

PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA UD. SINAR SAKTI

Oleh:
Christanti Natalia Soei¹
Harijanto Sabijono²
Treesje Runtu³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Akuntansi
Universitas Sam Ratulangi Manado
email : ¹natalia.soei@yahoo.com
²h_sabijono@yahoo.com
³truntu@gmail.com

ABSTRAK

Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor biaya merupakan faktor utama dalam menentukan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan agar tidak mengalami kerugian. *Cost plus pricing* adalah nilai biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (*mark-up*) yang ditentukan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perusahaan menentukan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada UD. Sinar Sakti. Penetapan harga jual yang ditetapkan oleh UD. Sinar Sakti masih menggunakan metode harga jual yang ditetapkan oleh produsen atau menggunakan metode harga jual relatif, yaitu harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang sejenis lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi daripada harga jual produk yang dihitung dengan menggunakan metode *cost plus pricing*. Manajemen perusahaan sebaiknya menggunakan metode *cost plus pricing* dalam mengidentifikasi biaya-biaya produksi dan menghitung harga jual produk sehingga harga jual produk yang dicapai dapat bersaing dengan para pesaing yang memiliki usaha sejenis.

Kata kunci: harga jual, *cost plus pricing*

ABSTRACT

The selling price must cover all costs, and generate the desired profit. The cost factor is a major factor in determining the selling price, because the costs describe the minimum threshold that must be met so that the company does not lose. Cost plus pricing is a certain value coupled with rising costs (mark-up) were determined. The purpose of this study was to determine how the company determines the selling price of a product using cost plus pricing method at UD. Sinar Sakti. Determination of the selling price set by UD. Sinar Sakti still using the selling price set by the manufacturer or using the relative selling price method, the selling price which follows the market price set by the efforts of other similar trade. The results of this study indicate the selling price set by the company is higher than the selling price is calculated using cost plus pricing method. Management companies should use cost plus pricing method in identifying the costs of production and calculate the selling price of the product so that the product price can be achieved to compete with competitors who have similar business.

Keywords: selling price, *cost plus pricing*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan adalah suatu organisasi dimana sumber daya (input), seperti bahan baku dan tenaga kerja diproses untuk menghasilkan barang dan jasa (output) bagi pelanggan. Tujuan dari perusahaan secara umum ialah laba/keuntungan. Laba (profit) adalah selisih antara jumlah yang diterima dari pelanggan atas barang atau jasa yang dihasilkan dengan jumlah yang dikeluarkan untuk membeli sumber daya alam dalam menghasilkan barang atau jasa tersebut.

Penentuan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi (perusahaan manufaktur), karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan sebagai perencanaan laba perusahaan.

Dua pendekatan dalam penentuan harga pokok produksi, yaitu : pendekatan *full costing* dan pendekatan *variable costing*. Kammarudin (2013:174) menyatakan bahwa antara pendekatan *full costing* dan *variable costing* terdapat perbedaan mengenai konsep langsung dan tidak langsungnya biaya dengan *volume*. Menurut metode *full costing* biaya yang dipengaruhi langsung oleh *volume* adalah berupa biaya produksi, sedangkan biaya yang tidak dipengaruhi langsung dan *volume* adalah berupa biaya nonproduksi. Sedangkan menurut metode *variable costing* biaya yang dipengaruhi langsung oleh *volume* terdiri dari biaya variabel, dan biaya yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh *volume* dari biaya tetap.

Metode *Cost Plus Pricing* adalah metode berupa pendekatan perusahaan, untuk dapat menentukan harga jual produk persatuan dimana dengan harga jual ini dapat menutup seluruh biaya dan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan perusahaan. Perusahaan dengan satu atau dua jenis barang atau jasa, perhitungan harga pokok yang akurat tidak terlalu sulit, namun sebaliknya bagi perusahaan yang memiliki produk yang bervariasi maka perhitungan harga pokok produk menjadi sulit. Produksi meubel menjadi salah satu bisnis yang produknya bervariasi. UD. Sinar Sakti merupakan salah satu perusahaan swasta di Manado yang sedang berkembang dalam bidang industri manufaktur. Dalam menentukan harga jual perusahaan, beberapa biaya dihitung berdasarkan biaya yang diestimasi atau diperkirakan oleh perusahaan.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perusahaan menentukan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada UD. Sinar Sakti.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Biaya

Mursyidi (2009:10) menjelaskan akuntansi biaya merupakan proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan pelaporan biaya pabrikasi, dan penjualan produk dan jasa dengan cara-cara tertentu, serta peraturan terhadap hasil-hasilnya. Carter (2009:11) menjelaskan bahwa akuntansi biaya memperlengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, perbaikan kualitas dan efisiensi, serta pengambilan keputusan baik yang bersifat rutin maupun yang bersifat startegik. Pengumpulan, penyajian, dan analisis dari informasi mengenai biaya dan manfaat membantu manajemen untuk menyelesaikan tugas-tugas berikut:

1. Membuat dan melaksanakan rencana dan anggaran untuk beroperasi dalam kondisi kompetitif dan ekonomi yang telah diprediksikan sebelumnya.
2. Menetapkan metode perhitungan biaya yang memungkinkan pengendalian aktivitas, mengurangi biaya, dan memperbaiki kualitas.
3. Mengendalikan kualitas fisik dari persediaan, dan menentukan biaya dari setiap produk dan jasa yang dihasilkan untuk tujuan penetapan harga dan untk evaluasi kinerja dari suatu produk, departemen, atau divisi.

4. Menentukan biaya dan laba perusahaan untuk periode akuntansi satu tahun atau untuk periode lain yang lebih pendek. Hal ini termasuk menentukan nilai persediaan dan harga pokok penjualan sesuai dengan aturan pelaporan eksternal.
5. Memilih di antara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang, yang dapat mengubah pendapatan atau biaya.

Biaya

Simamora (2012:40) menyatakan biaya (*cost*) adalah kas atau setara kas yang dikorbankan (dibayarkan) untuk barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat (pendapatan) pada saat ini atau di masa depan bagi perusahaan. Krismiaji dan Aryani (2011:17) menyatakan biaya atau *cost* adalah kas atau ekuivalen yang dikorbankan untuk membeli barang atau jasa yang diharapkan akan memberikan manfaat bagi perusahaan saat sekarang atau untuk periode mendatang.

Harga Pokok Produksi

Mulyadi (2010:17) menyatakan bahwa metode penentuan harga pokok produksi adalah cara perhitungan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variable costing*. *Full costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku variabel maupun tetap, dengan demikian harga pokok produksi menurut *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi. Mulyadi (2010:18) menyatakan *variable costing* merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

Penentuan Harga Jual

Kotler dan Keller (2009:439) menyatakan harga jual adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaa-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan bahwa tujuan penetapan harga, yaitu:

1. Kelangsungan hidup
2. Laba sekarang maksimum
3. Pendapatan sekarang maksimum
4. Pertumbuhan penjualan maksimum
5. *Skimming* pasar maksimum
6. Kepemimpinan mutu produk

Kamaruddin (2013:174) dalam bukunya akuntansi manajemen menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual:

1. Faktor laba yang diinginkan.
2. Faktor produk atau penjualan produk tersebut.
3. Faktor biaya dan produk tersebut.
4. Faktor dari luar perusahaan (konsumen).

