BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan konsumsi atas air minum pada saat ini semakin meningkat. Hal tersebut disebabkan oleh jumlah penduduk Indonesia yang terus bertambah. Disamping itu, tuntutan hidup sehat juga merupakan pasar potensial dalam memasarkan produk terutama untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia seperti air. Di sisi lain ketersediaan air yang layak minum dan berkualitas serta terjamin segi kesehatan semakin sulit diperoleh. Salah satu cara untuk mengatasinya adalah melalui produk Air Minum Kemasan.

Pada saat ini Air Minum Kemasan dapat dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat. Tidak hanya penduduk kota saja bisa mendapatkan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan air minum, bahkan di pedesaan juga sudah ditemui suasana yang sama. Oleh karena itu perusahaan Air Minum Kemasan bisa lebih memahami kebutuhan konsumen akan air minum sehat. Hal ini mengakibatkan persaingan akan terlihat jelas dipasar konsumen, dimana konsumen datang untuk mencari dan membeli produk Air Dalam Kemasan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Karena kebutuhan konsumen sangat selektif dan rasional, maka perusahaan harus mampu membangun kebutuhan konsumen sehingga konsumen akan selalu memilih produk kita untuk memenuhi kebuthannya.

Harga dan kualitas produk adalah salah satu unsur pokok dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen sebagai sarana pemasaran

perusahaan juga memiliki kebebasa untuk memilih produk yang mereka inginkan. Kondisi tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan antar produsen dalam memasarkan produknya.

CV. Anugrah Alam Nusantara merupakan salah satu perusahaan air minum kemasan yang berlokasi di desa Bonto Lonrong, Kec. Eremerasa Kab. Bantaeng Sulawesi Selatan. Produk yang di produksi yaitu Produk Air Minum Kemasan Cup 220 ML. Setiap perusahaan menginginkan konsumen untuk setia pada produk yang diproduksinya. Untuk itu CV. Anugrah Alam Nusantara harus mampu menjamin konsumen setianya untuk tetap mudah mendapatkan produk yang mereka inginkan karena pencapaian penjualan yang tinggi merupakan tolak ukur untuk mengukur kesuksesan suatu perusahaa. Perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba dari setia kegiatan operasional yang dijalankannya. Dengan laba yang diperoleh itu, maka perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya yang menjalankan bisnis yang sama.

B. Rumusan Masalah

Dengan adanya uraian dari latar belakang tersebut diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menentukan harga jual yang tepat untuk produksi Air Minum Kemasan CV. Anugrah Alam Nusantara Bantaeng?

2. Apakah penetapan harga jual yang tepat dapat menghasilkan laba optimal pada perusahaan Air Minum Kemasan CV. Anugrah Alam Nusantara Bantaeng?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perhitungan harga jual yang tepat pada perusahaan Air Minum Kemasan CV. Anugrah Alam Nusantara bantaeng.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh harga jual terhadap laba yang diterima perusahaan Air Minum Kemasan CV. Anugrah Alam Nusantara bantaeng.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

   Dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi kepada karyawan dan para manajer CV. Anugrah Alam Nusantara Bantaeng, sebagai bahan kajian dan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk penerapan strategi harga jual dalam upaya meningkatkan laba dimasa yang akan datang.

2. Bagi mahasiswa

   Penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan informasi bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar khususnya tentang implementasi harga dan saluran distribusi dalam upaya meningkatkan volume penjualan dan diharapkan menjadi salah satu perbendaharaan perustakaan di

Universitas Muhammadiyah Makassar, sebagai bahan acuan dan perbandingan sekaligus referensi dan literatur bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian tentang halyang sama ata sejenis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Biaya Produksi

1. Pengertian Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan yang berkaitan dengan dengan pengelolaan bahan baku menjadi produk jadi. Adapun beberapa pengertian biaya prouksi menurut para ahli diantaranya adalah **William K. Carter (2009:40)** yang diterjemahkan oleh Krista bahwa biaya manufaktur juga disebut biaya produksi atau biaya pabrik, biasanya didefinisikan sebagai jumlah tiga elemen biaya: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead. Bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung, keduanya disebut biaya utama (*prime cost*). Tenaga kerja langsung dan *overhead* pabrik, keduanya disebut biaya konversi".

Sedangkan dalam buku "Akuntansi Biaya" menurut **Bastian Bustami dan Nurlela (2010:11)** biaya produksi adalah "biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Biaya produksi ini juga disebut dengan biaya produk yaitu biaya- biaya ini meruakan bagian dari persediaan.

Dari pengertian para ahli diatas penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa biaya produksi, biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan

biaya *overhead* pabrik sesuai konsep harga pokok, nilai barang yang dibuat akan mengandung biaya yang membentuk biaya tersebut dengan dihubungkan dengan satu produk dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

2. Klasifikasi Biaya Produksi

Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang akurat dan tepat bagi manajemen dalam mengelolah perusahaan secara efektif. Maka dari itu, biaya perlu dikelompokan sesuai dengan tujuan apa informasi biaya tersebut digunakan, sehingga dalam pengelompokan biaya dapat digunakan suatu konsep *"Different Cost For Different Purpose"* artinya biaya berbeda tujuan.

Menurut **Mulyadi (2009:13)** dalam buku "Akuntansi Biaya" ada 5 penggolongan biaya diantaranya sebagai berikut:

a. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran biaya

Penggolongan biaya paling sederhana adalah penggolongan atas dasar objek pengeluaran yaitu berupa penjelasan mengenai obyek suatu pengeluaran. Dalam perusahaan manufaktur dapat dibagi menjadi tiga golongan yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

b. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan

Biaya dapat digolongkan berdasarkan fungsi-fungsi dimana biaya tersebut terjadi. Pada perusahaan manufaktur terdaapat beberapa fungsi yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan

umum, sehingga biaya-biaya yang terjadi bila dikaitkan dengan fungsi pokok perusahaan manufaktur tersebut dapat digolingkan menjadi:

1. Biaya produksi

   Biaya produksi adalah biaya-biaya uang terjadi untuk pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Biaya produksi ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

2. Biaya pemasaran

   Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang terjadi guna melaksanakan pemasaran produk. Biaya ini berhubungan dengan usaha untuk memperoleh pesanan. Untuk memperoleh pesanan perusahaan mengeluarkan biaya, seperti biaya iklan, promosi, dan gaji karyawan yang melaksanakan kegiatan emasaran. Sedangkan untuk memenuhi pesanan, perusahaan mengeluarkan biaya angkutan dari gudang ke pembeli.

3. Biaya administrasi dan umum

   Biaya administrasi dan umum adalah biaya-biaya yang terjadi berkaitan dengan penyusunan kebijaksanaan dan pengarahan perusahaan secara keseluruhan ata biaya-biaya yang terjadi untuk mengkordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Seperti biaya gaji karyawan bagian keuangan, personalia dan bagian hubungan masyarakat dan baiaya pemeriksaan akuntan.

c. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai

Biaya dapat dihubungkan dengan sesuatu yang dibiayai maka biaya-biaya dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu:

1. Biaya langsung (*direct cost*) yaitu biaya yang terjadi dan penyebab satu-satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya tenaga kerja dan biaya bahan baku.
2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) yaitu biaya yang terjadi tidak hanya disebabkan oleh sesuat yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*)

Perbedaan biaya langsung maupun tidak langsung dikaitkan dengan produk sangat diperlukan bila perusahaan menghasilkan lebih dari satu macam produk dan manajemen menghendaki penentuan haraga pokok per jenis produk tersebut.

d. Penggolangan biaya menurut erilak dalam hubungan dengan perubahan volume aktifitas

Di dalam pengendalian biaya dan penghasilan keputusa, biaya ini digolongkan sebagai berikut:

1. Biaya tetap (*fixed cost*) yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap dan tidak terpengaruh adanya perubahan volume kegiatan dalam batas-batas tertentu.
2. Biaya variabel (*variabel cost*) yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah-ubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan.
3. Biaya semivariabel (*semi variabel cost*) yaitu biaya yang jumlah totalnya berubah tidak sesuai dengan perubahan volume kegiatan.
4. Biaya *semi fixed* yaitu biaya yang tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu dan berubah dengan jumlah yang konstan pada volume produksi tertentu.

e. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua, yaitu pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.

1. Pengeluaran modal merupakan biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi.
2. Pengeluaran pendapatan merupakan biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut.

Dalam penelitian ini penggolongan biaya yang digunakan adalah penggolongan biaya berdasarkan fungsi pokok dalam perusahaan, sehingga biaya produksi yang dikeluarkan meliputi:

a. Biaya bahan baku

Bahan baku yang digunakan untuk proses tersebut dapat diperoleh melalui pembelian atau dari pengolahan sendiri. Sebelum

perusahaan melakukan proses produksi pada ummnya terlebih dahulu menetapkan jumlah kebutuhan bahan baku yang akan digunakan untuk menentukan harga pokok bahan baku yang dipakai menurut mulyadi adalah:

1. Metode identifikasi khusus

   Dalam metode ini perlu dipisahkan tiap jenis barang berdasarkan harga pokoknya dan untuk masing-masing kelompok dibuatkan kartu persediaan tersendiri dengan diberi tanda khusus pada harga bahan yang dibeli.

2. Metode FIFO (*First In First Out*)

   Metode FIFO menganggap bahwa harga pokok dari bahan baku yang pertama kali dibeli akan dijual pertama kali. Dalam metode ini persedian akhir dinilai dengan harga pokok pembelian yang paling akhir.

3. Metode LIFO (*Last In Fisrt Out*)

   Metode LIFO menganggap bahwa bahan yang terakhir dibeli maka akan dijual pertama kali.

4. Metode rata-rata tertimbang

   Metode ini setiap mengitung rata-rata harga pokok per unit bahan dan menggunakan harga rata-ratanya sebagai bahan yang digunakan selain itu juga harus diperhentikan metode pencatatan persediaan yang dilakukan baik pencatatan secara periodic atau perpektual.

b. Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja untuk fungsi produksi dibagi dalam dua bagian yaitu:

1. Biaya tenaga kerja langsung, yaitu biaya tenaga kerja pabrik yang langsung berhubungan dengan proses produksi.
2. Biaya tenaga kerja tidak langsung, yaitu biaya tenaga kerja yang secara tidak langsung berhubungan dengan pengerjaan produk, baik tenaga itu bekerja dengan tenaga kerja sendiri maupun dengan mesin.

