

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA
RAMA GORDEN KIJANG**

SKRIPSI

Oleh

SALWIYAH

NIM : 14622163



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

2019

**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA
RAMA GORDEN KIJANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan

Tanjungpinang

Oleh

SALWIYAH

NIM : 14622163

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN

TANJUNGPINANG

2019

TANDA PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA
RAMA GORDEN KIJANG

Diajukan Kepada

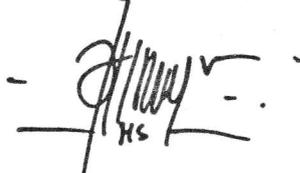
Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh

SALWIYAH
NIM : 14622163

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



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

Pembimbing Kedua



Budi Zulfachri, S.Si., M.S.i.
NIDN.1028067301/ Asisten Ahli

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



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

Skripsi Berjudul :
**ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA
RAMA GORDEN KIJANG**

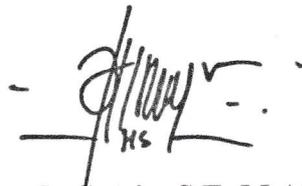
Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

SALWIYAH
NIM : 14622163

Telah di Pertahankan di Depan Dosen Panitia Komisi Ujian
Pada Tanggal Sebelas Bulan Desember Tahun Dua Ribu Sembilan Belas dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,



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

Sekretaris,



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

Anggota,



Andry Tonaya, S.E.,M.Ak.
NIDK. 8823900016/ Asisten Ahli

Tanjungpinang, 11 Desember 2019
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Tanjungpinang
Ketua



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

SURAT PERNYATAAN

Nama : Salwiyah
NIRM : 1410099622163
Tahun Angkatan : 2014
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,28
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Analisis Penetapan Harga Jual Pada Usaha
Rama Gorden Kijang

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa seluruh isi dan materi dari skripsi ini adalah 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 ternyata dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 11 Desember 2019

Penyusun



SALWIYAH
NIM: 14622163

MOTTO

*Ketika Kau Sedang Mengalami Kesusahaan
Dan Bertanya-Tanya Kemana Allah,
Cukup Ingat Bahwa Seorang Guru Selalu
Ada Saat Ujian Berjalan
“(Nourman Ali Khan)”*

*Dan janganlah kamu merasa lemah,
dan jangan pula bersedih hati,
sebab kamu paling tinggi derajatnya,
jika kamu orang yang beriman.
“(Q.S Al-Imran Ayat 139)*

*Wahai orang-orang yang beriman
Bersabarlah kamu dan kuatkanlah
kesabaranmu*

*Dan tetaplah bersiap siaga dan bertakwalah
kepada Allah agar kamu beruntung.
“(Q.S Al-Imran Ayat 200)*

HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillahirabbil'amin

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karuana-Nya. skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik atas ridho

Allah swt.

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya

Bapak Abd.Razak dan Ibu Kartini

Yang selalu mendukung dan mendoakanku disetiap langkahku. Terimakasih atas semua yang telah dilakukan, kasih sayang ibu dan bapak yang diberikan kepadaku. Semoga allah selalu memberikan kesehatan lahir dan batin, umur yang panjang dan selalu dalam lindungan Allah swt.

Amin amin allahuma amin ..

Dan teruntuk Kakak-kakak ku Yessi Susanti, Asarah, Siti Mariah, terutama abangku Arfan.zah yang selalu memberikan semangat dan biaya untuk menyelesaikan kuliahku dan adik-adik ku tersayang Irwan dan nesrika. Semoga apa yang telah diberi akan allah balas dengan sesuatu yang lebih untuk kalian semua keluargaku. Amin

amin Ya allah

KATA PENGANTAR

Segala 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 yang didapatkan, tidak lupa pula penulis hanturkan Shalawat beriring salam Kepada Nabi Besar Muhammad SAW.

Rasa syukur Alhamdulillah berkat Keridhoan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Analisis Penetapan Harga Jual Pada Usaha Rama Gorden Kijang**” yang merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan studi pada program Strata 1 Akuntansi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

Penulisan Menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi 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,.
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 Hendy Satria, S.E.,M.Ak. selaku ketua dan Sekretaris Program Studi S1 Akuntansi STIE Pembangunan Tanjungpinang. Sekaligus dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan sungguh-sungguh kepada peneliti.
5. Bapak Budi Zulfachri, S.Si.,M.S.i selaku dosen pembimbing II yang dengan sangat baik dan banyak membantu serta mengarahkan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak Ujang selaku pemilik Usaha Rama Gorden Kijang dan istrinya yang sudah meluangkan waktu untuk di wawancarai.
7. Buat kedua orang tuaku Bapak Abd.Razak dan Ibuku Kartini yang tercinta untuk memberikan doa dan semangat dalam penyusunan skripsi .
8. Untuk Kakak ku Anda Wati, Abang ku Andi Ariyanto, dan Kakak iparku Ellatifa, S.Ap Terimakasih selalu memberi doa dan semangat kepada adik mu. Beserta anak-anak penerus nya Eny Fasa Sahputri, Razendra Sultan Hakim, Amelia Ramadhani, dan Rafqi Aulian Ramadhan.
9. Teruntuk kakak ku yessi susanti, Asarah, Siti Mariah, dan adik ku Irwan. Terimakasih untuk kalian semua keluarga yang ku sayangi, yang telah memberikan dukungan serta doa selama ini, sukses selalu buat kalian semua.
10. Untuk Abang ku Arfan.zah yang telah memberikan semangat, doa dan kesempatan untuk berkuliah semoga allah memberikan kesehatan, rezeki dan jodoh yang terbaik, serta selalu dalam lindungan allah amin.

11. Untuk adik ku Nesrika terimakasih selalu memberikan semangat melalui musik yang terbaik untuk menghilangkan semua rasa takut yang dirasa. Dan semoga kelak si bungsu bisa mencapai segala mimpinya untuk apapunitu. Beserta Anak-anak penerus Muhammad Andriyansah, Finky Agra Agustine, Finkan Qowy Juliastine. Semoga kalian semua bisa membanggakan ibu dan ayahnya kelak. Amin
12. Teruntuk kedua anak keponakan ku yang menemani dikala drama skripsi ku dimulai, Ibnu noah annafi dan Azita septialika annur, semoga kalian berdua dijamin nya kelak menjadi orang yang sukses luar biasa, dapat berkuliah juga kelak dijamannya agar mengerti drama dalam mengerjakan skripsi, agar tidak hanya mengganggu orang membuat skripsi saja.
13. Untuk teman-teman yang baik hati meluangkan waktu untuk membantuku setiap waktu Ira Indah Cahyani, SE , Reny Afriani, SE , Sisi Putri, Kartini, SE , Fitri Eka Sari , SE.
14. Untuk teman masa smk tersayang Aripa damayanti, Peni Alfiana, Cindy feiramona, Sisi Putri, yang sudah punya kesibukan masing-masing, semoga kalian diberikan kesehatan dan kemudahan dalam menjalankan segalanya serta ada iktikad baik untuk rajin belajar agar dapat niatan dalam mengajukan judul beserta lanjutannya, menikmati segala proses penyusunan skripsi. Amiin
15. Teruntuk dia yang selalu baik, mendoakan serta memberikan semangat untuk memilih dimana, aku harus tidur dan bermimpi atau bangun dan

mengejar segala mimpi. Terimakasih untuk segalanya kebaikan serta dukungan yang luar biasa hingga skripsi ini bisa diselesaikan Muhammad sahril Ap.par. beserta adiknya syafina semoga kelak kak na bisa menyelesaikan kuliahnya dan membanggakan kedua orang tuanya.Amiin

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, 01 Desember 2019

Penulis

SALWIYAH

NIM : 14622163

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN	i
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Ilmiah.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	8

1.6	Sistematika Penulisan	8
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1	Landasan teori.....	10
2.1.1	Pengertian Akuntansi Biaya.....	10
2.1.2	Peranan Akuntansi Biaya.....	12
2.1.3	Pengertian Biaya Dan Klasifikasi Biaya.....	14
2.1.3.1	Pengertian Biaya	14
2.1.3.2	Klasifikasi Biaya	15
2.1.4	Pengertian Harga Jual	25
2.1.4.1	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga Jual	26
2.1.4.2	Tujuan Penetapan Harga Jual.....	33
2.1.5	Metode Penetapan Harga Jual.....	35
2.1.6	Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan.....	37
2.2	Kerangka Pemikiran	38
2.3	Penelitian Terdahulu	39
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Jenis Data.....	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4	Teknik Pengolahan Data.....	46
3.5	Teknik Analisis Data	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Hasil Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1.1	Sejarah Dan Perkembangan Perusahaan	48

4.1.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan	49
4.1.2	Analisis Data	50
4.1.2.1	Bahan Baku Langsung Dan Bahan Baku Penolong.....	51
4.1.2.2	Tenaga Kerja Langsung	51
4.1.3	Kendaraan dan Peralatan Yang Digunakan	52
4.2	Proses Perhitungan Perbedaan Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan Dengan Metode <i>Full Costing</i>	53
4.2.1	Harga Pokok Produksi Menurut Perusahaan	53
4.2.2	Harga Pokok Produksi Menurut Metode <i>Full Costing</i>	60
4.2.3	Evaluasi Biaya <i>Overhead</i> pabrik.....	63
4.2.4	Perbedaan Harga Jual Menurut Perusahaan Dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan	68
4.2.4.1	Harga Jual Menurut Perusahaan	68
4.2.4.2	Harga Jual Menurut Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan.....	70
4.2.5	Pembahasan.....	73
BAB V	PENUTUP	76
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR TABEL

No		Halaman
4.1	Biaya Bahan Baku.....	55
4.2	Biaya Tenaga Kerja Usaha Rama Gorden	57
4.3	Harga Pokok Produksi Usaha Rama Gorden	59
4.4	Biaya Penyusutan Peralatan Dan Kendaraan.....	62
4.5	Biaya Depresiasi Peralatan Dan Kendaraan Perbulan	63
4.6	Evaluasi Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	64
4.7	Harga Pokok Produksi Menurut Metode <i>Full Costing</i>	66
4.8	Perbandingan Harga Pokok Produksi Perusahaan dengan metode <i>Full Costing</i>	67
4.9	Harga Jual Menurut Perusahaan Dan Menurut Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan.....	72

DAFTAR GAMBAR

No		Halaman
2.2	Kerangka Pemikiran.....	39
4.1	Struktur Organisasi Usaha Rama Gorden Kijang	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Laporan Pengeluaran Biaya Produksi Usaha Rama Gorden
- Lampiran 2** Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3** Wawancara
- Lampiran 4** Gambar Produksi Gorden
- Lampiran 5** Laporan Laba Rugi dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas
 Modal Yang Digunakan
- Lampiran 6** Plagiarism Checker X Originality Report

ABSTRAK

ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL PADA USAHA

RAMA GORDEN KIJANG

Salwiyah. 14622163. Akuntansi. STIE Pembangunan Tanjungpinang.

Salwiyahicang24@gmail.com

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis penentuan harga jual produk dengan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan pada usaha rama gorden kijang. Bagaimana harga jual yang diterapkan oleh usaha rama gorden kijang ini sehingga mendapatkan laba yang diharapkan. Harga jual yang digunakan usaha rama gorden kijang 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 tingkat pengembalian atas modal yang digunakan adalah metode penentuan harga jual dengan cara menghitung biaya total produksi, memutuskan berapa tingkat pengembalian atas modal yang digunakan, kemudian menentukan harga jual.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual di usaha rama gorden kijang masih memperhitungkan harga jual yang sederhana. Biaya yang dihitung oleh usaha rama gorden kijang ini belum mencakup semua biaya yang dilakukan. Dalam perhitungannya juga belum memasukkan biaya *overhead pabrik* yaitu biaya produksi serta biaya non produksi. Berdasarkan hasil perhitungan di usaha Rama Gorden Kijang pada bulan Mei 2019 yaitu sebesar Rp. 2.329.000/unit, sementara menggunakan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan yaitu sebesar Rp. 2.355.000/unit dengan selisih sebesar Rp. 26.000.

Kata Kunci : Harga Jual, Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan

Skripsi STIE Pembangunan Tanjungpinang, Desember 2019
(xvii + 78 Halaman + 9 Tabel + 2 Gambar + 5 Lampiran)

Referensi : 28 Buku (2009-2017) + 5 Jurnal

Dosen Pembimbing I : Hendy Satria, S.E., M.Ak.CA

Dosen Pembimbing II : Budi Zulfachri, S.Si.,M.Si

ABSTRACT

ANALYSIS OF SALES PRICE DETERMINATION IN RAMA CURTAINS KIJANG

Salwiyah. 14622163. Accounting. STIE Pembangunan Tanjungpinang.

Salwiyahicang24@gmail.com

The purpose of this study is to analysis of sales price determination with the Method Of Returned About Capital Used in rama curtains kijang. How is the Selling Price applied by rama curtains kijang so that it gets the expected profit. The selling price used by rama curtains kijang still uses a relative selling price so that it cannot yet determine the selling price of its own products.

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.

Method of returned about capital used is a method of sales price determination by calculating the total cost of production, deciding what the rate of return on capital used, then determining the selling price.

From the results of the study it can be concluded that sales price determination in rama curtains kijang Still takes into account the simple selling price. The costs calculated by rama curtains kijang 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 rama curtains kijang in May 2019 that is equal to Rp. 2.329.000 / unit, while using the Method of returned about capital used which is Rp. 2.355.000 / unit with a difference of Rp. 26.000.

Keywords: Selling Price, Method Of Returned About Capital Used

Skripsi STIE Pembangunan Tanjungpinang, December 2019

(xvii + 78 Page + 9 Table + 2 Picture + 5 Attachment)

Referensi : 28 Book (2009-2017) + 5 Journal

Supervisor I : Hendy Satria, S.E., M.Ak.CA

Supervisor II : Budi Zulfachri, S.Si.,M.Si

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini perkembangan yang terjadi sangatlah pesat dan banyak persaingan dalam mempertahankan serta meningkatkan usahanya. Pada umumnya memiliki harapan terhadap usaha yang didirikannya agar dapat terus mengalami perkembangan dan mengalami kelangsungan hidup yang lama. Maka dari itu manajemen perusahaan akan melakukan perencanaan serta kebijakan agar mampu bersaing di era globalisasi saat ini. Untuk dapat bertahan dan bersaing secara sehat serta dapat memperhatikan beberapa aspek yang sangat berpengaruh terhadap harapan pada setiap perusahaan seperti efektivitas dan efisiensi agar dapat meningkatkan daya saing usaha.

Perusahaan-perusahaan melakukan persaingan untuk mencapai tujuannya, salah satu faktor yang sangat penting untuk dapat diperhatikan manajemen dalam mempertahankan serta mampu berkembang dalam industrinya adalah dengan mempertahankan dan memenuhi keinginan para konsumen. Dengan produk yang ditawarkan kepada konsumen haruslah memiliki kualitas yang baik dan memiliki mutu yang tinggi serta dengan memberikan harga yang tepat kepada setiap konsumen.

Dalam memperoleh laba yang diharapkan oleh perusahaan tentu saja dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu pendapatan dan laba suatu perusahaan diantaranya adalah biaya produksi, jumlah atau kuantitas penjualan

dan harga jual produk. Karena semakin tinggi biaya produksi yang dikeluarkan maka semakin tinggi pula harga jual yang akan ditetapkan oleh perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan maka akan rendah pula penetapan harga jual produk yang ditawarkan oleh perusahaan, akibat yang akan terjadi pada perusahaan adalah tidak dapat mencapai laba yang maksimal walaupun harga jual yang mampu bersaing dipasaran.

Maka dari itu, ini merupakan hal yang dihadapi perusahaan dalam memilih metode harga pokok produksi yang tepat dan dapat menguntungkan serta mampu 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. Karena salah satunya dalam penentuan harga jual yang mampu meningkatkan laba menjadi lebih tinggi dan hendaknya perusahaan menawarkan harga jual yang tepat. Apabila perusahaan memberikan harga yang terlalu tinggi dapat menyebabkan konsumen berpaling keperusahaan yang lainnya yang memiliki harga yang lebih terjangkau, dan sebaliknya apabila harga jual yang ditetapkan perusahaan terlalu rendah maka bagi pihak perusahaan akan mengalami kerugian disebabkan biaya-biaya yang dikeluarkan serta harga pokok produksinya tidak tertutupi dari harga yang ditetapkan terlalu rendah.

Penetapan harga jual produk memerlukan beberapa pertimbangan yang terintegrasi, mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan setiap perusahaan, daya beli masyarakat, harga jual pesaing, kondisi perekonomian perusahaan, karena penentuan harga jual pada setiap produk

merupakan kebijakan yang benar-benar dipertimbangkan secara matang dan terintegrasi. Penentuan harga jual tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan resiko pada perusahaan, misalnya kerugian yang terus menerus atau tidak lakunya produk karena macetnya pemasaran, karena pada hakekatnya perusahaan dalam menjual produknya harus mampu dalam mencapai keuntungan yang diharapkan sehingga perusahaan harus menetapkan harga jual yang tepat.

Biaya produksi juga merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi setiap perusahaan dari adanya kemungkinan terjadinya kerugian. Kerugian yang terjadi akan mengakibatkan suatu usaha tidak mampu tumbuh dan bahkan dapat mengakibatkan perusahaan harus menghentikan kegiatan bisnis perusahaan. Untuk menghindari akan terjadi kerugian, maka dapat dilakukan dengan berusaha memperoleh pendapatan yang paling tidak mampu menutup biaya produksi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan biaya produksi dan penetapan harga jual produk atau jasa dengan tepat untuk memberikan perlindungan kepada perusahaan agar dapat memperkecil kerugian perusahaan.

Meskipun demikian biaya sendiri merupakan faktor pertimbangan yang sangat penting dari sebuah perusahaan. Karena dalam proses produksi biaya yang dikeluarkan dijadikan sebagai dasar penentuan dari harga jual dalam perusahaan. Unsur-unsur biaya dalam memperhitungkan harga pokok produksi menggunakan pendekatan *full costing* dikarena pendekatan ini merupakan metode dalam penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan keseluruhan dari unsur biaya produksi kedalam harga pokok produksi yang terdiri atas biaya bahan baku,

biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik baik itu yang berperilaku variabel ataupun tetap.

Perusahaan terkadang menetapkan terlebih dahulu tingkat pengembalian atas 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. 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*)

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada salah satu objek yaitu usaha Rama Gorden Kijang, yang berdiri di alamat Jl. Pasar Berdikari Kelurahan Kijang Kota, Rama Gorden merupakan sebuah usaha yang melakukan produksi gorden dengan menawarkan ukuran yang dapat dipilih sebelum melakukan produksi gorden. Data produksi yang dilakukan Rama gorden Kijang dari informasi yang didapat, peneliti melihat dalam penetapan harga jual Rama Gorden tidak menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan. Dalam pencatatan usaha ini hanya mencatat dari jumlah uang yang diterimanya dan dikeluarkannya, bahan baku yang dibeli dan dijual kembali, yang catatan sendiri diketahui hanya sebagai pengingat bagi pemilik usaha tersebut.

Perusahaan Rama Gorden dalam menetapkan harga jualnya 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 karena dalam penetapan harga biaya-biaya yang dikeluarkan dapat mempengaruhi keuntungan yang didapat. Dengan menggunakan cara tersebut tidaklah membantu bagi usaha tersebut dalam menetapkan harga yang tepat untuk mendapatkan laba yang diharapkan. berikut peneliti menyajikan tabel harga jual yang ditetapkan usaha rama gorden.

Tabel Harga Jual

Menurut Perusahaan Dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas

Modal Yang Digunakan

Keterangan	Harga Jual		Selisih Harga
	Usaha Rama Gorden	Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan	
Gorden Bidang Besar	Rp. 2.329.000	Rp. 2.355.000	Rp. 26.000

(Sumber: Usaha Rama Gorden, 2019)

Penentuan harga pokok produksi yang dibutuhkan dari usaha rama gorden yaitu informasi mengenai biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Dari ketiga jenis biaya ini usaha rama gorden menentukannya dengan ketelitian yang cermat, dalam pencatatan yang dilakukan maupun penggolongannya. Maka dari itu informasi dari harga pokok produksi

yang telah dihasilkan dapat digunakan untuk menentukan harga jual dari produk maupun perhitungan laba rugi.

Melakukan penetapan harga jual suatu produk maka akan dilakukan dengan tidak didasarkan pada perkiraan saja akan tetapi dengan dilakukan menggunakan cara yaitu memperhitungan keseluruhan biaya yang lebih akurat dan teliti karena seperti yang dapat diketahui penetapan harga jual diharapkan dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Dalam kasus ini, metode yang cocok untuk menentukan harga jual produk gorden adalah metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan. Yang dilihat dari segi karakteristik perusahaan dan harga jual oleh Rama Gorden. Tujuan penelitian ini untuk menghitung harga jual produk dengan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan pada rama gorden memerlukan ketelitian dan ketepatan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Penetapan Harga Jual Pada Usaha Rama Gorden Kijang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti di Usaha Rama Gorden adalah :

1. Bagaimana Penetapan harga jual produk pada Usaha Rama Gorden Kijang?
2. Bagaimana Penetapan harga jual produk pada Usaha Rama Gorden Kijang dengan Metode Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan?
3. Bagaimana Perbandingan Harga Jual Perusahaan Rama Gorden Kijang Dengan

Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan Dan Efisien Bagi Perusahaan Rama Gorden Kijang?

1.3 Batasan Masalah

Peneliti fokus pada metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan dengan pendekatan *Full costing*, penelitian juga fokus di bulan Mei 2019 sebanyak 47 gorden bidang besar ukuran 2 meter 3 jendela.

1.4 Tujuan Penelitian

Yang diharapkan dari penelitian ini baik untuk perusahaan maupun penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Penetapan Harga Jual Yang Selama Ini Dilakukan Oleh Usaha Rama Gorden Kijang.
2. Untuk Mengetahui Penetapan Harga Jual Dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan Pada Usaha Rama Gorden Kijang.
3. Untuk Membandingkan Harga Jual Usaha Rama Gorden Kijang Dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Ilmiah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi untuk penelitian lanjutan dimasa

yang akan datang terutama penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan penetapan harga jual dengan menggunakan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan, peneliti ini dapat digunakan sebagai masukan dan pertimbangan dalam menghitung harga pokok produksi yang tepat bagi perusahaan serta untuk mendapatkan hasil perhitungan harga pokok produksi yang akurat sehingga dapat menetapkan harga jual produk yang wajar dengan membandingkan harga jual perusahaan yang ditetapkan dengan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan manakah penetapan harga jual yang lebih tepat. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang serta membandingkan dengan praktek yang terjadi disuatu perusahaan

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 beberapa bagian yang

terdiri dari 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, penetapan harga jual, penetapan harga jual dengan metode tingkat 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

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum proyek penelitian, serta berisikan tentang hal-hal yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan yang diambil dari hasil pembahasan masalah sebelumnya , serta saran-saran mengenai perbaikan yang penulis lakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan teori

2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya mempunyai peranan dalam perhitungan harga pokok produksi pada saat menetapkan, menganalisa dan melaporkan pos-pos biaya yang mendukung laporan keuangan agar mampu menunjukkan data yang wajar. Dalam menyediakan data-data biaya berbagai tujuan yang dilaporkan, maka biaya-biaya yang terjadi dalam perusahaan harus digolongkan dan dicatat dengan sebenar benarnya, sehingga dapat memungkinkan perhitungan harga pokok produksi secara teliti.

Menurut (Lestari, 2017) akuntansi biaya sendiri tidak hanya menunjukkan angka-angka menjumlah, mengurutkan atau melacakinya, namun lebih dari sekedar itu saja. Didalam suatu perusahaan akuntansi biaya mempunyai peranan dalam melakukan keputusan, yang dapat dilihat dari penyediaan informasi bagi perencanaan produk sampai dengan bagaimana perusahaan mengevaluasi kesuksesan yang diperoleh.

Kemudian (Dunia, 2012) menyatakan bahwa akuntansi biaya merupakan bagian dari akuntansi manajemen yang dimana merupakan salah satu dari bidang khusus akuntansi yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya. Hal yang utama dalam suatu akuntansi biaya yaitu biaya-biaya yang berhubungan dengan produksi suatu barang maupun suatu produk. Sehingga dari pemikiran

tersebutlah yang memberikan gambaran kepada masyarakat bahwa akuntansi biaya hanya bisa digunakan dalam perusahaan manufaktur saja.

Selanjutnya (Horngren, 2012) berpendapat bahwa Akuntansi biaya merupakan suatu proses yang didalamnya mengukur, menganalisis dan melaporkan informasi keuangan maupun non keuangan yang terkait dengan biaya perolehan atau penggunaan sumber daya dalam suatu organisasi. Sebagai contoh dari akuntansi biaya yaitu menghitung biaya produk, menghitung biaya produk merupakan salah satu fungsi akuntansi biaya yang memenuhi kebutuhan akuntansi keuangan dalam menilai persediaan serta kebutuhan akuntansi manajemen dalam membuat suatu keputusan.

Sedangkan (Nurlela, 2013) menyatakan bahwa akuntansi biaya adalah bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur, dan pelaporan informasi biaya yang digunakan. Serta (Hartati, 2017) mengungkapkan bahwa 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.

Sehingga dari beberapa pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya adalah suatu proses dimana melakukannya yaitu dengan beberapa cara dalam melakukannya, tahapan yang dilakukan dengan cara yaitu sebagai berikut ini denan melakukan pencatatan, penggolongan, ringkasan penyajian data biaya produksi yang digunakan oleh perusahaan dalam pengambilan suatu keputusan.

2.1.2 Peranan Akuntansi Biaya

Dalam internal perusahaan akuntansi biaya memiliki peranan penting, Menurut (William, 2009) mengatakan bahwa akuntansi biaya memiliki peranan yaitu saat membuat dan melaksanakan rencana serta anggaran yang dibuat untuk beroperasi pada saat kondisi ekonomi yang telah diprediksi sebelumnya, yang telah ditetapkan mulai dari 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 dapat memilih diantara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang yang mampu mengubah pendapatan maupun biaya.

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

Selanjutnya (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.

Kemudian (Carter, 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.

Sedangkan (Mursyidi, 2010) berpendapat bahwa peran akuntansi sangatlah penting, yang dimana untuk digunakan dalam melakukan beberapa tahapan dari pengolahan data yang ada mulai dari perencanaan atau penganggaran, pengendalian dan penetapan kebijakan keuangan untuk untuk masa yang akan datang. Akuntansi biaya dapat menghasilkan suatu informasi biaya informasi biaya sangat penting dalam perusahaan yang dimana tanpa adanya informasi biaya perusahaan tidak memiliki nilai dan bisa dinyatakan tidak ada, maka perusahaan harus menghasilkan informasi yang tepat dan lebih rinci pada suatu perusahaan agar dapat mendapatkan nilai dan dapat dinyatakan ada.

Sehingga dari definisi-definisi yang ada diatas maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya peranan akuntansi biaya adalah untuk melakukan beberapa cara dan tahapan yang akan dilakukan peranan akuntansi biaya dari definisi yang telah dijelaskan diatas memiliki beberapa cara yaitu mulai dari 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.

2.1.3 Pengertian Biaya Dan Klasifikasi Biaya

2.1.3.1 Pengertian Biaya

Memahami pengertian suatu biaya sangat penting bagi suatu perusahaan yang dimana penerapan biaya yang tepat dapat digunakan untuk membantu proses perencanaan, pengendalian dan pembuatan keputusan ekonomi. Pengertian maupun definisi biaya berbeda-beda. Karena itu, tidak jarang terjadi perbedaan pengertian maupun definisi serta menyadari betapa pentingnya arti biaya dalam menjalankan tujuan sehari-hari, ketidaktepatan dalam penafsiran biaya dapat menyebabkan pengambilan keputusan yang kurang tepat bagi suatu perusahaan.

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. Biaya(*cost*) dan beban (*expense*) sering diartikan sama yaitu biaya, padahal terdapat perbedaan diantara keduanya yaitu dimana biaya (*cost*) merupakan pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu (Lasena, 2013).

Biaya ini belum habis masa pakainya dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukan kedalam neraca contohnya biaya yaitu persediaan bahan baku, persediaan produk dalam proses, persediaan produk selesai, *supplies* atau aktiva yang belum digunakan. Sedangkan beban (*expense*) adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Beban dimasukan kedalam laporan laba rugi sebagai pengurangan dari pendapatan contohnya beban yaitu beban penyusutan, beban pemasaran, dan beban yang tergolong sebagai biaya operasi.

Kemudian (Sujarweni, 2015) mengatakan bahwa biaya sendiri didefinisikan dalam dua kategori, yaitu diartikan dalam arti luas dan sempit dimana dalam arti luas menyatakan bahwa, biaya merupakan pengorbanan dari sumber ekonomis yang dapat diukur dalam satuan uang pada usahanya, tujuannya agar dapat mencapai sesuatu harapan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi atau yang akan baru direncanakan. Sedangkan dalam arti sempit memiliki makna yaitu pengorbanan dari sumber ekonomi dalam satuan uang untuk dapat memperoleh aktiva.

Selanjutnya menurut (Carter, 2009) biaya didefinisikan sebagai “suatu nilai tukar, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin dari apa yang telah diperoleh manfaat. Istilah biaya sendiri seringkali digunakan sebagai persamaan dari beban. Tetapi, beban sendiri diartikan sebagai arus kas keluar dan masuk yang terukur dari barang atau jasa, yang kemudian dibandingkan dengan pendapatan dalam menentukan laba.

2.1.3.2 Klasifikasi Biaya

Ada berbagai cara menggolongkan biaya dalam akuntansi, penggolongan biaya sendiri memiliki beberapa bagian yang berbeda karena dilakukan atas dasar tujuan yang berbeda sesuai dengan bagian-bagiannya penggolongannya sendiri. Penggolongan tersebut didasarkan atas prinsip dari dasar pengelolaan biaya: “*differents 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 “ *differens cost for different purposes*”. Secara umum, struktur laporan laba rugi perusahaan jasa mengandung tiga komponen utama yaitu, biaya *overhead cost*, biaya pemasaran dan biaya administrasi umum. Biaya produksi yang memiliki arti dari biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan barang. Biaya non produksi merupakan biaya yang berkaitan dengan fungsi desain, pengembangan pemasaran, distribusi, layanan pelanggan dan administrasi umum lainnya.

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 yang dihitung, 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 di identifikasikan dengan aktivitas produksi maupun pemasaran. Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan penyusunan kebijakan dan pengarahan perusahaan 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.

a. 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 sebuah perusahaan tersebut tidak memerlukan adanya biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk.

- b. Penggolongan biaya sesuai perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan.

Penggolongan biaya menurut perilakunya memiliki arti adalah pembagian dari biaya yang terdiri atas beberapa bagian yaitu mulai 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 akan mengalami berubah dengan jumlah yang konstan pada saat volume produk tertentu yang terjadi.

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.

c. 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.

Sedangkan menurut (Noreen, 2013) klasifikasi biaya sebagai dasar dari penetapan harga pokok produksi dibagi menjadi 2 antara lain :

1) Biaya Produksi

Sebagian besar dari perusahaan manufaktur membagi biaya produksinya menjadi dalam tiga kategori sebagai berikut :

- a. Bahan Langsung yaitu bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi yang disebut juga dengan bahan baku atau bahan mentah (*raw material*). Bahan baku ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu :
 - Bahan Baku Langsung (*direct material*) merupakan bahan baku yang dijadikan sebagai bagian utama dari suatu produk jadi yang biayanya dapat dilihat dengan mudah ke produk jadi.
 - Bahan Baku Tidak Langsung (*indirect material*) merupakan bahan-bahan yang tidak dapat berpengaruh secara signifikan dalam produk jadi.
- b. Tenaga kerja langsung (*direct labor*) yang meliputi biaya tenaga kerja yang dapat ditelusuri dengan mudah dengan cara mengetahui dari setiap masing-masing unit produk. Tenaga kerja langsung dapat disebut juga dengan tenaga kerja manual (*touch labor*) dikarenakan tenaga kerja langsung dikerjakan dengan menggunakan tangan atas produk pada saat produksi. Sedangkan tenaga kerja yang tidak dapat ditelusuri dari pada produk tertentu dan memakan biaya yang dilakukan disebut dengan tenaga kerja tidak langsung.

c. Biaya *Overhead* Pabrik (*manufacturing overhead*) merupakan tingkat ketiga dari biaya produksi yang mampu mencakup keseluruhan biaya produksi yang tidak termasuk kedalam bahan baku langsung maupun tenaga kerja langsung.

2) Biaya Non produksi terdiri atas dua kategori yaitu :

- a. Biaya penjual (*selling cost*) mencakup dari keseluruhan biaya yang digunakan perusahaan dalam menangani pesanan dari pelanggan.
- b. Biaya administrasi (*administrative cost*) meliputi keseluruhan dari biaya yang berhubungan dengan bagian dari manajemen umum organisasi, bukan berhubungan dengan produksi atau penjualan.

Kemudian ada beberapa bagian dalam mengklasifikasi biaya menurut (Baldrick et al., 2014) sebagai berikut:

1. Hubungan biaya dengan produk

Berdasarkan hubungannya dengan produk, biaya memiliki beberapa golongan berikut biaya digolongkan menjadi dua bagian yaitu :

a. Biaya Langsung (*direct cost*)

Biaya Langsung merupakan biaya yang dapat ditelusuri ke produk

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya Tidak Langsung memiliki arti yaitu merupakan biaya yang tidak dapat secara langsung ditelusuri ke produk.

2. Hubungan biaya dengan volume kegiatan

Dari hubungannya dengan perubahan kegiatannya maka biaya dibagi beberapa bagian dan berdasarkan klasifikasi menjadi tiga bagian yaitu sebagai berikut :

a. Biaya Variabel (*variabel cost*)

Biaya variabel diartikan sebagai biaya yang jumlah totalnya berubah proporsional dengan perubahan dari volume kegiatan atau produksi tetapi jumlah perunitnya tidak berubah.

b. Biaya Tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap diartikan dengan biaya yang jumlah totalnya tidak terpengaruh oleh volume kegiatan dalam kisaran volume tertentu.

c. Biaya Campuran (*mixed cost*)

Biaya campuran diartikan dengan biaya yang jumlahnya terpengaruh oleh volume kegiatan perusahaan tetap tidak secara proporsional.

3. Elemen biaya produksi

Apabila biaya diklasifikasikan berdasarkan dari elemen biaya produksi maka dibagi menjadi tiga yaitu :

a. Biaya bahan baku (*raw material cost*). Biaya bahan baku adalah besarnya nilai bahan baku yang dimasukkan kedalam proses produksi untuk diubah menjadi barang jadi.

b. Biaya tenaga kerja langsung dan tidak langsung (*direct labour cost*). Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya tenaga kerja yang secara langsung berhubungan dengan produk barang jadi. Biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan upah atau gaji dari tenaga kerja tidak berhubungan langsung dengan produksi barang jadi.

c. Biaya *overhead* pabrik adalah biaya-biaya yang terjadi dipabrik selain biaya bahan baku maupun biaya tenaga kerja langsung.

2.1.4 Pengertian Harga Jual

Harga merupakan salah satu informasi yang dapat diterima dari pelanggan tentang suatu produk yang ditawarkan. Dalam melakukan penetapan harga berhubungan dengan seluruh tujuan jangka pendek dan jangka panjang dari perusahaan, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga dapat berasal dari luar maupun dari dalam perusahaan itu sendiri (Samryn, 2012)

Menurut (Devie, 2019) harga adalah keputusan yang penting dalam menentukan harga jual apabila harga yang diberikan terlalu tinggi, kemungkinan produk tidak dapat dijual, namun apabila harga yang ditawarkan terlalu rendah perusahaan tidak dapat memperoleh keuntungan sesuai dengan harapan pemilik.

Menurut (Slamet, 2015) harga merupakan keputusan yang diambil manajemen karena perusahaan akan berjalan dalam jangka yang panjang bergantung pada keputusan *pricing*, apabila dalam jangka panjang harga jual mampu melampaui seluruh biaya perusahaan tentu menyisakan laba normal sehingga perusahaan dapat melanjutkan perusahaan, namun apabila perusahaan tidak menutupi biaya dan laba yang diharapkan dari harga jual yang ditetapkan dan mengalami kerugian akibatnya investor akan mencari peluang yang lebih menguntungkan dari perusahaan lainnya.

Kemudian (Lestari, 2017) mengatakan bahwa harga merupakan kebijakan yang sangatlah penting bagi perusahaan yang akan memenuhi tingkat penjualan produksi dari perusahaan, karena harga merupakan angka yang telah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar.

Selanjutnya (Basu Swastha, 2010) harga merupakan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengkonsumsian, penggunaan, atau kepemilikan barang atau jasa.

Dari sejumlah definisi harga diatas 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.

2.1.4.1 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.

Kemudian (Lestari, 2017) faktor yang mempengaruhi keputusan dalam penetapan harga jual yaitu :

1. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan

Faktor utama yang mempengaruhi karena semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan memungkinkan pihak perusahaan akan menawarkan harga yang lebih ramah kepada konsumen.

2. Kualitas dan inovasi produk

Faktor dari kualitas dan inovasi menjadi faktor yang penting karena apabila perusahaan yakin bahwa kualitas produknya berada di atas rata-rata dengan tawaran inovasi yang cukup baik, maka perusahaan bisa menetapkan harga jual yang lebih tinggi dari harga pasar. Hal ini tentunya juga bertujuan untuk menutupi biaya-biaya produksi yang dikeluarkan untuk menghasilkan sebuah produk yang berkualitas.

3. Harga pesaing

Selanjutnya seperti yang diketahui bahwa semakin tinggi tingkat persaingan dari harga, maka akan semakin sulit pula bagi perusahaan dalam menetapkan harga yang dimana dapat menguntungkan bagi perusahaan. Akibatnya perusahaan dituntut untuk lebih kreatif untuk mencari pasar atau area penjualan baru dengan tingkat pesaing yang masih rendah karena harga pesaing apabila tidak diperhatikan dampak yang akan terjadi adalah tidak lakunya produk dipasaran.

4. Ketersediaan serta jumlah harga dari produk pengganti

Produk pengganti ini adalah pesaing, karena apabila produk ganti semakin banyak tingkat ketersediaan dari jumlah barang pengganti serta harganya yang semakin terjangkau oleh konsumen dalam mendapatkan suatu produk, artinya perusahaan harus mampu melakukan sesuatu hal agar semakin bisa menekankan harga jual tujuannya agar perusahaan mampu bersaing dengan produk-produk yang akan dipasaran.

Selanjutnya (Keller & Kotler, 2009) dalam mengambil keputusan untuk melakukan penetapan harga sebuah perusahaan akan dapat mengalami beberapa kendala yang akan terjadi di perusahaan beberapa pengaruh yang akan dialami perusahaan mulai dari faktor internal maupun dari faktor eksternal, yaitu :

1. Faktor Internal Perusahaan

a. Tujuan pemasaran perusahaan

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

b. Strategi Bauran Pemasaran

Harga merupakan salah satu alat bauran yang digunakan perusahaan yang digunakan dalam mencapai tujuan pemasarannya. Perusahaan sendiri juga seringkali menempatkan produk mereka melalui harga, dimana harga

dalam hal ini menjadi faktor yang menentukan pasaran produk, 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 melakukan beberapa cara dalam mempertimbangkan Faktor-faktor lain diluar perusahaan. Dimana yang diketahui bahwa keadaan ekonomi dapat mempengaruhi penetapan harga. Faktor-faktor ekonomi yang dapat mempengaruhinya seperti inflasi, atau tingkat bunga dapat mempengaruhi keputusan penetapan harga, karena

dapat mempengaruhi baik biaya produksi maupun persepsi konsumen terhadap harga dan nilai produk.

2.1.4.2 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.

(Basu & Irawan, 2009) 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 & Kotler, 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 unggul. Perusahaan mungkin mengharapkan untuk menjadi pemimpin dalam kualitas produk di pasar. Perusahaan memproduksi produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi.

2.1.5 Metode Penetapan Harga Jual

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

Dan menurut (Bayu 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 dengan *cost plus pricing*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, maka dapat diidentifikasi sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk yang digunakan. Dalam menghitung dengan *cost plus pricing*, maka dapat digunakan rumus:

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

b. *Mark Up Pricing Method*

Mark up pricing metode ini banyak digunakan oleh seorang pedagang. Para 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 menghitung 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.

Menurut (Rudianto, 2013) secara umum terdapat beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk menentukan harga jual suatu produk dengan berbasis pada besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan, yaitu sebagai berikut :

1. Maksimalisasi laba
2. Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan
3. Biaya Konversi
4. Margin Kontribusi
5. Biaya Standar

2.1.6 Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan

Menurut (Rudianto, 2013), perusahaan terkadang menetapkan terlebih dahulu tingkat pengembalian atas 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 .

$$\text{Harga Jual/unit} = \frac{\text{Total Biaya} + (\text{Tingkat Pengembalian atas modal yang digunakan} \times \text{modal})}{\text{Volume penjualan}}$$

Sumber : (Rudianto, 2013)

Menurut (Mulyadi, 2010) taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan pendekatan yaitu pendekatan *full costing*, 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>

Taksiran biaya komersial xxx

Taksiran biaya penuh xxx

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 (Carter, 2009), 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*)

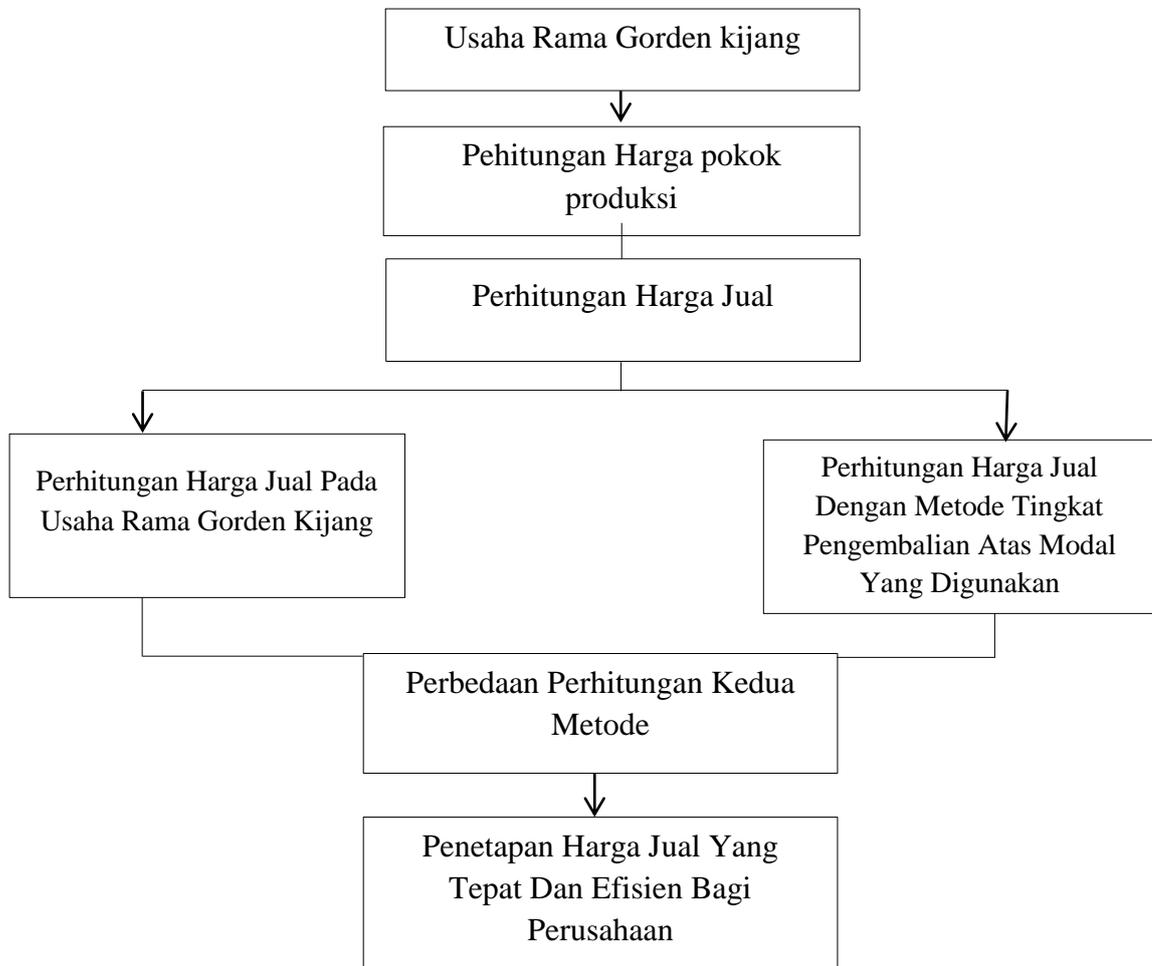
Menurut (Kamaruddin, 2017), salah satu sasaran yang sering ditemui yaitu keputusan menetapkan tingkat pengembalian modal yang digunakan dalam kegiatan untuk menghasilkan produk tertentu dimana ROI merupakan salah satu sasaran yang dimaksud.

2.2 Kerangka Pemikiran

Pada usaha rama gorden penetapan harga jual yang dibuat belum mencatat dengan tepat berdasarkan pertimbangan yang ada dalam menentukan harga jual usaha rama gorden tidak menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan dengan sebenarnya. maka dibuatlah kerangka pemikiran sebagai berikut ini.

GAMBAR 2.2

Kerangka Pemikiran



2.3 Penelitian Terdahulu

1. (Neni Kristanti, 2013). Dengan judul analisis penetapan harga jual dengan metode *cost plus* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang Digunakan pada toko mebel lestari pejagoan. Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa harga yang dihasilkan tiap bulannya berbeda. Penulis menyimpulkan bahwa perbedaan tersebut dikarenakan jumlah produksi meja dan kursi sekolah tiap bulannya berbeda dan kos tetap per unit

tiap bulannya. Selisih harga jual sebenarnya pada Toko Mebel Lestari dengan harga jual metode *cost plus* selisihnya tidak terlalu besar sedangkan harga jual sebenarnya dengan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan selisihnya terlalu besar. Perbedaan yang sangat jauh diantara harga jual dengan metode *cost plus* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan karena persentase ROI atau tingkat pengembalian dari aktiva yang digunakan dan persentase tingkat pengembalian atas modal yang digunakan berbeda.

2. **(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. **(Mariana Kondoy, Ilat, & 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.

4. **(Guria, B.Das, S.Mondal, & M.Maiti, 2013)**. 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 terhitung (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.

5. **(Biswajit Sarkar , Sharmila Saren a, 2013)**. 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.

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 dari keadaan, kondisi atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dapat dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Peneliti sendiri tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Peneliti hanya memotret apa yang telah terjadi dalam bentuk laporan penelitian secara lugas, seperti apa adanya.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang dimana peneliti bertujuan untuk mengetahui perhitungan dari harga jual dengan menggunakan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan pada usaha rama gorden kijang. Melakukan perbandingan dari hasil perhitungan menurut teori yang dilakukan pada penelitian yang telah didapat dan diperhitungkan yang diterapkan oleh perusahaan itu sendiri. Maka, dari perbandingan yang telah diperhitungkan tersebut dapat diketahui apakah dari harga jual 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 :

1. Data primer

Menurut (Sunyoto, 2013) data primer merupakan data yang sesungguhnya yang diambil dan dikumpulkan sendiri oleh si peneliti 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 dan observasi kepada pemilik usaha rama gorden.

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 Rama Gorden .

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data memiliki pengertian yang merupakan jembatan yang menghubungkan antara penelitian dengan fenomena sosial yang ditelitinya. Metode yang telah dipilih oleh peneliti dapat mengumpulkan berbagai data yang diperlukan guna untuk sebagai bahan yang akan menjawab pertanyaan yang ada maka apabila pertanyaan tersebut dapat dijawab peneliti akan menggunakannya sebagai informasi bagi peneliti. Berikut ini teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti.

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 tingkat pengembalian atas modal yang digunakan pada usaha rama gorden.

3. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap subjek secara langsung yang dimana sehari-hari mereka berada dan biasa melakukan aktifitasnya (Satori, 2012). Peneliti mengamati bagaimana proses produksi Usaha Gorden Rama dan mengidentifikasi biaya-biaya apa saja yang digunakan selama proses produksi.

3.4 Teknik Pengolahan Data

Dalam melakukan penelitian metode pengolahan data yang digunakan adalah deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif. Dimana analisis ini digunakan untuk membahas dan menerangkan hasil penelitian dengan mempertimbangkan dan membandingkan antara penetapan harga jual menurut perusahaan dengan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan dengan menggunakan keterangan-keterangan yang berbentuk angka. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

1. Mengumpulkan data atau dokumen yang didapat dari hasil wawancara yang terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik, dan biaya-biaya lainnya.
2. Menghitung harga pokok produksi menurut perusahaan dengan menurut metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan dengan pendekatan *full costing*, perhitungan dilakukan dengan cara menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik.
3. Dari Harga pokok produksi yang telah di hitung, selanjutnya dilakukan perhitungan penetapan harga jual yang ditetapkan Usaha Rama Gorden Kijang dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan dengan pendekatan *Full Costing*.
4. Analisis perbedaan antara penetapan harga jual yang digunakan usaha Rama Gorden Kijang dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan dengan pendekatan *Full Costing*.

5. Selanjutnya membuat kesimpulan yang tepat dalam menetapkan harga jual setelah dilakukan analisis.

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 Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan. metode ini melewati tahap - tahap sebagai berikut :

- a. Melakukan perhitungan harga pokok produksi berdasarkan yang diterapkan di Usaha Rama Gorden Kijang dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan.
- b. Melakukan analisis perhitungan penetapan harga menurut Usaha Rama Gorden dengan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan di Usaha Rama Gorden Kijang.
- c. Membandingkan harga yang menerapkan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan dengan harga yang diterapkan di Usaha Rama Gorden Kijang apakah terdapat efisiensi biaya.

DAFTAR PUSTAKA

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

Baldric, S., Bambang, S., Dody, H., Widodo, L. E., Erlina, H., Lita, K., & Nurofik. (2014). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Salemba Empat.

Basu, S., & Irawan, &. (2009). *Manajemen Pemasarn*. Yogyakarta.

Biswajit Sarkar , Sharmila Saren a, H.-M. W. b. (2013). *An inventory model with variable demand, component cost and selling price for deteriorating items*.

Retrieved from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264999312002775>

Carter, W. K. (2009). *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Salemba Empat.

Devie, D. (2019). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.

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

Guria, A., B.Das, S.Mondal, & M.Maiti. (2013). *Inventory policy for an item with inflation induced purchasing price, selling price and demand with immediate part payment*. 37, 240–257. Retrieved from

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0307904X12000923>

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0307904X12000923>

Hartati, N. (2017). *Akuntansi Biaya*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

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

Kamaruddin, A. (2017). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Keller, & Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lasena, S. R. (2013). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Pada PT. Dimembe Nyiur Agripro. *EMBA*, 1(3), 585–592.
- Lestari, W. (2017). *Akuntansi Biaya dalam perspektif manajerial*. Yogyakarta: PT. Rajagrafindo persada.
- Mariana Kondoy, I., Ilat, V., & Pontoh, W. (2015). Penerapan Cost Plus Pricing Dalam Keputusan Penetapan Harga Jual Untuk Pesanan Khusus Pada Ud. Dewa Bakery Manado. *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15 (03), 141–150. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/9356>
- Mulyadi. (2010). *Akuntansi manajemen* (ketiga). Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2016). *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat.
- Mursyidi. (2010). *Akuntansi Biaya*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Neni Kristanti, I. (2013). Analisis Penetapan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Dan Metode Tingkat Pengembalian Atas Modal Yang Digunakan Pada Toko Mebel Lestari Pejagoan. *Fokus Bisnis*, 12 (02), 83–102. Retrieved from <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/fokbis/article/view/9>
- Noreen, B. G. (2013). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurlela, bastian bustami. (2013). *akuntansi biaya* (4th ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rudianto. (2013). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Samryn, L. . (2012). *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: PT. Rajagrafindo persada.
- Satori, D. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Slamet, S. (2015). *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan

Pecetakan.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Akuntansi Biaya Teori dan Penerapan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

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

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

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

Wauran, D. (2016). 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. *EMBA*, 4 (02), 652–661.
Retrieved from

<http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/fokbis/article/view/9>

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

CURRICULUM VITAE



Nama : Salwiyah

Jenis kelamin : Perempuan

Tempat Tanggal Lahir : Kijang, 24 November 1995

Status : Belum Menikah

Agama : Islam

Email : salwiyahicang24@gmail.com

Alamat : Jl. Nusantara Km.20 Kijang

Pendidikan : - SD Negeri 018 Bintan Timur
- SMP Negeri 3 Bintan Timur
- SMK Negeri 2 Bintan Timur
- STIE Pembangunan Tanjungpinang