Metode Penetapan Harga

Swastha (2010:154) menyatakan bahwa metode penentuan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu :

- a. *Cost plus pricing method*
- b. *Mark up pricing method*
- c. Penentuan harga oleh produsen

Kamaruddin (2013:148) menyatakan bahwa biaya (*cost*) merupakan komponen penting yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual produk atau jasa. Harga jual produk atau jasa pada umumnya ditentukan dari jumlah semua biaya ditambah jumlah tertentu yang disebut dengan *mark-up*. Cara penentuan harga jual tersebut dikenal dengan Pendekatan *Cost-Plus (Cost Plus Approach)*. Pengertian *Cost Plus*, adalah

nilai biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (*mark-up*) yang ditentukan. Dalam konsep perhitungan harga pokok dikenal dua pendekatan yaitu:

1. Perhitungan harga pokok penuh (*Full costing*). Dalam pendekatan ini harga pokok produksi terdiri dari biaya-biaya yang berkaitan dengan pembuatan produk baik yang bersifat variable maupun yang bersifat tetap
 - a. Bahan baku langsung
 - b. Upah langsung
 - c. Biaya overhead pabrik – *variable*
 - d. Biaya Overhead pabrik – tetap
2. Perhitungan harga pokok variable (*Variable costing*). Dalam pendekatan ini yang dimasukkan sebagai komponen harga pokok produk adalah seluruh biaya-biaya yang bersifat variable. Biaya variable tersebut adalah:
 1. Biaya bahan baku langsung
 2. Biaya tenaga kerja langsung
 3. Biaya penjualan variabel
 4. Biaya umum dan administrasi *variable*

Penelitian Terdahulu

Slat (2013) dalam penelitiannya mengenai analisis harga pokok produk dengan menggunakan metode *full costing* dan penentuan harga jual berdasarkan *cost plus pricing* dalam menentukan profitabilitas perusahaan pada CV. Anugerah Genteng Manado. Tujuan penelitian untuk mengevaluasi penentuan harga pokok produk dan penetapan harga jual yang dilakukan perusahaan, untuk membandingkan dengan metode penentuan harga pokok proses dengan menggunakan pendekatan *full costing*, dan metode penetapan harga jual berdasarkan *Cost Plus Pricing*, kemudian melihat pengaruh terhadap laba perusahaan. Metode penelitian ini adalah kualitatif kuantitatif. Persamaan penelitian sebelumnya adalah metode penentuan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Perbedaan penelitian sebelumnya adalah peneliti terdahulu melakukan penelitian pada CV. Anugerah Genteng Manado sedangkan penelitian ini pada UD. Sinar Sakti.

Moray (2014) dalam penelitiannya mengenai penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada UD. Gladys Bakery. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana perusahaan menentukan harga jual produk dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* pada UD. Gladys Bakery. Metode penelitian ini adalah kualitatif kuantitatif. Persamaan penelitian sebelumnya adalah metode penentuan harga jual menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Perbedaan penelitian sebelumnya adalah peneliti terdahulu melakukan penelitian pada UD. Gladys Bakery sedangkan penelitian ini pada UD. Sinar Sakti.

METODE PENELITIAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu metode yang menganalisis masalah dengan cara mendeskripsikannya pada data-data yang sudah ada, berupa tabel perhitungan biaya produksi untuk mengetahui perbandingan biaya produksi meubel yang dapat memberikan gambaran maupun uraian jelas mengenai analisis penggunaan informasi akuntansi penuh dalam menetapkan harga jual produk pada UD. Sinar Sakti.

Tempat dan Waktu Penelitian

Objek penelitian pada UD. Sinar Sakti yang bertempat di Jln. Wolter Monginsidi Malalayang. Waktu penelitian dimulai pada bulan April 2014 sampai Mei 2014.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Tahap I : Permohonan untuk penelitian
2. Tahap II : Pengumpulan data
3. Tahap III : Pengolahan data
4. Tahap IV : Pengambilan Kesimpulan
5. Tahap V : Pemberian Saran

Metode Pengumpulan Data

Jenis Data

Sugiyono (2010:13) menyatakan bahwa data berdasarkan jenis, data terbagi dua, yaitu sebagai berikut :

1. Data Kuantitatif adalah data yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.
2. Data Kualitatif adalah data yang tidak yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive dan snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yakni gambaran umum perusahaan dan informasi operasi perusahaan dan data kuantitatif yang berupa biaya produksi dan metode perhitungan untuk harga jual berupa metode *variable costing*.