Pengalokasian gaji dan upah untuk tenaga kerja langsung untuk metode haraga pokok pesanan dibebankan langsung ke rekening barang dalam proses. Sedangkan gaji dan upah untk tenaga kerja tidak langsung dibebankan ke biaya *overhead* pabrik.

c. Biaya *overhead* pabrik

Dalam menentukan biaya *overhead* pabrik menurut **Ony Widilestariningtias, Sony W.F** dan **Sri Dewi Anggadini (2012:98)** dalam buku “Akuntansi Biaya” bahwa biaya *overhead* pabrik dapat digolongkan dengan tiga penggolongan yaitu:

1. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut sifatnya.
2. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut perilaku dengan hubungan perubahan volume produksi.
3. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut hubungannya dengan departemen.

Penjelasan mengenai biaya *overhead* pabrik adalah sebagai berikut:

1. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut sifatnya
   a. Biaya bahan penolong merupakan bahan yang tidak menjadi bagian produk jadi yang meskipun menjadi bagian produk tetapi nilainya relatif kecil bila dibandingkan dengan harga pokok produksi.
   b. Biaya reparasi dan pemeliharan merupakan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan perbaikan dan pemeliharaan yang berupa biaya suku cadang. Biaya pemeliharaan aktiva lainnya.
   c. Biaya tenaga kerja tidak langsung merupakan biaya tenaga kerja pabrik yang upahnya tidak dapat diperhitungkan secara langsung kepada produk. Seperti biaya tunjangan, biaya upah, biaya jamsostek dan biaya kesejahteraan yang dikeluarkan untuk tenaga kerja tidak langsung tersebut.
   d. Biaya yang timbul sebagai akibat penilaian terhadap aktiva tetap merupakan suatu biaya yang ditetapkan atas masa manfaat suatu aktiva tetap. Biaya ini biasanya berupa penyusutan atas nilai masa manfaat aktiva tetap. Seperti penysutan gudang, kendaraan dan lain sebagainya.
   e. Biaya yang timbul sebagai akibat berlalunya waktu merupakan biaya yang mempunyai periode tertentu contohnya seperti biaya asuransi

f. Biaya *overhead* pabrik lain yang secara langsung memerlukan pengeluaran uang tunai merupakan suatu biaya yang diserahkan kepada pihak lain atas penggunaan suatu fasilitas tertentu yang diperlukan dalam melaksanakan proses produksi contohnya seperti biaya, air, listrik, telfon, internet dan lain sebagainya.

2. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut perilaku dengan hubungan perubahan volume produksi

   Menurut **Bastian Bustami** dan **Nurlela (2010:14)** dalam buku "Akuntansi Biaya" adalah sebagai berikut:

   a. Biaya *overhead* pabrik tetap yaitu biaya *overhead* pabrik yang tidak berubah searah dengan perubahan volume kegiatan tertentu.
   b. Biaya *overhead* pabrik variabel yaitu biaya *overhead* pabrik yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan , tetapi secara per-unit tetap.
   c. Biaya *overhead* pabrik semi variabel yaitu biaya *overhead* pabrik yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan tersebut atau biaya didalamnya mengandung unsur tetap dan memperlihatkan karakter tetap dan variabel.

3. Penggolongan biaya *overhead* pabrik menurut hubungannya dengan departemen

   Menurut **Bastian Bustami** dan **Nurlela (2010:258)** dalam buku "Akuntansi Biaya" adalah sebagai berikut:

a. Biaya *overhead* pabrik langsung yaitu biaya yang dapat ditelusuri seacara langsung ke departemen bersangkutan.
b. Biaya *overhead* pabrik tidak langsung yaitu biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan.

3. Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Dalam buku "Akuntansi Biaya" menurut **Mulyadi (2009:42)** dalam penjelasan tentang metode pengumpulan biaya sebagai berikut:

Dalam pembuatan produk terdapat dua kelompok biaya, biaya produksi dan biaya non produksi. Biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Sedangkan biaya non produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan non produksi, seperti kegiatan pemasaran, kegiatan administrasi dan umum. Biaya produksi membentuk harga pokok produk yang akhir periode akntansi masih dalam proses. Biaya non produksi ditambahkan pada kos produksi untuk menghitung total *cost* produk.

Pengumpulan *cost* produksi sangat ditentukan oleh cara produksi. Secara garis besar, cara memproduksi produk dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu produksi atas dasar pesanan dan produksi massa.

Perusahaan yang berproduksi berdasarkan pesanan melaksanakan pengolahan produknya atas pesanan diterima dari pihak luar, contohnya perusahaan *laminating*, perusahaan *catering* dan lain sebagainya. Perusahaan yang memproduksi berdasarkan produksi massa melaksanakan produksinya untuk memenuhi persediaan gudang.

Perusahaan yang memproduksi berdasarkan pesanan mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*). Sedangkan perusahaan yang berproduksi massa, mengumpulkan harga pokok produksinya dengan menggunakan metode harga pokok proses (*process cost method*).

a. Metode harga pokok pesanan (*job order costing*)

Metode ini digunakan oleh organisasi yang memiliki produk dan jasa yang mudah diidentifikasi menurut unit atau kumpulan individual yang masing-masing menerima berbagai masukan bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan *over head* pabrik. Industri-industri yang besar memakai harga pokok pesanan antara lain meliputi *laminating*, mebel, percetakan dan lain sebagainya. Pengumpulan biaya-biaya produksi tiap-tiap pesanan digunakan kartu *job order cost sheet* dan untuk memudahkan pencatatan biaya-biaya langsung ke dalam kartu harga pokok, nomor order produksi atau nomor pesanan harus dicantumkan di atas kartu harga pokok masing-masing pesanan. Harga pokok produk per unit setiap perusahaan diperoleh dengan membagi jumlah biaya produksi pesanan tertentu dengan jumlah satuan produk dalam pesanan yang bersangkutan.

b. Metode harga pokok proses (*process costing*)

Metode harga pokok proses adalah suatu metode untuk membebankan biaya produk sejenisyang diproduksi secara masal, berkesinambungan lewat serangkaian langkah produksi yang di

proses. Metode harga pokok proses sering di jumpai dalam *industry* tekstil, kimia, cat dan lain sebagainya. Di dalam metode ini, biaya produksi di kumpulkan dalam jangka waktu tertentu untuk setiap pengolahan roduk. Harga pokok persatuan produk yang di peroleh dengan membagi jumlah biaya produk yang telah di keluarkan selama jangka waktu atau periode tertentu. Untuk perhitungan jumlah satuan produk yang di hasilkan dalam periode tertentu, produk yang masih dalam proses pada akhir periode harus di nyatakan dalam unit ekuifalen yaitu berupa satuan produk selesai yang di perkirakan dapat di hasilkan dalam produk yang masih dalam proses produksi tersebut. Biaya yang di keluarkan di ikhtisarkan dalam laporan biaya produksi, yang merupakan alat untuk mengumpulkan biaya produksi.

Berdasarkan uraian tersebut dapat di ambil kesimulan bahwa jika suatu perusahaan menggunakan metode harga pokok pesanan, maka proses produksi akan berjalan setelah menerima pesanan sehingga setiap produksi mungkin mempunyai jenis dan spesifikasi yang berbeda sesuai yang pesanan masing-masing pemesan. Sedangkan jika suatu perusahaan menggunakan metode harga pokok proses maka proses produksinya di lakuakan secara terus-menerus dan produk yang dip roses pun bersifat produk standar karna tujuan produksinya adalah untuk persediaan bukan untuk memenuhi pesanan konsumen.

4. Metode penentuan biaya produksi

Dalam buku "Akuntansi biaya" menurut **Mulyadi (2009:17)** metode penentuan biaya produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam biaya produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya dalam *cost* produksi, terdappat dua pendekatan:

a. Metode *full costing*

Metode *full costing* merupakan metode penentuan *cost* produksi memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam *cost* produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik (baik yang berperilaku *variabel* maupun tetap). Dengan demikian *cost* produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya. Biaya produksi sebagai berikut:

Biaya bahan baku	**xx**
Biaya tenaga kerja langsung	**xx**
Biaya *overhead* pabrik tetap	**xx**
Biaya *overhead* pabrik variabel	**xx**
Harga pokok produksi	**xx**

b. Metode *variabel costing*

Metode *variabel costing* merupakan penentuan *cost* produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku *variabel* ke dalam *cost* produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik. Dengan

demikian *cost* produksi menurut *variabel costing* terdiri dari unsur biaya produksi sebagai berikut:

Biaya bahan baku	**xx**
Biaya tenaga kerja langsung	**xx**
Biaya *overhead* pabrik	**xx**
Harga pokok produksi	**xx**

Cost produksi yang dihitung dengan pendekatan *variabel costing* terdiri dari unsur *cost* produksi *variabel* (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik *variabel*) ditambah dengan biaya non produksi *variabel* (biaya pemasaran *variabel* dan biaya administrasi dan umum *variabel*) dan biaya tetap (biaya *overhead* pabrik tetap, biaya pemasaran tetap, biaya administrasi dan umum tetap.

B. Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Penetapan harga jual tidak hanya sekedar perkiraan saja, tetapi harus dengan perhitungan yang cermat dan teliti yang harus diselesaikan dengan sasaran yang dituju oleh perusahaan. Harga merupakan nilai pengganti suatu barang, untuk itu harga harus disesuaikan dengan kegunaan barangtersebut untuk konsumen.

Definisi harga menurut **Basu Swastha (2005:241)** adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk

mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Sedangkan menurut **Philip Kotler** dan **Armstrong (2008:439)** harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat, karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Jadi menurut definisi di atas, konsumen membayar tidak hanya untuk mendapatkan produk saja, tetapi juga pelayanan yang diberikan oleh penjual.

2. Tujan Penetapan Harga Jual

Didalam menentukan harga jual, persahaan harus jelas dalam menentukan tujuan yang hendak dicapai, karena tujuan tersebut dapat memberikan arah dan keselarasan pada kebijaksanaan yang diambil oleh perusahaan.

Suatu perusahaan dapat menegejar enam tujan melalui penetapan harga **(Philip Kotler** dan **Armstrong 2008:638)**, yaitu:

a. Kelangsungan hidup
b. Laba sekarang maksimum
c. Pendapatan sekarang maksimum
d. Pertumbuhan penjualan maksimum
e. Skimimg pasar maksimum
f. Kepemiminan mutu produk

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual

Dalam penetapan harga jual, tidak semua faktor dijadikan dasar dalam penetapan harga jual, tetapi hanya beberapa faktor saja yang perlu dipertimbangkan. Menurut **Basu Swasta** dan **Irawan (2005:202)**, faktor-faktor yang mempengaruhi harga jual adalah:

a. Keadaan perekonomian
b. Permintaan dan penawaran
c. Elastisitas permintaan
d. Persaingan
e. Biaya
f. Tujuan perusahaan
g. Pengawasa pemerintah

Sedangkan menurut **Philip Kotler** dan **Armstrong (2008:440)**, keputusan penetapan harga sebuah perusahaan dipengaruhi baik dari faktor internal maupun dari faktor eksternal. Yaitu:

a. Faktor internal

   Faktor internal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga meliputi:

   1) Tujuan perusahaan
   2) Strategi bauran pemasaran
   3) Biaya
   4) Pertimbangan organisasi

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga meliputi:

1) Pasar dan permintaan
2) Biaya, harga, dan penawaran pesaing
3) Keadaan perekonomian

4. Metode Penetapan Harga Jual

Menurut **Basu Swastha (2005:254)**, metode penetapan harga jual yang berdasarkan biaya dalam bentuk yang paling sederhana, yaitu:

a. *Cost plus princing method*

Penentuan harga jual *Cost plus princing,* biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode penentuan harga pokok produk ynag digunakan. Dalam metode ini, penjual atau produsen menetapkan harga untuk satu unit barang yang besarnya sama dengan jumlah biaya per unit, ditambah dengan satuan jumlah laba yang diinginkan.

Dalam menghitung *Cost plus princing,* digunakan rumus:

Harga jual = Biaya total + Margin

b. *Mark up princing method*

Mark up princing banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli per satuan. Persentase yang ditetapkan berbeda ntk setiap jenis barang.

Dalam mengitung *Mark up princing*, digunakan rumus:

Harga jual = Harga beli + *Mark up*

c. Penentuan harga oleh produsen

Dalam metode ini, harga yang ditetapkan oleh peusahaan adalah awal dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain salam saluran distribusi. Karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang peranan penting dalam menentukan harga akhir barang.

Dalam menetapkan harga jualnya, produsen dapat berorientasi pada biaya. Proses penetapan harga dimulai dengan menghitung biaya per unit barang yang dihasilkan , kemuduan menambahkan sejumlah *mark up* tertentu. Produsen menggunakan rumus yang mereka anggap cocok bagi mereka, tentunya berdasarkan pengamatan atas produk yang dihasilkan. Seriap produk mempunyai pola biaya yang berbeda satu sama lainnya.

Karena banyaknya biaya yang ikut berpengaruh pada *cost* barang, maka terkadang harga ditetapkan dengan pemikiran langsung. Cara ini disebut *Naive Cost Plus Method*, yaitu penetapan harga secara apa adanya. Harga ditetapkan dengan menambah *mark up* yang dianggap pantas pada *cost* barang. *Cost* perunit dihitung dengan menganggap bahwa semua barang telah terjual dalam satu periode yang lalu. Lalu biaya total yang terjadi pada bulan tersebut dibagi dengan volume produksi

C. Laba

1. Pengertian Laba

Tujuan utama persahaan adalah memaksimalkan laba. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Pengertian laba menurut **Harahap Sofyan Syafri (2008:113)** adalah kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi.

Menurut **Suwardjono (2008)** laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya (biaya total yang melekat di kegiatan produksi dan kegiatan penyerahan barang atau jasa)

Salah satu unsur yang menjadi bagiaj pembentuk laba adalah biaya. Laba dan biaya merupakan informasi yang sangat penting bagi kemajuan perusahaan. Usaha untuk memaksimalkan laba perusahaan adalah meminimalisasi biaya.

2. Peranan Laba

Menurut **Nafarin (2007)** peranan laba dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Menerapkan laba sebagai tujuan perusahaan yang paling utama untuk setiap usaha dan sebagai dasar untuk menekan tingkat biaya, sehingga dapat memaksimalkan laba penjualan karena dengan meminimalkan biaya produksi maka laba yang maksimal akan tercapai.

b. Sebagai kompensasi dan yang ditanamkan perusahaan maupun oleh pihak investor untk melakukan kegiatan perusahaan baik dibidang produksi ataupun penjualan.
c. Laba yang diterima dalam periode atau tahun sebelumnya dikembalikan dalam bentuk dana usaha yang digunakan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan menuju kearah kemajuan yang dapat bersaing denganperusahaan lain.
d. Laba digunakan sebagai jaminan sisoal untuk para karyawan yang mendukung kegiatan kerjanya, agar mereka bekerja dengan tenang karena kesejahteraan mereka telah dijamin oleh perusahaan dan mereka membalasnya dengan produktifitas kerja.
e. Merupakan salah satu daya tarik untuk para investor baru untuk menanamkan modalnya kedalam perusahaan yang digunakan untuk mengembangkan perusahaan agar lebih maju dan lebih bersaing.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa laba selain sebagai tujuan utama perusahaan juga bisa digunakan sebagai alat daya tarik para investor lain atau pihak ketiga untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Selain sebagai daya tarik, laba juga digunakan sebagai alat mengefesiensikan kegiatan usaha yang akan dijalankan.

3. Perencanaan Laba

Perencanaan merupakan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasi yang diinginkan. Pada dasrnya perencanaan itu merupakan fungsi manajemen yang berhubungan dengan pemilihan berbagai alternatif

tindakan dan perumusan kebijakan. Suatu perencanaan bisa terealisir apabila manajemen berhasil dalam menjalankan perusahaan yang diukur dengan besarnya laba (*profitability*)

Perencanaan laba adalah analisis yang sistematis terhadap pendapatan dan biaya dan setiap unit disuatu perusahaan yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan atau laba dengan menggunakan sumner daya yang tersedia.

Berdasarkan dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan laba adalah renca kerja yanh telah diperhitungkan dengan cermat dan digambarkan secara kuantitatif dalam bentuk laporan keungan untuk jangka pendek dan jangka panjang.

4. Manfaat dan Keterbatasan Perencanaan Laba

   a. Manfaat perencanaan laba

      Beberapa manfaat dan keunggulan dari perencanaan laba adalah sebagai berikut **(Hasbiati 2014)**:

      1) Perencanaan laba menyediakan pengarahan kesemua tingkatan manajemen.
      2) Perencanaan laba meningkatkan koordinasi.
      3) Perecanaan laba menyediakan suatu cara untuk memperoleh ide dan kerja sama dari semua tingkatan manajemen.
      4) Anggaran menyediakan suatu tolak ukur untuk mengevaluasi kinerja actual dan meningkatkan kemampuan dari individu-individu.

b. Keterbatasan perencanaan laba

Meskipun manfaat perencanaan laba sangat jelas seperti yang telah dikemukakan diatas, namunkita perlu menyadari keterbatasan dan kekurangan-kekurangan dalam perencanaan laba. Perencanaan laba juga memiliki keterbatasan dan kekurangan berikut ini **(William K. Carter 2009)**:

1) Perkiraan bukanlah ilmu pasti.
2) Perencanaan laba dapat memfokuskan perhatian manajemen pada tjuan yang tidak selalu sesuai dengan tujuan keseluruhan organisasi.
3) Perencanaan laba harus memperoleh komitmen dari manajemen puncak dan kerja dari semua anggota manajemen.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai penetapan harga jual dengan berbagai variabel moderating telah banyak dilakukan, berikut ini penelitian yang berkaitan dengan penetapan harga jual dalam meningkatkan laba perusahaan:

Magdalena Maria (2010). Hasil analisa membuktikan bahwa terdapat selisih besar antara harga jual produk yang ditetapkan pemilik selama ini dengan harga jual produk berdasarkan harga pokok variable ditambah *mark up*.

Sulpah Nadylah (2014). Hasil analisis menunjukkan bahwa metode harga jual pada Rumah Makan Citra Minang berdasarkan pada taksiran biaya

produksi bahan baku utama yaitu lauk. Harga jual yang diperoleh Rumah Makan Citra Minang lebih kecil dari perhitungan *cost plus princing* dengan persentase *mark up.*

Sahir Rahman (2013). Perusahaan yang bergerak dalam bidang produk dan penjualan kayu olahan industry perkayuan PT. Karya Jaya Mandiri Makassar yang menggunakan analisis efisiensi biaya dalam penetapan harga jual untuk meningkatkan volume penjualan, hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin rendah harga yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan meningkat pula volume penjualan.

Mita Aprilianti (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor saluran distribusi terhadap nilai penjualan besi pada CV Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Analisis data yang digunakan adalah analisis linear regresi berganda.Dalam saluran distribusi CV. Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan menggunakan faktor-faktor dalam saluran distribusi yaitu Pertimbangan pasar, pertimbangan produk dan pertimbangan perantara. Faktor-faktor saluaran distribusi tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk besi beton pada CV. Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan.

Eko Murdiyanto (2012). Hasil analisis menunjukkan bahwa secara bersama-sama antara variabel penetapan harga, biaya saluran distribusi dan biaya promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan pada pada penjualan honda vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara.

Michael Gunawan (2009). Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah memperoleh gambaran yang jelas mengenai cara penentuan harga jual yang digunakan oleh PT. Danliris . Metode yang digunakan adalah studi pustaka, observasi dan wawancara pada pihak-pihak yang terkait. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa dalam menetukan harga jual PT. Danliris mengabaikan biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

Dewi wita sari (2014). Hasil penelitian analisis kuantitatif menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu biaya distribusi, jumlah distributor, jmlah *packing plan* mempunyai kontribusi secara bersamasama terhadap variaber dependent yaitu volume penjualan.

Triyonowati (2014). Hasil analisis menunjukkan bahwa secara bersama-sama antara variabel penetapan harga, biaya saluran distribusi dan biaya promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan pada pada penjualan honda vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara.

Surono (2010). Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel penetapan harga, lokasi dan promosi berpengarh terhadap keputusa pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 63% sedangkan sisanya sebesar 37% diperoleh dari variabel lain yang tidak diketahui.

Berikut ini mengenai hasil-hasil dari penelitian ssebelumnya dalam bentuk maping jurnal:

Tabel 2.1 Maping Jurnal Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Mita Aprilianti (2016)	*"Pengaruh Faktor-Faktor Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Produk Besi Beton Pada CV. Cinta Sukses Jaya Di Natar Bandar Lampung"*. Universitas Lampung	Dalam saluran distribusi CV. Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan menggunakan faktor-faktor dalam saluran distribusi yaitu Pertimbangan pasar, pertimbangan produk dan pertimbangan perantara. Faktor-faktor saluaran distribusi tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk besi beton pada CV. Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan.

2.	Sulpah Nadylah (2014)	*"Proses Penentuan Harga Jual Pada Rmah Makan Citra Minang Di Makassar"*. Universitas Hasanuddin Makassar	Hasil analisis menunjukkan bahwa metode harga jual pada Rumah Makan Citra Minang berdasarkan pada taksiran biaya produksi bahan baku utama yaitu lauk. Harga jual yang diperoleh Rumah Makan Citra Minang lebih kecil dari perhitungan *cost plus princing* dengan persentase *mark up.*
3.	Dewi wita sari (2014)	*"Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Semen PT. Semen Tonasa Di Pangkep"*. Universitas Hasanddin Makassar.	Hasil penelitian analisis kuantitatif menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu biaya distribusi, jumlah distributor, jmlah *packing plan*

			mempunyai kontribusi secara bersamasama terhadap variaber dependent yaitu volume penjualan.
4.	Triyonowati (2014)	*"Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Fastrata Buana, Tbk."* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya	Dari hasil analisis disimpulkan bahwa variabel saluran distribusi dah harga secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan PT. Fastrata Buana Tbk. Variabel harga memberikan pengaruh yang paling dominan.
5.	Ana putrid fadillah (2013)	*"Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen"*.Universitas	Hasil penelitian data mnunjukkan bahwa variabel produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan serta memiliki

		Diponegoro Semarang.	pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian.
6.	Sahir Rahman (2013)	*"Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Karya Jaya Mandiri Makassar"*. Universitas Muhammadiyah Makassar.	Perusahaan yang bergerak dalam bidang produk dan penjualan kayu olahan industry perkayuan PT. Karya Jaya Mandiri Makassar yang menggunakan analisis efisiensi biaya dalam penetapan harga jual untuk meningkatkan volume penjualan, hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin rendah harga yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan meningkat pula volume penjualan.

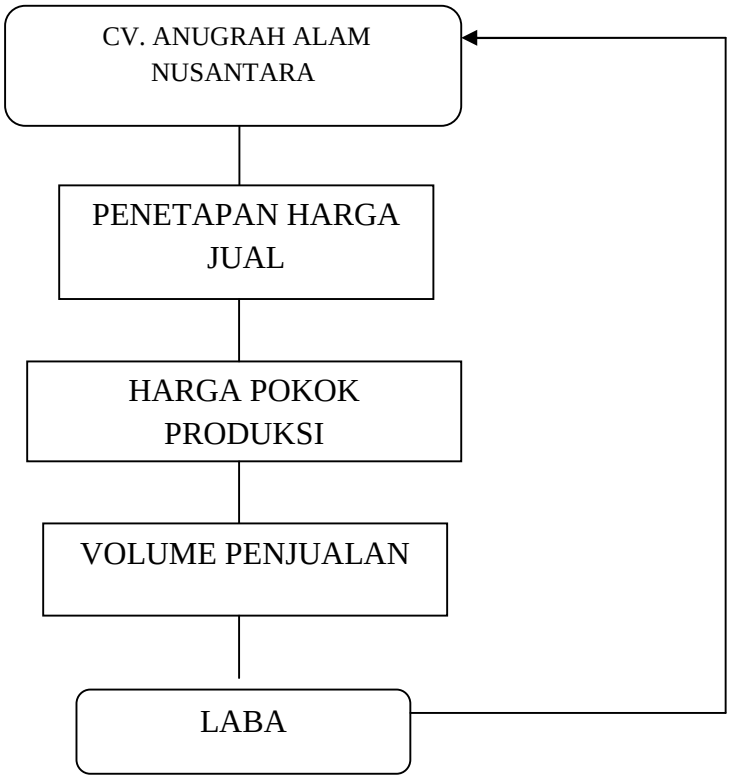
7.	Eko Murdiyanto (2012)	*"Pengaruh Penetapan Harga, Biaya Saluran Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Honda Vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara"*. Universitas Muhammadiyah Surakarta	Hasil analisis menunjukkan bahwa secara bersama-sama antara variabel penetapan harga, biaya saluran distribusi dan biaya promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan pada pada penjualan honda vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara.
8.	Surono (2010)	*"Analisis Pengaruh Penetapan Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Alfamart Rempoa Sandratex)"*. Universitas Islam Negeri Syarifhidayatullah	Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel penetapan harga, lokasi dan promosi berpengarh terhadap keputusa pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 63% sedangkan

		Jakarta.	sisanya sebesar 37% diperoleh dari variabel lain yang tidak diketahui.
9.	Magdalena Maria (2010)	*"Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Bakpia (Studi Kasus Pada Bakpia Yogya)"*. Universitas Atma Jaya Jakarta	Hasil analisa membuktikan bahwa terdapat selisih besar antara harga jual produk yang ditetapkan pemilik selama ini dengan harga jual produk berdasarkan harga pokok variable ditambah *mark up*.
10.	Michael Gunawan (2009)	*"Penentuan Harga Jual Perusahaan Dengan Metode Full Costing Pada PT. Danliris di Sukaharjo"*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.	Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam menetukan harga jual PT. Danliris mengabaikan biaya pemasaran dan biaya administrasi umum.

F. Kerangka Pikir

Sesuai dengan judul yang penulis angkat yaitu “Penetapan Harga Jual Air Minum Kemasan Terhadap Peningkatan Laba Perushaan CV. Anugrah Alam Nusantara Bantaeng” maka penulis akan memberikan batasan mengenai konsep tersebut.

Yang dimaksud penulis dalam skripsi ini adalah penulis menganalisa penetapan harga jual pada CV. Anugrah Alam Nusantara Bantaeng sudah tepat serta pengaruhnya terhadap laba yang akan diperoleh perusahaan. Untuk lebih jelasnya data dilihat pada skema kerangka pikir sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

G. Hipotesis

Berdasarkan pada masalah pokok yang dikemukakan, maka hipotesis yang diajukan yaitu bahwa diduga perhitungan dan penetepan harga jual yang tepat dapat menghasilkan laba yang optimal pada CV. Anugrah Alam Nusantara Bantaeng .

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada CV. Anugrah Alam Nusantara Bantaeng Makassar. Alamat Bonto Lonrong, Desa Lonrong Kec. Eremerasa Kab. Bantaeng sulawesi Selatan. Waktu penelitian bulan Mei-Juni 2017.

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah pengumpulan data obyek penelitian yang berupa gambaran umum perusahaan, laporan penjualan perusahaan untuk beberapa periode akuntansi, laporan biaya opersional, laporan keuangan, laporan yang berisi tentang sistem saluran distribusi yang ditetapkan oleh perusahaan yang meliputi alur distribusi pengiriman barang dari pihak pusat sampai penyaluran barang terhadap permintaan konsumen, struktur harga, daftar butlet dan daftar area distribusi. Kemudian data-data tersebut di analisis sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam penulisan ini. Setelah itu memberikan kesimpulan atas hasil pembahasan.

C. Ruang Lingkup Analisis

Dalam penelitian ini penulis hanya membatasi pembahasan pada laporan penjualan perusahaan yang menyangkut harga. Jadi, fokus pada

penelitian ini adalah untk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga jual terhadap peningkatan laba. Tentunya hal ini berpotensi untuk menambah volume penjualan diperusahaan CV. Anugrah Alam Nusantara Bantaeng.

D. Jenis dan Proses Pengumpulan Data

1. Jenis data

   Adapun jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah:

   a. Data primer

      Merupakan data yang diperoleh dari sumber aslinya, data primer ini berupa: Hasil wawancara dengan *Branch manager* CV. Anugrah Alam Nusantara Bantaeng dan observasi langsung terhadap objek penelitian.

   b. Data sekunder

      Merupakan data yang diperoleh dari pihak luar objek penelitian yang berasal dari hasil penelitian kepustakaan, literature kuliah, makalah, jurnal, majalah dan Koran serta literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan topic penelitian ini.

2. Prosedur pengumpulan data

   Sesuai dengan prosedur penulisan ilmiah pada umumnya, maka data yang terkumpl dalam penelitian ini diperoleh dengan prosedur sebagai berikut:

   a. Survey pendahuluan, untuk memperoleh gambaran tentang keadaan obyek penelitian termasuk didalamnya sejarah obyek penelitian itu sendiri dan kondisi obyek penelitian saat ini serta melihat

permasalahan yang akan diteliti melalui obsevasi langsung di perusahaan. Dalam obsevasi ini penulis selalu melakukan konsultasi dengan manajer keuangan perusahaan.

b. Survey lapangan, untuk mendapatkan data dari obyek penelitian. Adapun metode yang digunakan adalah:

   1) Wawancara

      Dengan melalui wawancara secara langsung, diharakan bisa memperoleh data yang diharapkan dan diperlukan dalam penulisan skripsi ini. Menurut **Sugiyono (2008)** wawanvara digunakan sebagai teknik pengmpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga juga apabila peneliti inginmengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

   2) Obsevasi

      Observasi terdiri dari dua macam yaitu observasi langsung dan obsevasi partisipatif. Dalam penelitian ini peneliti lebih menggunakan kedua macam observasi tersebut. Obesrvasi langsung digunakan karena bermanfaat memberikan informasi tambahan tentang obyek penelitian yang akan diteliti sedangkan observasi partisipatif digunakan karena jenis observasi ini menepatkan peneliti tidak hanya menjadi pengamat yang pasif

melainkan juga mengambil berbagai peran dalam situasi tertentu dan berpartisipasi dalam peristiwa-peristiwa yang akan diteliti.

3) Dokumentasi

Dengan metode ini data dari dokumen-dokumen serta catatan yang ada pada obyek penelitian dilihat, dicatat dan dipelajari.

4) Analisis dan pengolahan data

Metode ini digunakan untuk membandingkan keadaan di obyek penelitian dari survey pendahuluan dan survey lapangan dengan landasan teori hasil kepustakaan.

E. Definisi Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu volume penjualan dan harga.

Volume penjualan adalah banyak produk yang terjual pada kurun waku tertentu karena adanya kegiatan pemasaran yang dilakukan. Pengukuran berdasarkan banyaknya kuantitas barang yang terjual dalam satuan rupiah.

Harga merupakan nilai suatu barang dan jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut perusahaan berusaha melepaskan barang atau jasa yang dimiliki. Pengukuran berdasarkan harga jual rata-rata produk dalam rupiah yang ditetapkan oleh CV. Anugrah Alam Nusatara Bantaeng.

F. Metode Analisis

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis metode desktiptif kuantitatif. Metode ini menilai sifat dari kondisi-kondisi yang tampak. Tujuan dalam penelitian ini dibatasi untuk menggambarkan karakteristik suatu sebagaimana adanya.

Langkah-langkah penetapan harga jual dalam penelitian ini yaitu penetapan harga jual *cost plus princing* dengan pendekatan metode *full costing*, biaya digunakan sebagai dasar penentuan harga jual adalah semua biaya yang terjadi dalam proses produksih ditambah dengan biaya administrasi umum dan biaya pemasaran.

Dalam penetaan harga jual metode *cost plus princing* dengan pendekatan *full costing* langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Langkah pertama menghitung biaya total, menggunakan rumus:

Harga pokok produksi (HPP)	**xx**
Biaya non produksi:	
Biaya pemasaran	**xx**
Baiaya administrasi dan umum	**xx**
Biaya total	**xx**

2. Langkah kedua menghitung hatga jual, menggunakan rumus:

   Harga jual = biaya total + (% laba x biaya total)

3. Langkah ketiga aatau terakhir menetapkan harga jual per unit, menggunakan rumus:

   Harga jual per unit = $\frac{na \quad j}{ju \quad nu \quad y \quad d}$

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah singkat perusahaan

CV. Anugrah Alam Nusantara adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang Air Minum Kemasan yang berlokasi di desa Bonto Lonrong, Kec. Eremerasa Kab. Bantaeng Sulawesi Selatan. Produk yang di produksi meliputi: Produk Air Minum Kemasan Cup 220 ml.

CV. Anugrah Alam Nusantara mulai sejak tahun 2010, awalnya ia berdiri dengan menggunakan isi ulang. Seiring berjalannya waktu, beberapa bulan kemudian beberapa customer sangat membutuhkan air gelas, maka perusahaan CV. Anugrah Alam Nusantara mulai membuat produk kemasan Air Minum Kemasan pada awal bulan januari 2012 yang di pimpin oleh Muh. Takbir. Ketua Tim Penggerak PKK Kabupaten Bantaeng (Ir. Hj. Liestiaty F. Nurdin, M. Fish) yang meninjau lokasi pabrik tampak terkagum-kagum. Dirinya berkesempatan menyaksikan proses pembuatan, pengolahan hingga pengemasan dan distribusi kepada sejumlah agen. Hal lainnya yang menarik perhatian Ir. Hj. Liestiaty F. Nurdin, M. Fish di tempat ini sebagian besar karyawannya merupakan kaum wanita. Tentu menjadi ke banggan tersendiri bahwa kaum wanita/perempuan mendapatkan posisi yang baik untuk sejajar dengan kaum laki-laki.

CV. Anugrah Alam Nusantara memiliki pabrik sekaligus gudang penyimpanan di Bantaeng. Produk Air Minum Kemasan merek AAN di

produksi di bantaeng kemudian produk disalurkan kepada konsumen dengan mobil pengangkut. Mobil pengangkut yang digunakan berjumlah 4 buah yang dimana mobil pick up berjumlah 2 buah dan truk boks berjumlah 2 buah.. Saat ini Air Minum Kemasan merek AAN sudah tersebar di beberapa kabupaten seperti, kabupaten gowa, jeneponto, sinjai, selayar dan bulukumba.

B. Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi CV. Anugrah Alam Nusantara

1. Visi:

Memproduksi Air Minum Kemasan berdasarkan pernyataan SNI 01 – 3553 – 2006 Dengan mutu dan pelayanan terbaik.

2. Misi

a. Secara berkesinambungan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan teknologi yang mendukung, serta meningkatkan kualitas produk

b. Membuat pelanggan setia pada produk CV. Anugrah Alam Nusantara dengan peningkatan kualitas produk.

C. Struktur Organisasi

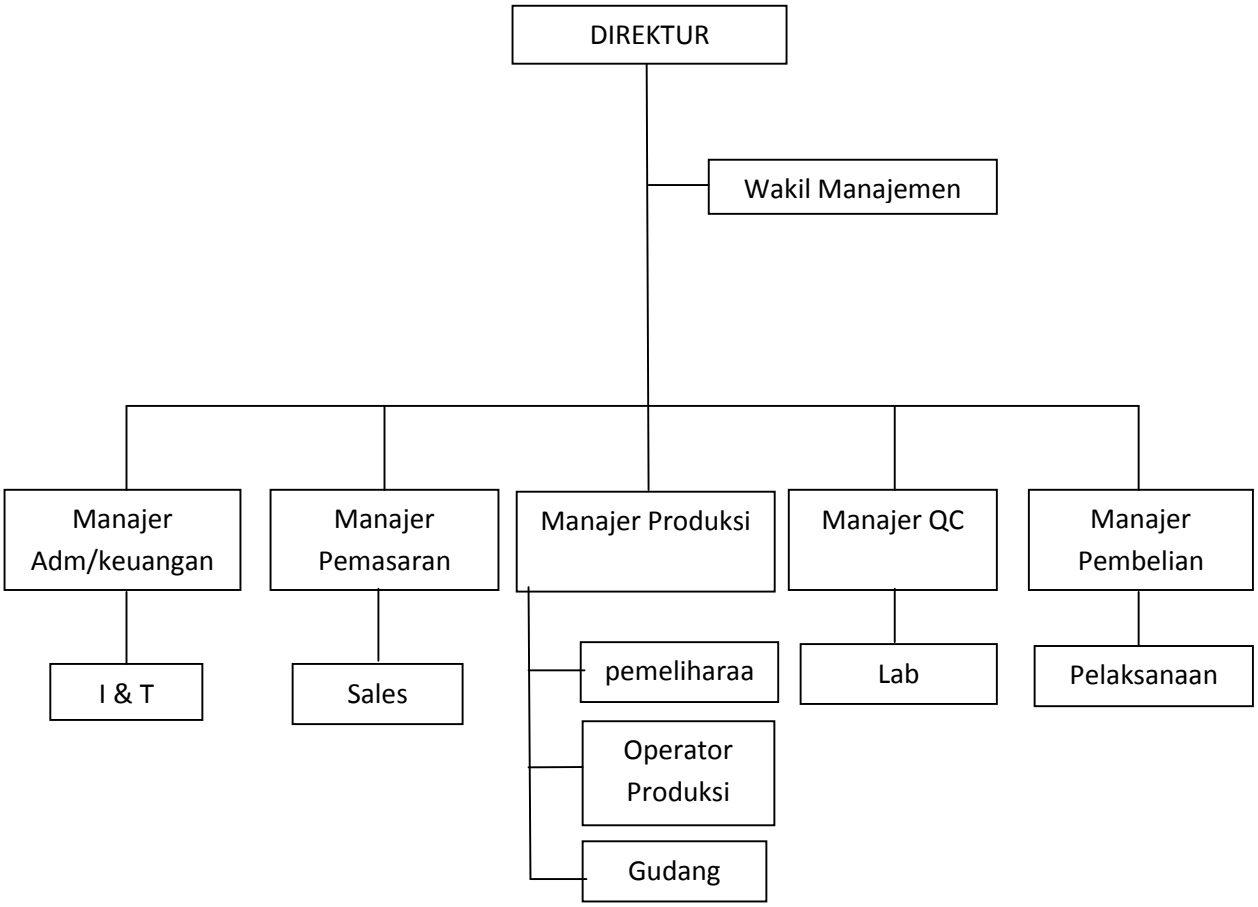
Sebagaimana lazimnya suatu perusahaan dalam menjalankan tugasnya agar tujuan yang di rencanakan dapat tercapai, maka perencanaan tersebut di kongkritkan dalam suatu organisasi yang terperinci. Baik berhubungan

masalah-masalah teknis maupun mengenai pemberian tanggung jawab pada semua tingkat kepada CV.Anugrah Alam Dinusantara di Kabupaten Bantaeng.

Adanya struktur organisasi dalam suatu Perusahaan seperti pada CV. Anugrah Alam Nusantara di Kabupaten Bantaeng merupakan salah satu syarat untuk menunjang suksesnya tujuan pada perusahaan tersebut. Oleh karna itu tampa adanya suatu organisasi maka dapat mengakibatkan kesimpang siurang dalam menjalankan tugas pada masing-masing karyawan.

Adapun struktur organisasi CV. Anugrah Alam Nusantara di Kabupaten Bantaengdapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Anugrah Alam Nusantara Di Kabupaten Bantaeng



Sumber : CV. Anugrah Alam nusantara

Struktur organisai yang telah dimiliki CV. Anugrah Alam Nusantara di Kabupaten Bantaeng memerlukan penafsiran-penafsiran yang jelas kongkrit sehingga para pegawai dan bagian di dalam organisasi mengerti jalan

menjelaskan tugas dan fungsinya sesuai yang di terapkan oleh CV. Anugrah Alam Nusantara di Kabupaten Bantaeng. Oleh karena itu berikut ini akan di jelaskan fungsi dan tugas berdasarkan struktur organisasi yang di buat oleh CV. Anugrah Alam Nusantara di Kabupaten Bantaeng:

1. Direktur

Tugas:

a. Memimpin seluruh departemen secara struktural perusahaan.
b. Memimpin dan mengkoordinasikan jalannya perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan
c. Menciptakan inovasi baru dalam mencapai sasaran perusahaan hingga pencapaian maksimum.
d. Memberikan motivasi dan pengarahan kepada para Manajer dan level yang ada di bawahnya.

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab atas dan berwewenang untuk mewakili perusahaan dalam segala hal dan acara
b. Bertanggung jawab kelancaran jalannya perusahaan
c. Bertanggung jawab menetapkan proses bisnis dan sistem manajemen untuk mencapai sasaran perusahaan.
d. Memimpin rapat para Manajer
e. Menjalankan tanggung jawab sesuai dengan standar etika dan hukum yang berlaku.

2. Wakil Manajemen

Tugas:

a. Memantau peliharaan Sistem Mutu yang di terapkan (bersama Direktur & para Manajer)
b. Membantu Direktur untuk mengadakan Tinjauan manajemen
c. Melaksanakan aplikasi standar mutu sesuai kebijakan mutu yang di tetapkan oleh pimpinan puncak

Tanggung jawab:

a. Pengendalian dokumen-dokumen system mutu yang beredar dalam perusahaan
b. Pengendalian/penyimpanan Rekaman-rekaman mutu dan Rekaman Pelatihan Eksternal

3. Manajer Adm / Keuangan

Tugas:

a. Memastikan efisiensi penggunaan biaya (pengeluaran)
b. Mengontrol penggunaan anggaran perusahaan
c. Mengkoordinasikan dan mengontrol arus kas perusahaan dalam mengololah piutang dan hutang.
d. Merencanakan dan menyiapkan kualifikasi tenaga kerja yang di butuhkan
e. Membuat kerja *reward*/penghargaan kepada karyawan yang berprestasi
f. Memberikan sanksi kepada karyawan yang tidak mematuhi aturan atau melanggar hukum

g. Menerapkan kebijakan perusahaan di bidan adm/keuangan

h. Mengatur pemberian gaji kepada karyawan

i. Melakukan *stick opname* (pengecekan terhadap jumlah barang) baik di pabrik maupun di distribusi

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab kepada Direktur

b. Bertanggung jawab atas pengendalian aspek administrasi/keuangan perusahaan.

4. *Information & Technologi* (IT)

Tugas:

a. Memastikan semua peralatan, perangkat keras dan perangkat lunak dalam kondisi baik dan beroperasi dengan lancar.

b. Bekerjasama dan berkoordinasi dengan semua manajer untuk memastikan dan mengendalikan penerapan semua regulasi dan kebijakan pimpinan.

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab kepada Direktur

b. Bertanggung jawab atas pengendalian sistem informasi dan teknologi

5. Manajer Perusahaan

Tugas:

a. Merencanakan pengembangan wilayah pemasaran
b. Merencanakan peningkatan omzet penjualan
c. Membuat target penjualan, seluruh wilayah serta pembagian wilayah daerah
d. Membuat harga minimum untuk para *marketing* (penjualan) sesuai batas harga yang di tetapkan perusahaan.
e. Membuat peraturan kerjabagian marketing/penjualan
f. Menentukan pembagian wilayah setiap marketing sesuai dengan kebijakan dan perusahaan
g. Mengontrol pembayaran ‘konsumen sesuai dengan waktu jatuh tempo yang telah di tentukan
h. Mengkoordinasikan departemen-departemen penghubung agar berjalan secara simultan.

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab kepada Direktur
b. Bertanggung jawab atas penanganan order, memproses *feedback* dari palanggan termasuk keluhan dan memantau kepuasan pelanggan.

6. Sales

Tugas:

a. Mencari pelanggan sebanyak-banyaknya
b. Memberikan informasi tentang kondisi pasar

c. Memelihara pelanggang dan berusaha meningkatkan penjualan
d. Memasarkan produk sesuai dengan pangsa pasar
e. Menyelesaikan complain yang dikeluhkan *customer*

Tanggung jawab:

Bertanggung jawab kepada manajer pemasaran

7. Manajemen Produksi

Tugas:

a. Merencanakan pencapaian tujuan perusahaan khususnya pencapaian mutu produksi
b. Mengembangkan proses produksi secara efektif
c. Membuat daftar pengendalian/pemeliharaan mesin-mesin peralatan dan lingkungan
d. Membuat laporan permintaan bahan penolong ke bagian gudang
e. Mengawasi jalannya proses produksi sesuai prosedur yang di tentukan
f. Membuat laporan permasalahan yang timbul selama proses produksi
g. Melakukan identifikasi terhadap bahan baku mulai dari penerimaan, produksi selama proses sampai produk jadi.

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab kepada Direktur
b. Bertanggung jawab mengembangkan proses produksi secara efektif dan efisien.

8. Pemeliharaan

Tugas:

a. Melaksanakan kegiatan pemeliharaan lingkungan perusahaan serta perawatan, perbaikan mesin dan peralatan lainnya untuk kelancaran proses produksi
b. Mengkoordinir jalannya mesin dan peralatan produksi
c. Membuat laporan dan stock *opname spare part* mesin
d. Menjaga kebersihan mesin dan peralatan produksi
e. Melaksanakan tugas lain yang berikan oleh Manajer Produksi

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab kepada manajer produksi
b. Bertanggung jawab atas *stock spare part* mesin dan peralatan produksi
c. Bertanggung jawab atas perawatan, perbaikan dan pembuatan peralatan produksi

9. Supervisor Produksi

Tugas:

a. Membuat permintaan bahan penolong ke bagian gudang bahan baku
b. Mengawasi seluruh kegiatan produksi meliputi:
    - Mutu produksi harus di control setiap hari (kebersihan air, cara penyulingan kemasan dll)
    - Mengawasi pengepakan produk secara rapi, baik dan kuat
    - Mengatur jumlah/volume produksi sesuai permintaan pasar
    - Penyimpanan produk/pergudangan di tata dengan baik dan rapi

- Pengawasan terhadap sarana pengunjang seperti genset, *water treatment*, tempat produksi/*packing*, ruang *filling*, ruang transit dll harus di perhatikan kebersihannya (sampah, sepatu, dan baju).
- Meningkatkan efisiensi dan efektivitas produk dan pekerjaan
- Berusaha untuk memperkecil jumlah barang/produk yang rusak.

Tanggung jawab:

Bertanggung jawab kepada manajer produksi

10. Gudang

Tugas:

a. Mengatur dan memastikan barang-barang di gudang barang yang akan di distribusikan dengan baik dan tepat
b. Memberikan data laporan secara tertulis terhadap mutasi barang-barang di gudang.

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab kepada manajer produksi
b. Bertanggung jawab terhadap kepada segala resiko di area gudang jadi seperti kehilangan, kekurangan maupun kelebihan jumlah barang di gudang
c. Bertanggung jawab terhadap kebersihan area gudang

11. Manajer QC

Tugas:

a. Melakukan monitoring terhadap penggunaan peralatan inspeksi, pengukuran dan pengujian.
b. Mengendalikan, mengkalibrasi dan merawat peralatan inspeksi, pengukuran dan pengujian
c. Mengendalikan mutu dari mulai penerimaan bahan baku, bahan penolong hingga produk jadi.
d. Menganalisa permasalahan selama proses produksi
e. Melakukan inspeksi dan pengujian fisika, kimia dan mikrobiologi terhadap bahan baku, produk selama proses dan bahan jadi
f. Melakukan kerjasama dan koordinasi dengan semua Manajer untuk memastikan hasil *quality control* agar sesuai dengan standar perusahaan.

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab kepada Direktur
b. Bertanggung jawab atas pemeliharaan, perawatan, serta pengendalian peralatan inspeksi, pengukuran dan pengujian.

12. Analis Lab

Tugas:

a. Melakukan pengujian terhadap bahan baku air, pengujian pada saat proses produksi, dan produk akhir
b. Melakukan pengujian pH TDS, *turbidity,* warna, bau, rasa, kadar Ozon dan mikrobiologi

Tanggung jawab:

Bertanggung jawab kepada Manajer QC

13. Manajer Pembelian

Tugas:

a. Memantau dan mengendalikan aspek pembelian
b. Melakukan pendataan terhadap *supplier* dari segi harga, kualitas barang, kesiapan dan ketetapan waktu pengiriman.
c. Melakukan proses pembelian : membuat dan mencetak PO dan mengirimkannya ke *supplier* sesuai dengan spesifikasi dan jadwal yang di inginkan
d. Mengkoordinasikan dengan departemen lain untuk kesusaian spesifikasi barang

Tanggung jawab:

a. Bertanggung jawab kepada Direktur
b. Bertanggung jawab untuk memantau aspek pembelian
c. Bertanggung jawab atas perencanaan dalam pencapaian tujuan perusahaan khususnya pada bagian pembelian.

14. Gudang Bahan Baku/Penolong

Tugas:

a. Membuat laporan terhadap mutasi barang-barang di gudang bahan baku
b. Menerapkan barang di gudang sesuai jenisnya
c. Mengatur pendistribusian bahan baku untuk proses produksi
d. Menjaga barang di gudang bahan baku agar tetap dalam keadaan baik

e. Menjaga kebersihan gudang bahan baku

Tanggung jawab:

Bertanggung jawab terhadap manajer pembelian

BAB V

PEMBAHASAN

A. Produk

CV. Anugrah Alam Nusantara di Kabupaten Bantaeng memproduksi Air Minum Kemasan sejak tahun 2012 yang diberi nama AAN. AAN merupakan salah satu produk Air Minum Kemasan yang paling terkenal di Kabupaten Bantaeng. Produk Air Minum Kemasan merek AAN yang dimana kemasan yang digunakan berupa gelas plastik yang berukuran 220 ml. Air Minum Kemasan merek AAN di Kabupaten Bantaeng berasal dari air pegunungan yang berada di Kecamatan Eremerasa yang di mana jarak antara perusahaan dengan mata air berkisar antara 5 Km.

Air Minum Kemasan merek AAN di Kabupaten Bantaeng hanya memproduksi 1 (satu) macam air saja yang mana CV. Anugrah Alam Nusantara hanya menggunakan air gelas yang berbentuk plastik yang berukuran 220 ml alasannya karna masyarakat bantaeng lebih membutuhkan air gelas di bandingkan dengan air minum lainnya karena praktis, harga terjangkau dan mudah di bawah kemana-mana.

Harga memegang peran penting dalam sebuah produk, konsumen memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menilai sebuah harga pada suatu produk. Harga Air Minum Kemasan Merek AAN sesuai dengan kualitas yang di tawarkan, dan terjangkau di kalangan masyarakat serta persaingan dengan perusahaan Air Minum Kemasan bersaing dengan perusahaan air

minum lainnya. Harga Air Minum Kemasan merek AAN lebih murah dari produk lainnya, dan sesuai dengan kualitas produknya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui data produksi dan data penjualan air minum kemasan yang dihasilkan CV. Anugrah Alam Nusantara selama periode bulan Mei 2016 sebagai berikut:

Tabel 5.1 Data Produksi Dan Penjualan CV. Anugrah Alam Nusantara Periode 2016

Bulan	Produksi	Produk Rusak	Distribusi
Januari	4.500	48	4.452
Februari	4.700	42	4.658
Maret	4.300	36	4.264
April	4.500	21	4.479
Mei	4.500	53	4.447
Juni	4.350	14	4.336
Juli	4.500	28	4.472
Agustus	4.500	48	4.452
September	4.337	12	4.325
Oktober	4.900	24	4.876
November	4.650	16	4.634
Desember	4.900	18	4.882
Jumlah	**54.637**	**360**	**54.277**

Sumber : CV. Anugrah Alam nusantara

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 CV. Anugrah Alam Nusantara memproduksi sebanyak 54.637 dos air minum kemasan. Dalam memproduksi air minum kemasan, proses produksinya juga sering mendapatkan produk rusak. Produk rusak tersebut ditimbulkan karena kondisi produk yang tidak memenuhi mutu yang yang sudah ditentukan dan tidak dapat diperbaiki secara ekonomis menjadi produk baik. Sehingga pada tahun 2016 produk air minum kemasan yang didistribusikan kekonsumen hanya sebanyak 54.239 dos karena pada saat proses produksi terdapat produk rusak sebanyak 398 dos.

B. Biaya Produksi

CV. Anugrah Alam Nusantara termasuk dalam perusahaan manufaktur dan perdagangan, secara garis besar rincian biaya-biaya usaha yang terdapat pada CV. Anugrah Alam Nusantara dapat dibagi menjadi lima bagian, yaitu: biaya sumber air, biaya penelolaan air, biaya distribusi & pemasaran, biaya adnimistrasi & umum dan biaya diluar usaha.

Berikut ini adalah rincian biaya produksi pada CV. Anugrah Alam Nusantara dari kelima biaya produksi tersebut:

Tabel 5.2 Rincian biaya per tahun CV. Anugrah Alam Nusantara

Periode 2016

No	Keterangan	Jumlah
	Biaya Sumber Air	
1	Biaya air baku	Rp 30.000.000
2	Biaya solar	Rp 84.000.000
3	Biaya oli	Rp 9.600.000
4	Biaya pemeliharaan mobil tangki	Rp 36.000.000
Jumlah Biaya Sumber Air		**Rp 159.600.000**
	Biaya Pengolahan Air	
1	Biaya gaji & upah pegawai	Rp 66.000.000
2	Biaya pemeliharaan instalasi pomp	Rp 5.160.000
3	Biaya pemeliharaan alat-alat pemgelolaan air	Rp 12.000.000
4	Biaya pemakaian bahan pembantu	Rp 188.832.000
Jumlah Biaya Pengelolaan Air		**Rp 271.992.000**
	Biaya dsitribusi & pemasaran	
1	Biaya gaji & upah pegawai	Rp 45.000.000
2	Biaya distribusi dan pemeliharaan kendaraan	Rp 80.400.000
Jumlah Biaya dsitribusi & pemasaran		**Rp 125.400.000**
	Biaya administrasi & umum	
1	Biaya kantor	Rp 5.400.000
2	Biaya pegawai	Rp 52.200.000
Jumlah Biaya administrasi & umum		**Rp 57.600.000**
	Biaya diluar usaha	
1	biaya lain-lain	Rp 1.800.000
Jumlah biaya diluar usaha		**Rp 1.800.000**
	TOTAL RINCIAN BIAYA	**Rp 616.392.000**

Sumber : CV. Anugrah Alam nusantara

Tabel 5.3 Rincian biaya bulan Desember CV. Anugrah Alam Nusantara

Periode 2016

No	Keterangan	Jumlah	
	Biaya Sumber Air		
1	Biaya air baku	Rp	2.500.000
2	Biaya solar	Rp	7.000.000
3	Biaya oli	Rp	800.000
4	Biaya pemeliharaan mobil tangki	Rp	3.000.000
Jumlah Biaya Sumber Air		**Rp**	**13.300.000**
	Biaya Pengolahan Air		
1	Biaya gaji & upah pegawai	Rp	5.500.000
2	Biaya pemeliharaan instalasi pomp	Rp	430.000
3	Biaya pemeliharaan alat-alat pemgelolaan air	Rp	1.000.000
4	Biaya pemakaian bahan pembantu	Rp	15.736.000
Jumlah Biaya Pengelolaan Air		**Rp**	**22.666.000**
	Biaya dsitribusi & pemasaran		
1	Biaya gaji & upah pegawai	Rp	3.750.000
2	Biaya distribusi dan pemeliharaan kendaraan	Rp	6.700.000
Jumlah Biaya dsitribusi & pemasaran		**Rp**	**10.450.000**
	Biaya administrasi & umum		
1	Biaya kantor	Rp	450.000
2	Biaya pegawai	Rp	4.350.000
Jumlah Biaya administrasi & umum		**Rp**	**4.800.000**
	Biaya diluar usaha		
1	biaya lain-lain	Rp	150.000
Jumlah biaya diluar usaha		**Rp**	**150.000**
	TOTAL RINCIAN BIAYA	**Rp**	**51.366.000**

Sumber: CV. Anugrah Alam Nusantara

C. Penetapan Harga Jual Menurut Perusahaan

Berdasarkan penggolongannya, Air Minum Kemasan yang dihasilan oleh CV. Anugrah Alam Nusantara termasuk kedalam sifat pengolahan produk masa yang proses produksinya dilakukan secara kontinu. Untuk memproduksi Air Minum Kemasan gelas plastik (220 ml) CV. Anugrah Alam Nusantara memerlukan bahan baku dan bahan penunjang lain untuk produk Air Minum Kemasannya.

Berikut ini rincian dari bahan baku dan bahan penunjang serta penetapan harga jual Air Minum Kemasan gelas plastik (220 ml) produksi CV. Anugrah Alam Nusantara:

a. UD CUP

Harga	: Rp 925.250/Roll
Transportasi	: Rp 35.000/Roll
Jumlah	: Rp 960.250/Roll
Perhitungan	: Rp 960.250 : 20.000 = Rp 48,1/Lembar
Reject 2%	: 0,97 + 48,1 = Rp 49,1/Lembar

b. Gelas

Harga	: Rp 50/pcs
Transportasi	: Rp 20/pcs
Jumlah	: Rp 70/pcs
Reject 2%	: 1,4 + 70 = Rp 71,4/pcs

c. Air

Harga : Rp 8000

Transportasi : Rp 18.000

Perawatan kendaraaan : Rp 8.500

Jumlah : Rp 34.500

Air yang siap diproduksi adalah 800 liter

Jadi biaya air = Rp 34.500 : 800 liter = 43,125

d. Sedotan

Harga : Rp 300/bungkus

Perhitungan : 300 : 48 = Rp 6,25/biji

e. Karton

Harga : Rp 1.450/lembar

Transportasi : Rp 300/lembar

Jumlah : Rp 1.750/lembar

Perhitungan : 1750 : 48 = Rp 36,5/gelas

f. Lain-lain

Biaya lain-lain : Rp 20/gelas

g. Rekapitulasi HPP Air Minum Kemasan merek AAN kemasan gelas 220 ml

Tabel 5.4 Rekapitulasi HPP Air Minum Kemasan merek AAN

NO	URAIAN	VOLUME	HARGA
1	Ud cup	1 lembar	Rp 49,1
2	Gelas	1 pcs	Rp 71,4
3	Air	1 gelas	Rp 43,125
4	Sedotan	1 biji	Rp 6,25
5	Karton	1 gelas	Rp 36,5
6	Biaya lain-lain	1 gelas	Rp 20,00
JUMLAH			Rp 226,375
Harga pokok produksi 1 karton = 48 gelas			Rp 10.866

Sumber: CV. Anugrah Alam Nusantara

Berdasarkan rekapitulasi HPP Air Minum Kemasan 220ml maka manajemen perusahaan yang menghendaki laba sebesar 10% dari tiap penjualan air minum kemasan maka harga jual untuk Air Minum Kemasan merek AAN ditetapkan dengan harga Rp 12.000/dos.

D. Analisis Penetapan Harga Jual Berdasarkan Perhitungan Akuntansi

Sesuai dengan metode analisis yang telah dipaparkan maka sebelum menentukan harga jual untuk produk air minum kemasan CV. Anugrah Alam Nusantara terlebih dahulu dilakukan pengklasifikasian biaya produksi. Klasifikasi biaya produksi dilakukan untuk mengetahui struktur biaya yang diperlukan dan besarnya keuntungan yang didapat oleh perusahaan. Biaya produksi terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap.

Biaya tetap yang dimaksud meliputi biaya penyusutan untuk mesin dan peralatan produksi, gaji karyawan tetap, *overhead* tetap (administrasi

perkantoran), biaya pemeliharaan invntaris, transportasi, pemasaran dan pajak. Sedangkan biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku, bahan penolong, biaya upah karyawan harian. Berikut ini biaya tetap dan biaya variabel pada CV. Anugrah Alam Nusantara:

Tabel 5.5 Klasifikasi Biaya Produksi CV. Anugrah Alam Nusantara

BIAYA PRODUKSI					
BIAYA TETAP			BIAYA VARIABEL		
Biaya penyusutan	Rp	3.500.000	Bahan baku	Rp	10.300.000
Gaji karyawan tetap	Rp	5.500.000	Bahan penolong	Rp	15.736.000
Biaya pemasaran	Rp	10.450.000			
Biaya admiministrasi	Rp	4.800.000			
Biaya pemeliharaan	Rp	4.430.000			
Pajak	Rp	1.250.000			
Jumlah	Rp	29.930.000	Jumlah	Rp	26.036.000

Sumber: CV. Anugrah Alam Nusantara

Tabel 5.6 Perhitungan Harga Jual Air Minum Kemasan 220 ML Menurut Perhitungan Akuntansi

Keterangan		Jenis Produksi
		CUP 220 ML
Jumlah Produksi (Unit)		4.524 Unit
Biaya bahan baku Biaya tenaga kerja langsung Biaya overhead pabrik tetap Biaya overhead pabrik variabel	Rp 10.300.000 Rp 5.500.000 Rp 24.430.000 Rp 15.736.000	
Jumlah biaya		Rp 55.966.000
HPP/unit Tingkat laba 10% Harga jual		Rp 12.371 Rp 1.237 Rp 13.608

Jadi berdasarkan perhitungan diatas dapat dijelaskan bahwa harga jual untuk produk air minum kemasan CV. Anugrah Alam Nusantara berdasarkan perhitungan akuntansi adalah Rp 13.608 dibulatkan menjadi Rp 14.000/dos.

E. Analisis Optimalisasi Laba Perusahaan

Berdasarkan pada hasil perhitungan penetapan harga jual yang telah dilakukan sebelumnya, maka untuk menjelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan alat analisis yang telah diajukan dan juga atas data yang didapat dari CV. Anugrah Alam Nusantara. Menurut perhitungan perusahaan

harga jual air minum kemasan merek AAN Rp 12.000/dos sedangkan menurut perhitungan akuntansi harga jual untuk air minum kemasan merek AAN Rp 14.000/dos, sehingga selisih harga perusahaan dengan perhitungan akuntansi adalah Rp 2.000.

Perbedaan harga jual antara perhitungan perusahaan dengan perhitungan akuntansi sangat jauh disebabkan karena CV. Anugrah Alam Nusantara tidak menetapkan harga jual jual secara detail, hanya menyesuaikan keinginan dari permintaan pasar dan disesuaikan dengan manajemen perusahaan itu sendiri, sedangkan menurut perhitungan akuntansi menentukan markup sebesar 10% yang akan dipakai untuk menentukan harga jual.

Berdasarkan perbedaan harga jual tersebut penulis akan menganalisis tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan, analisa tersebut seperti berikut:

a) Kapasitas produksi : 5.000 unit
b) Biaya tetap : Rp 29.930.000
c) Biaya variabel : Rp 26.036.000
d) Harga jual : Rp 12.000
: Rp 14.000

e) Volume penjualan : 5.000 x Rp 14.000 = Rp 70.000.000
: 5.000 x Rp 12.000 = Rp 60.000.000
f) Biaya variabel per unit : $\frac{2\ .0\quad .0}{5.0}$
: 5.207/unit

Peny:

a) Harga Rp 12.000

$$\text{BEP}_{\text{rupiah}} = \frac{F}{1-\frac{V}{P}}$$

$$= \frac{2\ .9\quad .0}{1-\frac{2\ .0\quad .0}{6\ .0\quad .0}}$$

$$= \frac{2\ .9\quad .0}{1-0{,}4}$$

$$= \frac{2\ .9\quad .0}{0{,}5}$$

$$= 52.879.859$$

Jadi dengan harga Rp 12.000 perusahaan BEP (mencapai titik impas) saat penjualan mecapai Rp 52.879.859

b) Harga Rp 14.000

$$\text{BEP}_{\text{rupiah}} = \frac{F}{1-\frac{V}{S}}$$

$$= \frac{2\ .9\quad .0}{1-\frac{2\ .0\quad .0}{7\ .0\quad .0}}$$

$$= \frac{2\ .9\quad .0}{1-0{,}3}$$

$$= \frac{2\ .9\quad .0}{0{,}6}$$

$$= 47.659.236$$

Jadi dengan harga Rp 14.000 perusahaan BEP (mencapai titik impas) saat penjualan mecapai Rp 47.659.236

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa dengan adanya perubahan harga jual maka titik impas atau BEP juga mengalami perubahan. Saat penjualan mencapai titik impas maka keuntungan yang didapatkan perusahan adalah nol.

F. Analisis Respon Pasar Terhadap Perubahan Harga

Harga memegang peran penting dalam sebuah produk, konsumen memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menilai sebuah harga pada suatu produk. Ada konsumen yang relatif loyal tampa memandang harga dari produk tersebut karena telah terbiasa menggunakan produk atau merasakan kebutuhannya terpenuhi, adapun konsumen yang sangat peka terhadap perubahan harga. Sehingga ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pemebelian. Kenaikan harga biasanya biasa berdampak pada volume penjualan suatu perusahaan.

Berikut ini adalah analisis respon pasar ketika terjadi perubahan harga untuk CV. Anugrah Alam Nusantara dimana terjadi perubahan harga dari harga Rp 12.000 menurut perhitungan perusahaan menjadi Rp 14.000 menurut perhitungan akuntansi:

$$P_2 - P_1 = Q_2 - Q_1$$

$$14.000 - 12.000 = Q_2 - 4524$$

$$2.000 = Q_2 - 4524$$

$$Q_2 = -2.524$$

Dari perhitungan diatas dapat ditarik keismpulan bahwa apabila terjadi kenaikan harga dari Rp 12.000 menjadi Rp 14.000 mengakibatkan penjualan akan menurun sebanyak 2.524 unit

Tabel 5.7 perbandingan hasil penjualan

Harga	Volume penjualan	Pendapatan
1	**2**	**3**
Rp 12.000	4.524 unit	Rp 54.288.000
Rp 14.000	2.000 unit	Rp 28.000.000

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan hasil perhitungan menurut perhitungan akuntansi diketahui bahwa perusahaan akan mengalami penurunan laba. Bisa dilihat dari perhitungan diatas bahwa denga harga jual Rp 12.000 perusahaan memperoleh pendapatan sebesar Rp 54.288.000 sedangan menurut perhitungan akuntansi pendapatan yang diperoleh sebesar Rp 28.000.000.

Artinya Harga jual berpengaruh terhadap pedapatan dan laba CV. Anugrah Alam Nusantara dengan penetapan harga jual yang tepat perusahaan dapat mengasilkan laba yang optimal begitupun sebaliknya. Dalam hal ini setiap perubahan harga jual dapat mempengarugi laba perusahaan.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis yang telah diuraikan sebelumnya, maka pada bagian akhir ini penulis dapat membuat kesimpulan tentang penetapan harga jual Air Minum Kemasan dalam meningkatkan laba perusahaan pada CV. Anugrah alam Nusantara.

Penetapan harga jual dengan menggunakan metode *cost puls princing* dengan pendekatan *full costing* tidak tepat dalam menentukan harga jual produk Air Minum Kemasan merek AAN. Dengan menggunakan metode ini perusahaan akan mengalami kerugian. Artinya Harga jual berpengaruh terhadap laba CV. Anugrah Alam Nusantara dengan penetapan harga jual yang tepat perusahaan dapat mengasilkan laba yang optimal begitupun sebaliknya. Dalam hal ini setiap perubahan harga jual dapat mempengarugi laba perusahaan.

B. Saran

Berikut ini penulis memaparkan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan bersifat membangun bagi pihak manajemen CV. Anugrah Alam Nusantara, yaitu sebaiknya CV. Anugrah alam nusantara mempertahankan atau mecari metode lain yang lebih tepat dalam penetapan harga jual untuk mendapatkan laba optimal

DAFTAR PUSTAKA

Aprilianti Mita. 2016. Skripsi "Pengaruh Faktor-Faktor Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Produk Besi Betan Pada CV Cinta Sukses Jaya Di Natar Bandar Lampung". Iniversitas Lampung

Bustami Bastian. & Nurlela. 2010. Akuntansi Biaya. Yogyakarta; Graha Ilmu

Charter, K. William. 2009. Akuntansi Biaya. Jilid pertama. Jakarta; Salemba Empat.

Charter, K. William. 2009. Akuntansi Biaya. Jilid Kedua. Jakarta; Salemba Empat.

Fadillah Ana Putri. 2013. Skripsi "Analisa Pengarh Produk, Harag Promosi, Dan Saluran Distribusi Terhada Keputusan Pembelian Konsumen". Universitas Diponegoro Semarang.

Gunawan Michael. 2009. Skripsi "Penentuan Harga Jual Perusahaan Dengan Metode Full Costing Pada PT. Danliris Di Sukoharjo". Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Hasbiati. 2014. Skripsi "Analisis Hubungan Cost Volume Profit Untuk Perencanaan Dan Proyeksi Laba Jangka Pendek Pada PT. Dua Permata Batara. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis". Universitas Muhammadiyah Makassar.

Kotler Philip & Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Erlangga; Jakarta

Maria Magdalena. 2010. Skripsi "Evaliasi Penentuan Harga Jual Produk Bakpia (Studi Kasus Pada Bakpia Yogya)". Universitas Atma Jaya Jakarta.

Mulyadi. 2009. Akuntansi Biaya, Edisi 5. Yogyakarta; Universitas Gajah Mada.

Murdiyanto Eko. 2012. Skripsi "Pengaruh Penetapan Harga, Biaya Saluran Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Honda Vario CM Jaya Motor Pecangaan Jepara". Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nadylah Sulpah. 2014. Skripsi "Proses Penentuan Harga Jual Pada Rumah Makan Citra Minang Di Makassar". Universitas Hasanuddin Makassar.

Nafarin. 2007. Penganggaran Perusahaan. Jakarta; Salemba.

Ony Widilestariningtias, Sony W.F & Sri Dewi Anggadini. 2012. Akuntansi Biaya. Yogyakarta; Graha Ilmu.

Rahman Sahir. 2013. Skripsi "Analisa Penetapan Harga Jual Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Karya Jaya Mandiri Makassar. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Sari Dewi Wita. 2014. Skripsi "Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Semen PT. Semen Tonasa Di Pangkep". Universitas Hasanuddin Makassar.

Sofyan Syafri Harahap. 2008. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung; Alfabeta.

Surono. 2010. Skripsi “Analisa Pengaruh Penetapan Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Alfamart Rempoa Sandratex)”. Universitas Islam Negeri Syarifhidayatullah Jakarta.

Suwardjono. 2008. Teori Akuntansi:Perekayasaan Pelaporan Keuangan. Edisi Ketiga. Cetakan Kelima. Yogyakarta; BPFE.

Swasta Basu. 2005. Manajemen Penjualan. Cetakan ke-duabelas. Yogyakarta; Liberty Yogyakarta.

Triyonowati. 2014. Skripsi “Pengaruh Saluran Distribusi Dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Fastrata Buana, Tbk.”. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya.