

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha sekarang ini sangat pesat. Hal ini ditandai dengan tajamnya persaingan dalam dunia usaha guna mempertahankan dan meningkatkan usahanya. Dengan tajamnya persaingan tersebut perusahaan dituntut mampu menghadapi persaingan yang ada, demikian juga dalam dunia usaha kecil. Suatu usaha diharapkan mempunyai kebijakan dan strategi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan usahanya.

Usaha kecil dan menengah termasuk usaha kerajinan dan usaha rumah tangga perlu dibina menjadi usaha yang makin efisien dan mampu berkembang, agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka lapangan kerja dan makin mampu meningkatkan perannya dalam penyediaan barang dan jasa serta berbagai komponen . Pengembangan usaha kecil dan menengah perlu diberi kemudahan baik dalam permodalan, perijinan maupun pemasaran. Banyak usaha kecil pada saat sekarang ini saling bersaing, terutama pada usaha yang memproduksi atau menghasilkan produk sejenis. Hal tersebut bagi usaha kecil merupakan ancaman yang harus segera ditindak lanjuti karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya, mengingat penjualan dari produk yang dihasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi perusahaan atau industry kecil tersebut.

Untuk mengatasi hal itu, perusahaan dituntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan. Salah satunya adalah penentuan harga jual. Penentuan harga jual yang tidak tepat sering berakibat fatal pada masalah keuangan perusahaan dan akan mempengaruhi kontinuitas usaha tersebut. Ketidaktepatan tersebut akan menimbulkan resiko pada usaha. Untuk itu setiap perusahaan harus menetapkan harga jualnya secara tepat karena harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Pada hakekatnya perusahaan dalam menjual produknya harus dapat mencapai keuntungan yang diharapkan, sehingga usaha dalam menjual produknya harus menetapkan harga jual. Umumnya harga jual produk dan jasa ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan satu-satunya penentu harga jual. Selera konsumen, jumlah pesaing yang memasuki pasar, dan harga jual yang ditentukan pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk. Satu-satunya yang memiliki kepastian relative tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Dibawah biaya penuh produk atau jasa, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk atau jasa, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berhenti sebagai going concern atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan. Penentuan harga jual pada umumnya merupakan

pengambilan keputusan yang menyangkut masa depan. Meskipun harga jual produk sudah terbentuk di pasar, informasi biaya penuh terutama biaya produksi sangat dibutuhkan sebagai titik awal untuk mengurangi ketidakpastian dalam menentukan harga jual produk atau jasa yang akan dibebankan kepada customer di masa yang akan datang. Biaya produksi juga merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian. Kerugian akan mengakibatkan suatu usaha tidak dapat tumbuh dan bahkan akan dapat mengakibatkan perusahaan harus menghentikan kegiatan bisnisnya. Untuk menghindari kerugian, salah satu cara adalah dengan berusaha memperoleh pendapatan yang paling tidak dapat menutup biaya produksi. Dengan demikian, sangat penting memperhitungkan biaya produksi dan menetapkan harga jual produk dengan tepat untuk memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

Pada dasarnya dalam keadaan normal Dimana penentuan harga jual produk di dapatkan dengan cara menambah laba yang di harapkan dan biaya penuh masa yang akan datang harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dalam menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Disamping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai, sepadan dengan investasi

yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa. Dengan demikian informasi biaya produk atau jasa sangat diperlukan dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, meskipun biaya bukan satu-satunya factor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual. Banyak factor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tentang harga jual, faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual tersebut adalah factor produk, tujuan manajer, biaya produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik, dan factor ekstern, seperti elastisitas permintaan, sasaran produk, persaingan pasar dan pengawasan pemerintah, biasanya usaha kecil saat ini keberadaannya sangat lemah. Baik karena permodalan, manajemen, maupun karenapersaingan. Maka untuk dapat mempertahankan usahanya, pengusaha tersebut terutama usaha kecil dituntut mampu menghadapi persaingan guna mendapatkan peluang pasar.

Salah satu sasaran utama usaha R.M Andalas Raya ini adalah memperoleh laba, dalam usaha memperoleh laba tersebut mereka mengeluarkan pengorbanan-pengorbanan atau biaya yang tinggi, sehingga pengusaha R.M Andalas Raya tersebut berusaha keras dalam melaksanakan usahanya dengan tujuan untuk menutup biaya-biaya yang dikeluarkan dengan harapan dapat memperoleh hasil yang mendatangkan keuntungan yang tinggi pula. Dengan ini peneliti mewawancarai Bapak Almudin Mapayo salah satu pengusaha kecil yang bergerak dalam bidang makanan yang beralamat ada di jalan Arif Rahman Hakim Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo. Dengan melakukan tanya jawab secara langsung mengenai Rumah

Makan, maka dapat diketahui bahwa dalam menentukan harga jual makanan yang diproduksi oleh R.M Andalas Raya, pembuat kurang memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual produknya. Hal ini nampak dalam penghitungan biaya produksi misalnya dalam penghitungan biaya belum dilakukan secara tepat. Ada biaya yang belum diperhitungkan dalam penghitungan biaya produksi, seperti biaya tenaga kerja pemilik atau keterkaitan keluarga dalam usaha. Padahal dalam perhitungan biaya produksi semua unsur yang membentuk biaya produksi seharusnya dimasukkan misalnya, gaji pimpinan maupun biaya tenaga kerja langsung. Pemakaian tenaga kerja langsung belum diperhitungkan karena dikerjakan oleh anggota keluarganya sendiri, tetapi untuk menyangkut jam kerja mereka mempunyai batasan waktu.

Selain itu banyak juga pengusaha kecil yang belum memperhitungkan biaya overhead pabrik dengan benar. Hal itu terlihat dalam memperhitungkan biaya overhead pabrik banyak unsur-unsur biaya overhead pabrik yang tidak diperhitungkan, misalnya biaya reparasi mesin atau peralatan pabrik, dan biaya pemeliharaan mesin. Perusahaan semestinya memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penentuan harga jual produk untuk kelangsungan usahanya. Namun yang terjadi pada usaha kecil yang memproduksi Coto Makasar di jalan Arif Rahman Hakim Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo kurang memperhatikan faktor-faktor tersebut terutama biaya produksi. Dengan demikian ada ketidaktepatan atau ketidaksesuaian antara kondisi ideal atau kajian teoritis

yang ada dengan kenyataan yang terjadi pada usaha kecil yang ada di jalan Arif Rahman Hakim Kecamatan Kota Tengah Kabupaten Kota Madya Gorontalo , sehingga dalam menetapkan biaya produksi dalam penentuan harga jual kurang tepat. Adapun harga pokok tiap jenis produk yang di produksi oleh R.M Andalas Raya yaitu :

1. Coto Makasar	Rp. 13.000/Porsi
2. Bithe Biluhuta	Rp. 5.000/Porsi
4. Kua Bugis	Rp. 7.000/Porsi
5. Sate Ayam/ Daging	Rp. 1.250/Tusuk
6. Sate hati Ayam	Rp. 1.500/Tusuk
7. Nasi Putih	Rp. 3.000/Porsi

1.2 Identifikasikan Masalah

1. Minimya, Pengetahuan tentang penentuan harga jual produk dengan mempertimbangkan biaya bahan baku, tenaga kerja dan overhead pabrik.
2. Belum ada identifikasi biaya antara biaya variabel dan biaya tetap

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana penentuan harga jual produk makanan dengan memperhitungkan biaya-biaya produksi ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui penentuan harga jual produk pada rumah makan andalas dengan memperhitungkan biaya-biaya produksi.

1.5 Manfaat Penelitian.

a. Manfaat Teoritis

Peneliti ingin menganalisis teori ekonomi tentang harga jual, khususnya biaya produksi pada usaha Rumah Makan di jalan Arif Rahman Hakim Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo. Melalui penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi yang lebih lanjut bagi peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

- Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan bagi usaha kecil Rumah makan di jalan Arif Rahman Hakim Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo dalam menentukan kebijakan harga jual dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi.
- Dapat menambah Referensi Makalah di jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.
- Sebagai Bahan pembanding dalam penelitian dalam bidang yang sama.

1.6 Tempat dan Waktu Penelitian

1.6.1 Tempat Penelitian

Dalam melakukan Penelitian ini saya mengambil objek penelitian pada Rumah Makan Andalas Raya di jalan Arif Rahman Hakim Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo

1.6.2 Waktu Penelitian

Dilakukan selama 2 Bulan dari bulan Juni s/d Juli 2012

1.7 Sumber Data

1. Sumber data primer.

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh melalui peninjauan langsung ke lokasi penelitian. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan R.M Andalas Raya untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian.

1.8 Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Observasi (pengamatan)

Dengan teknik ini penulis lakukan untuk mengetahui serta dapat mengamati secara langsung objek penelitian yang sebenarnya terjadi dilapangan.

b. Teknik Wawancara (Tanya Jawab)

Pada teknik ini penulis melakukan wawancara (Tanya Jawab) secara langsung kepada karyawan maupun pemilik usaha tersebut.

1.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis Deskriptif yakni menganalisis data dari hasil observasi (pengamatan), serta wawancara yang diperoleh dan kemudian digabungkan dengan teori-teori yang relevan tentang penentuan harga jual barang dan Jasa menurut Mulyadi(2005) yaitu $\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang di harapkan}$.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 HARGA JUAL

2.1.1 Pengertian Harga Jual

Penentuan Harga Jual berasal dari harga pokok barang tersebut, sedangkan harga pokok barang ditentukan oleh berapa besar biaya yang dikorbankan untuk memperoleh atau membuat barang itu. Harga berarti sesuatu bagi konsumen dan sesuatu yang lain bagi penjual. Bagi konsumen, harga merupakan biaya atas sesuatu. Sedangkan bagi penjual, harga adalah pendapatan dan sumber utama dari keuntungan. Harga yang ditentukan seharusnya cukup tinggi untuk menutupi ongkos-ongkos atau lebih utama lagi untuk memperoleh laba. Sebaliknya jika harga terlalu tinggi maka pembeli akan berkurang, volume penjualan menurun, ongkos-ongkos total mungkin tdk dapat ditutupi dan akhirnya perusahaan rugi. Harga dalam suatu produk merupakan dasar untuk memperhitungkan harga jual atau penjual.

Alma (2005 :169) mengemukakan harga (*Price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Sedangkan menurut Kotler (2000 :296) harga adalah satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen yang lain menghasilkan biaya.

Tjiptono (2001 : 151) , menyatakan harga adalah satuan moneter atau ukuran

lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan dan penggunaan suatu barang dan jasa. Menurut Simamora (2007 :574) Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau jasa.

2.1.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Tujuan Penentuan Harga Jual adalah untuk menentukan harga jual barang tiap unit sedemikian rupa sehingga harga penjualan yang ditentukan memberikan manfaat bagi perusahaan, warga perusahaan, pemerintah, dan masyarakat. Pada umumnya para penjual memiliki beberapa tujuan dalam penentuan harga jual atas barang dan jasa yang di jualnya. Menurut Waluya (2003:79) tujuan harga barang yaitu :

- ✓ Memaksimalkan Efisiensi ekonomi
- ✓ Menutupi biaya-biaya
- ✓ Mendistribusikan pendapat
- ✓ Memperoleh Penghasilan

Sebuah perusahaan dapat Mengejar salah satu atau lebih dari 5 (Lima) tujuan utama penentuan harga jual berikut ini menurut Kotler (2000:300) yaitu :

1) Kelangsungan Hidup (*Survival*)

Perusahaan mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya jika ia memenuhi masalah kelebihan kapasitas, persaingan yang makin sempit atau perubahan keinginan konsumen.

2) Laba berjalan maksimum (*Maximum Current Profit*)

Banyak perusahaan mencoba untuk menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba berjalan. Mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang terkait dengan berbagai pilihan harga dan memilih harga yang menghasilkan laba berjalan, arus kas, atau tingkat keuntungan investasi maximum.

3) Pendapatan berjalan maximum (*Maximum Current Revenue*)

Beberapa perusahaan akan menetapkan harga untuk memaksimalkan pendapatan penjualan. Maksimisasi pendapatan hanya membutuhkan perkiraan terhadap fungsi permintaan. Banyak manager mempercayai bahwa maksimisasi pendapatan akan mengarahkan pada maksimisasi laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

4) Pertumbuhan penjualan maximum (*Maximum Sales Growth*)

Perusahaan yang ingin memaksimalkan penjualan unit. Mereka percaya bahwa volume penjualan yang semakin tinggi akan mengarahkan pada biaya unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah, dengan menganggap pasar sensitive terhadap harga.

5) Kepemimpinan kualitas produk (*Product-Quality Leadership*), Sebuah perusahaan mungkin ingin menjadi pemimpin kualitas produksi di pasar.

Sedangkan menurut Agipura (1999: 176) bahwa tujuan penentuan harga jual ada 4 (empat), yaitu sebagai berikut :

1. Mendapatkan laba maksimal

2. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih
3. Mencegah atau mengurangi persaingan
4. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

2.1.3 Faktor-Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam Penentuan Harga Jual.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Strategi pemasaran (Fandi Tjiptono, 1997:154) secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan lingkungan eksternal.

2.1.3.1 Faktor Internal Perusahaan

- a. Tujuan Pemasaran Perusahaan Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga jual adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan melaksanakan tanggung jawab social dan lain-lain.
- b. Strategi Bauran Pemasaran Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.

- c. Biaya-Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.
- d. Organisasi Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.

2.1.3.2 Faktor Lingkungan Ekstrenal

- a. Sifat Pasar dan Permintaan Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar memperhatikan sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligapi, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.
- b. Persaingan Kekuatan pokok yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri ada lima, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis.
- c. karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain :
 - ✓ Jumlah perusahaan dalam industri
 - ✓ Ukuran relatif setiap anggota dalam industry
 - ✓ Diferensiasi produk tersebut
 - ✓ Kemudahan untuk memasuki industry

- d. Unsur-Unsur Lingkungan Eksternal lainnya Selain faktor-faktor tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), kebijakan dan peraturan Pemerintah dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan)

2.1.4 Metode Penentuan Harga Jual

Perusahaan memecahkan persoalan penetapan harga dengan memilih sebuah metode penetapan harga jual barang yang memasukan satu atau lebih dari pertimbangan-pertimbangan. Metode penetapan harga tersebut akan menghasilkan sebuah harga tertentu.

Dengan memperhatikan 3 (tiga) hal yaitu skedul permintaan pelanggan, fungsi biaya, dan harga pesaing. Perusahaan siap menentukan harga, harga tersebut akan terletak diantara harga yang terlalu rendah untuk dapat menghasilkan laba dan terlalu untuk dapat menghasilkan permintaan.

Dalam menetapkan harga jual suatu produk ada berbagai metode yang dapat di pakai oleh manajemen dalam suatu perusahaan. Dalam hal ini Hidayat (2000: 74) mengemukakan bahwa ada 3 (tiga) metode dalam penentuan harga jual yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan, yaitu :

1. Cost Oriented Pricing

Suatu cara penentuan harga jual yang dinyatakan pada biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dan menambahkan suatu persentase tertentu sebagai labanya.

2. *Demand Oriented Pricing*

Suatu cara penentuan harga jual yang didasarkan pada banyaknya permintaan. Jika permintaan naik harga pun cenderung naik, dan sebaliknya jika permintaan turun maka harga cenderung turun, walaupun mungkin biaya yang dikeluarkan sama saja.

3. *Competition Oriented Pricing*

Suatu cara penentuan harga yang didasarkan pada harga pesaing. Metode ini ditetapkan agar harga jual lebih dari harga pesaing. Tingkat harga jual dapat ditetapkan 3 (tiga) kebijakan yaitu : sama, lebih rendah, atau lebih tinggi dari harga pesaing.

2.1.4.1 Penentuan Harga Jual Normal (*Cost-Plus Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual produk dan jasa pada umumnya ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase markup (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu. Menurut Mulyadi (2001:348) Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang di diharapkan}$$

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan yaitu Full Costing dan Variabel Costing.

Untuk memperkirakan berapa laba wajar yang diharapkan, yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga jual adalah

- ✓ Cost of capital
- ✓ Risiko bisnis dan,
- ✓ Besarnya capital employed.

a. Perhitungan Harga Jual per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan Full Costing maupun Variabel Costing, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua yaitu Biaya yang secara langsung dipengaruhi oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode dalam Penentuan Harga Jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan 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 persentase

markup. Menurut Mulyadi(2001:351) Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\text{Harga jual/unit} = \text{Biaya yang berhubungan langsung dengan volume} + \text{persentase 'mark up'(perunit)}$$

- b. Unsur ketiga yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual adalah laba yang diharapkan. Dalam keadaan normal, harga jual dapat menutup biaya penuh dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Laba yang diharapkan dihitung berdasarkan invaestasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk barang dan jasa. Hal ini dapat lihat dari persamaan berikut :

$$\text{Laba} = \text{Pendapatan total (Harga/unit X Kuantitas yang terjual)} - \text{biaya total}$$

Ada tiga konsep yang dapat digunakan untuk penentuan harga jual dengan pendekatan '*cost-plus*' tersebut menurut Halim (2009:197), yaitu Biaya Total (*total cost*), biaya produk (*product cost*), dan biaya variabel (*variabel cost*)

Secara ringkas perbandingan ketiga konsep penentuan harga jual produk atau jasa dalam metode tersebut, dapat kita lihat dalam tabel berikut ini ;

Tabel 2.1
Konsep Penentuan Harga Jual dengan
Pendekatan ‘Cost-Plus’

Konsep	Unsur Biaya (<i>Cost</i>)	Unsur ‘Markup’
Biaya Total	Biaya produksi + Biaya pemasaran + Biaya administrasi dan umum	Laba yang dikehendaki
Biaya produk (<i>Absorption Approach</i>)	Biaya produksi	Laba yang dikehendaki + Biaya pemasaran + Biaya administrasi dan umum
Biaya Variabel (<i>Contribution Approach</i>)	Biaya produksi variabel + biaya pemasaran variabel + biaya administrasi dan umum variabel	Laba yang dikehendaki + BOP tetap + Biaya pemasaran tetap + Biaya administrasi dan umum tetap

2.1.4.2 Penentuan Harga Jual dalam cost-type contract

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya. (Mulyadi, 2001:360).

2.1.4.3 Gross Margin Pricing

Metode penentuan harga jual dengan proses Margin Pricing

Pada umumnya tepat digunakan oleh perusahaan perdagangan dimana

jenis perusahaan ini tidak membuat sendiri produk yang dijual sehingga tidak banyak aktiva tetap digunakan. Caranya dengan menentukan persentase tertentu diatas harga (Cost) produk yang dibeli, persentase ini disebut mark up. Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. Berbagai macam faktor yang mempengaruhi besarnya markup, diantaranya adalah

- 1) Musiman tidaknya produksi
- 2) Tinggi rendahnya biaya operasi
- 3) Besar kecilnya aktiva (modal) yang digunakan
- 4) Tajam tidaknya persaingan

2.1.4.4 Penentuan Harga Jual Produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan pemerintahan

Pesanan pemerintah dalam penentuan harga jual akan sangat terasa pada saat tertentu. Misalnya pada saat inflasi berkejolak, timbul kenaikan harga yang tidak terkendali, dalam keadaan seperti ini pemerintah turun tangan. Mungkin dengan melepaskan persediaan stok nasional yang ada pada pemerintah kepasar agar kenaikan harga dapat ditekan, atau sebaliknya pemerintah mainkan harga untuk menolong suatu kelompok.

Untuk melindungi barang yang dihasilkan didalam negeri, maka pemerintah menaikkan bea impor dengan harga barang impor yang tinggi, pembeli akan mencari barang buatan dalam negeri sebagai pengganti. Ini

adalah salah satu cara untuk meningkatkan permintaan dan menganjurkan kepada setiap warga negaranya agar bangga memakai produk buatan sendiri karena mutunya tidak kalah dengan buatan luar negeri. Dalam hal penentuan harga, Alma (2005:177) menyatakan bahwa alasan pemerintah dalam menetapkan harga adalah ;

1. Untuk melindungi rakyat terhadap permainan harga oleh produsen
2. Untuk menstabilkan tingkat harga umum
3. Untuk mencegah penurunan harga yang lebih parah, karena melimpahnya barang dipasar dan sebaliknya.

2.1.5 Strategi Penentuan Harga Jual

Ada 2 (dua) bentuk strategi yang dapat diterapkan perusahaan untuk menentukan harga jual produk atau jasa baru, menurut Halim (2009:105) yaitu:

1. *Skriming pricing*

Merupakan bentuk strategi penentuan harga jual produk atau jasa dengan cara menentukan harga jual mula-mula relatif tinggi. Tujuan strategi ini adalah agar perusahaan memperoleh laba yang maksimum dalam jangka pendek.

2. *Penetration Pricing*

Merupakan bentuk strategi penentuan harga jual produk atau jasa, dengan cara menentukan harga jual mula-mula relatif rendah, sehingga perusahaan dapat meraih pangsa pasar yang lebih besar untuk produk atau jasa tersebut dalam jangka pendek, diharapkan produk atau jasa tersebut akan mendapatkan

posisi pasar yang lebih baik dimasa akan datang.

Pemilihann bentuk strategi yang akan diterapkan perusahaan, dipengaruhi oleh kemungkinan masing-masing bentuk strategi di atas yang paling banyak memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk mencapai tujuan yang dikendakinya. Hal ini dpaat diketahui jika perusahaan melakukan eksperimen atau tes pasar terhadap produk atau jasa baru seperti yang telah diuraikan di atas.

2.1.6 Kebijakan Harga Jual

Soemarso (1990 : 19) kebijaksanaan harga adalah prinsip-prinsip umum yang dipergunakan oleh perusahaan dalam pembuatan keputusan mengenai harga, tanpa memandang apakah prinsi-prinsip ini secara rasional dapat dipraktekkan untuk lingkungan pasar di mana perusahaan tersebut beroperasi.

Adanya kebijaksanaan harga dalam perusahaan merupakan usaha untuk mengalihkan faktor peentu penetapanharga jual, dari faktor lingkungan pasar sebagai satu-satunya faktor penentu faktor penilaian manusia, melalui administrasi harga.

Joel Dean dalam Soemarso (1990: 19) mengemukakan prasyaratan-prasyaratan untuk kebijaksanaan harga yang baik yaitu :

1. Kebijakan harga harus ditujukan untuk kesejahteraan usahaan dalam jangka panjang.
2. Kebijaksanaan harga harus cukup fleksibel untuk berjaga-jaga terhadap perubahan situasi ekonomi dari berbagai langganan.
3. Kebijaksanaan harus mencakup usaha-usaha untuk menanggulangi situasi

- persaingan yang berbeda dengan anggapan semula.
4. Perlu disediakan cara yang sistematis dan tidak dikelompokkan terlebih dahulu untuk barang-barang baru.
 5. Kebijakan harus ditujukan untuk memaksimalkan laba bagi seluruh barang, yaitu dengan menciptakan kombinasi penjualan yang paling menguntungkan.

2.2 BIAAYA PRODUKSI

2.2.1 Pengertian Biaya

Menurut Hansen dan Mowen (2004:40), biaya didefinisikan sebagai kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberikan manfaat saat ini atau di masa yang akan datang bagi organisasi.

Menurut Supriyono (2000:185), biaya adalah pengorbanan ekonomis yang dibuat untuk memperoleh barang atau jasa.

Pengertian Biaya menurut Hartanto dan Zulkifli (2003:14) adalah suatu yang berkonotasi sebagai pengurang yang harus dikorbankan untuk memperoleh tujuan akhir yaitu mendatangkan laba.

Adapun pengertian biaya menurut L. Gayle Rayburn (1999:3) adalah mengidentifikasi, mendefinisikan, melaporkan dan menganalisis berbagai unsur biaya langsung dan tidak langsung yang berkaitan dengan produksi serta pemasaran barang dan jasa. Sedangkan biaya menurut Kuswadi (2005:6) “ Biaya adalah Pengorbanan

atau nilai sumber ekonomis yang dikeluarkan karena memproduksi atau melakukan sesuatu yang membutuhkan biaya “.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan, bahwa biaya merupakan kas yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan guna untuk memberikan suatu manfaat yaitu peningkatan di masa yang akan datang.

2.2.2 Pengertian Biaya Produksi dan Harga Pokok

Biaya Produksi adalah seluruh biaya yang melekat pada produk atau barang yang dihasilkan dari proses produksi sehingga untuk selanjutnya biaya produksi di perlukan sebagai harga pokok.

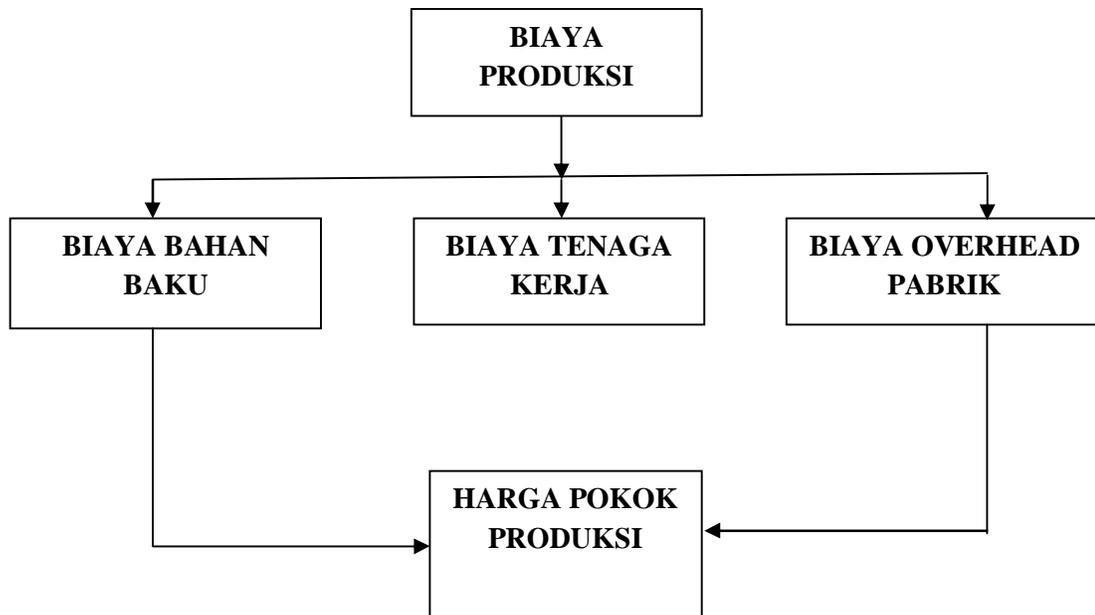
Menurut Mulyadi Harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomis secara langsung untuk memperoleh penghasilan data periode yang sama dengan terjadinya pengorbanan tersebut. Sedangkan pengertian harga pokok menurut Kuswadi adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang (jasa) selama periode yang bersangkutan (2005:23).

Dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen biaya produksi pada akhirnya membentuk harga pokok produksi yang dapat di gunakan untuk menghitung harga pokok barang yang selesai dan masih dalam proses.

Berikut ini gambar tentang Hubungan biaya produksi dan harga pokok Produksi :

Gambar 2.2

Hubungan Biaya Produksi Dan Harga Pokok Produksi



Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa setiap elemen produksi yang menggunakan biaya produksi yang meliputi Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik, akan dikumpulkan dan dikalkulasikan sehingga membentuk harga pokok produksi. Harga pokok produksi inilah yang akan dijadikan dasar oleh perusahaan terutama bagi para pihak manajemen untuk menetapkan harga jual produk, disamping mempertimbangkan biaya nonproduksi yang telah terjadi dan laba maximum yang diharapkan.

2.2.3 Klafikasi dan Penggolongan Biaya

A. Penggolongan Biaya

Umumnya penggolongan Biaya dapat ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai. Adapaun biaya dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Penggolongan Biaya menurut Fungsi pokok dalam perusahaan :
 - a. Biaya produksi (*Production cost*) : yakni biaya-biaya yang terjadi dalam rangka mengolah bahan baku menjadi produk jadi dan siap untuk dijual yang terjadi dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.
 - b. Biaya periodic (*Periodic cost*) : yakni biaya-biaya yang lebih berhubungan dengan waktu dibanding dengan unit yang diproduksi, yang terdiri dari :
 - ✓ Biaya pemasaran : Merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk, seperti biaya iklan, gaji *sales man/sales girl*, dll.
 - ✓ Biaya administrasi dan umum : merupakan biaya-biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan penunjang operasional perusahaan.
2. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayi.
 - a. Biaya langsung (*Direct cost*) adalah biaya-biaya yang terjadi yang penyebab satu-satunya adalah karena sesuatu yang dibiayai, contohnya biaya produksi langsung (biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung).
 - b. Biaya tidak langsung (*Indirect cost*) adalah biaya-biaya yang terjadi bukan

hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai atau secara tidak langsung berhubungan dengan produksi, misalnya biaya overhead pabrik (gaji mandor, biaya listrik, dan lain-lain).

3. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya.
 - a. Pengeluaran modal (*Capital Expenditures*) adalah : biaya-biaya yang mempunyai manfaat atau lebih dari satu periode akuntansi. Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai harga pokok aktiva yang dibebankan dalam tahun-tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi atau didepleksi, contohnya adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk promosi besar-besaran dan riset pengembangan suatu produk.
 - b. Pengeluaran pendapatan (*Revenue Expenditure*) adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya yang dapat dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut, contohnya biaya iklan, biaya telex dan biaya tenaga kerja.
4. Penggolongan biaya berdasarkan hubungan dengan volume kegiatan :
 - a. Biaya tetap (*Fixed cost*) adalah biaya yang jumlahnya besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya volume kegiatan perusahaan, contoh biaya penyusutan yang di hitung dengan metode garis lurus, upah yang tetap untuk beberapa periode tertentu.

- b. Biaya variabel (*Variabel cost*) adalah biaya yang selalu berubah secara profesional (sebanding) sesuai dengan perbandingan volume kegiatan perusahaan, contohnya biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan sebagian dari biaya overhead seperti biaya listrik, gas dan air, biaya depresiasi yang dihitung atas dasar unit produksi.
 - c. Biaya semi variabel atau semi tetap adalah biaya yang selalu berubah tetapi perubahannya tidak profesional (sebanding dengan perubahan), contohnya gaji sales dan sistem pengajarannya dan gaji tetap plus presentase tertentu dari penjualan, biaya reparasi dan pemeliharaan.
5. Penggolongan biaya dalam hubungannya untuk tujuan pengawasan.
- a. Biaya standar : yakni biaya yang telah ditentukan terlebih dahulu (diperkirakan akan terjadi) dan apabila terjadi penyimpangan terhadapnya maka biaya standar ini dianggap benar.
 - b. Biaya taksiran : yakni biaya yang ditaksir terlebih dahulu diperkirakan yang akan terjadi dan apabila penyimpangan terhadapnya maka yang dianggap benar adalah biaya yang sesungguhnya.
 - c. Biaya sesungguhnya adalah biaya-biaya yang sesungguhnya terjadi dan biaya yang dibebankan.

Ada juga pendapat lain tentang klasifikasi Biaya adalah sebagai berikut :

1. Biaya Produksi

- ✓ Biaya pemakaian bahan baku langsung

- ✓ Upah langsung
 - ✓ Biaya-biaya produksi tidak langsung
2. Biaya Komersial
- ✓ Biaya-biaya penjualan
 - ✓ Biaya administrasi dan umum
 - ✓

B. Klafikasi Biaya-Biaya Menurut Hubungannya Dengan Barang-Barang yang di Produksi dan di Jual.

1. Biaya-biaya produksi langsung
- ✓ Pemakaian bahan baku langsung (*Direct material cost*)
 - ✓ Upah langsung (*Direct labor cost*)
2. Biaya produksi tak langsung (*Factory overhead cost*)
- ✓ Pemakaian bahan-bahan tidak langsung, misalnya :
 - (a) Bahan-bahan penolong
 - (b) Kacang, Gula merah dll
 - ✓ Upah tidak langsung contoh : Gaji supervisor, Gaji mandor, dll.
3. Biaya penjualan (*Distribution Expences*)
- ✓ Gaji pimpinan dan pegawai bagian penjualan
 - ✓ Komisi penjualan
 - ✓ Biaya reklame dan iklan dan lain-lain.
4. Biaya Administrasi dan umum (*Administrative and general expences*)

- ✓ Gaji pempinan dan pegawai kantor
- ✓ Sewa kantor dan kendaraan untuk keperluan umum
- ✓ Biaya-biaya telepon
- ✓ Dan lain-lain.

2.2.4 Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Secara ekstrim pola pengumpulan harga pokok dapat dikelompokkan menjadi dua metode yaitu :

- (1) Metode harga pokok pesanan, dan
- (2) Metode Harga pokok proses.

1. Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost ethod*)

Metode harga pokok pesanan adalah pengumpulan harga pokok produk dimana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak jasa secara terpisah dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya. Pengelolaan produk akan dimulai setelah datangnya pesanan dari pelanggan/pembeli melalui dokumen pesanan penjualan (*Sales Order*) yang memuat jenis dan jumlah produk yang dipesan, spesifikasi pesanan diterima dan harus diserahkan atas dasar pesanan penjualan atau dibuat perintah produksi untuk melaksanakan kegiatan produksi sesuai dengan yang dipesan oleh pemesan.

Pada harga pokok pesanan, harga pokok dikumpulkan untuk setiap pesanan sesuai dengan biaya yang dinikmati oleh setiap pesanan, jumlah biaya produksi setiap

pesanan akan dihitung pada saat pesanan selesai untuk menghitung biaya satuan, jumlah biaya produksi pesanan tertentu dibagi jumlah produksi, pesanan yang bersangkutan.

2. Metode Harga Pokok Proses (*Proces Cost Method*)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produk di mana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu misalnya : bulan, triwulan, semester, tahun.

Pada metode harga pokok proses perusahaan menghasilkan produk yang homogen, bentuk produk bersifat standar, dan tidak tergantung spesifikasi yang diminta oleh pembeli.

Kegiatan produksi ditentukan oleh budget produksi atau skedul produksi untuk satuan waktu yang tertentu yang sekaligus dipakai sebagai dasar oleh bagian produksi untuk melaksanakan produksi.

Tujuan produksi untuk mengisi persediaan yang selanjutnya akan dijual kepada pembeli, oleh karena sifat produk homogeny dan bentuknya standar maka kegiatan produksi dapat dilaksanakan secara continue atau terus menerus. Jumlah biaya tetap pada harga pokok proses dihitung setiap akhir periode dengan menjumlah semua elemen biaya yang dinikmati produk dalam satuan waktu yang bersangkutan, untuk menghitung biaya, jumlah total biaya produksi pada satuan waktu yang sama. Contoh perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa dasar proses misalnya pabrik semen, kertas, petrokimia, tekstil, penyulingan minyak mentah, PLN, air minum ,

perusahaan angkuatan dan sebagainya.

2.2.5 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentun harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga pokok produksi. Dalam memperhitungkan unsure-unsur biaya kedalam harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu *Full Costing* dan *Variabel Costing*.

A. Pendekatan Full Costing

Full costing merupakan metode harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsure biaya produksi kedalam harga pokok produksi, yang terdiri dari : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik abik yang berperilaku tetap maupun variabel ditambah dengan non produksi (biaya pemasaran, biaya admistrasi dan umum). Dengan demikian Total harga pokok produksi yang memperhitungkan menurut metode full costing adalah sebagai berikut:

Biaya bahan baku	Rp. xx
Biaya tenaga kerja langsung	Rp. xx
Biaya Overhead pabrik variabel	Rp. xx
Biaya Overhead pabrik tetap	<u>Rp. xx</u>
Taksiran total biaya produksi	Rp. xx
Biaya administrasi dan umum	Rp. xx
Biaya pemasaran	<u>Rp. xx</u>

Taksiran total biaya komersial	<u>Rp. xx</u>
Taksiran biaya penuh	Rp. Xx

B. Pendekatan Variabel Costing

Variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam harga pokok produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead. Variabel costing terdiri dari unsur biaya produksi sebagai berikut ini :

Biaya variabel:

Biaya Bahan Baku	Rp. xx
Biaya Tenaga Kerja langsung	Rp. xx
Biaya Overhead pabrik variabel	<u>Rp. xx</u>
Taksiran total biaya produksi variabel	Rp. xx
Biaya administrasi dan umum variabel	Rp. xx
Biaya pemasaran variabel	<u>Rp. xx</u>
Taksiran biaya variabel	Rp. xx

Biaya tetap:

Biaya overhead pabrik tetap	Rp. xx
Biaya administrasi dan umum tetap	<u>Rp. xx</u>

Taksiran total biaya tetap Rp. xx

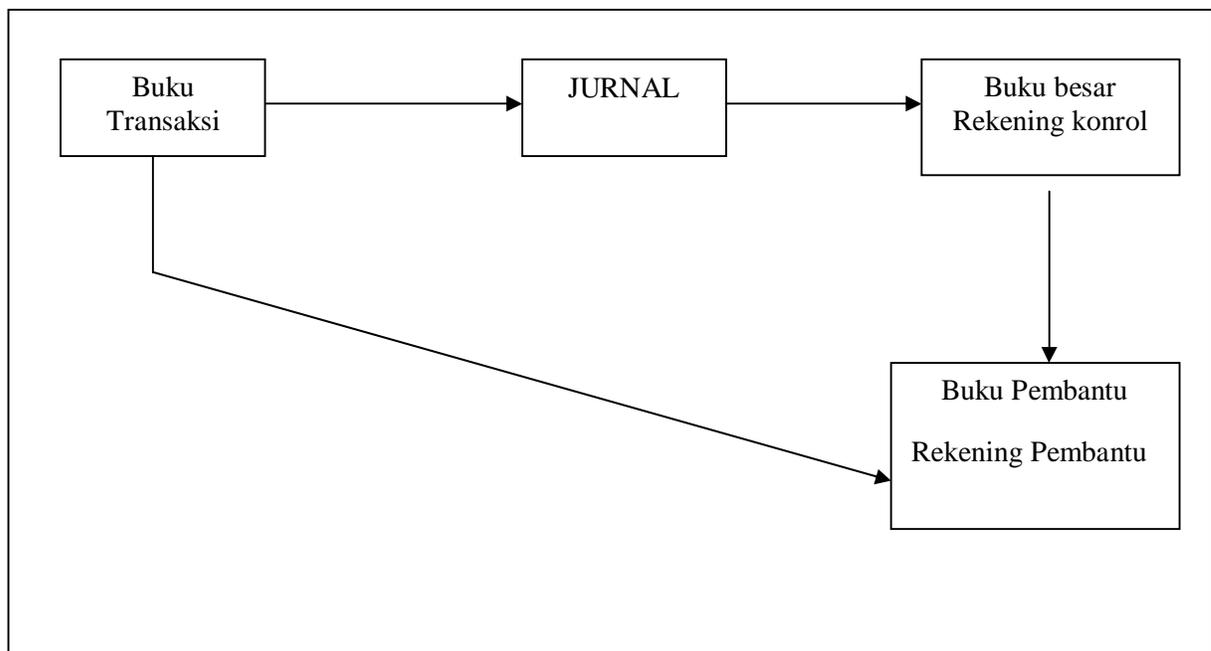
Taksiran biaya penuh Rp. xx

2.2.6 Rekening Kontrol Dan Rekening Pembantu

Hubungan antara rekening kontrol dan rekening Pembantu dapat di lukiskan kedalam gambar sebagai berikut :

Gambar 2.2

Hubungan antara rekening control dan rekening pembantu



Untuk mencatat biaya di dalam akuntansi biaya digunakan rekening kontrol dan rekening pembantu sebagai berikut :

Rekening Kontrol

Rekening Pembantu

Persediaan Bahan Baku

Kartu Persediaan

Persediaan Bahan Penolong	Kartu Persediaan
Barang Dalam Proses	Kartu Harga Pokok
Biaya Overhead Pabrik Sesungguhnya	Kartu Biaya
Biaya Administrasi dan umum	Kartu Biaya
Biaya Pemasaran	Kartu Biaya
Persediaan Produk jadi	Kartu Persediaan

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Rumah Makan Andalas Raya

RM Andalas Raya adalah salah satu bentuk usaha yang menjual berbagai macam produk makanan. Rumah Makan ini di dirikan pada tanggal 29 Desember tahun 1980 yang merupakan usaha keluarga. Dengan menggunakan modal sendiri. Modal tersebut digunakan untuk membeli berbagai macam bahan dalam proses produksi untuk memenuhi selera konsumen. Pada tahun 1980 RM. Andalas raya ini di pimpin langsung oleh Ibu Erna Mohamad, dan pada tahun 2004 rumah makan telah dialih wariskan kepada anak-anaknya tetapi yang akan di pimpin oleh anak mantunya yaitu Almudin Mopayo

Awal berdirinya Rumah makan ini hanya dapat menghasilkan keuntungan yang sedikit, dengan berjalannya waktu rumah makan ini mengalami kemajuan, ini terbukti dengan banyaknya konsumen yang datang membeli produk makanan di rumah makan tersebut. Peningkatan permintaan dari konsumen disebabkan karena produk makanan yang di tawarkan harganya lebih murah di bandingkan dengan Rumah makan lainnya. Selain itu juga pemilik rumah makan lebih mengutamakan kepuasan konsumen dari segi kualitas dan kuantitas.

Berkat keuletan dan kesungguhan dari pemilik rumah makan tersebut dalam menjalankan usahanya, maka usaha ini dapat bertahan dari awal sampai sekarang. Dan juga di dukung oleh tempat usaha yang cukup startegis yaitu terletak di JL. Arif Rahman Hakim Kecamatan Kota Tengah Kota Gorontalo.

3.1.2 Landasan Hukum

Adapun landasan hukum pada RM Andalas Raya yang secara resmi mendaftarkan pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan sebagai usaha perorangan dan dari Dinas Kesehatan sebagai persyarat kesehatan yaitu :

1. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dengan nomor 0506/KPPT/IZ/PK/VII/2011
2. Surat Izin Tempat Usaha (SITU) dengan nomor 803 tahun 2011
3. Tanda Daftar Perusahaan nomor 03 tahun 2011
4. Surat Keterangan Fiskal Daerah No. 979/KPPT/VII/1069/2011
5. Surat Izin Undang-Undang Gangguan nomor 234 tahun 2012
6. Surat Kesehatan No. 443.51/DISKES PL 75/IV 2011

3.1.3 Struktur Organisasi

Organisasi merupakan sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan atau dapat dikatakan sebagai kerangka struktur dimana mempekerjakan banyak orang untuk pencapaian tujuan bersama. Pada umumnya struktur organisasi di gunakan oleh perusahaan disesuaikan dengan besar kecilnya perusahaan itu sendiri. Semakin besar suatu perusahaan, maka pengelolannya akan

semakin rumit. Sedangkan pada perusahaan kecil, pengelolannya masih terbatas pada hal-hal tertentu saja, sehingga struktur organisasi yang di gunakanpun hanya sederhana.

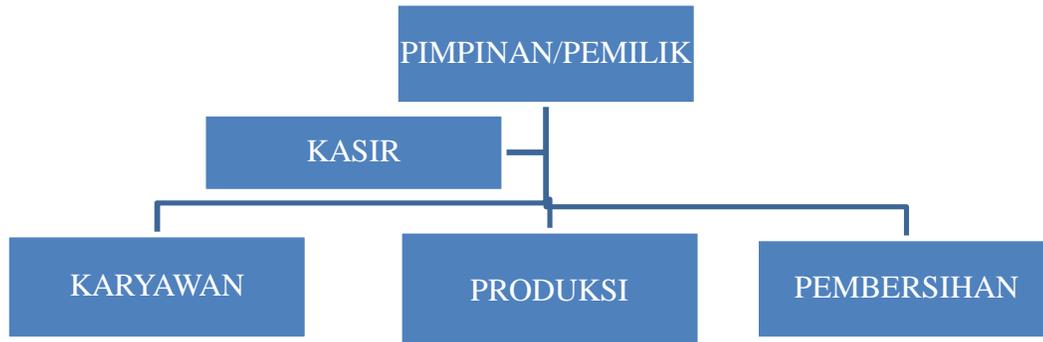
Struktur organisasi pada RM. Andalas Raya merupakan struktur organisasi yang sangat sederhana. Personel R.M Andalas Raya Sebanyak 8 orang yaitu :

1. Pimpinan/Pemilik 1(satu) Orang
2. Kasir 2 (dua) orang
3. Bagian karyawan sekaligus bagian memproduksi 4 (empat) orang
4. Bagian Kebersihan 2(dua) orang

Berdasarkan data faktual tersebut dapat di gambarkan struktur organisasi RM.

Andalas Raya adalah

Gambar 3.1 Struktur Organisasi RM Andalas Raya Kota Gorontalo



(sumber data : RM. Andalas Raya tahun 2012)

Berdasarkan struktur organisasi RM. Andalas Raya Kota Gorontalo, Maka pembagian tugas masing-masing komponen tersebut adalah :

1. Pimpinan
 - a. Bertanggung jawab dalam mengkoordinir setiap aktivitas Rumah makan tersebut.
 - b. Mempunyai tanggung jawab dalam setiap pengambilan keputusan
2. Kasir
 - a. Bertugas mengatur penerimaan dan pengeluaran tunai
 - b. Menangani bukti-bukti atau nota penjualan tunai
3. Karyawan
 - a. Bertugas melayani dan menawarkan produk makanan yang tersedia kepada konsumen yang datang
 - b. Menyalurkan Makanan kepada konsumen
4. Bagian Produksi/Bagian Pabrik
 - a. Membuat/memproduksi makanan sesuai dengan menu yang disediakan oleh RM. Andala Raya
 - b. Menyediakan makanan sesuai dgn permintaan konsumen
5. Bagian Pembersihan
 - a. Bertugas membersihkan pabrik yang berhubungan dengan pembuatan produk makanan.

3.1.4 Keadaan Karyawan Toko

Karyawan merupakan unsur yang penting dalam menghasilkan suatu produk. Tanpa adanya karyawan tidak mungkin sebuah produk akan tercipta. Berikut ini diuraikan mengenai karyawan sekaligus yang memproduksi makanan di RM Andalas Raya beserta pendidikannya.

Tabel 3.1

Keadaan Karyawan/Memproduksi RM Andalas Raya Kota Gorontalo

No	Nama Karyawan	Bagian	Pendidikan
1.	Astuti Dako	Kasir	SMA
2.	Desy Arsyad	Kasir	SMA
3	Lilis Dako	Produksi	SMA
4	Ci'lin Mohamad	Produksi	SMA
5	Cunang Dako	Produksi	SMA
6	Titin Dako	Produksi	SMA
7	Heny	Pembersihan	SMP
8	Salim	Pembersihan	SMP

(Sumber data: RM. Andalas Raya Tahun 2012)

3.2 Deskripsi Hasil Penelitian

3.2.1 Penentuan Harga Jual Produk Makanan Pada RM. Andalas Raya

Penentuan harga jual produk makanan pada RM Andalas Raya masih sangat sederhana. Rumah makan ini menetapkan harga jual makanan tanpa memperhatikan biaya-biaya yang berhubungan dengan produksi tersebut. Di RM Andalas Raya menghasilkan beberapa produk makanan yaitu :

- | | | |
|-------------------|-------------------|---------------|
| a. Coto Makasar | d. Sate Ayam | g. Nasi Putih |
| b. Binte Biluhuta | e. Sate Daging | |
| c. Kua Bugis | f. Sate Hati Ayam | |

Misalkan harga jual Coto Makasar Rp. 13.000/Porsi. Harga jual ini di tentukan dengan cara pembelian bahan-bahan dalam proses di bagi dengan kuantitas yaitu 40 porsi tiap harinya

Dengan demikian harga jual di hitung sebagai berikut :

Harga Pembelian bahan-bahan produksi = Rp. 444.500

Jumlah kuantitas 40 Porsi

Harga = Rp. 11.112

Berdasarkan harga pokok di atas, pemilik menetapkan harga jual sebesar Rp. 13.000. Harga jual ini di tetapkan dengan taksiran laba yang bisa dipeoleh sebesar Rp.1.888 per porsi yang di dapat dari harga jual dikurangi dengan harga pokok (Rp. 13.000-Rp 11.112)

Dari penentuan harga jual ini nampak bahwa RM Andalas Raya ini tidak memasukan biaya-biaya yang relevan ke dalam perhitungan harga jual barang, misalnya biaya tenaga kerja maupun biaya lain-lain yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan proses pembuatan tersebut.

Dari semua produk makanan yang di hasilkan di RM Andalas Raya, Berikut Analisis perhitungan harga pokok produksi :

Tabel 3.2

Penjualan Produk Makanan dalam sebulan

Jenis Produk	Makanan	Kuantitas yang terjual	Harga Jual/ Unit	Penjualan
✓	Coto Makasar	1.200 Porsi	Rp. 13.000	Rp. 15.600.000
✓	Binte Biluhuta	2.700 Porsi	Rp. 5.000	Rp. 13.500.000
✓	Kua Bugis	1.000 Porsi	Rp. 7.500	Rp. 6.750.000
✓	Sate Ayam	9.000 Tusuk	Rp. 1.250	Rp. 11.250.000
✓	Sate Daging	24.000 Tusuk	Rp. 1.250	Rp. 30.000.000
✓	Sate Hati Ayam	10.500 Tusuk	Rp. 1.500	Rp. 15.750.000
✓	Nasi Putih	2.700 Porsi	Rp. 3.000	Rp. 8.100.000
Total		-		Rp.100.950.000

(Sumber data : RM Andalas Raya juli 2012)

Berdasarkan tabel di atas dapat di lihat bahwa rata-rata penjualan dalam sebulan yang lebih tinggi adalah Produk makanan sate daging yang mencapai penjualan 24.0000 tusuk sebesar Rp. 30.000.000, kemudian di urutan kedua adalah produk makanan Sate hati ayam yang mencapai penjualan 10.500 tusuk sebesar Rp. 15.750.000. dan produk makananan yang mencapai penjualan paling rendah dari produk makanan lainnya adalah Kua bugis yang mencapai penjualan sebesar Rp. 6.750.000

3.3 Pembahasan

Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan yang penting dari Manajemen. Bagi konsumen, harga merupakan biaya atas sesuatu, sedangkan bagi penjual adalah, harga adalah pendapatan serta sumber utama dari keuntungan. Harga yang di tentukan seharusnya cukup tinggi untuk menutupi ongkos-ongkos atau lebih utama lagi untuk memperoleh laba, sebaliknya jika harga makanan terlalu tinggi maka pembeli akan berkurang, volume penjualan menurun, ongkos-ongkos total mungkin tidak dapat di tutupi dan akhirnya perusahaan mengalami kerugian. Harga dalam suatu produk merupakan dasar untuk memperhitungkan harga jual atau penjualan.

3.3.1 Penerapan penentuan Harga Jual Produk Dengan menggunakan Metode *Cost Plus Pricing*.

Cost Plus Pricing merupakan metode penentuan harga jual barang yang di hitung dari harga pokok di tambah dengan laba yang di harapkan,dengan formula yaitu

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang di harapkan}$$

Metode ini sangat baik di terapkan di RM. Andalas Raya karena metode ini memperhitungkan biaya-biaya ke dalam perhitungan harga jual dan menetapkan berapa persen laba yang di harapkan oleh RM Andalas Raya tersebut pada setiap produk makanan yang di jual.

Penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing* dapat dilakukan dengan 2 (dua) pendekatan yaitu pendekatan *full costing* dan *variable costing*. Dalam pendekatan *full costing*, perusahaan harus membebankan biaya yang berperilaku tetap dan variable ke dalam perhitungan harga pokok barang. Sedangkan *variable costing* memandang cara yang berbeda terhadap biaya yang mempengaruhi secara langsung oleh volume produk bila di bandingkan dengan *full costing*. Dalam pendekatan *variable costing*, biaya penuh yang mempengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variable, sedangkan biaya penuh yang tidak di pengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya tetap (Mulyadi 2001:384)

Dalam kasus ini dapat di bedakan biaya tetap dan biaya variable, di mana biaya tetap terdiri dari biaya pemasaran dan administrasi kemudian biaya penyusutan yang di hitung dengan metode garis lurus, sementara itu variable terdiri dari biaya bahan baku, bahan penolong , biaya tenaga kerja dan biaya overhead berupa listrik dan air.

Biaya Tenaga kerja lansung sebesar Rp. 6.300,000, biaya tenaga kerja tidak langsung Rp.1.600.000 kemudian biaya listrik dan air Rp. 300.000, Telepon Rp.21.000 dan biaya penyusutan Rp. 1.696.875 Begitu pula biaya administrasi diperhitungkan kedalam harga jual sate Daging sebesar Rp. 70.000. RM Andalas Raya menetapkan laba masing-masing produk yaitu, Sebesar 25% di hitung perbulan sebagai berikut :

1. FULL COSTING

Coto Makasar

Biaya bahan baku

- ✓ Daging (Untuk Kua) : 150Kg X @Rp. 75.000 = Rp. 11.250.00
(1Kg Menghasilkan 18 Porsi)
- ✓ Beras (Untuk Lontong): 150 Ltr X @Rp.7.000 = Rp. 1.050.000
(1Ltr Menghasilkan 15 Lontong)

Biaya bahan penolong

- ✓ Rempah-rempah basah
 - 15 Kg bawang putih X @Rp.10.000 = Rp. 150.000
 - 15 kat barama kusu X @Rp.5.000 = Rp. 75.000
 - 90Ikat sedrei X @Rp. 2.000 = Rp. 180.000
 - ✓ Rempah-rempah kering
 - 30Ons gintar katambar X @Rp.6.000 = Rp. 180.000
 - 15Ons rica jawa X @Rp.6.000 = Rp. 90.000
 - ✓ Rempah-rempah daun
 - 90Ikat batang bawang X @Rp.2.000 = Rp. 180.000
 - 90Ikat balama kusu X @ Rp.2.000 = Rp. 180.000
- Biaya tenaga kerja langsung = Rp. 900.000
- Total biaya produk = Rp. 14.235.000

Biaya yang di serap/porsi	= <u>Rp. 14.235.000</u>
	1.200 Porsi
	= Rp. 11.862
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 11.862	= <u>Rp. 2.965</u>
Harga jual Coto Makasar/porsi	= <u>Rp. 14.827</u>

Binte Biluhuta

Biaya bahan baku

✓ Milu Muda	900Lter X @Rp. 5.000	= Rp. 4.500.000
	(1 Liter Menghasilkan 5 Porsi)	

Biaya bahan penolong

✓ 60Ekor ikan cakalang X @Rp.10.000	= Rp. 300.000
✓ Rempah-rempah daun	
90Ikat daun bawang X @Rp. 2.000	= Rp. 180.000
90Ikat daun kemangi X @Rp. 2.000	= Rp. 180.000
✓ 150Bji kelapa X @Rp. 3.000	= Rp. 450.000
✓ 200 Kg jeruk X @Rp.5.000	= Rp. 1.000.000

Biaya tenaga kerja langsung = Rp. 900.000

Total biaya produk = Rp. 7.500.000

Biaya yang di serap/porsi = Rp. 7.500.000

2.700 Porsi

= Rp. 2.781

Laba yang di harapkan 25% X Rp. 2 .781 = Rp. 695

Harga jual Binte Biluhuta/porsi = Rp. 3.476

Kua Bugis

Biaya bahan baku

✓ Daging(Untuk Kua) 120Kg X @ Rp. 35.000 = Rp. 4.200.000
(1Kg Menghasilkan 8 Porsi)

Biaya bahan penolong

✓ Rempah-rempah kering

1Ons cengkeh X @Rp.10.000 = Rp. 10.000

¼ Kg pala X @Rp.15.000 = Rp. 15.000

¼ Kg kayu manis X @Rp. 10.000 = Rp. 10.000

30 Ons gintar katumbar X @Rp. 6.000 = Rp. 180.000

15Ons rica jawa X @Rp. 6.000 = Rp. 90.000

✓ Rempah-rempah daun

6Ons geraka X @Rp. 2.000 = Rp. 12.000

6Ons kuning X @Rp. 2.000 = Rp. 12.000

15Ikat barama kusi X @ Rp. 5.000 = Rp. 75.000

150ns bawang putih X @ Rp. 2.500 = Rp. 37.500

15Ons bawang merah X @ Rp. 2.500 = Rp. 37.500

✓ Rempah-rempah basah

90Ikat batang bawang X @ Rp. 2.000 = Rp. 180.000

90Ikat balama kusi X @ Rp. 2.500	= Rp. 180.000
✓ 60Biji kalapa tua X @ Rp. 3.000	= Rp. 180.000
Biaya tenaga kerja langsung	= Rp. 900.000
Total biaya produk	= Rp. 6.119.000
Biaya yang di serap/porsi	= <u>Rp. 6.119.000</u>
	1.000
	= Rp. 6.119
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 7.794	= <u>Rp. 1.529</u>
Harga jual Kua Bugis /porisi	= <u><u>Rp. 7.648</u></u>

Sate Ayam

Biaya bahan baku

✓ Daging AyaM(Sate) 150Ekor X @ Rp. 50.000	= Rp. 7.500.000
--	-----------------

(1Ekor Ayam Menghasilkan 75 Tusuk Sate)

Biaya bahan penolong

✓ Untuk Dabu-dabu rica bawang

30Kg rica merah X @Rp. 15.000	= Rp. 450.000
-------------------------------	---------------

5 Kg bawang merah X @Rp. 8.000	= Rp. 40.000
--------------------------------	--------------

30Kg minyak kelapa X @Rp. 12.000	= Rp. 360.000
----------------------------------	---------------

✓ Untuk Saos kacang

30Kg kacang X @Rp. 13.000	= Rp. 390.000
---------------------------	---------------

15Kg gula merah X @Rp. 6.000	= Rp. 90.000
------------------------------	--------------

15Kg cabe X @Rp. 6.000	= Rp.	90.000
30Bji bawang putih X @Rp. 2.000	= Rp.	60.000
6Ons bawang merah X @Rp. 2.500	= Rp.	15.000
90 Bungkus terasi udang X @Rp. 1.000	= Rp.	90.000
Biaya tenaga kerja langsung	= Rp.	900.000
Total biaya produk	= Rp.	9.985.000
Biaya yang di serap/tusuk	= <u>Rp.</u>	<u>9.985.000</u>
		9.000 Tusuk
	=Rp.	1.109
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 1.109	= <u>Rp.</u>	<u>277</u>
Harga jual Sate/ tusuk	= <u>Rp.</u>	<u>1.386</u>

Sate Daging

Biaya ahan baku

✓ Daging Sapi(Sate) 300 Kg X @ Rp. 65.000 = Rp. 19.500.000

(1Kg Daging Menghasilkan 80 Tusuk Sate)

Biaya bahan penolong

✓ Untuk Dabu-dabu rica bawang

30Kg rica merah X @Rp. 15.000 = Rp. 450.000

6 Kg bawang merah X @Rp. 8.000 = Rp. 40.000

30Kg minyak kelapa X @Rp. 12.000 = Rp. 360.000

✓ Untuk Saos kacang		
30Kg kacang X @Rp. 13.000	= Rp.	390.000
15Kg gula merah X @Rp. 6.000	= Rp.	90.000
15Kg cabe X @Rp. 6.000	= Rp.	90.000
30Bji bawang putih X @Rp. 2.000	= Rp.	60.000
6Ons bawang merah X @Rp. 2.500	= Rp.	15.000
90 Bungkus terasi udang X @Rp. 1.000	= Rp.	90.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	= Rp.	900.000
Biaya BOP Variabel		
✓ Tusuk Lidi Sate	= Rp.	100.000
✓ Bara	= Rp.	420.000
✓ Listrik dan Air	= Rp.	350.000
✓ Telepon	= Rp.	21.000
Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung	= Rp.	1.600.000
BOP Tetap		
✓ Penyusutan	= Rp.	1.696.875
✓ Lain-lain		
60Botol kecap manis Sedap X @Rp. 12.000	= Rp.	720.000
8Pcs garam X @Rp. 13.000	= Rp.	52.000
30Pcs Tisu X @Rp. 16.000	= Rp.	480.000
Biaya Adminstrasi	= Rp.	70.000

Total Biaya produk	= Rp. 27.940.875
Biaya yang di serap/tusuk	= <u>Rp. 27.940.875</u>
	24.000 Tusuk
	= Rp. 1.664
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 1.664	= <u>Rp. 291</u>
Harga Jual Sate daging/tusuk	= <u><u>Rp. 1.995</u></u>

Sate Hati ayam

Biaya bahan baku

✓ Hati Ayam (Sate) 3.500Bji X @Rp. 2.500	= Rp. 8.750.000
(1Biji menghasilkan 3 Tusuk Sate)	

Biaya bahan penolong

✓ Untuk Dabu-dabu rica bawang	
30Kg rica merah X @Rp. 15.000	= Rp. 450.000
7 Kg bawang merah X @Rp. 8.000	= Rp. 40.000
30Kg minyak kelapa X @Rp. 12.000	= Rp. 360.000
✓ Untuk Saos kacang	
30Kg kacang X @Rp. 13.000	= Rp. 390.000
15Kg gula merah X @Rp. 6.000	= Rp. 90.000
15Kg cabe X @Rp. 6.000	= Rp. 90.000
30Bji bawang putih X @Rp. 2.000	= Rp. 60.000
6Ons bawang merah X @Rp. 2.500	= Rp. 15.000

90 Bungkus terasi udang X @Rp. 1.000	= Rp.	90.000
Biaya tenaga kerja langsung	= Rp.	900.000
Total Biaya yang di serap/porsi	= <u>Rp.</u>	<u>11.235.000</u>
		10.500 Tusuk
	= Rp.	1.070
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 1.070	= <u>Rp.</u>	<u>268</u>
Harga Jual Sate hati ayam/tusuk	= <u>Rp.</u>	<u>1.338</u>
<u>Nasi putih</u>		
Biaya bahan baku 900Liter X @ Rp. 7.500	= Rp.	6.750.000
(1Liter Menghasilkan 3 Porsi)		
Biaya Tenaga Kerja Langsung	= Rp.	900.000
Total biaya produk	= Rp.	7.650.000
Biaya yang di serap/porsi	= <u>Rp.</u>	<u>7.650.000</u>
		2.700 Porsi
	= Rp.	2.883
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 2.883	= <u>Rp.</u>	<u>708</u>
Harga Jual Nasi putih/porsi	= <u>Rp.</u>	<u>3.591</u>

Dari hasil perhitungan di atas, maka dapat di buat rekapitulasi perhitungan harga jual menurut pendekatan *full costing*, Seperti tampak pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.3

Rekapitulasi Harga Jual dengan Pendekatan *Full Costing*

Uraian	Coto makasar	Binte biluhuta	Kua bugis	Sate ayam	Sate daging	Sate Hati ayam	Nasih putih
Biaya Produk/Porsi atau tusuk	Rp. 11.862	Rp. 2.781	Rp. 6.119	Rp. 1.109	Rp. 1.664	Rp.1.070	Rp. 2.883
Laba yang di harapkan	Rp. 2.965	Rp. 695	Rp. 1.529	Rp. 277	Rp. 291	Rp. 268	Rp. 708
Harga Jual/unit	Rp. 14.827	Rp. 3.476	Rp. 7.648	Rp. 1.386	Rp. 1.946	Rp.1.338	Rp. 3.591

Dari tabel di atas diperoleh informasi bahwa biaya produk masing-masing jenis produk yakni coto makasar, binte biluhuta, kua bugis, sate ayam, sate daging, sate hati ayam dan nasi putih yaitu Rp. 11.862, Rp. 2.781, Rp. 7.791, Rp. 1.109, Rp. 1.664, Rp. 1.070, dan Rp. 2.883. Serta laba yang di harapkan terhadap jenis produk makanan berupa Coto Makasar Rp. 2.965, Binte Biluhuta Rp. 695, kua bugis Rp. 1.948, sate ayam Rp. 277, Sate daging Rp. 291, sate hati ayam Rp. 268, dan Nasih putih Rp. 708. Dari jumlah laba yang di harapkan pada masing-masing jenis produk maka dapat di tetapkan harga jual untuk jenis makanan Coto Maksar per porsi yaitu sebesar Rp. 14.827, binte biluhuta per porsi Rp. 3.476, kua bugis per porsi Rp. 9.700, sate ayam per tusuk Rp.1.386, sate daging per tusuk Rp. 1.945, sate hati ayam per tusuk Rp. 1.338, serta nasi putih per porsi Rp. 3.591

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penentuan harga jual produk dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, akan nampak bahwa semua biaya yang berperilaku tetap maupun variable diperhitungkan ke dalam perhitungan harga jual , sehingga perusahaan dapat mempertimbangkan berapa laba yang di harapkan dengan berdasarkan pada totalitas biaya yang telah dikalkulasi.

2. VARIABEL COSTING

Coto Makasar

- **Biaya Varibel:**

Biaya bahan baku

✓ Daging (Untuk Kua) : 150Kg X @Rp. 75.000 = Rp. 11.250.00

(1Kg Menghasilkan 18 Porsi)

✓ Beras (Untuk Lontong): 150 Ltr X @Rp.7.000 = Rp. 1.050.000

(1Ltr Menghasilkan 15 Lontong)

Biaya bahan penolong

- ✓ Rempah-rempah basah

15 Kg bawang putih X @Rp.10.000 = Rp. 150.000

16 kat barama kusu X @Rp.5.000 = Rp. 75.000

90Ikat sedrei X @Rp. 2.000 = Rp. 180.000

- ✓ Rempah-rempah kering

30Ons gintar katambar X @Rp.6.000 = Rp. 180.000

15Ons rica jawa X @Rp.6.000 = Rp. 90.000

✓ Rempah-rempah daun		
90Ikat batang bawang X @Rp.2.000	= Rp.	180.000
90Ikat balama kusu X @ Rp.2.000	= Rp.	180.000
Biaya tenaga kerja langsung	= Rp.	900.000
Total biaya variable	= Rp.	14.235.000
Biaya yang di serap/porsi	= <u>Rp.</u>	<u>14.235.000</u>
		1.200 Porsi
	= Rp.	11.862
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 11.862	= <u>Rp.</u>	<u>2.965</u>
Harga jual Coto Makasar/porsi	= <u>Rp.</u>	<u>14.827</u>

Binte Biluhuta

- Biaya Variabel :

Biaya bahan baku

✓ Milu Muda	900Lter X @Rp. 5.000	= Rp.	4.500.000
	(1 Liter Menghasilkan 5 Porsi)		

Biaya bahan penolong

✓ 60Ekor ikan cakalang X @Rp.10.000	= Rp.	300.000
✓ Rempah-rempah daun		
90Ikat daun bawang X @Rp. 2.000	= Rp.	180.000
90Ikat daun kemangi X @Rp. 2.000	= Rp.	180.000
✓ 150Bji kelapa X @Rp. 3.000	= Rp.	450.000

✓ 200 Kg jeruk X @Rp.5.000	= Rp. 1.000.000
Biaya tenaga kerja langsung	= Rp. 900.000
Total biaya variable	= Rp. 7.500.000
Biaya yang di serap/porsi	= <u>Rp. 7.500.000</u>
	2.700 Porsi
	= Rp. 2.781
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 2 .781	= <u>Rp. 695</u>
Harga jual Binte Biluhuta/porsi	= <u><u>Rp. 3.476</u></u>

Kua Bugis

- Biaya Variabel:

Biaya bahan baku

✓ Daging(Untuk Kua) 120Kg X @ Rp. 35.000	= Rp. 4.200.000
(1Kg Menghasilkan 8 Porsi)	

Biaya bahan penolong

- ✓ Rempah-rempah kering

1Ons cengkeh X @Rp.10.000 = Rp. 10.000

¼ Kg pala X @Rp.15.000 = Rp. 15.000

¼ Kg kayu manis X @Rp. 10.000 = Rp. 10.000

31 Ons gintar katumbar X @Rp. 6.000 = Rp. 180.000

15Ons rica jawa X @Rp. 6.000 = Rp. 90.000

- ✓ Rempah-rempah daun

6Ons geraka X @Rp. 2.000	= Rp.	12.000
6Ons kuning X @Rp. 2.000	= Rp.	12.000
15Ikat barama kusi X @ Rp. 5.000	= Rp.	75.000
150ns bawang putih X @ Rp. 2.500	= Rp.	37.500
150ns bawang merah X @ Rp. 2.500	= Rp.	37.500
✓ Rempah-rempah basah		
90Ikat batang bawang X @ Rp. 2.000	= Rp.	180.000
90Ikat balama kusi X @ Rp. 2.500	= Rp.	180.000
✓ 60Biji kalapa tua X @ Rp. 3.000	= Rp.	180.000
Biaya tenaga kerja langsung	= Rp.	900.000
Total biaya variable	= Rp.	6.119.000
Biaya yang di serap/porsi	= <u>Rp.</u>	<u>6.119.000</u>
		1.000
	= Rp.	6.119
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 6.119	= <u>Rp.</u>	<u>1.529</u>
Harga jual Kua Bugis /porosi	= <u><u>Rp.</u></u>	<u><u>7.648</u></u>

Sate Ayam

- Biaya Variabel:

Biaya bahan baku

✓ Daging AyaM(Sate) 150Ekor X @ Rp. 50.000	= Rp.	7.500.000
--	-------	-----------

(1Ekor Ayam Menghasilkan 75 Tusuk Sate)

Biaya bahan penolong

✓ Untuk Dabu-dabu rica bawang

30Kg rica merah X @Rp. 15.000 = Rp. 450.000

8 Kg bawang merah X @Rp. 8.000 = Rp. 40.000

30Kg minyak kelapa X @Rp. 12.000 = Rp. 360.000

✓ Untuk Saos kacang

30Kg kacang X @Rp. 13.000 = Rp. 390.000

15Kg gula merah X @Rp. 6.000 = Rp. 90.000

15Kg cabe X @Rp. 6.000 = Rp. 90.000

30Bji bawang putih X @Rp. 2.000 = Rp. 60.000

6Ons bawang merah X @Rp. 2.500 = Rp. 15.000

90 Bungkus terasi udang X @Rp. 1.000 = Rp. 90.000

Biaya tenaga kerja langsung = Rp. 900.000

Total biaya variable = Rp. 9.985.000

Biaya yang di serap/tusuk = Rp. 9.985.000

9.000 Tusuk

=Rp. 1.109

Laba yang di harapkan 25% X Rp. 1.109 = Rp. 277

Harga jual Sate/ tusuk = Rp. 1.386

Sate Daging

- **Biaya Variabel:**

Biaya bahan baku

✓ Daging Sapi(Sate) 300 Kg X @ Rp. 65.000 = Rp. 19.500.000

(1Kg Daging Menghasilkan 80 Tusuk Sate)

Biaya bahan penolong

✓ Untuk Dabu-Dabu rica bawang

30Kg rica jawa X @Rp. 15.000 = Rp. 450.000

5 Kg bawang merah X @Rp. 8.000 = Rp. 40.000

30Kg minyak kelapa X @Rp. 12.000 = Rp. 360.000

✓ Untuk Saos kacang

30Kg kacang X @Rp. 13.000 = Rp. 390.000

15Kg gula merah X @ Rp. 6.000 = Rp. 90.000

15Kg cabe X @Rp. 6.000 = Rp. 90.000

30Siung bawang putih X @ Rp.2.000 = Rp. 60.000

6Ons bawang merah X @Rp. 2.500 = Rp. 15.000

90Bungkus terasi X @Rp.1.000 = Rp. 90.000

Biaya Tenaga Kerja Langsung = Rp. 900.000

Biaya BOP Variabel

✓ Tusuk Lidi Sate = Rp. 100.000

✓ Bara = Rp. 420.000

✓ Listrik dan Air	= Rp. 350.000
✓ Telepon	= Rp. 21.000
Total Biaya Variabel	= Rp. 22.876.000
• <u>Biaya Tetap</u> _____ :	
Biaya Tenaga Kerja Tidak langsung	= Rp. 1.600.000
BOP Tetap	
✓ Penyusutan	= Rp. 1.696.875
✓ Lain-lain	
✓ Lain-lain	
60Botol kecap manis Sedap X @Rp. 12.000	= Rp. 720.000
8Pcs garam X @Rp. 13.000	= Rp. 52.000
30Pcs Tisu X @Rp. 16.000	= Rp. 480.000
Biaya Adminstrasi	= Rp. 70.000
Total biaya tetap	= Rp. 5.064.875
Total Biaya produk	= Rp. 27.940.875
Biaya yang di serap/tusuk	= <u>Rp. 27.940.875</u>
	24.000 Tusuk
	= Rp. 1.664
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 1.664	= <u>Rp. 291</u>
Harga Jual Sate daging/tusuk	= <u><u>Rp. 1.995</u></u>

Sate Hati Ayam

- **Biaya Variabel:**

Biaya bahan baku

✓ Hati Ayam (Sate) 3.500Bji X @Rp. 2.500 = Rp. 8.750.000

(1Biji menghasilkan 3 Tusuk Sate)

Biaya bahan penolong

✓ Untuk Dabu-dabu rica bawang

30Kg rica merah X @Rp. 15.000 = Rp. 450.000

9 Kg bawang merah X @Rp. 8.000 = Rp. 40.000

30Kg minyak kelapa X @Rp. 12.000 = Rp. 360.000

✓ Untuk Saos kacang

30Kg kacang X @Rp. 13.000 = Rp. 390.000

15Kg gula merah X @Rp. 6.000 = Rp. 90.000

15Kg cabe X @Rp. 6.000 = Rp. 90.000

30Bji bawang putih X @Rp. 2.000 = Rp. 60.000

6Ons bawang merah X @Rp. 2.500 = Rp. 15.000

90 Bungkus terasi udang X @Rp. 1.000 = Rp. 90.000

Biaya tenaga kerja langsung = Rp. 900.000

Total biaya variable = Rp. 11.235.000

Total Biaya yang di serap/porsi = Rp. 11.235.000

10.500 Tusuk

	= Rp	1.070
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 1.070	= Rp.	<u>268</u>
Harga Jual Sate hati ayam/tusuk	= Rp.	<u><u>1.338</u></u>
<u>Nasi Putih</u>		
• <u>Biaya Variabel</u> :		
Biaya bahan baku	900Liter X @ Rp. 7.500	= Rp. 6.750.000
	(1Liter Menghasilkan 3 Porsi)	
Biaya Tenaga Kerja	Langsung	= Rp. 900.000
Total biaya variable		= Rp. 7.650.000
Biaya yang di serap/porsi		= Rp. <u>7.650.000</u>
		2.700 Porsi
	= Rp.	2.883
Laba yang di harapkan 25% X Rp. 2.883	= Rp.	<u>708</u>
Harga Jual Nasi putih/porsi	= Rp.	<u><u>3.591</u></u>

Dari hasil perhitungan di atas, maka dapat di buat rekapitulasi perhitungan harga jual menurut pendekatan *variable costing*. Seperti tampak pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.4

Rekapitulasi Harga Jual dengan Pendekatan *Variabel Costing*

Uraian	Coto makasar	Binte biluhuta	Kua bugis	Sate ayam	Sate daging	Sate Hati ayam	Nasih putih
Biaya Produk/Porsi atau tusuk	Rp. 11.862	Rp. 2.781	Rp. 7.794	Rp. 1.109	Rp. 1.664	Rp.1.070	Rp. 2.883
Laba yang di harapkan	Rp. 2.965	Rp. 695	Rp. 1.948	Rp. 277	Rp. 291	Rp. 268	Rp. 708
Harga Jual/unit	Rp. 14.827	Rp. 3.476	Rp. 9.700	Rp. 1.386	Rp. 1.945	Rp.1.338	Rp. 3.591

Dari tabel di atas di peroleh informasi bahwa perhitungan harga jual dengan pendekatan *variable costing* menghasilkan harga jual yang sama dengan perhitungan harga jual dengan pendekatan *Full costing*. Perbedaanya terletak pada pengelompokan biaya, di mana pada pendekatan *variable costing* perusahaan membedakan antara biaya yang berperilaku tetap dengan biaya yang berperilaku variable dalam perhitungan harga jual. Dengan demikian perusahaan mudah untuk melakukan pengendalian atas biaya-biaya produk tersebut.

3.3.2 Perbandingan Harga Jual Produk Makanan RM Andalas Raya tanpa menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* dan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing*.

Berdasarkan hasil perhitungan harga jual yang di tetapkan oleh RM. Andalas Raya dan harga jual yang di hitung berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* pendekatan *full costing* dan *variable costing*, maka dapat di buat tabel perbandingan harga jual berikut ini :

Tabel 3.5
Perbandingan Harga Jual Produk

Harga Jual	Produk						
	Coto Makasar	Binte Biluhuta	Kua Bugis	Sate Ayam	Sate Daging	Sate Hati Ayam	Nasi putih
R.M Andalas Raya	Rp. 13.000	Rp. 5.000	Rp. 7.500	Rp. 1.250	Rp. 1.250	Rp. 1.500	Rp. 3.000
Full Costing	Rp. 14.827	Rp. 3.476	Rp. 9.700	Rp. 1.386	Rp. 1.945	Rp. 1.338	Rp. 3.588
Variabel Costing	Rp. 14.827	Rp. 3.476	Rp. 9.700	Rp. 1.386	Rp. 1.945	Rp. 1.388	Rp. 3.588

Dari data di atas, maka terlihat bahwa harga jual produk pada R.M Andals Raya yaitu coto makasar,kua bugis,sate ayam,sate daging dan nasi putih rata-rata lebih tinggi harga jual dgn pendekatan *full costing* dan *Variabel costing* dari harga jual menurut RM. Andalas Raya, sedangkan produk makanan binte biluhuta dan sate hati ayam lebih tinggi harga jual dari pendekatan *full costing* dan *variable costing*. Dari informasi ini dapat di tarik kesimpulan bahwa harga jual produk RM. Andalas Raya menghasilkan keuntungan. Dalam hal ini penentuan harga jual hanya di dasarkan pada taksiran, begitu pula dengan keuntungan yang di harapkan dari penjualan barang-barang btersebut. Sedangkan harga jual berdasarkan pendekatan *full*

costing sama dengan harga jual *variable costing*. Perbedaannya hanya terletak pada pemberlakuan biaya tetap dan variable dalam perhitungan harga jual. Jika di lihat bahwa harga jual setiap produk RM. Andalas Raya tanpa menggunakan metode *cost plus pricing* bisa menghasilkan keuntungan. Walaupun begitu RM Andalas Raya perlu memperhatikan biaya- biaya yang berpengaruh dalam penentuan harga jual agar harga jual yang di tetapkan dapat menutupi biaya-biaya yang di korbakan, sehingga perusahaan bisa memperoleh keuntungan yang memadai sesuai dengan apa yang di harapkan, apabila Rumah Makan tersebut kurang konsumen setidaknya ada biaya yang bisa menutupi biaya-biaya yang di keluarkan oleh rumah makan dalam proses menjalankan usaha.

Walaupun demikian pengelola rumah makan merasa bahwa harga jual yang di tetapkannya memberikan kontribusi dalam pencapaian keuntungan bagi rumah makan tersebut, seperti halnya pada produk-produk yang akan di jual berupa makanan coto makasar, binte biluhuta, kua bugis, sate ayam, sate daging, seta hati ayam dan nasi putih memberikan kontribusi dalam peningkatan volume penjualan. Rata-rata penjualan terhadap ketujuh produk tersebut setiap bulan mencapai Rp. 100.950.000,-.

Untuk memperoleh laba yang di inginkan sebaiknya RM Andalas Raya harus Memperhitungkan biaya-biaya yang relevan dengan penjualan produk tersebut. Biaya-biaya yang di keluarkan dalam sebulan untuk ketujuh jenis produk makanan tersebut terkait dengan pemasaran produk yaitu :

❖ Biaya Bahan Baku	Rp.	63.500.000
❖ Biaya Bahan Baku Penolong	Rp.	8.919.000
❖ Biaya tenaga kerja langsung	Rp.	6.300.000
❖ Biaya tenaga kerja tidak langsung	Rp.	1.600.000
❖ Biaya Overhead :		
Biaya Listrik dan air	Rp.	350.000
Biaya Telepon	Rp.	21.000
Tusuk lidi sate	Rp.	100.000
Bara	Rp.	420.000
Biaya Penyusutan	Rp.	1.696.875
Lain-lain	Rp.	1.698.000
❖ Biaya Administrasi	<u>Rp.</u>	<u>70.000</u>
Jumlah	Rp.	84.674.875

Biaya-biaya tersebut jika di hubungkan dengan kostribusi volume penjualan masing-masing produk dapat di hitung seperti tampak pada tabel di berikut ini

Tabel 3.6

Pembebanan Biaya

Jenis Biaya	Jumlah Biaya	Pembebanan Biaya						
		Coto Makasar	Binte biluhuta	Kua bugis	Sate Ayam	Sate Daging	Sate hati ayam	Nasih putih
Biaya Bahan baku	63.500.000	12.300.000	4.500.000	4.200.000	7.500.000	19.500.000	8.750.000	6.750.000
Biaya Bahan baku penolong	8.919.000	1.035.000	2.110.000	1.019.000	1.585.000	1.585.000	1.585.000	-
Biaya tenaga kerja	7.900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	2.500.000	900.000	900.000
Biaya Overhead :								
Tusuk lidi sate	100.000	-	-	-	-	100.000	-	-
Bara	420.000	-	-	-	-	420.000	-	-
Listrik & Air	350.000	-	-	-	-	350.000	-	-
Telepon	21.000	-	-	-	-	21.000	-	-
Penyusutan	1.696.875	-	-	-	-	1.696.875	-	-
Lain-lain	1.698.000	-	-	-	-	1.698.000	-	-
Biaya Administrasi	70.000	-	-	-	-	70.000	-	-
Jumlah	84.674.875	14.235.000	7.500.000	6.119.000	9.985.000	27.940.875	11.235.000	7.650.000

(Sumber data : R.M Andalas Raya Juli 2012)

Dari data biaya yang di sajikan dalam tabel di atas, maka dapat di hitung keuntungan yang diperoleh Rumah makan tersebut pada tabel berikut ini :

Tabel 3.7

Keuntungan yang di peroleh RM Andalas Raya

Jenis produk makanan	Penjualan (1)	BIAYA (2)	Laba Rumah Makan
Coto Makasar	Rp. 15.600.000	Rp. 14.235.000	Rp. 1.365.000
Binte Biluhuta	Rp. 13.000.000	Rp. 7.500.000	Rp. 5.500.000
Kua Bugis	Rp. 6.750.000	Rp. 6.119.000	Rp. 631.000
Sate Ayam	Rp. 11.250.000	Rp. 9.985.000	Rp. 1.265.000
Sate Daging	Rp. 30.000.000	Rp. 27.940.875	Rp. 2.059.125
Sate Hati Ayam	Rp. 15.750.000	Rp. 11.235.000	Rp. 4.515.000
Nasi Putih	RP. 8.100.000	Rp. 7.650.000	Rp. 450.000
Jumlah	Rp.100.950.000	Rp. 84.674.875	Rp. 16.275.125

Dari data di atas di peroleh informasi bahwa laba yang diperoleh Rumah makan tersebut sebesar Rp. 16.275.125,-. Dari informasi ini dapat di tarik kesimpulan bahwa harga jual yang di tetapkan Rumah Makan tersebut masih memberikan kontribusi dalam pencapaian laba, meskipun demikian RM Andalas Raya seharusnya memperhitungkan biaya-biaya dalam penentuan harga jual dan tidak menganggap bahwa volume penjualan sama dengan jumlah keuntungan. Karena jika di perbandingkan antara jumlah laba dengan penjualan sangat berbeda jauh. Volume penjualan masih harus di perimbangkan dengan biaya-biaya relevan, sementara laba

merupakan hak rumah makan setelah di kurangi biaya-biaya. Oleh sebab itu harga jual produk pada RM. Andalas Raya sebaiknya memperhitugkan biaya-biaya agar harga jual yang di tetapkan dapat menutupi biaya-biaya yag di korbankan oleh rumah makan tersebut.

3.3.3 Keuntungan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* Dalam Penentuan Harga Jual Produk Makanan.

Penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *Cost plus pricing* sangat baik jika di terapkan pada RM Andalas raya, kerana memiliki beberapa keuntungan antara lain :

1. Metode *Cost plus pricnig* dapat ,menutupi biaya-biaya yang di korbankan oleh perusahaan, seperti memperhitugkan biaya perolehan barang atau bahan-bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya penyusutan, biaya overhead pabrik serta biaya pemasaran dan administrasi. Sehingga metode penentuan harga jual tersebut akan menghasilkan sebuah harga tertentu.
2. Penetuan harga jual metode *cost plus pricing* juga memperhitugkan laba yang di harapkan, sehingga perusahaan bisa memperoleh keuntungan yang memadai sesuai degan apa yang di harapkan.
3. Metode ini relative sederhana dan mudah di gunakan.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penentuan harga jual produk pada RM. Andalas Raya masih sederhana. Rumah makan tersebut menetapkan harga jual produk makanan tanpa memperhatikan biaya-biaya yang berhubungan dengan pembuatan produk tersebut. Harga jual produk makanan hanya di dasarkan pada bahan yang dibeli tanpa memperhitungkan berapa biaya yang dikeluarkan dalam proses pembuatan produk makanan.
2. Penetapan harga jual menurut pendekatan *Full costing* dan *Variabel costing* lebih baik di terapkan dalam penentuan harga jual pada RM Andalas Raya, yang disebabkan pemberlakuan terhadap biaya-biaya yang berpengaruh dalam penentuan harga jual.

4.2 Saran

Dari kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya RM Andalas Raya dalam penentuan harga jual produk harus memperhitungkan biaya-biaya yang berpengaruh dalam penjualan produk tersebut

agar tidak menimbulkan kerugian pada usaha yang di jalankan.

2. Metode yang di gunakan dalam penentuan harga jual produk pada RM. Andalas Raya sebaiknya menggunakan metode *Cost Plus Pricing* karena metode ini memperhitungkan biaya-biaya ke dalam perhitungan harga jual produk dan menetapkan berapa persen laba yang di harapkan oleh rumah makan tersebut pada setiap produk yang di jual sehingga bisa memperoleh keuntungan yang memadai sesuai apa yang di harapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agipura. Marius. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Alma. Buchari. 2005. *Pemasaran Harga*. Bandung : Alfa Beta
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta : Andi
Pemasaran Harga. Bandung : Alfa Beta
- Mulyadi, (2001), *Akuntansi Manajemen Konsep, manfaat & rekayasa*, Edisi 3, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat
- 2001. *Sistem Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : Salemba Empat.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Yogyakarta : UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- [Http : //digilib.unikom.ac.id/go.php?id=jbptunikompp-gld-sl-2005-sandirahai-1152&width=300](http://digilib.unikom.ac.id/go.php?id=jbptunikompp-gld-sl-2005-sandirahai-1152&width=300)
- [Http://ilmumanajemen.wordpress.com/2010/06/15/penetapan-harga-jual/](http://ilmumanajemen.wordpress.com/2010/06/15/penetapan-harga-jual/)
- Halim Abdul, Bambang.2009. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta : BPF
- Supriyono. R.A, S.U, 2000. *Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Yogyakarta, BPF
- Simamora. Henri.2007. *Akuntansi Biaya*. Jakarta
- Soermaso, SR. 1990. *Peranan Harga pokok dalam penentuan Harga Jual*. Jakarta : Rineka Cipta.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana Sejarah berdirinya RM.Andalas Raya ?\

Jawab :

Rumah makan ini di dirikan tanggal 29 Desember 1980, dan pemiliknya adalah Ibu Erna Mohamad kemudian pada tahun 2004 rumah makan ini diserahkan kepada anak-anaknya,tapi di pimpin langsung oleh menantunya, yaitu Alimudi Mopayo. . Awalnya berdiri rumah makan ini hanya menghasilkan keuntungan yang sedikit, lama kelamaan mengalami kemajuan.

2. Berapa Modal Yang dibutuhkan RM Andalas Raya ?

Jawab :

Modal awal yang di butuhkan pada RM. Andalas Raya sebanyak Rp.

3. Apakah modal tersebut menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman ?

Jawab :

Modal dari tabungan anak-anak yang merupakan ahli waris dari Ibu Erna Mohamad

4. Bagaimana struktur Organisasi pada RM Andalas Raya ?

Jawab :

Organisasi RM Andalas raya ini hanya terdiri dari pemilik/pimpinan, kasir, karyawan sekaligus bagian produksi dan bagian pembersihan.

5. Bagaimana Tugas dan Tanggung jawab masing-masing bagian pada RM. Andalas Raya ?

Jawab :

Pimpinan

Bertanggung jawab dalam mengkoordinir setiap aktivitas Rumah makan tersebut.
Dan Mempunyai tanggung jawab dalam setiap pengambilan keputusan

Kasir

Bertugas mengatur penerimaan dan pengeluaran tunai dan Menangani bukti-bukti atau nota penjualan tunai

Karyawan

Bertugas melayani dan menawarkan produk makanan yang tersedia kepada konsumen yang datang dan Menyalurkan Makanan kepada konsumen

Bagian Produksi/Bagian Pabrik

Membuat/memproduksi makanan sesuai dengan menu yang disediakan oleh RM.
Andala Raya dan Menyediakan makanan sesuai dgn permintaan konsumen

Bagian Pembersihan

Bertugas membersihkan pabrik yang berhubungan dengan pembuatan produk makanan.

6. Bagaimana cara penentuan harga jual pada RM. Andalas Raya ?

Jawab :

RM. Andalas Raya menetapkan harga jual produk berdasarkan hanya di dasarkan pada biaya bahan baku yang di beli dan persentase di dasarkan hanya pada perkiraan semata. Semakin tinggi harga bahan baku yang di beli semakin tinggi pula harga jualnya.

7. Unsur-unsur napa yang di pertimbangkan dalam dalam penentuan harga jual ?

Jawab :

Unsur yang dipertimbangkan dalam penentuan harga jual adalah selera konsumen.

8. Apakah dengan harga jual yang ada pada RM Andalas Raya tersebut mendapatkan keuntungan yang memadai ?

Jawab :

Berdasarkan pengalaman, harga jual yang kami tetapkan sudah dapat memberikan keuntungan, tergantung musimnya.

9. Berapa penghasilan yang di peroleh RM. Andalas Raya ?

Jawab :

Rumah makan ini menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 16 jutaan.