Sumber Data

Lubis (2010:174) Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Dalam penelitian ini data primer diperoleh pada saat wawancara dengan karyawan UD. Sinar Sakti yang berhubungan dengan pengambilan data yaitu sejarah perusahaan, struktur organisasi, pembagian tugas kerja, kinerja dari para pekerja, dan biaya produksi maupun non-produksi UD. Sinar Sakti.

Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang terkumpul diperoleh melalui prosedur sebagai berikut:

1. Survei Pendahuluan
Hal ini dilakukan untuk mengetahui keadaan dari perusahaan secara keseluruhan sehingga dapat menentukan masalah apa yang dihadapi UD. Sinar Sakti.
2. Survei Lapangan
Survei dilakukan dengan cara:
 - a. *Interview*, yaitu mengadakan wawancara dalam hal ini tanya jawab dengan pimpinan dan staf yang ditujukan untuk mengadakan penelitian terhadap tata cara pelaporan yang menyangkut masalah tersebut.
 - b. *Documenter*, cara pengumpulan data dengan menggunakan arsip dan dokumen-dokumen dari perusahaan yang bersangkutan.

Metode Analisis

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diaplikasikan. Dalam menganalisa data digunakan metode deskriptif, yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data biaya produksi (biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik) dan data penjualan, menganalisis data dengan melakukan perbandingan antara teori-teori dengan data objektif yang terjadi sehingga memberikan gambaran lengkap tentang permasalahan penelitian dan penyelesaiannya, sehingga dapat ditarik kesimpulan mengenai Penentuan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* pada UD. Sinar Sakti.

Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah melihat bagaimana penerapan informasi akuntansi penuh lebih khusus dalam penentuan harga jual suatu produk, dalam hal ini produk kursi santai kayu kelapa pada UD. Sinar Sakti. Metode penentuan harga jual yang dibahas pada penelitian ini, yaitu metode penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *variable costing*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sejarah Singkat Perusahaan

UD Sinar Sakti adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri kayu kelapa yang memproduksi berbagai macam furniture. Perusahaan ini terletak di Jln. Wolter Monginsidi. Perusahaan ini berdiri pada 3 September 1998 dengan nama CV Malalayang Sakti dan pada tahun 2002 berganti nama menjadi UD Sinar Sakti. Didirikan oleh Liem Pamulia yang sekaligus menjadi direktur utama UD Sinar Sakti.

Nomor tanda daftar perusahaan : 403/30381/179/TDP/BP2T/IV/2012 berlaku sampai dengan 30 September 2014. Surat izin tempat usaha atas nama Lies Pamulia dengan nomor 101/2911/427/SITU/BP2T/IV/2010. Pencapaian tujuan organisasi perlu adanya organisasi atau manajemen yang baik pada perusahaan tersebut, diperlukan koordinasi antara tiap-tiap bagian yang didukung adanya pendelegasian wewenang, pemberian tugas yang jelas serta tanggungjawab pada tiap-tiap bagian. Luas dan ruang lingkup perusahaan dewasa ini adalah sedemikian rupa sehingga dalam hal manajemen pelaksanaan tidak dapat lagi melakukan pengawasan secara pribadi terhadap jalannya operasi. Dalam keadaan semacam ini pembentukan struktur organisasi yang sesuai merupakan suatu hal yang penting.

Struktur organisasi yang tepat bagi perusahaan, berbeda satu dengan yang lainnya tergantung dari jenis aktivitas dari perusahaan yang bersangkutan. Suatu kriteria yang penting untuk mengukur kebaikan suatu organisasi adalah sejauh organisasi itu mampu berdiri sendiri, berintegrasi dan berkoordinasi secara baik.

