Harga} = \frac{\text{Total biaya} + (\text{pengembalian atas modal} \times \text{modal})}{\text{Volum penjualan}} = \text{Harga per unit}$$

Menurut Kamarnuddin (2017), metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan adalah salah satu sasaran yang sering ditemui yaitu keputusan menetapkan tingkat pengembalian modal yang digunakan dalam kegiatan untuk

menghasilkan produk tertentu dimana ROI merupakan salah satu sasaran yang dimaksud.

2.1.12 Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pengembalian atas modal yang digunakan

Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan dihitung dengan data yang ditentukan dalam neraca dan laporan laba rugi. Estimasi profitabilitas dapat dimasukkan sebagian dari perhitungan. Angka penjualan yang digunakan adalah penjualan bersih.

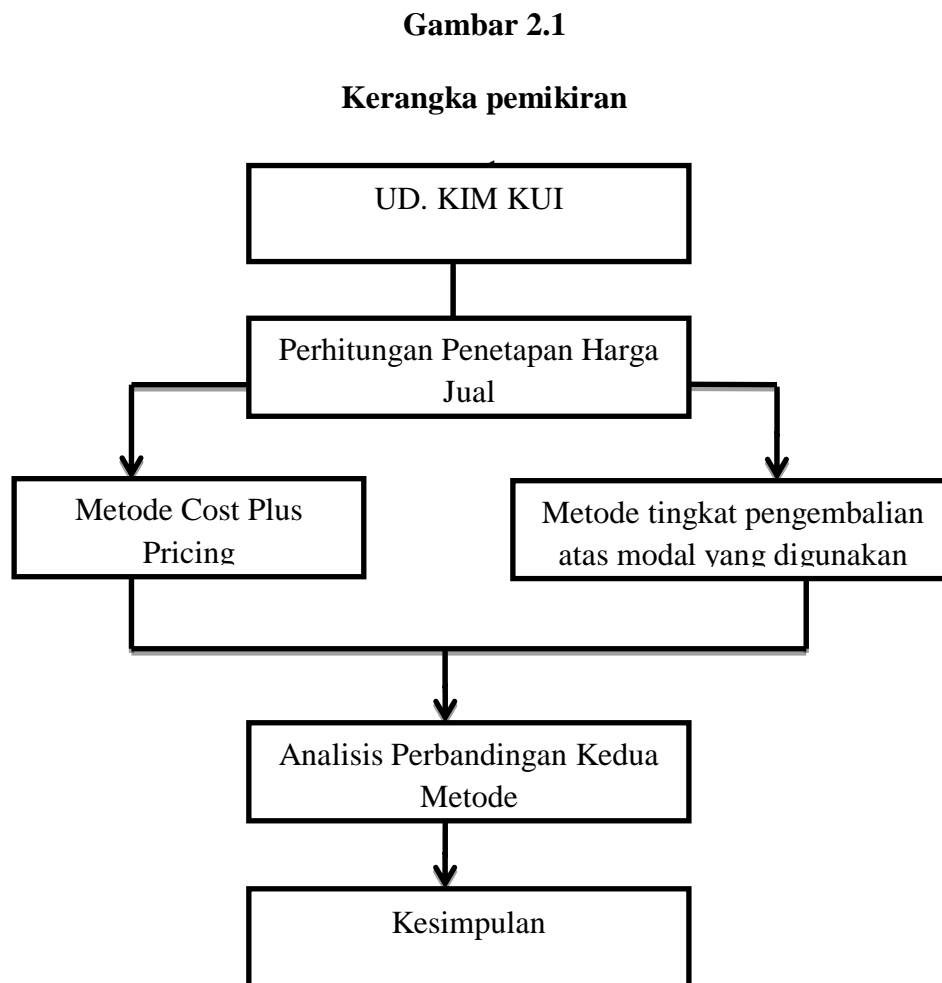
Laporan laba rugi umumnya melaporkan beberapa tingkatan laba yang berbeda, meliputi :

1. Laba operasi
2. Laba sebelum pajak, adalah laba operasional plus laba non operasional dikurangi beban non operasi.
3. Laba bersih, merupakan jumlah yang ditransfer ke laba yang ditahan setelah beban pajak penghasilan dikurangi.

Menggunakan laba operasi berarti bahwa biaya transaksi yang sifatnya operasi yang sebaliknya dipertimbangkan. Angka laba ini dipilih untuk analisis divisional, karena pos-pos non operasi biasanya merupakan tanggung jawab dari perusahaan secara keseluruhan. Tetapi, laba bersih lebih dapat dipertahankan karena pajak mengurangi sumber daya perusahaan, dan kinerja tingkat perusahaan sebaliknya di nilai hanya dengan nilai akhirnya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori diatas, maka dapat dibuat kerangka pikir sebagai berikut :



Sumber : Konsep yang disesuaikan untuk penelitian (2019)

2.3 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Asila (2016) dengan judul Analisis Penentuan Harga Pokok Produk Dan Penerapan *Cost Plus Pricing Method* Dalam Rangka Penetapan Harga Jual Pada Rumah Makan tulang . 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.

2. Penelitian Desilane 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.

3. Penelitian Irvana Marina Kondoy (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.
4. Penelitian Biswajit Sarkar a, Sharmila Saren , Hui-Ming Wee (2012). Dalam jurnal internasional dengan judul *An inventory model with variable demand, component cost and selling price for deteriorating items*. Dalam penelitian ini mengatakan bahwa Dalam tulisan ini, kami mengembangkan model *Economic Order Quantity (EOQ)* untuk tingkat produksi terbatas dan barang-barang yang memburuk dengan meningkatnya permintaan yang tergantung waktu. Biaya komponen dan harga jual dipertimbangkan pada tingkat waktu yang berkelanjutan. Tujuan dari model ini adalah untuk memaksimalkan laba total dari perencanaan yang

terbatas horison. Peneliti juga ingin menemukan jumlah pesanan yang tidak terpisahkan di cakrawala perencanaan terbatas.

5. Penelitian A. Guria^a, B. Das^b, S. Mondal^a, M. Maiti^a (2012). Dalam jurnal internasional dengan judul *Inventory policy for an item with inflation induced purchasing price, selling price and demand with immediate part payment*. Penelitian ini memberikan, kebijakan persediaan untuk item disajikan dengan inflasi dan harga jual permintaan tergantung di bawah cakrawala perencanaan deterministik dan acak memungkinkan dan tidak memungkinkan kekurangan. Selain itu, ada ketentuan untuk pembayaran bagian langsung (variabel) ke grosir, meminjam uang dari sumber pinjaman uang untuk pembayaran bagian langsung, dapatkan diskon harga pembelian dan relaksasi periode kredit dari pedagang grosir terhadap pembayaran di muka dan keterlambatan pembayaran untuk sisanya diizinkan oleh pedagang grosir. Pembayaran ke sumber dilakukan pada akhir periode bisnis dengan bunga yang dibebankan. Terhadap dugaan di atas, model inventaris di bawah horison *terhingga (crisp)* dan perencanaan acak telah dirumuskan bersama menghormati sudut pandang pengecer untuk keuntungan maksimum. metode digunakan untuk menemukan solusi optimal dan keuntungan maksimum yang sesuai untuk set berbeda numerik yang diberikan data.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono (2010) 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.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dimana peneliti bertujuan mengetahui perhitungan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan pada UD KIM KUI. Melakukan perbandingan dari hasil perhitungan menurut teori pada penelitian yang didapat dan diperhitungkan yang telah diterapkan perusahaan itu sendiri. Maka 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

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu antara lain :

3.2.1 Data primer

Menurut Sunyoto (2013) data primer merupakan data yang sesungguhnya yang diambil dan dikumpulkan sendiri oleh sipeneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara kepada pemilik usaha paving blok

3.2.2 Data sekunder

Menurut Sugiyono (2013) data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi pustaka, peneliti terdahulu dan data yang diperoleh dari usaha *paving block*.

3.3 Definisi Operasional Variabel

1. *Cost Plus Pricing*

Menurut Garrison dkk (2013) menyatakan bahwa *Cost Plus Pring* adalah proses penentuan harga jual dengan cara menghitung biaya produksi perunit, memutuskan beberapa laba yang diinginkan, kemudian menentukan harga jual.

Menurut Sujarweni (2016), penentuan harga jual *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Adapun formula dari metode *cost plus pricing* adalah sebagai berikut Sujarweni (2016)

Harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan

2. Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan

Menurut Rusdianto (2013), perusahaan terkadang menetapkan terlebih dahulu tingkat pengembalian modal yang ditanamkannya dalam suatu bidang usaha, sebagai dasar untuk menentukan harga jual produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Tingkat pengembalian yang diharapkan oleh para penanaman modal atau investor mengharuskan perusahaan menggunakan sebagai dasar untuk menetapkan harga jual produk pada kapasitas produksi yang dimiliki. Berikut rumus perhitungan tentang metode tingkat pengembalian atas modal dalam menetapkan harga jual produk Rudianto (2013) :

$$\text{Harga} = \frac{\text{Total biaya} + (\text{pengembalian atas modal} \times \text{modal})}{\text{Volum penjualan}} = \text{Harga per unit}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara bebas baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara luas mengenai objek penelitian Sunyoto (2013). Dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur karena wawancara dilakukan secara langsung antara peneliti dan responden mengenai objek penelitian namun tidak secara menyeluruh (detail). Wawancara berlangsung secara tatap muka dengan

melakukan tanya jawab , serta peneliti dapat melihat gerak gerak responden secara langsung.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu Sugiyono (2011). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data tentang biaya-biaya memiliki hubungan dengan proses produksi maupun data yang berkaitan dengan penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan pada usaha *paving block*.

3.5 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* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan. Metode ini melewati tahap – tahap sebagai berikut :

- a. Melakukan perhitungan harga berdasarkan yang diterapkan di UD KIM KUI.
- b. Melakukan analisis perhitungan penetapan harga berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan di UD KIM KUI.
- c. Membandingkan harga yang menerapkan metode *Cost Plus Pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan dengan harga yang diterapkan di UD KIM KUI.

- d. Mengambil kesimpulan dari analisis menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal, manakah metode yang lebih tepat untuk digunakan oleh UD KIM KUI dalam meningkatkan labanya.
- e. Selanjutnya akan diberikan saran-saran dari peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto (2013) *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Avlonitis, G. J. and Indounas, K. A. (2010) 'Pricing objectives and pricing methods in the services sector', *Journal of Services Marketing*, 19(1), pp. 47–57. doi: 10.1108/08876040510579398.

Carter, W. K. (2010). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.

Dunia, F. A. (2012). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.

Garrison, ray H. dan E. W. norrean (2013) *akuntansi manajemen*. jakarta: Salemba Empat.

Garrison, R. H. dan N. (2014) *Akuntansi Biaya , suatu pendekatan Manajerial*. empat. Bandung: salemba Empat.

Guilding, C., Drury, C. and Tayles, M. (2010) 'An empirical investigation of the importance of cost-plus pricing', *Managerial Auditing Journal*, 20(2), pp. 125–137. doi: 10.1108/02686900510574548..

Horngren, C. T. (2012). *Akuntansi Biaya Dengan Penekanan Manajerial*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Keller, kotler dan (2010) *Manajemen pemasaran*. jakarta: Erlangga.

Kuncoro (2010) *metodologi penelitian*. bandung.

- Arikunto. (2013). *Prosedur penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dkk, B. (2010). *Akuntansi Biaya*.
- Garrison, ray H. dan E. W. norrean. (2010). *akuntansi manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartati, N. (2017). *Akuntansi Biaya*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Keller, kotler dan. (2011). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, W. (2017). *Akuntansi Biaya dalam perspektif manajerial*. Yogyakarta: PT. Rajagrafindo persada.
- Mulyadi. (2010). *Akuntansi manajemen (ketiga)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat.
- Nurlela, bastian bustami. (2013). *akuntansi biaya (4th ed.)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Salman. (2013). *akuntansi manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Samryn, L. . (2012). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: PT. Rajagrafindo persada.
- Satori, D. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. (2013a). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.

Sunyoto, D. (2013b). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT. Refika Aditama Anggota Ikapi.

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

DAFTAR RIWAYAT HIDUP (CURRICILUM VITAE)



Nama : EGI INDRI PRATIWI
NIM : 14622041
Tempat / Tanggal Lahir : Kijang, 18 Juni 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
No. Hp : 0823 7738 3756
Email : egi_indripratiwi@yahoo.co.id
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat Rumah : Kp. Kolong Enam Kijang Kota
Riwayat Pendidikan : 1. SDN 001 Bintan Tmur (2008)
2. SMPN 1 Bintan (2011)
3. SMKN 2 Bintan (2014)
4. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
Pembangunan Tanjung Pinang (2020)

Tanjungpinang, 06 Januari 2020

Egi Indri Pratiwi