

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK
DAN PENGARUHNYA TERHADAP LABA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Kecap Menco Kediri)**

Oleh: Akhmad Naruli

ABSTRAK

Perusahaan Kecap Menco adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi atau pabrikasi. Tujuan yang hendak dicapai dengan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui harga jual produk menurut metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi harga jual dan laba.

Teknik analisa yang digunakan adalah membandingkan antara prosedur dan hasil perhitungan harga jual dan laba. Langkah-langkah penentuan harga jual dan pengaruhnya terhadap laba adalah dengan membandingkan prosedur penentuan harga jual dan laba menurut perusahaan dengan kajian teori.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer meliputi sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi perusahaan, sedangkan data sekunder meliputi data biaya produksi, data penentuan harga jual dan laporan laba rugi. Teknik analisis data yang digunakan berupa analisis deskriptif kuantitatif dan alat analisis yang digunakan berupa metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing*.

Dari hasil analisis perhitungan harga jual pada perusahaan diperoleh dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik (tetap + variabel), laba yang diharapkan, dan dibagi jumlah produksi, sedangkan perhitungan pada Metode *Cost Plus Pricing* diperoleh dari biaya produksi, biaya overhead pabrik (variabel+tetap), biaya non produksi, laba yang diharapkan, persentase *markup*, dan dibagi biaya produksi. Sehingga dari analisis tersebut Metode *Cost Plus Pricing*, perusahaan mendapatkan laba yang diharapkan. Dari membandingkan perhitungan laba perusahaan yang menggunakan metode perusahaan menghasilkan laba sebesar Rp. 229.205.625. sedangkan perhitungan laba menurut teori yaitu yang menggunakan metode *cost plus pricing* laba yang dihasilkan sebesar Rp. 526.737.330, sehingga total selisih laba yang diperoleh sebesar Rp.297.531.705.

Kata kunci : cost plus pricing, full costing, markup, laba

ABSTRACT

Menco Ketchup Company is a company engaged in the production or manufacturing. Goals to be achieved by this research was to determine the selling price of a product according to the method of Cost Plus Pricing with full costing approach and its impact on corporate profits. The variables used in this study include the selling price and profit.

Analysis technique used is to compare the procedures and results of the selling price and profit calculation. Measures determining the selling price and the effect on earnings is by comparing the procedure of determining the selling price and profit according to the company with the study of theory.

The data used in this study are primary and secondary data. Primary data includes a brief history of the company and organizational structure of the company, while secondary data covering production cost data, the data determining the selling price and profit or loss. Data analysis techniques used in the form of descriptive analysis of quantitative and analytical tools that are used in the form of the method of Cost Plus Pricing with full costing approach.

From the analysis of the calculation of selling prices in the company derived from raw material costs, direct labor costs, factory overhead costs (fixed + variable), expected profit, and divided by the total production, whereas the method of calculation of Cost Plus Pricing obtained from the cost of production, factory overhead costs (variable + fixed), non-production costs, expected profit, percentage markup, and split the cost of production. So from this analysis Method Cost Plus Pricing, companies get the expected profit. From comparing the profit companies that use methods of the company to generate profits Rp. 229 205 625. while the profit calculation according to the theory that the use of cost plus pricing method profit generated Rp. 526 737 330, so the total profit margin obtained at Rp.297.531.705.

Keywords: cost plus pricing, full costing, markup, profit

PENDAHULUAN

Salah satu elemen penting dalam menghitung laba perusahaan, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan dagang adalah harga jual produk. Harga jual produk adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan. Untuk mencapai laba yang diinginkan dapat menarik minat konsumen dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Penentuan harga jual merupakan salah satu penentuan yang harus dirumuskan secara matang karena penentuan harga jual merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek perusahaan. Pengambilan kebijakan manajemen yang tepat akan menguntungkan perusahaan dan membuat perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya

Bagi perusahaan manufaktur besarnya harga jual produk dapat ditentukan setelah perusahaan menentukan besarnya harga pokok produksi. Penentuan

harga pokok produksi yang tepat sangat penting mengingat harga pokok produksi dijadikan dasar dalam menentukan harga jual produk yang akhirnya dapat mempengaruhi laba yang diperoleh perusahaan.

Penentuan harga jual produk yang benar dan teliti akan sangat mempengaruhi tersajinya informasi keuangan yang akurat bagi pemakai laporan keuangan, sehingga akan menghasilkan laporan keuangan yang menggambarkan keadaan keuangan yang wajar. Harapan yang ingin dicapai dari penentuan harga jual adalah bahwa produksinya dapat diterima masyarakat dengan kepastian harga jual terjangkau oleh daya beli konsumen sehingga perusahaan dapat berjalan dan berkembang dalam menjalankan produksinya.

Faktor -faktor yang menentukan dalam harga jual produk adalah biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik digunakan untuk menghitung harga pokok produk. Biaya ini memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Jika produk dijual di bawah biaya penuh akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk

dalam waktu tertentu dapat mengganggu pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian manajer penentuan harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produksi dalam pengambilan keputusan harga jual produk.

Perusahaan Kecap Menco yang berlokasi di Kediri merupakan perusahaan bidang produksi atau pabrikasi yang memproduksi kedelai hitam yang diolah menjadi kecap. Perusahaan ini mulai memasarkan produk di pasar lokal pada daerah Jawa Timur. Dalam proses produksi perusahaan masih mendapatkan kendala diantaranya kurangnya pemasaran produk sehingga menghambat tingkat penjualan serta masalah dalam penentuan harga jual produk. Pihak manajemen perusahaan biasanya mengandalkan pengalaman yang diperoleh dimasa lalu dalam menentukan harga jual produknya, sehingga dalam penentuan harga jual produk perusahaan menentukan harga jual produknya kurang tepat yang mengakibatkan keuntungan yang didapat sedikit. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk melakukan perbandingan dalam menentukan harga jual produk untuk menghasilkan harga jual dan laba yang tepat pada perusahaan Kecap Menco Kediri.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengambil judul: Analisis Penentuan Harga Jual Produk dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan (Study Kasus Pada Perusahaan Kecap Jaya Murni Kediri).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas permasalahan yang peneliti ambil adalah berkaitan dengan akuntansi manajemen dalam menentukan harga jual pada perusahaan, yaitu :
Bagaimana penentuan harga jual produk berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan.

Batasan Penelitian

Untuk memfokus pada permasalahan yang ada sehingga pembahas tidak melebar, maka diperlukan batasan-batasan sebagai alur penelitian dalam skripsi ini. Dalam hal ini peneliti memberikan batasan permasalahan di atas mengenai penentuan harga jual produk berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan. Data yang digunakan adalah data tahun 2011.

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui bagaimana cara perhitungan harga jual produk menurut metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan.

Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian ilmiah ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Manfaat Operasional

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan untuk menentukan harga jual produk dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan.

2. Manfaat akademik

Penelitian ini merupakan sarana untuk mengetahui peranan teori yang telah diterima dibangku perkuliahan dan diharapkan dapat menambah wawasan khususnya pada penentuan harga jual produk dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan.

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup Penelitian

Supaya lebih terarah dalam penyusunan skripsi dan untuk menghindari adanya suatu pembahasan yang tidak sesuai dengan pendekatan yang diterapkan dalam sebuah penelitian, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada penentuan harga jual dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan. Data yang

digunakan dalam peneliti ini adalah tahun 2011.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Perusahaan Kecap Menco beralamat di Jalan Mauni Gang Industri No. 35 Kediri. Alasan peneliti memilih obyek penelitian ini adalah lokasi penelitian mudah dijangkau, transportasi mudah didapat, manajemen bersifat terbuka sehingga memudahkan peneliti dalam pengambilan data-data yang ada diperusahaan yang diperlukan dalam penelitian.

Data dan Teknik Pengumpulannya

Sumber Data

Data Primer

Data primer adalah data yang diterima langsung dari sumbernya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data biaya produksi, data penentuan harga jual dan laporan laba rugi tahun 2011.

Jenis Data

Data kualitatif

Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

Data Kuantitatif

Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini berupa data biaya produksi, data penentuan harga jual dan laporan laba rugi tahun 2011.

Teknik Pengumpulan Data

Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan jalan mengadakan tanya jawab langsung dengan subyek penelitian, wawancara dilakukan dengan manajer perusahaan untuk memperoleh informasi mengenai

gambaran umum perusahaan, struktur organisasi dan proses produksi.

Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan jalan mencatat data atau keterangan dari buku-buku, catatan-catatan atau laporan-laporan relevan yang dimiliki perusahaan. Dokumentasi dari penelitian ini berupa data biaya produksi, dan laporan laba rugi tahun 2011.

Identifikasi Variabel

Harga jual

Laba

Definisi Operasional Variabel

Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas dasar produk atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Laba adalah perbedaan antara pendapatan dengan keseimbangan biaya-biaya dan pengeluaran untuk periode tertentu.

Teknik Analisa Data

Berdasarkan data yang diperoleh, analisa data yang digunakan adalah menggunakan Metode Deskriptif Kuantitatif yaitu penjelasan perhitungan tentang penentuan harga jual produk dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan.

Alat analisa yang digunakan dalam penentuan harga jual adalah sebagai berikut :

1. Menghitung harga jual berdasarkan (metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing*).

a. Menghitung total biaya dengan unsur sebagai berikut:

Biaya bahan baku	XX
Biaya tenaga kerja langsung	XX
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	
(<i>variable</i> + tetap)	<u>XX</u> +
Taksiran biaya produksi	XX
Biaya administrasi dan umum	XX
Biaya pemasaran	<u>XX</u> +
Taksiran total biaya komersial	<u>XX</u> +
Taksiran biaya penuh	XX

b. menentukan besarnya presentase *markup*.

$$\text{Presentasemarkup} = \frac{\text{LabayangBiayayangtidak diharapkan} + \text{Dipengaruhilangsung olehvolumeproduk}}{\text{Biayayangdipengaruhi langsungolehVolumeProduk}}$$

2. Menghitung besarnya harga jual berdasarkan metode harga pokok produksi penuh ditambah *markup* dengan perhitungan sebagai berikut:

Biaya produksi per unit XX
Markup
 (*markup* × biaya produksi per unit) $\frac{XX}{XX} +$
 Harga jual per unit XX

3. Membandingkan laba yang diperoleh perusahaan dengan metode sebagai berikut:

- a. Menggunakan metode harga jual yang dilakukan perusahaan.
- b. Menggunakan metode harga jual *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PERBANDINGAN PROSEDUR HARGA JUAL PRODUK

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* di atas terdapat perbedaan penentuan harga jual dan laba menurut perusahaan dengan penentuan harga jual dan laba menurut metode *Cost Plus Pricing*. Harga jual menurut perusahaan adalah

No	Menurut kajian teori	Menurut Perusahaan	Ket
1	Elemen biaya yang dipakai : -Taksiran biaya produksi (BBB, BTK, BOP) -Taksiran B. Non produksi (biaya adm & umum, B. Pemasaran).	Elemen biaya yang dipakai : -Taksiran biaya produksi (BBB, BTK, BOP).	Kurang Sesuai
2	Menentukan proses <i>markup</i> , yaitu laba yang diharapkan ditambah dengan biaya non produksi dibagi dengan biaya produksi. Berikut ini hasil perhitungan <i>markup</i> menurut masing-masing produk yang dihasilkan sebagai berikut: Kecap Menco besar = 33,85% Kecap Menco tanggung = 64,19% Kecap Menco kecil = 98,67%	Laba yang diharapkan diperoleh berdasarkan tambahan presentase dari harga pokok produksi yang dihasilkan. Berikut ini laba yang diharapkan 30% untuk semua ukuran produk: Kecap Menco besar = 30% Kecap Menco tanggung = 30% Kecap Menco kecil = 30%	Kurang sesuai
3	Menentukan harga jual perunit dengan cara : Taksiran biaya produksi per unit ditambah <i>markup</i> . Berikut ini hasil perhitungan harga jual per unit untuk masing-masing produk yang dihasilkan : Kecap Menco besar Rp.10.256,29 Kecap Menco tanggung Rp. 6.303,92 Kecap Menco kecil Rp. 3841,74	Menentukan harga jual perunit dengan cara : Total Biaya Produksi per unit ditambah laba. Berikut ini hasil perhitungan harga jual per unit untuk masing-masing produk yang dihasilkan : Kecap Menco besar Rp. 10.000 Kecap Menco tanggung Rp. 50.00 Kecap Menco Kecil Rp. 2.500	Kurang sesuai
4	Perhitungan laba yang hitungan menggunakan metode <i>Cost Plus Pricing</i> sebesar Rp. 526.737.303	Perhitungan laba yang dihitung menggunakan metode perusahaan sebesar Rp. 229.205.625	Kurang sesuai

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* di atas terdapat perbedaan penentuan harga jual dan laba menurut perusahaan dengan penentuan harga jual dan laba menurut metode *Cost Plus Pricing*. Harga jual

menurut perusahaan adalah Rp. 10.000 untuk kecap Menco ukuran besar, Rp. 5000 untuk kecap Menco ukuran tanggung, Rp. 2.500 untuk kecap Menco ukuran kecil. Sedangkan harga jual menurut metode *Cost Plus Pricing* Rp 10.256,29 untuk kecap Menco Besar, Rp. 6.303,92 untuk kecap Menco ukuran tanggung, Rp. 3841,74 untuk kecap ukuran kecil. Selain itu perbandingan laba perusahaan dengan laba yang setelah dihitung dengan metode *Cost Plus Pricing* juga mengalami perbedaan, untuk laba perusahaan sebesar Rp.229.205.625, sedangkan laba yang dihitung menggunakan metode *Cost Plus Pricing* sebesar Rp.526.737.330. Dengan demikian penentuan harga jual sangat berpengaruh terhadap laba perusahaan, untuk dapat lebih bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis serta mendapatkan keuntungan yang lebih besar maka dimasa yang akan datang penentuan harga jual ini dapat diterapkan oleh perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan, penentuan harga jual produk yang dilakukan oleh Perusahaan Kecap Menco Kediri dapat ditarik kesimpulan :

1. Penentuan harga jual produk pada dasarnya dapat digunakan untuk menentukan laba. Oleh karena itu perhitungan harga jual dalam perusahaan harus tepat, kalau tidak diperhitungkan dengan tepat maka penetapan atau penentuan harga jualnya beserta labanya juga tidak tepat.
2. Perusahaan Kecap Menco Kediri kurang menyadari akan pentingnya dalam penentuan perhitungan atau penetapan harga jual dengan teliti dan benar, menyebabkan penentuan harga jual terlalu rendah karena pihak manajemen perusahaan biasanya mengandalkan pengalaman yang diperoleh dimasa lalu, hal ini tentu saja merupakan masalah yang menghambat

usaha manajemen dalam pencapaian tujuan perusahaan.

3. Dari hasil analisis perhitungan harga jual pada perusahaan diperoleh dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik (tetap +variabel), laba yang diharapkan, dan dibagi jumlah produksi, sedangkan perhitungan pada Metode *Cost Plus Pricing* diperoleh dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik (variabel +tetap), biaya non produksi, laba yang diharapkan, persentase *markup*, dan dibagi biaya produksi. Sehingga dari analisis tersebut Metode *Cost Plus Pricing*, perusahaan mendapatkan laba yang diharapkan.
4. Dari membandingkan perhitungan laba perusahaan yang menggunakan metode perusahaan menghasilkan laba sebesar Rp. 229.205.625, sedangkan perhitungan laba menurut teori yaitu metode *Cost Plus Pricing* laba yang dihasilkan sebesar Rp. 526.737.330, sehingga total selisih laba yang diperoleh sebesar Rp.297.531.705.

Saran

Berdasarkan penelitian analisis data dan pembahasan peneliti menyarankan perusahaan sebagai berikut :

1. Perusahaan sebaiknya melakukan perhitungan dan pencatatan biaya lebih teliti agar diperoleh hasil yang tepat.
2. Penentuan harga jual yang ada di Perusahaan Kecap Menco hendaknya disesuaikan dengan biaya produksi yang dikeluarkan oleh masing-masing jenis produk dan laba yang diinginkan perusahaan.
3. Sebaiknya perusahaan menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* sebagai salah satu alternatif dalam penentuan harga jual, karena metode ini memasukkan semua biaya persentase laba yang diharapkan untuk menutup biaya produksi dan non produksi, karena dari hasil perhitungan harga jual produk dan laba menurut kajian teori

- yaitu metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* harga jual dan laba lebih besar jika dibandingkan perhitungan harga jual dan laba menurut perusahaan.
4. Hendaknya perusahaan mengikuti perkembangan yang terjadi diluar atau dipasaran terhadap produk yang sejenis terutama dalam penentuan harga jualnya.
5. Perusahaan sebaiknya berupaya untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Boediyono, (1982), *Ekonomi Makro seri sinopsis pengantar ilmu ekonomi*, (Edisi 2). Yogyakarta: Liberty.
- Cannon, Joseph P, DKK, (2008), *Pemasaran Dasar, Pendekatan Menejemen Global* . Jakarta: Salemba Empat
- Garrison, Ray, Dkk, (2009), *Akuntansi Manajerial*, (Edisi 2). Jakarta : Salemba Empat.
- , Ray, (1988) *Akuntansi Manajemen*, (Edisi 3). Ak Group : Jogjakarta
- Hansen, Don R. and Maryane M.Mowen, (2006), *Management accounting* (Edisi 7). Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat.
- Ikatan Akuntansi Indonesia, (2004), *Ikatan Akuntansi Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Indriantoro, Nur, Bambang Supomo (2009), *Metodelogi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta : BPF.
- Kieso, Dan Waygondt, (1995), *Akuntansi Intermediate*, (Edisi Ketujuh). Yogyakarta : BPF.
- Kotler Philip & Keller Lane Kevin, (2009), *Menejemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- K.R, Subramanyan, John, Wild, (2010) *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta : Salemba Empat.
- Mulyadi, (2001), *Akuntansi Manajemen*, (Edisi 3).Yogyakarta:BPFE.
- _____, (2009), *Akuntansi Biaya* (Edisi5). Yogyakarta: YKPN.
- Nafarin. M (2000), [Http://www.Scibd.com/doc/19118157 //Pengelolaan-harga](http://www.Scibd.com/doc/19118157//Pengelolaan-harga).
- Simamora, Henry, (2002) *Akuntansi Manajemen*, Jakarta : UPP AMP YKPN
- Sofyan, Syafri, Harahap, (2008), *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Pradana
- Tjiptono, Fandi, (1997), *Strategi Pemasaran*, (Edisi 2).Yogyakarta: Andi