Proses Produksi

- Tahap I : Tahap penanganan bahan baku menjadi bahan baku yang siap diproduksi dimana kayu dikeringkan dengan mesin *klin dry* untuk menurunkan kadar air kayu.
- Tahap II : Bahan baku yang siap diolah (telah dikeringkan) diambil dari gudang dimasukkan ke mesin pemotong atau pengirisan kemudian diskap dengan menggunakan mesin skap.
- Tahap III : Setelah kayu diskap dan dipotong menurut bentuk dan ukuran yang telah ditentukan, maka kayu tersebut dirakit sesuai keperluan.
- Tahap IV : Setelah barang telah dirakit menjadi meja, kursi, dan furniture lainnya barang tersebut didumpul kemudian di amplas. Barang yang selesai di amplas kemudian dicat dengan menggunakan alat *spray gun* kemudian dikeringkan.

Penggolongan Biaya

Biaya Produksi

- 1) Biaya Bahan Baku Langsung

Berikut akan disajikan data biaya bahan baku untuk satu unit kursi santai yang dikeluarkan perusahaan:

Tabel 1. Biaya Bahan Baku untuk Memproduksi Kursi Santai Kayu Kelapa November 2012

Bahan Baku	Biaya
Kayu kelapa	Rp 3.388.000,-
Paku	Rp 250.000,-
Lem Kayu	Rp 800.000,-
Cat warna	Rp 1.000.000,-
Tener	Rp 800.000,-
Skrup	Rp 240.000,-
Amplas	Rp 400.000,-
Total	Rp 6.878.000,-

Sumber : UD.Sinar Sakti (2014).

Biaya bahan baku yang dikeluarkan perusahaan untuk kursi santai kayu kelapa selama November 2012 yaitu adalah Rp. 6.878.000,- dimana bahan baku tersebut berupa kayu kelapa sebesar Rp. 3.388.000, paku sebesar Rp. 250.000, lem kayu sebesar Rp.800.000, cat warna sebesar Rp.1.000.000, tener sebesar Rp.800.000, skrup Rp. 240.000, dan amplas sebesar Rp. 400.000.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung, perusahaan menggunakan sistem pengupahan per jam dimana tiap harinya bekerja selama 8 jam, dengan kerja aktif selama 7 jam atau per bulan 175 jam. Tenaga kerja dibagi menjadi dua bagian yaitu bagian perakitan dan bagian finishing. Di bagian perakitan, perusahaan mempekerjakan sebanyak 5 orang pekerja bagian perakitan dan 5 orang pekerja untuk bagian finishing. Upah yang diberikan sebesar Rp.7.500,-/jam tiap orang. Berikut akan disajikan rincian biaya tenaga kerja langsung dihitung untuk bulan November 2012:

Tabel 2. Biaya Tenaga Kerja Langsung untuk Memproduksi Kursi Santai Kayu Kelapa November 2012

Keterangan	Jumlah Pekerja	Jumlah Jam Kerja/Bln	Upah Per Jam	Total
Bagian Perakitan	5	175	Rp 7.500,-	Rp 6.562.500,-
Bagian Finishing	5	175	Rp 7.500,-	Rp 6.562.500,-
Total Per Bulan				Rp 13.125.000,-

Sumber : UD.Sinar Sakti (2014).

Total biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan perusahaan setiap tahunnya adalah sebesar Rp.13.125.000,- dengan rincian biaya, untuk tenaga kerja dibagian perakitan sebesar Rp.6.562.000,- dan untuk tenaga kerja dibagian finishing sebesar Rp. Rp.6.562.000,-.

3) Biaya Overhead Pabrik

Berikut biaya *overhead* pabrik akan disajikan:

Tabel 3. Biaya Overhead Pabrik untuk Memproduksi Kursi Santai Kayu Kelapa November 2012

Biaya Overhead Pabrik	Jumlah		Total Biaya
	Biaya Tetap	Biaya Variabel	
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	Rp 9.420.000,-		Rp 9.420.000,-
Reparasi dan Pemeliharaan Mesin	Rp 6.698.150,-		Rp 6.698.150,-
Biaya Listrik		Rp. 3.248.150,-	Rp 3.248.150,-
Biaya Air	Rp 281.550,-		Rp 281.550,-
Bahan Penolong (Kapuk, Benang, Tali Plastik)		Rp. 288.275,-	Rp 288.275,-
Biaya bahan bakar		Rp. 578.100,-	Rp 578.100,-
Total	Rp. 16.399.700,-	Rp. 4.114.525,-	Rp 20.514.225,-

Sumber: UD. Sinar Sakti 2014.

Data biaya overhead pabrik yang dikeluarkan oleh perusahaan yaitu: untuk biaya tenaga kerja tidak langsung Rp. 9.420.000, untuk biaya reparasi dan pemeliharaan mesin Rp. 6.698.150, biaya listrik Rp. 3.248.150, biaya air sebesar Rp. 281.550, bahan penolong sebesar Rp. 288.275, serta biaya bahan bakar dan minyak pelumas sebesar Rp. 578.100, sehingga total yang dikeluarkan perusahaan untuk biaya overhead pabrik adalah Rp.20.514.225.

Biaya Non-Produksi

1) Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menata, mengatur, dan mengawasi kegiatan administrasi. Berikut adalah data biaya administrasi dan umum:

Tabel 4. Biaya Administasi dan Umum Produksi Kursi Santai Kayu Kelapa November 2012

No.	Jenis Biaya	Jumlah
1	Biaya design dan pengembangan produk	Rp 416.650,-
2	Biaya cetak	Rp 250.000,-
3	Alat tulis menulis	Rp 416.650,-
4	Telepon	Rp 833.300,-
5	Penyusutan gedung	Rp 1.500.000,-
6	Gaji karyawan bagian administrasi dan keuangan	Rp 3.750.000,-
Total		Rp 7.166.600,-

Sumber: UD. Sinar Sakti (2014)

2) Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya untuk mempromosikan dan memasarkan produknya yang dikeluarkan perusahaan. Berikut disajikan biaya pemasaran dalam Tabel 5 :

Tabel 5. Biaya Pemasaran Produksi Kursi Santai Kayu Kelapa November 2012

No.	Jenis Biaya	Jumlah
1	Gaji karyawan sopir truk	Rp 2.916.600,-
2	Penyusutan kendaraan	Rp 625.000,-
3	Perbaikan kendaraan	Rp 250.000,-
4	Bahan bakar	Rp 625.000,-
5	Biaya lain-lain	Rp 416.600,-
Total		Rp 4.833.200,-

Sumber : UD.Sinar Sakti (2014)

Harga Pokok Produksi dengan Metode *Cost Plus Pricing* Kursi Santai Kelapa November 2012

Biaya bahan baku	Rp. 6.878.000
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. 13.125.000
Biaya overhead variabel	Rp. 4.114.525
Biaya administrasi dan umum	Rp. 7.166.600
Biaya pemasaran	<u>Rp. 4.833.200 +</u>
Total biaya produksi	Rp. 36.177.325

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Harga Pokok Produksi dengan Metode *Cost Plus Pricing* Kursi Santai Kelapa November 2012 dapat dihitung sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Pokok Produksi} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi November 2012}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 36.177.325}{20 \text{ unit}} \\
 &= \text{Rp } 1.805.866,- \text{ (per unit)}.
 \end{aligned}$$

Harga jual produk dapat dihitung dengan menjumlahkan Total Biaya Produksi dengan laba yang ditetapkan sebesar 20% kemudian dibagi dengan Total Produksi Produk selama November 2012. Perhitungannya sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual Produk} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi} + \text{Laba yang Diharapkan}}{\text{Total Produksi November 2012}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 36.177.325 + (20\% \times 36.177.325)}{20 \text{ unit}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 43.412.790}{20 \text{ unit}}
 \end{aligned}$$

= Rp 2.170.639,- (per unit)

Hasil perhitungan di atas dapat dibandingkan harga jual produk kursi santai kayu kelapa perusahaan dengan metode *Cost Plus Pricing* dimana harga jual produk menurut perusahaan sebesar Rp. 2.820.000 sedangkan menurut metode *Cost Plus Pricing* Rp 2.170.639. Perbandingan harga jual produk menurut perusahaan dengan metode *Cost Plus Pricing* memperoleh selisih Rp 649.361,-.

Tabel 6. Perbandingan Harga Jual Produk Perusahaan dengan Metode *Cost Plus Pricing* Kursi Santai Kayu Kelapa November 2012

Jenis Produk	Harga Jual yang Ditetapkan Perusahaan	Harga Jual yang Ditetapkan dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Selisih
Kursi Santai Kayu Kelapa	Rp. 2.820.000	Rp. 2.170.639	Rp. 649.361

Sumber : Hasil Olahan Penulis

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hasil penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* pada UD. Sinar Sakti dan melihat perbandingannya dengan harga jual yang ditetapkan perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dengan produk sejenis. Penetapan harga jual yang ditetapkan oleh UD. Sinar Sakti masih menggunakan metode harga jual yang ditetapkan oleh produsen atau menggunakan metode harga jual relatif, yaitu harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang sejenis lainnya. Perusahaan tidak memperhitungkan setiap komponen-komponen biaya produksi sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi daripada harga jual yang dihitung berdasarkan metode *Cost Plus Pricing*. Hasil penelitian ini dapat dibandingkan dimana harga jual produk kursi santai kayu kelapa menurut perusahaan lebih tinggi daripada harga jual produk yang dihitung dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing*. Hasil ini menunjukkan bahwa metode *Cost Plus Pricing* sangat tepat diterapkan pada perusahaan yang bergerak dibidang industry meubel. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Moray (2014) menunjukkan hasil yang mendukung penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* harga jual produk menjadi lebih rendah.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini: Penetapan harga jual yang ditetapkan oleh UD. Sinar Sakti masih menggunakan metode harga jual yang ditetapkan oleh produsen atau menggunakan metode harga jual relatif, dimana harga jual mengikuti harga pasar yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang sejenis lainnya. Manajemen perusahaan tidak memperhitungkan setiap komponen biaya produksi sehingga harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih tinggi daripada harga jual yang dihitung berdasarkan metode *Cost Plus Pricing*.

Saran

Saran dari penelitian ini:

1. Perhitungan untuk menentukan harga jual produk dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dapat mengidentifikasi secara signifikan biaya-biaya produksi per produk.
2. Pihak UD. Sinar Sakti dapat mempertimbangkan cara penentuan harga jual produk berdasarkan *Cost Plus Pricing*, dimana harga jual yang ditentukan lebih murah daripada harga jual yang ditentukan perusahaan, namun tetap memiliki laba yang sesuai dari laba yang diharapkan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Carter William, 2009. *Akuntansi Biaya*, Buku satu. Edisi ke 14. Salemba Empat, Jakarta.
- Kamaruddin Ahmad, 2013. *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*, Edisi Revisi 8. Rajawali Pers Bisnis, Jakarta.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2. Erlangga, Jakarta.
- Krismiaji dan Aryani A. Y. 2011. *Akuntansi Manajemen*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Lubis Arfan, 2010. *Akuntansi Keprilakuan*. Edisi kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Moray Jessica, 2014. Penetapan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing pada UD. Gladys Bakery. *Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174 Vol. 2 No.2 Juni 2014. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1638/1309>. Diakses 24 Juli 2014. Hal. 1272-1283.
- Mulyadi, 2010. *Akuntansi Biaya*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Mursyidi, 2009. *Akuntansi Biaya (Conventional Costing, Just in Time, dan Activity Based Costing)*. Rafika Aditama, Jakarta.
- Simamora Henry, 2012, *Akuntansi Manajemen*. Edisi ketiga. Star Gate Publisher, Riau.
- Slat Andre Henry, 2013. Analisis Harga Pokok Produk dengan Metode Full Costing dan Penentuan Harga Jual. *Jurnal EMBA* ISSN 2303-1174 Vol.1 No.3 Juni 2013. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1638/1309>. Diakses 24 Juli 2014. Hal. 110-117.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Swastha Basu, 2010. *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. BPFE, Yogyakarta.

FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS