

SKRIPSI

**PENENTUAN HARGA JUAL TERHADAP TINGKAT
PENGEMBALIAN INVESTASI PADA
CV. CITRA SARI MAKASSAR**

**SUKMAWATI
10573 04207 13**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**

SKRIPSI

**PENENTUAN HARGA JUAL TERHADAP TINGKAT
PENGEMBALIAN INVESTASI PADA
CV. CITRA SARI MAKASSAR**

**SUKMAWATI
10573 04207 13**

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana pada Jurusan Akuntansi*



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : **PENENTUAN HARGA JUAL TERHADAP TINGKAT
PENGEMBALIAN INVESTASI PADA CV. CITRA SARI
MAKASSAR**

Nama Mahasiswa : **SUKMAWATI**

No. Stambuk/Nim : **10573 04207 13**

Fakultas/Jurusan : **EKONOMI DAN BISNIS/AKUNTANSI**

Perguruan Tinggi : **UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Makassar, 11 Oktober 2017

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diujikan depan panitia penguji skripsi Strata (S1) pada tanggal 08 Oktober 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. H. Sanusi A.M., SE, M.Si
NBM. 602 417

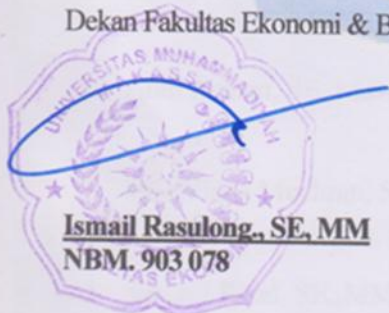


Abd. Salam HB., SE, M.Si, Ak, CA
NBM. 885 533

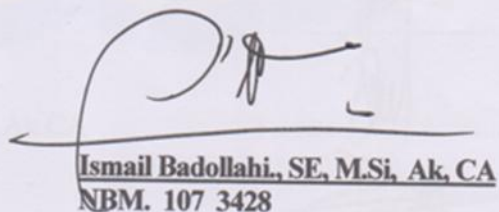
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Ketua Jurusan Akuntansi



Ismail Rasulong., SE, MM
NBM. 903 078



Ismail Badollahi., SE, M.Si, Ak, CA
NBM. 107 3428



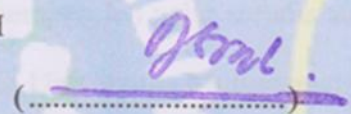


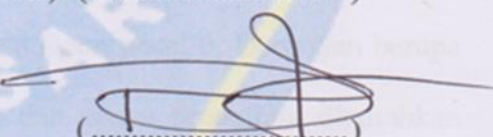
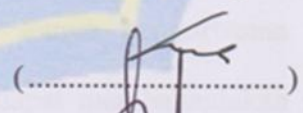
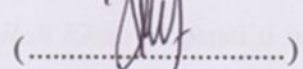
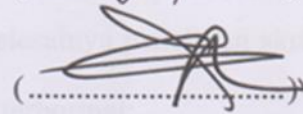
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama Sukmawati dengan No. Stambuk 105730420713 telah diperiksa dan diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: Tahun 1439H/2017M dan telah dipertahankan didepan penguji pada hari Ahad, 08 Oktober 2017. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

20 Muharram 1439 H
Makassar, _____
10 Oktober 2017 M

Panitia Ujian :

1. Pengawas Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim SE.,MM
(Rektor unismuh Makassar) (.....) 
2. Ketua : Ismail Rasulong, SE.,MM
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....) 
3. Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....) 
4. Penguji :
 - a. Dr. Hj. Ruliaty,MM (.....) 
 - b. Andi Arman, SE.,M.Si.Ak.,CA (.....) 
 - c. Muchriana Muchran, SE.,M.Si.,Ak.CA (.....) 
 - d. Samsul Rizal, SE.,MM (.....) 

KATA PENGANTAR



Tiada kata dapat terucap selain ucapan *Alhamdulillah*, segala puji bagi Allah *Subhanahu wa Ta'ala* yang senantiasa memberi kasih sayang dan karunia-Nya utamanya atas nikmat terbesar berupa iman dan kehidupan yang peneliti rasakan hingga saat ini. *Shalawat* dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah Muhammad *Shallahu'alaihi wa Sallam*, suri teladan terbaik bagi umat manusia, kepada para keluarga dan sahabat beliau, *tabi'in*, *tabi'ut- tabi'in*, dan orang-orang yang senantiasa *istiqomah* dalam dienul Islam hingga *qadarullah* berlaku atas diri-diri mereka. Semoga kelak kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang selamat.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dalam penyusunan Skripsi yang berjudul **“Penentuan Harga Jual Terhadap Tingkat Pengembalian Investasi Pada CV. Citra Sari Makassar.”** ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Olehnya itu, ungkapan terima kasih seiring doa Orang tua tercinta dan saudara - saudari peneliti, terutama untuk suami tercinta Lutfi orang yang sangat berjasa dan memiliki pengaruh besar dalam kehidupan peneliti. Dorongan berupa semangat yang tertuang melalui nasehat, doa, daya, dan upaya senantiasa dicurahkan untuk peneliti. Hanya Allah yang mampu membalas semua pengorbanan kalian, *uhibbukifillah Ummi wa Abi*. Ya Allah, semoga hamba dapat membahagiakan mereka baik di dunia maupun di akhirat kelak. *Aamiin. Jazakumullah Khairon* peneliti haturkan kepada semua pihak yang telah banyak membantu demi selesainya penelitian skripsi ini. Ungkapan terima kasih peneliti haturkan juga kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim SE, MM sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong., SE, MM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Ismail Badollahi., SE. M.Si, Ak, CA sebagai Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Drs. H. Sanusi A.M.,SE, M.Si selaku Pembimbing I penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Abd. Salam HB., SE, M.Si, Ak, CA selaku Pembimbing II penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Ansarif., SE, M.Si, Ak, CA selaku Penasehat Akademik.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar Khususnya Jurusan Akuntansi yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan Kepada Penulis.
8. Seluruh Staff administrasi dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah banyak membantu.
9. Bapak/Ibu pimpinan CV.Citra Sari Makassar yang telah berkenan memberikan izin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian dan sekaligus memberikan bantuan berupa informasi-informasi yang sangat berharga yang berkenaan dengan pembahasan skripsi ini.
10. Orang tua tercinta (Alm.Drs. Tamrin.S & Dra. Suriati) karena telah memberikan dorongan berupa semangat yang tertuang melalui nasehat, doa, daya, dan upaya senantiasa dicurahkan untuk peneliti.

11. Teman angkatan 2013 khususnya teman sekelas AK.4.2013 serta sahabat penulis yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Terakhir ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mereka yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang sudah membagi ilmunya selama ini.

Kepada semua pihak yang telah peneliti sebutkan di atas, semoga Allah *Subhanahu wa Ta'ala* membalas semua amal kebaikan mereka dengan balasan yang lebih dari semua yang telah mereka berikan, dan mudah-mudahan Allah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti dan mereka semua. Teriring ucapan *Jazakumullah Khoiran Katsiran, Aamiin Ya Rabbal Aalamiin*.

Pada akhirnya peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai kesempurnaan baik dari segi bahasa, isi maupun analisisnya. Sehingga, kritik yang konstruktif sangat kami harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Namun peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya.

Billahi Fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khaerat

Makassar, September 2017

Penulis

ABSTRAK

Sukmawati, 2017 “Penentuan Harga Jual Terhadap Tingkat Pengembalian Investasi Pada CV.Citra Sari Makassar”. Dibimbing oleh : H. Sanusi A.M dan Abd. Salam HB.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi pada CV. Citra Sari Makassar. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dimana data-data perusahaan mengenai proses produksi serta data-data lain yang mendukung penelitian dikumpulkan kemudian data-data tersebut dilakukan perhitungan harga jual dengan cara menghitung harga pokok produksi, *persentase mark up*, dan menghitung harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi (*ROI*) yang dikehendaki. Data penelitian ini diperoleh dari wawancara langsung dengan pihak terkait, tinjauan kepustakaan, dan mengakses web dan situs-situs terkait. Objek penelitian adalah CV. Citra Sari Makassar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penentuan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan. Tingkat pengembalian investasi yang ditentukan oleh perusahaan sebesar 30%, sedangkan berdasarkan perhitungan *persentase mark up* yang seharusnya digunakan adalah 33,9%. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan lebih rendah Rp107/botol dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan berdasarkan tingkat pengembalian investasi. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan Rp 22.000 sedangkan harga jual yang ditentukan berdasarkan tingkat pengembalian investasi adalah Rp 22.107. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan belum mampu mencapai tingkat pengembalian investasi dengan harga Rp 22.000. Hasil Hipotesis telah sesuai.

Kata kunci: *Harga Pokok Produk, Tingkat Pengembalian Investasi(ROI), Harga Jual.*

ABSTRAK

Sukmawati, 2017 "Determination of Selling Price Against Investment Return Rate CV.Citra Sari Makassar". Guided by: H. Sanusi A.M and Abd. Regards HB.

This study aims to determine the determination of the selling price based on the rate of return on investment CV. Citra Sari Makassar. This research uses qualitative analysis method where company data about production process and other data supporting research is collected then the data is calculated selling price by calculating cost of goods production, mark up percentage, and calculate selling price based on rate of return investment (ROI) desired. This research data is obtained from direct interviews with related parties, literature review, and accessing web and related sites. The object of research is CV.Citra Sari Makassar.

The results showed that the determination of the selling price based on the rate of return on investment is higher than the selling price set by the company. The return on investment is determined by the company by 30%, while based on the calculation of the mark up percentage that should be used is 33.9%. The selling price set by the company is lower than Rp107 /bottle compared to the selling price determined by the rate of return on investment. The selling price set by the company is Rp 22,000 while the selling price determined based on the return on investment is Rp 22,107. This shows that the level of profit obtained by the company has not been able to achieve the rate of return on investment at a price of Rp22,000. Hypothesis results are appropriate.

Keywords: Cost of Product, Investment Return (ROI), Selling Price.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Konsep Harga Jual	7
B. <i>Return On Investment</i>	20
C. Harga Jual Berdasarkan Tingkat Pengembalian Investasi	23
D. Penelitian Terdahulu	28
E. Kerangka Pikir	31
F. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu Penelitian.....	32
B. Jenis dan Sumber Data	32
C. Metode Pengumpulan Data	33
D. Defenisi Operasional	33
E. Metode Analisis.....	34

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	36
B. Struktur Organisasi Perusahaan.....	38
C. Uraian Tugas	40
D. Visi & Misi Perusahaan	42

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Klasifikasi Biaya Operasional.....	44
B. Kalkulasi Biaya Produksi Produksi.....	46
C. Perhitungan Harga Jual	57
D. Pembahasan	63

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

<u>Tabel</u>	<u>Judul</u>	<u>Halaman</u>
2.1	Daftar Hasil Penelitian Terdahulu	30
5.1	Volume Produksi & Volume Penjualan	47
5.2	Biaya Bahan baku	48
5.3	Kuantitas Bahan Baku Per Bulan	49
5.4	Harga Bahan Baku Per Bulan	50
5.5	Biaya Tenaga Kerja Langsung	52
5.6	Biaya Listrik, Air, dan Telepon	53
5.7	Harga Perolehan Mesin	54
5.8	<i>Biaya OverHead Pabrik</i>	55
5.9	Struktur Biaya Produksi	56
5.10	Laporan Harga Pokok Produksi	58
5.11	Laporan Laba Rugi	62

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar</u>	<u>Judul</u>	<u>Halaman</u>
2.1	Kerangka Pikir Penelitian	31
4.1	Struktur Organisasi CV.Citra Sari Makassar	39



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan merupakan organisasi yang mempunyai berbagai tujuan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu tujuan yang penting untuk dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba optimum. Perusahaan harus dipacu untuk mampu menghasilkan laba, sehingga manajemen perusahaan dituntut untuk merencanakan dan mengendalikan dengan baik dua faktor penentu laba, yaitu pendapatan dan biaya. Secara umum tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk menghasilkan laba maksimal dalam jangka panjang. Laba maksimal dalam jangka pendek bukanlah tujuan yang baik dari perusahaan yang ingin hidup berkesinambungan dalam jangka panjang.

Tujuan utama dalam usaha menghasilkan tingkat laba yang maksimal merupakan hal yang paling penting dalam suatu perusahaan. Laba dapat memberikan suatu manfaat yang ekonomis yang tinggi bagi perusahaan sebagai alat untuk menunjang kegiatan operasional perusahaan, agar perusahaan dapat menjalankan kegiatannya secara terus menerus dan berkesinambungan (Going Concern). Tujuan tersebut dapat tercapai jika semua kegiatan yang berlangsung dalam perusahaan serta fungsi berjalan baik dan terkontrol. Selain itu, laba juga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Salah satu elemen penting dalam menghitung laba perusahaan adalah harga jual produk. Harga jual produk adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan

untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan. Untuk mencapai laba yang diinginkan perusahaan dapat menarik minat konsumen dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang dijual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Harga jual adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual.

Penentuan harga jual merupakan salah satu penentuan yang harus dirumuskan secara matang karena penentuan harga jual merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek perusahaan. Pengambilan kebijakan manajemen yang tepat akan menguntungkan perusahaan dan membuat perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Penentuan harga jual produk yang benar dan teliti akan sangat mempengaruhi tersajinya informasi keuangan yang akurat bagi pemakai laporan

keuangan, sehingga akan menghasilkan laporan keuangan yang menggambarkan keadaan keuangan yang wajar. Harapan yang ingin dicapai dari penentuan harga jual adalah bahwa produksinya dapat diterima masyarakat dengan kepastian harga jual terjangkau oleh daya beli konsumen sehingga perusahaan dapat berjalan dan berkembang dalam menjalankan produksinya.

Faktor-faktor yang menentukan dalam harga jual produk adalah biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik digunakan untuk menghitung harga pokok produk. Biaya ini memberikan informasi batas bawah suatu harga jual harus ditentukan. Jika produk dijual di bawah biaya penuh akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk dalam waktu tertentu dapat mengganggu pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian manajer penentuan harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produksi dalam pengambilan keputusan harga jual produk.

Penetapan harga jual sangat berpengaruh untuk mempertahankan kelangsungan suatu perusahaan. Harga jual yang ditawarkan oleh pihak perusahaan harus tepat, karena apabila harga jual yang ditawarkan terlalu tinggi maka konsumen akan berpikir dua kali dan beralih ke perusahaan lain, dan sebaliknya apabila harga yang ditawarkan terlalu rendah maka biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan tidak dapat tertutup bahkan akan mengalami kerugian.

Sedangkan menurut *Kotler dan Keller* (2009:83), ada enam metode penetapan harga adalah sebagai berikut :

- a. Penetapan Harga *Mark up*
- b. Penetapan harga tingkat pengembalian sasaran
- c. Penetapan harga nilai anggapan
- d. Penetapan harga nilai
- e. Penetapan harga going-rate

Pada penelitian kali ini, peneliti akan meneliti mengenai metode penetapan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian sasaran. Secara sederhana, investor melakukan investasi karena ingin mendapatkan return atas uang mereka. Menurut *Jogiyanto* (2010: 205) return merupakan hasil yang diperoleh dari suatu investasi.

Menurut *Brigham dan Houston* (2006: 215), return atau tingkat pengembalian adalah selisih antara jumlah yang diterima dan jumlah yang diinvestasikan, dibagi dengan jumlah yang diinvestasikan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa return investasi merupakan tingkat pengembalian berupa imbalan yang diperoleh dari hasil investasi.

CV.Citra Sari yang berlokasi di Makassar merupakan perusahaan bidang produksi atau pabrikasi yang memproduksi sirup Markisa. Pihak manajemen perusahaan biasanya mengandalkan pengalaman yang diperoleh dimasa lalu dalam menentukan harga jual produknya. Hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dalam menentukan harga jual produk untuk menghasilkan harga jual dan laba yang tepat pada perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengambil judul **”Penentuan Harga Jual Terhadap Tingkat Pengembalian Investasi pada CV. Citra Sari Makassar.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya maka rumusan masalah yang penulis ambil adalah berkaitan dengan penentuan harga jual dan investasi perusahaan, yaitu “Bagaimana penentuan harga jual terhadap tingkat pengembalian investasi pada CV. Citra Sari Makassar”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual terhadap tingkat pengembalian investasi pada CV. Citra Sari Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wacana bahwa tingkat pengembalian investasi dapat digunakan oleh perusahaan untuk menetapkan harga jual.

2. Akademis

a. Sebagai penerapan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah, serta studi banding antara teori yang didapat dengan praktek yang ada.

- b. Untuk memberikan informasi yang bermanfaat tentang bagaimana penentuan harga jual terhadap tingkat pengembalian investasi.
- c. Dapat memanfaatkan penelitian ini sesuai dengan apa yang diperlukan terutama yang berhubungan dengan penentuan harga jual terhadap tingkat pengembalian investasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Harga Jual

1. Pengertian Harga Jual

Menurut *Kotler dan Gary Amstrong* (2012:345) harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Agar perusahaan dapat menguasai pasar yang lebih luas perusahaan perlu menetapkan harga yang bersaing dengan kualitas produk yang jauh lebih baik dari produk yang ditawarkan perusahaan pesaing guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Harga merupakan satu hal penting, dimana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen, dan nilai produk adalah apa yang dirasakan konsumen, jadi pembeli membantu menetapkan nilai dari produk. Dari sudut pandang produsen, harga tentu saja mempunyai peranan yang sangat penting. Laba yang akan diperoleh perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat ditentukan oleh seberapa besar pendapatan yang mereka peroleh, dan ini tergantung dari berapa banyaknya jumlah produk yang terjual. Banyaknya jumlah penjualan produk sangat di pengaruhi oleh harga jual produk itu sendiri. Jadi harga jual merupakan hal penting atas suatu produk yang dijual baik bagi produsen, maupun bagi konsumen.

Harga adalah nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan uang lainnya. Sedangkan harga jual adalah nilai yang dibebankan kepada pembeli atau pemakai barang dan jasa. Dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang digunakan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanannya.

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal.

Persaingan antar perusahaan mengharuskan perusahaan terus melakukan perbaikan mutu produk dan layanan serta efisiensi dalam menekan biaya produksi, sehingga harga jual produk dapat bersaing. Penentuan harga jual produk merupakan salah satu keputusan manajemen sebagai usaha untuk dapat bertahan. Harga pokok produksi dan harga jual, harus diketahui agar perusahaan bisa mengetahui atau menganalisis ulang berapa seharusnya harga jual yang sesuai dengan keadaan perekonomian masyarakat umum, dan juga perusahaan tetap dapat meminimalisir kerugian atau dalam jangka panjang. Perusahaan sangat bergantung pada keputusan penentuan harga jual, dan harga jual harus bisa menutup seluruh biaya dan menghasilkan laba normal (*Marsalina, 2011*). Laba maksimal pada perusahaan akan dicapai apabila perusahaan benar-benar memperhatikan biaya produksi, sehingga harga pokok produksi dapat ditentukan dengan tepat).

Menurut *Mulyadi* (2012:78) “pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *mark-up*”. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut *Kotler dan Keller* (2009:439) harga jual 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.

Berkaitan dengan kegiatan produksi, perusahaan harus mempunyai kemampuan untuk memanfaatkan sumber-sumber yang sebanding dengan bahan dan jasa yang diolah menjadi produk. Bahan-bahan yang diperlukan oleh perusahaan sangat mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk dan harga jual produk. Bila harga bahan terlalu tinggi dengan kualitas dan kuantitas yang kurang memuaskan akan mempengaruhi biaya produksi dan harga jual produk, sehingga perusahaan akan mengalami kerugian, sebaliknya bila harga pembelian bahan rendah atau murah sesuai dengan harga yang berlaku dipasaran dengan kuantitas

dan kualitas yang baik serta waktu penyerahan yang tepat, maka perusahaan dapat menekan biaya produksi dan harga jual produk mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Biaya produksi merupakan faktor yang sangat menentukan tinggi atau rendahnya harga produk yang akan dihasilkan atau ditawarkan kepada konsumen. Jika salah satu biaya produksi seperti biaya bahan baku melambung tinggi maka perusahaan harus mengambil keputusan yaitu tetap memproduksi produk dengan jumlah unit produk yang sama tetapi dengan menaikkan harga jual dari produk tersebut, atau menurunkan jumlah unit produk yang diproduksi dengan tidak merubah harga jual produk.

Dengan adanya perubahan atau peningkatan biaya produksi maka akan lebih relevan bila hal tersebut dikaitkan dengan pencapaian tujuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan, serta pengaruhnya terhadap harga dan volume penjualan produk pada perusahaan tersebut. Satu hal yang juga perlu mendapat perhatian penting dari perusahaan adalah bahwa peningkatan biaya itu bisa disebabkan oleh faktor-faktor tertentu, baik itu faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal yaitu keadaan dari dalam lingkungan perusahaan selama melakukan proses produksi sampai menghasilkan suatu produk jadi, seperti apakah perusahaan dapat menyelesaikan produknya dalam jangka waktu yang telah direncanakan dan ditetapkan atau tidak. Karena kalau tidak hal tersebut dapat menambah biaya produksi bagi perusahaan sehingga akan dapat mempengaruhi harga jual yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan faktor

eksternal merupakan faktor diluar lingkungan perusahaan. Faktor luar perusahaan yang harus dipertimbangkan adalah target pasar, tingkat persaingan, heterogenitas produk, dan elastisitas harga beserta seluruh faktor yang mempengaruhinya. Elastisitas merupakan ukuran volume permintaan atas barang jika terjadi perubahan harga jual.

Sebelum melakukan kegiatan produksi perusahaan menyiapkan faktor-faktor produksinya diantaranya, bahan baku yang akan diolah menjadi produk jadi, tenaga kerja, dan lain sebagainya. Pengadaan bahan baku, perusahaan dapat membeli sendiri atau membeli pada pihak pemasok. Pembelian bahan baku merupakan salah satu fungsi dari manajemen persediaan karena berkaitan dengan pengadaan barang, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi.

Penetapan harga jual merupakan masalah yang paling rumit sehingga memerlukan kerja sama dan koordinasi dari ahli-ahli statistik, pemasaran, teknik industri, dan akuntansi. Penetapan harga jual memerlukan banyak fakta yang sebagian diantaranya tidak dapat dikendalikan. Penetapan harga jual yang salah sering berakibat pada masalah keuangan perusahaan yang sekaligus akan mempengaruhi kontinuitas usaha. Misalnya, kerugian yang terus menerus atau menimbunnya produk digudang karena macetnya pasaran.

Penetapan harga produk atau jasa merupakan fungsi manejer yang penting. Kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu panjang tergantung kepada keputusan harga jual ini. Harga jual yang ditetapkan harus mampu menentukan

semua biaya yang menghasilkan laba jangka panjang sehingga dapat menghasilkan return yang wajar bagi para pemilik perusahaan serta mempertahankan dan mengembangkan perusahaan.

Harga suatu barang mungkin merupakan struktur yang kompleks dari pada syarat-syarat penjualan yang saling berhubungan. Setiap perubahan dari pada struktur tersebut merupakan keputusan harga dan akan mengubah pendapatan yang diperoleh. Peranan perusahaan dalam proses penetapan harga jual barangnya sangat berbeda-beda, tergantung dari pada bentuk pasar yang dihadapinya.

2. Metode Penentuan Harga Jual

Umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan satu-satunya penentu harga jual. Karena dengan penentuan harga jual yang bersaing maka akan dapat meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, perusahaan dapat mempertahankan harga jual yang telah ditetapkan. Sebab dengan harga jual yang tinggi maka akan dapat mempengaruhi permintaan produk dan penjualan.

Pada dasarnya dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan 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. Di samping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang

memadai, sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa.

Dalam memilih strategi penetapan harga, terdapat beberapa metode yang digunakan untuk mendapatkan harga tertentu. Menurut *C.M.Lingga Purnama* (2006: 133) ada beberapa jenis penetapan harga :

- a. Penetapan harga berdasarkan *mark up*

Metode penetapan harga paling mendasar adalah dengan menambahkan *mark up* standar pada biaya produksi.

- b. Penentuan harga standar berdasarkan sasaran pengembalian (*Return target pricing*).

Metode penetapan harga yang digunakan untuk menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan perusahaan.

- c. Penetapan harga berdasarkan nilai yang dipersepsikan.

Metode ini semakin banyak digunakan, karena metode ini melihat persepsi nilai pembeli “bukan biaya penjual” sebagai kunci penetapan harga. Harga ditetapkan untuk menangkap nilai yang dipersepsikan tersebut.

- d. Penetapan harga nilai.

Metode ini menetapkan harga yang cukup rendah untuk penawaran bermutu tinggi. Penetapan harga nilai menyatakan bahwa harga harus mewakili suatu penawaran bernilai tinggi bagi konsumen.

- e. Penetapan harga sesuai harga berlaku.

Dalam metode ini, perusahaan kurang memperhatikan biaya atau permintaannya sendiri tetapi berdasarkan harganya terutama pada harga pesaing.

f. Penetapan harga berdasarkan penawaran tertutup.

Dalam metode ini, perusahaan menentukan harganya berdasarkan perkiraannya tentang bagaimana pesaing akan menentukan harga, bukan berdasarkan hubungan yang baku dengan biaya atau permintaan perusahaan.

Menurut *Kotler dan Keller* (2009:83), ada enam metode penetapan harga adalah sebagai berikut :

a. Penetapan Harga *Mark up*

Metode penetapan harga paling mendasar adalah menambah markup standar ke biaya produk. Sampai saat ini penetapan harga markup masih populer karena penjual dapat menentukan biaya jauh lebih mudah dari pada memperkirakan permintaan, kemudian harga cenderung sama dan persaingan harga terminimalisasi ketika perusahaan dalam industri menggunakan metode ini, dan terakhir banyak orang merasa bahwa penetapan harga biaya plus lebih adil bagi pembeli dan penjual.

b. Penetapan harga tingkat pengembalian sasaran

Perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi sasarannya.

c. Penetapan harga nilai anggapan

Nilai anggapan terdiri dari beberapa elemen seperti citra pembeli akan kinerja produk, kemampuan penghantaran dari saluran, kualitas jaminan, dukungan pelanggan, dan atribut yang kurang dominan seperti reputasi pemasok, kepercayaan dan harga diri.

d. Penetapan harga nilai

Metode yang menciptakan harga murah kepada konsumen untuk menarik perhatian konsumen dengan tidak mengabaikan kualitas produk perusahaan.

e. Penetapan harga going-rate

Perusahaan mendasarkan sebagian besar harganya pada harga pesaing, mengenakan harga yang sama, lebih mahal atau lebih murah dibandingkan harga pesaing utama.

3. Tujuan Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau ke daerah geografis baru dan ketika ia melakukan tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja yang baru.

Kebijaksanaan harga sebagai salah satu kebijaksanaan di dalam perusahaan tentu saja tidak boleh bertentangan dengan kebijaksanaan perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, tujuan penetapan harga harus selalu dikaitkan dengan tujuan perusahaan. Karena itu, sebaiknya tujuan perusahaan dinyatakan dengan tegas agar semua pihak di dalam perusahaan mengetahuinya.

Menurut *Basu Swastha dan Irawan* (2008:242), tujuan penetapan harga adalah :

1. Meningkatkan penjualan.
2. Mempertahankan dan memperbaiki market share.
3. Stabilitasi harga.
4. Mencapai target pengembalian investasi.
5. Mencapai laba maksimum dan sebagainya.

Menurut *Griffin dan Ebert* (2007:329) dalam penetapan harga, manajer memutuskan berapa yang akan diterima perusahaan sebagai imbalan produknya. Tujuan penetapan harga merujuk pada tujuan yang ingin didapatkan produsen sebagai akibat dari keputusan penetapan harga. Tujuan ini dapat dibagi menjadi dua kategori utama yaitu:

1. Penetapan harga untuk memaksimalkan laba.

Jika harga terlalu rendah, perusahaan memungkinkan menjual banyak unit produk tetapi kehilangan peluang untuk menciptakan laba tambahan atas setiap produk. Jika harga terlalu tinggi, laba besar akan tercipta atas masing-masing unit tetapi lebih sedikit unit yang terjual.

2. Tujuan pangsa pasar

Banyak perusahaan siap menerima laba minimal, bahkan kerugian hanya supaya pembeli bisa mencoba produk. Mereka bisa menggunakan penentuan harga untuk membangun pangsa pasar persentasi dari total penjualan perusahaan untuk jenis produk tertentu.

Dari beberapa keterangan di atas tentang tujuan dari penetapan harga, dapat disimpulkan bahwa tujuan penetapan harga adalah untuk kelangsungan hidup perusahaan dengan mencapai target pengembalian investasi, memaksimalkan laba, pertumbuhan penjualan, persaingan pasar dan pangsa pasar, penetapan harga dan mutu produk.

Manajer harus mengukur potensi dampak sebelum menetapkan harga akhir. Untuk tujuan ini, mereka menggunakan dua alur utama (yang sering digabungkan).

1. Penetapan harga berorientasi biaya

Para manajer menetapkan harga produk dengan menghitung biaya untuk menyediakannya bagi pembelanja (termasuk sewa, upah, dan biaya pembuatan). Ketika mereka menjumlahkan biaya-biaya ini dan menambahkan angka untuk meraih laba mereka menghasilkan *mark up*.

2. Analisis titik impas

Para manajer menaksir biaya total dan pendapatan untuk berbagai volume penjualan. Jumlah unit yang harus dijual yang dapat menghasilkan pendapatan total yang sama dengan total biaya disebut titik impas, yang tidak menghasilkan laba atau rugi.

Penetapan harga yang dilakukan selama ini oleh banyak perusahaan menggunakan berbagai metode yang berbeda dalam bentuk menetapkan harga dasar bagi barang dan jasa yang dihasilkan.

Menurut *Rudianto* (2006:232) ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk menentukan harga jual suatu produk dengan berbasis pada besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan, yaitu sebagai berikut :

1. Maksimalisasi laba.

Laba usaha per unit produk yang besar, tetapi tidak diimbangi dengan volume penjualan produk yang optimal, jelas hanya akan menghasilkan laba usaha total yang tidak optimal. Sebaliknya, laba usaha per unit produk yang kecil tetapi diimbangi dengan penjualan produk dalam volume yang besar, mungkin juga tidak akan menghasilkan laba usaha total seperti yang diharapkan. Jika faktor harga jual akan berpengaruh secara nyata terhadap volume penjualan produk maka menghitung dan menganalisis berbagai variasi dan alternatif harga jual dan volume penjualan sangat diperlukan untuk melihat alternatif yang paling menguntungkan bagi perusahaan. kombinasi antara harga jual dan volume penjualan yang paling menguntungkan harus dipilih untuk melihat dampak optimalnya perolehan laba usaha perusahaan.

2. Tingkat pengembalian atas modal yang digunakan.

Terkadang perusahaan menetapkan terlebih dulu besarnya tingkat pengembalian atas modal yang ditanamkannya di dalam suatu bidang usaha, sebagai dasar untuk menentukan harga jual produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. Tingkat pengembalian yang diharapkan oleh para penanam modal perusahaan mengharuskan perusahaan menggunakannya

sebagai dasar untuk menetapkan harga jual produk pada kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan.

3. Biaya konversi.

Jika suatu perusahaan memproduksi lebih dari satu produk dengan komposisi biaya yang berbeda satu dengan lainnya maka perusahaan tersebut dapat mempertimbangkan untuk membuat pilihan produksi yang paling menguntungkan bagi perusahaan. Maksudnya jika, perusahaan memiliki dua produk untuk dihasilkan dengan jumlah laba per unit yang sama antara satu produk dengan lainnya maka perusahaan harus melihat komposisi biaya di antara kedua produk. Dengan melihat dan menganalisis komposisi biaya masing-masing produk tersebut perusahaan dapat memilih untuk memproduksi salah satu produk saja yang memberikan keuntungan total yang lebih besar dari perusahaan.

4. Margin Kontribusi.

Margin kontribusi adalah selisih antara harga jual dengan biaya produksi variabel yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut. Margin kontribusi bukanlah laba kotor usaha. Margin kontribusi dihitung dengan mengabaikan biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan. Jika perusahaan telah mencapai titik impas (*break even point*) maka biaya tetap yang dikeluarkan perusahaan pada periode tersebut telah dibebankan dan ditutup oleh volume impas tersebut. Itu juga berarti bahwa untuk volume penjualan di atas volume impas perusahaan dapat mengabaikan biaya tetap

tersebut dalam menentukan harga jual produknya. Tentu saja hal itu adalah salah satu alternatif yang dapat diambil perusahaan dalam menghadapi berbagai macam persoalan di dalam menentukan harga jual produknya. Misalnya, dalam menghadapi persaingan harga yang ketat menentukan harga jual produk untuk pesanan khusus, menentukan harga jual produk untuk pesanan tambahan, dan sebagainya.

5. Biaya standar.

Jika perusahaan telah memiliki biaya standar yang dijadikan tolok ukur dalam menentukan besarnya biaya produksi maka penentuan harga jual dapat pula ditentukan berdasarkan biaya standar yang dimiliki perusahaan. Persoalannya, seringkali realisasi biaya produksi menyimpang dari biaya standar yang dimiliki perusahaan. Jika terjadi penyimpangan realisasi biaya produksi dari biaya standarnya.

B. Return On Investment

Agus Harjito dan Martono (2010:144) Investasi merupakan penanaman dana yang dilakukan oleh suatu perusahaan ke dalam suatu *asset* (aktiva) dengan harapan memperoleh pendapatan di masa yang akan datang.

Menurut *Agus Sartono* (2010: 123) “*Return on Investment (ROI)* atau yang sering juga disebut dengan “*Return on Total Assets*” merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan”. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan. *ROI* merupakan rasio

terpenting di antara rasio profitabilitas lain jika digunakan untuk memprediksi *return* investasi.

Menurut *Hesty Mariyati Lumbanraja*, (2014: 18) :*ROI* dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:

1. Tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan.
2. *Profit margin* dan besar keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih.

Efek dari kedua faktor tersebut adalah *ROI* berubah apabila terdapat perubahan pada profit margin. *ROI* naik ketika *profit margin* naik, dengan cara efisiensi sektor produksi, penjualan dan lain-lain.

Menurut *Munawir* (2004: 91-93) analisis *ROI* memiliki kegunaan dan kelemahan. Kegunaan analisis *ROI* yaitu sebagai berikut :

- a. Sebagai salah satu kegunaan yang prinsipil ialah sifatnya yang menyeluruh. Apabila perusahaan sudah menjalankan praktik akuntansi dengan baik maka manajemen dengan menggunakan teknik analisis *ROI* dapat mengukur efisiensi penggunaan modal kerja, efisiensi produk dan efisiensi penjualan.
- b. Apabila perusahaan mempunyai data industri untuk diperoleh rasio industri, maka dengan analisis *ROI* ini dapat dibandingkan efisiensi penggunaan modal pada perusahaannya dengan perusahaan lain yang sejenis, sehingga dapat diketahui apakah perusahaannya berada di bawah, sama, atau di atas rata-ratanya.

- c. Analisis *ROI* dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi atau bagian yaitu dengan mengalokasikan semua biaya dan modal ke dalam bagian yang bersangkutan. Artinya penting *rate of return* pada tingkat bagian adalah untuk dapat membandingkan efisiensi suatu bagian dengan bagian yang lain di dalam perusahaan yang bersangkutan.
- d. Analisa *ROI* digunakan untuk pengukuran profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
- e. *ROI* berguna untuk keperluan kontrol, juga berguna untuk perencanaan. Misalnya *ROI* digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan kalau perusahaan akan mengadakan ekspansi.

Disamping kegunaan dari analisis *ROI* terdapat kelemahan- kelemahan *ROI* yaitu sebagai berikut :

- a. Salah satu kelemahan yang ialah kesukaran dalam membandingkan *Rate of Return* suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis, mengingat bahwa praktek akuntansi yang digunakan masing-masing perusahaan tersebut adalah berbeda-beda. Perbedaan metode dalam penilaian berbagai aktiva antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, perbandingan tersebut akan memberikan gambaran yang salah.
- b. Kelemahan lain terletak pada fluktuasi nilai dari uang (daya beli) suatu mesin atau perlengkapan tertentu yang dibeli dalam keadaan inflasi nilainya

berbeda dengan kalau beli pada waktu tidak terjadi inflasi dan hal ini akan berpengaruh dalam menghitung *investment* dan *profit margin*.

- c. Analisa *ROI* tidak dapat digunakan untuk mengadakan perbandingan antara dua perusahaan atau lebih. *ROI* diperoleh dari dua rasio yang masing-masing mengandung unsur penjualan dimana penganalisa tidak mengetahui sebab terjadinya perubahan dalam penjualan tersebut. Dan kelemahan lain bahwa *ROI* tidak dapat menunjukkan atau memberikan gambaran struktur modal maupun perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur modal (*debt equity*) yang digunakan untuk membiayai aktiva tersebut.

C. Harga Jual Berdasarkan Tingkat Pengembalian Investasi

Dalam jangka panjang, harga jual produk harus dapat menutup seluruh biaya perusahaan, bukan hanya biaya produksi, tetapi juga biaya nonproduksi seperti biaya administrasi, umum, dan pemasaran. Jika tidak, perusahaan tidak mampu mempertahankan hidupnya. Harga jual yang ditetapkan sedikit di atas biaya variabel saja hanya dapat diterima dalam jangka pendek dan dalam kondisi tertentu. Dalam jangka panjang, seluruh biaya adalah relevan untuk menentukan harga jual dan harus dipertimbangkan secara eksplisit agar tujuan laba jangka panjang dapat tercapai.

Salah satu sasaran yang sering ditemui adalah keputusan menetapkan tingkat pengembalian modal yang digunakan dalam kegiatan untuk menghasilkan produk tertentu. *Return On Investment (ROI)* merupakan salah satu sasaran yang dimaksud.

$$ROI = \frac{\text{Profit margin}}{\text{Sales}} \times \frac{\text{Sales}}{\text{Investasi (Aktiva)}}$$

$$= \text{Profit margin} \times \text{sales turn over.}$$

Untuk menetapkan harga dengan tingkat (persentase) ROI tertentu digunakan dua langkah, sebagai berikut :

Pertama, menetapkan *persentase Mark-up* (kenaikan) dengan rumus:

$$\text{Persentase mark-up} = \frac{ROI + \text{Biaya}}{\text{Total Biaya Produksi}}$$

Kedua, menambah harga pokok produksi dengan *mark-up* pada langkah pertama.

Modifikasi rumus:

Dalam metode *full-cost*/ metode biaya penuh :

a. *Persentase mark-up*

$$= \frac{\text{Hasil (ROI) yang dikehendaki} + \text{biaya penjualan \& administrasi}}{\text{Volume (unit) x biaya produksi per unit}}$$

b. Jika daftar rugi/laba telah tersusun, maka rumusnya dapat dengan menggunakan :

Persentase mark-up

$$= \frac{\text{Marjin Bruto (Gross profit)}}{\text{Harga pokok penjualan}}$$

c. Sedangkan jika harga pokok yang digunakan adalah bentuk *Direct costing* atau metode *contribution*, rumusnya:

Persentase Mark-up

$$= \frac{ROI \text{ yang dikehendaki} + \text{biaya tetap}}{\text{Volume (unit)} \times \text{Biaya variabel}}$$

d. Jika daftar rugi/laba telah disusun, maka rumusnya:

Persentase mark-up

$$= \frac{\text{Contribution Margin}}{\text{Biaya variabel}}$$

Harga pokok produksi menunjukkan akumulasi biaya produksi untuk mengolah bahan baku menjadi bahan produk atau jasa siap jual. Harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutupi laba yang dikehendaki pada unit tersebut (margin). Harga merupakan satu hal penting, dimana harga merupakan komponen besar dari kepuasan konsumen, dan nilai produk adalah sesuatu yang dirasakan konsumen, jadi pembeli membantu menetapkan nilai dari produk. Dari sudut pandang produsen, harga mempunyai peranan yang sangat penting.

Mark up adalah suatu persentase yang diterapkan pada biaya dasar; meliputi laba yang diharapkan dan biaya-biaya yang tidak termasuk dalam biaya dasar. Metode ini adalah kondisi disaat pedagang membeli barang-barang dagangannya untuk dijual kembali dan harga jualnya menambahkan *mark up* tertentu terhadap harga beli. Masalah penting dalam penerapan penentuan harga jual *cost-plus* adalah penentuan besarnya persentase *mark up* yang ditambah pada

biaya. Baik pada pendekatan harga pokok produksi penuh maupun pada harga pokok produksi variabel, elemen biaya tertentu tidak dimasukkan ke dalam pengertian biaya, harga pokok produksi penuh tidak memasukkan biaya nonproduksi sebagai elemen biaya dan harga pokok produksi variabel tidak memasukkan biaya tetap sebagai elemen biaya. Oleh karena itu, *mark up* harus mampu menutup elemen biaya yang tidak dimasukkan ke dalam biaya dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Selain itu, penting juga diketahui mengenai presentase keuntungan yang diharapkan sehingga pemecahan dalam menetapkan keuntungan yang tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah, karena dengan presentase keuntungan yang terlalu tinggi akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan pada jangka panjang dan bisa membuat konsumen beralih pada perusahaan lain yang sejenis, sedangkan laba yang di peroleh tidak sesuai dengan yang diharapkan perusahaan (Slat, 2013).

Pendekatan *return on investment (ROI)* dapat digunakan untuk menentukan prosentasi *mark up* yang ditambahkan pada biaya. *Mark up* yang dihitung dengan pendekatan *ROI* menggambarkan biaya yang harus ditutup dan *return* atas investasi yang diinginkan. Pendekatan ini dapat digunakan untuk harga pokok penuh dan biaya variabel. Rumus *persentase mark up* adalah sebagai berikut (Supriyono, 2001):

Rumus perhitungan *mark up*:

Pendekatan harga pokok produksi penuh ditambah *mark up*:

$$\text{Presentase Mark up} = \frac{\text{Biaya Variabel} + \text{Return yang diinginkan atas aktiva}}{\text{Volume penjualan dalam unit} \times \text{biaya produksi per unit}}$$

Pendekatan harga pokok produksi variabel ditambah *mark up*:

$$\text{Presentase Mark up} = \frac{\text{Biaya Tetap} + \text{Return yang diinginkan atas aktiva}}{\text{Volume penjualan dalam unit} \times \text{biaya variabel per unit}}$$

$$\text{Harga jual} = \text{Harga Pokok} + \text{Persentase Mark up (Harga Pokok)}$$

Atau

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga Pokok} + \text{Mark Up}$$

Dasar penentuan *mark up* tidak selalu harus atas biaya pokok produksi. *Mark up* bisa juga ditentukan dari biaya bahan baku atau biaya tenaga kerja. Dasar penentuan *mark up* tergantung pada kondisi praktis di lapangan. Keuntungan utama dari penggunaan penentuan harga jual dengan cara *mark up* adalah mudah diterapkan.

Laba yang tinggi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan *output* yang lebih dari industri/perusahaan. Sebaliknya, laba yang rendah atau rugi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan kurang dari produk/ *komoditi* yang ditangani dan metode produksinya tidak efisien.

Tujuan dilaporkannya laba atau lebih dikenal dengan laba atau rugi adalah sebagai indikator efisiensi penggunaan dana yang digunakan sebagai dasar untuk pengukuran, penentuan, pengendalian, motivasi prestasi manajemen dan sebagai dasar kenaikan kemakmuran serta dasar pembagian *dividen* untuk para investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan.

D. Penelitian Terdahulu

Akhmad Naruli (2014) meneliti tentang “Analisis Penentuan harga jual produk dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan (studi kasus pada perusahaan kecap Menco Kendari)”. Hasil menyebutkan bahwa perhitungan harga jual pada perusahaan diperoleh dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik (tetap + variabel), laba yang diharapkan, dan dibagi jumlah produksi, sedangkan perhitungan pada Metode *Cost Plus Pricing* diperoleh dari biaya produksi, biaya overhead pabrik (variable + tetap), biaya non produksi, laba yang diharapkan, persentase *mark up*, dan dibagi biaya produksi. Sehingga dari analisis tersebut Metode *Cost Plus Pricing*, perusahaan mendapatkan laba yang diharapkan.

Ika Neni Kristanti (2013) meneliti tentang “Analisis Penetapan harga jual produk dengan metode *cost plus pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan pada toko mebel Lestari Pejagoan”. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa berdasarkan perhitungan harga jual dengan metode *cost plus* dan metode tingkat pengembalian atas modal harga yang dihasilkan setiap bulannya berbeda. Penulis menyimpulkan bahwa perbedaan tersebut dikarenakan

perbedaan jumlah produksi meja dan kursi sekolah tiap bulannya dan biaya yang dikeluarkan tiap bulannya.

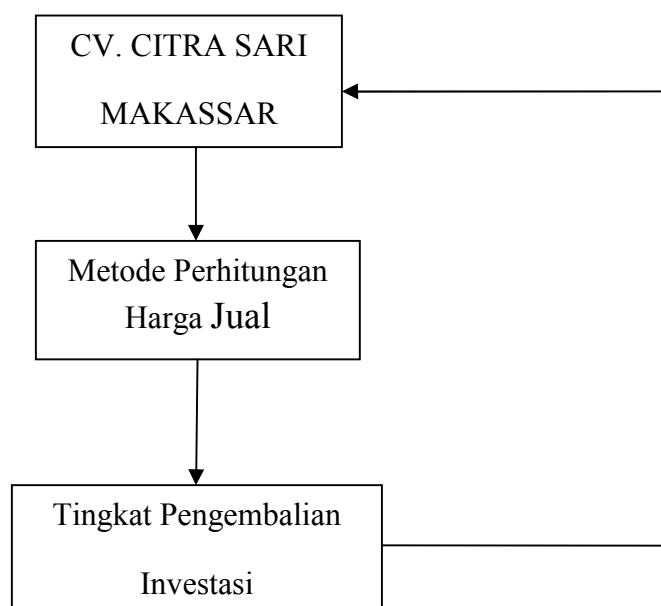
Samsul Bachri,dkk (2015) meneliti tentang “Analisis Pengembalian Investasi pada Industri Meubel CV. Maradda Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa dapat di analisis rata-rata pengembalian investasi awal setiap tahun sebesar 26,69%. Jika hasil rata-rata pengembalian investasi yang diharapkan sebesar 20% sesuai dengan suku bunga pinjaman dari lembaga keuangan (Bank) yang berlaku pada tahun yang sama setiap tahun, maka usulan investasi layak diterima karena hasil analisis diperoleh 26,69% per tahun lebih besar dari pada ARR yang diharapkan. Kemudian Hasil analisis Dengan Metode Payback Periods (waktu pengembalian investasi awal) selama 3 tahun 8 bulan 29 hari. Sedangkan umur ekonomis investasi 10 tahun, maka usulan investasi sangat layak karena waktu pengembalian investasi lebih cepat dari pada umur ekonomis investasi pada industri meubel CV.Maradda. Dengan demikian, maka diusulkan untuk diterima dan dilanjutkan kegiatan operasionalnya.

Tabel 2. 1
Daftar Hasil Penelitian-penelitian Terdahulu

NO	PENULIS	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN DAN VARIABEL YANG DIGUNAKAN	HASIL PENELITIAN
1	Desliane Wauran (2016)	Analisis penentuan harga pokok produk dan penerapan <i>cost plus pricing method</i> dalam rangka penetapan harga jual pada Rumah Makan Soto Rusuk Ko' Petrus Cabang Megamas.	Metode yang digunakan analisis deskriptif variabel yang digunakan yaitu harga jual, biaya, metode, laba harga jual, biaya, metode, laba.	Hasil menyebutkan bahwa adanya perbedaan terhadap harga jual yang saat ini berlaku dengan harga jual yang dihitung dengan menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> . Harga jual yang saat ini diberlakukan tidak dapat menutupi besarnya tingkat laba yang diharapkan.
2	Irvana Marina, dkk (2015)	Penerapan <i>Cost Plus Pricing</i> dalam keputusan penetapan harga jual untuk pesanan khusus pada UD. Dewa Bakery Manado.	Metode Penelitian deskriptif kuantitatif Variabel yang digunakan harga biaya plus, biaya variabel, harga jual, pesanan khusus.	Manajemen belum menerapkan analisis harga biaya plus dalam menghitung harga jual untuk pesanan khusus. Harga jual dengan menggunakan metode ini lebih rendah dibandingkan dengan metode yang telah digunakan perusahaan sebelumnya.
3	Rezandra Fitrah, dkk (2014)	Penentuan harga jual menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> dengan pendekatan variabel costing	Metode Penelitian : data kuantitatif Variabel yang digunakan : Harga jual, cost plus pricing, dan variabel costing	Penentuan harga jual dengan metode <i>cost plus pricing</i> melalui pendekatan <i>variabel costing</i> dapat memudahkan manajemen dalam mengambil keputusan khususnya dalam

				penentuan harga jual produk.
4	Winnie Gayatri (2013)	Penentuan harga jual produk dengan metode <i>cost plus pricing</i> pada PT. Pertani (PERSERO) Cabang Sulawesi Utara	Metode Penelitian deskriptif Variabel yang digunakan : harga jual, <i>cost plus pricing</i>	Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa terjadi perbedaan signifikan, sehingga terjadi perbedaan harga jual yang ditetapkan perusahaan dengan menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> .

E. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 : Kerangka Pikir Penelitian

F. Hipotesis

H: Diduga bahwa penentuan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi sudah tepat digunakan oleh perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada CV.CITRA SARI yang beralamat di Jl. Manuruki, No. 69 B, Makassar. Sedangkan waktu penelitiannya dilakukan kurang lebih 2 (dua) yaitu bulan Maret-April 2017.

B. Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis data dari penelitian ini adalah :

- a. Data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa informasi baik secara lisan maupun tulisan, yaitu; sejarah perusahaan, visi misi perusahaan, cara pembuatan sirup markisa dan lain-lain
- b. Data Kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa data dalam bentuk angka-angka, yaitu; data biaya bahan baku pembuatan sirup markisa, data biaya tenaga kerja, data biaya listrik, telepon dan air, dan data - data biaya lainnya yang berhubungan dengan judul penelitian.

2. Sumber Data

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung pada instansi yang bersangkutan dari hasil wawancara.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumentasi objek penelitian, berupa laporan tertulis yang dibuat secara periodik dan berkala.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Pada penelitian ini untuk memperoleh data yang relevan dalam menganalisis permasalahan tersebut maka penulis menggunakan dua metode yaitu;

1. Penelitian Pustaka (*Library Research*), yaitu pengumpulan data teoritis dengan cara menelaah berbagai buku literatur, pustaka yang lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*) yaitu pengumpulan data lapangan dengan cara sebagai berikut :
 - a. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti dan mengumpulkan data yang diperlukan.
 - b. Interview, yaitu mengadakan wawancara dan tanya jawab dengan pimpinan serta karyawan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.
3. Dokumentasi adalah pengumpulan data yang menyangkut dokumen-dokumen CV. CITRA SARI yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti.

D. Defenisi Operasional

1. Harga jual dalam arti sempit adalah merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Dalam arti luas, harga jual adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

2. “*Return on Investment (ROI)* atau yang sering juga disebut dengan “*Return on Total Assets*” merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan”.
3. Laba merupakan selisih positif antara pendapatan dalam suatu periode dan biaya yang dikeluarkan untuk mendatangkan laba.

E. Metode Analisis

Berdasarkan data yang diperoleh, analisa data yang digunakan adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu penjelasan perhitungan tentang penentuan harga jual produk dan pengaruhnya terhadap tingkat pengembalian investasi.

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan perolehan data sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu data biaya produksi, persediaan bahan baku, pembelian bahan baku serta data penjualan.
2. Melakukan proses perhitungan untuk mencari penentuan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi.

Kamaruddin Ahmad (2014) dalam bukunya Akuntansi Manajemen Salah satu pengukuran yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus :

Untuk menetapkan harga dengan tingkat (*persentase*) *ROI* tertentu digunakan dua langkah, sebagai berikut :

Pertama, menetapkan *persentase Mark-up* (kenaikan) dengan rumus:

$$= \frac{\text{Hasil (ROI) yang dikehendaki + biaya penjualan \& administrasi}}{\text{Volume (unit) x biaya produksi per unit}}$$

Kedua, Menambah harga pokok produksi dengan *mark-up* pada langkah pertama.

$$\text{Harga Jual} = \text{Harga pokok} + \text{Mark up}$$

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

CV. Citra Sari Makassar merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha minuman khususnya mengolah buah markisa menjadi sirup markisa. CV. Citra Sari Makassar memiliki karyawan sekitar 15 orang yang terdiri dari karyawan tetap dan karyawan harian. Saat ini CV. Citra Sari Makassar mulai mengembangkan usaha produksinya tidak hanya memproduksi minuman markisa tetapi juga memproduksi air mineral kemasan dan lain sebagainya.

CV. Citra Sari Makassar adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang usaha industri minuman markisa. Didirikan di Makassar dan telah memperoleh aspek legalitas berupa surat izin tempat usaha (SITU), surat izin usaha perdagangan, tanda dafar perusahaan (TDP), dan tanda daftar industri (TDI).

Sebelum mendirikan CV. Citra Sari Makassar, H. Muhammad Siri selaku pimpinan perusahaan sebelumnya berusaha sebagai pedagang barang pecah belah seperti kebutuhan rumah tangga di pasar sentral Makassar dan di pasar daya di Makassar sekitar tahun 1968 sampai 1994. Namun penjualan barang pecah belah tidak bertahan dan mengalami kerugian setelah pasar daya terbakar disusul terjadinya krisis ekonomi yang membuat daya beli masyarakat menurun dan akhirnya banyak usaha ditutup.

Selanjutnya pemilik mencoba membuka usaha pembuatan sirup markisa pada tahun 1996 skala kecil yang sebelumnya pemilik pelajari dari suatu kegiatan

penyuluhan dari instansi pemerintahan.

Dalam mengembangkan produk, organisasi dan manajemen perusahaan lebih mendahulukan permintaan pasar dan melihat perkembangan zaman sesuai visi dan misi perusahaan yang terus mengembangkan produk yang dihasilkan yang awalnya tahun 2000 baru menghasilkan sirup dan tahun 2011 sudah mengembangkan dodol markisa.

Awalnya perusahaan membeli bahan baku di pasar, tetapi sekarang ini sudah mengadakan kerja sama dengan kelompok tani, sehingga bahan baku markisa selalu tersedia, begitupun dengan pencucian botol dan packing berupa keranjang telah melatih masyarakat sekitar, sehingga penyerapan tenaga diharapkan mengurangi tingkat pengangguran dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, utamanya sekitar perusahaan dan petani di desa cikoro kecamatan Tompobulu Kabupaten Gowa, sebagai mana diketahui kebutuhan akan buah markisa meningkat terus.

Perusahaan mempunyai harapan bahwa pengembangan IKM markisa dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar, mengelolah potensi unggulan lokal secara optimal, mengurangi pengangguran dan meningkatkan semangat para pelaku industri kecil dan menengah yang sejenis, olehnya kami selalu berusaha untuk mencoba membuat terobosan baru, baik dari segi produksi dengan membuat dodol markisa yang masih berbahan dari buah markisa, dan sekarang ini merencanakan pembuatan minuman markisa siap minum dan selei markisa.

Tahun 1997 CV.Citra Sari Makassar sudah memiliki izin Depkes (sp.396/20.01/96) dan pada tahun 1998 mengalami perkembangan pesat sehingga memutuskan untuk mendirikan tempat produksi berukuran 10x10 meter dan saat ini telah berubah menjadi pabrik yang cukup presentatif untuk mengolah markisa.

Sejak tahun 2003 dimulailah memproduksi sirup markisa secara mekanis untuk memenuhi permintaan yang cukup banyak. Dan pada tahun 2007-2008 perusahaan mendapat bantuan mesin-mesin dari dinas Perindag Propinsi Sulawesi Selatan dan Perindag kota Makassar, disamping itu ada mesin-mesin yang kami rancang sendiri dan bantuan mesin dari pemerintah kami rekayasa kembali sehingga mesin tersebut bisa efektif beroperasi. Tahun 2011 sudah didaftarkan di balai POM untuk mendapatkan sertifikat MD.

B. Struktur Organisasi Perusahaan

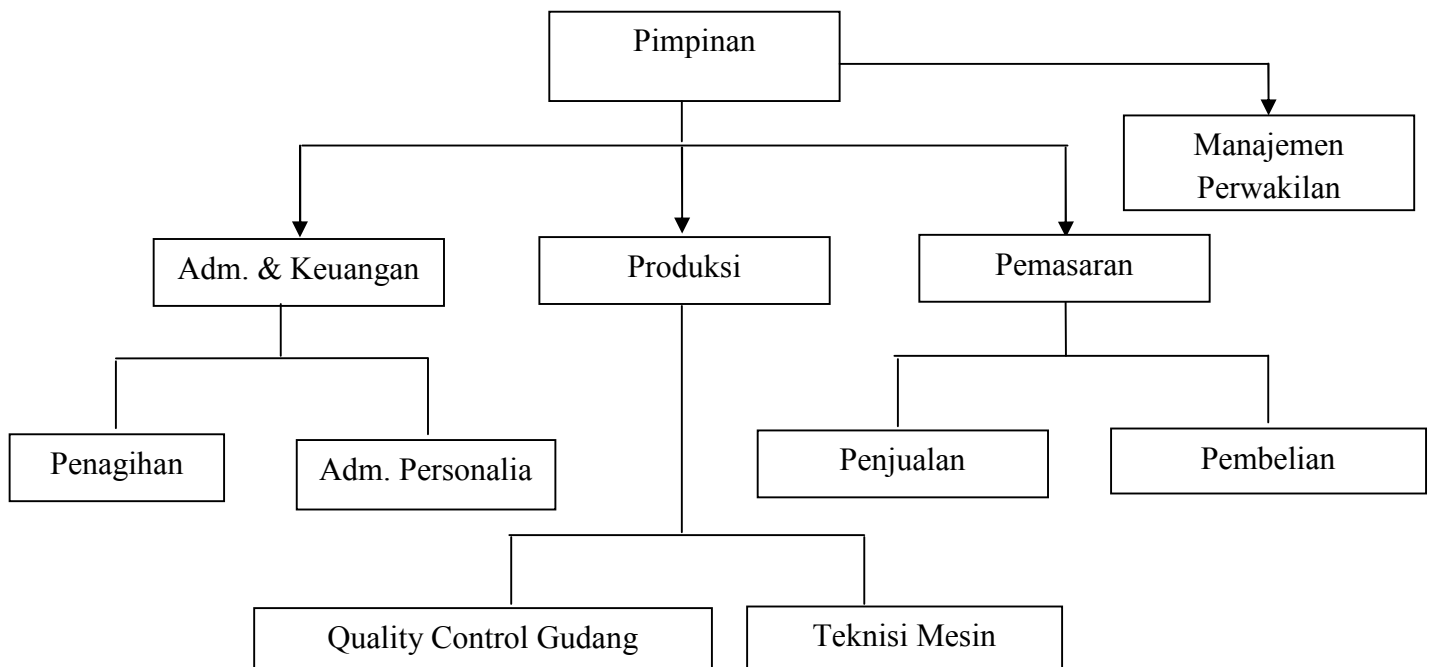
Di dalam usaha untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, perlu diketahui sampai mana batas-batas dan wewenang pertanggungjawaban masing-masing personil yang ada dalam perusahaan. Di dalam suatu organisasi baik perusahaan maupun organisasi lain, wewenang dan tanggungjawab masing-masing bagian atau personil yang ada di dalam organisasi harus ada saling kerjasama.

CV.Citra Sari Makassar dalam pengoperasian usahanya struktur organisasi merupakan serangkaian aktivitas yang menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan yang menunjukkan hubungan-hubungan seluruh pekerjaan atau jabatan masing-masing agar tugas-tugas dalam organisasi menjadi

efektif dan efisien. Bentuk dari struktur organisasi CV. Citra Sari Makassar adalah organisasi lini yaitu merupakan hubungan wewenang dan tanggung jawab langsung secara vertical yang dikaitkan dengan tugas jabatan tiap tingkatan atasan dan bawahan.

CV.Citra Sari Makassar mempunyai karakteristik bentuk organisasi dimana didalamnya terdapat pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang didelegasikan kepada anggota-anggotanya serta mempersiapkan kegiatan-kegiatan tersebut untuk dapat menjalankan rencana yang telah ditetapkan agar tujuan dapat tercapai. Adapun struktur organisasi CV. Citra Sari Makassar sebagai berikut:

STRUKTUR ORGANISASI CV.CITRA SARI MAKASSAR



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Citra Sari Makassar
(Sumber : Data Sekunder dari CV. Citra Sari Makassar)

C. Uraian Tugas

Adapun perincian tugas (fungsi) dari masing-masing bagian yang ada dalam perusahaan dapat dijelaskan satu persatu berikut ini :

1. Pimpinan
 - a. Menetapkan target dari penjualan per tahun.
 - b. Menetapkan garis-garis kebijakan dan menetapkan tujuan perusahaan.
2. Bagian Perwakilan Manajemen
 - a. Menyediakan informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan manajemen.
 - b. Memberikan informasi yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan secara efektif dan memberi dampak kelancaran pada bidang lainnya.
3. Kabag Keuangan
 - a. Melakukan analisis terhadap laporan keuangan perusahaan.
 - b. Melaksanakan pengendalian dan pengawasan bidang keuangan sesuai dengan target yang ditentukan.
4. Kabag Produksi
 - a. Mengatur waktu pekerjaan agar sesuai dengan waktu pengiriman.
 - b. Memberikan harga produksi untuk kepentingan marketing dalam membuat harga jual.
5. Bagian Pemasaran
 - a. Merencanakan, mengontrol, dan mengkoordinir proses penjualan dan pemasaran untuk mencapai target penjualan dan pengembangan pasar

secara efektifitas dan efisien.

- b. Merencanakan, pemasaran untuk mencapai target penjualan dan mengembangkan pasar secara efektif dan efisien,
- c. Menganalisis dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan layanan terhadap pelanggan.

6. Bagian Penagihan

- a. Menerima nota penjualan atau tanda terima faktur dari bagian administrasi untuk ditagih kepelanggan.
- b. Menyerahkan hasil tagihan berupa uang cash, giro, tanda terima faktur atau nota penjualan pada hari itu juga kebagian administrasin dengan melakukan tanda terima sesuai dengan yang ditentukan.

7. Bagian administrasi/Personalia

- a. Mengatur masalah yang berhubungan dengan penyediaan dan penggunaan dana
- b. Mengatur kebijaksanaan dan pengendalian keuangan untuk penghematan biaya pengeluaran perusahaan.
- c. Membuat daftar gaji dan upah karyawan

8. Bagian Quality Control/gudang

- a. Memeriksa barang secara detail
- b. Memberikan instruksi untuk mengulang kembali pekerjaan karena belum sesuai dengan standar kualitas perusahaan.

9. Bagian Teknisi mesin

- a. Melaksanakan pemeliharaan mesin
- b. Membuat rencana jadwal pemeliharaan, rencana biaya dan jumlah material yang diperlukan untuk pemeliharaan mesin dan kelengkapannya.

10. Bagian Penjualan

- a. Mengkoordinir penjualan agar memenuhi target.
- b. Menyusun rencana penjualan
- c. Memberikan kebijakan-kebijakan atas rencana penjualan.

11. Bagian pembelian

- a. Membuat pemesanan pembelian dan memesan barang/bahan baku kepada pemasok.
- b. Menentukan pemasok yang dipilih dalam pengadaan barang/bahan baku.

D. Visi Dan Misi

1. Visi CV. Citra Sari Makassar

- a. Menghasilkan produk olahan markisa yang berkualitas.
- b. Membuka lapangan kerja seluas-luasnya.

2. Misi CV. Citra Sari Makassar

- a. Mengoptimalkan sumber daya manusia agar mampu menghasilkan mesin produksi.
- b. Mengoptimalkan peran petani untuk menghasilkan buah markisa

berkualitas.

- c. Melakukan penelitian atau eksperimen agar bisa menghasilkan produk dari olahan buah markisa

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Klasifikasi Biaya Operasional

Informasi keuangan digunakan dalam pemecahan masalah mengenai bagaimana penentuan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi. Diasumsikan bahwa dalam penelitian proses produksi, harga bahan dan tarif serta harga jual produk tidak berubah dalam jangka pendek.

1. Data Produksi

Kapasitas produksi normal setiap hari masing-masing produk 151 botol per hari, rata-rata produksi setiap bulannya adalah 3.618 botol, sehingga total produksi CV. Citra Sari dalam kapasitas normal satu tahun mencapai 43.423 botol.

2. Data Bahan Baku Langsung

Bahan baku yang diperlukan dalam memproduksi sirup markisa antara lain buah markisa matang (sari markisa), gula pasir, air kaporit, pengawet bensoal (aroma, pengawet, pewarna, & pengental). Biaya bahan baku yang dibutuhkan selama satu tahun untuk memproduksi 43.423 botol sirup markisa adalah Rp 457.374.459 sehingga biaya bahan baku langsung yang dibebankan pada setiap produksi sirup markisa adalah Rp 10.553 per botol.

3. Data Tenaga Kerja Langsung

Tenaga Kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi sirup markisa berjumlah 10 orang, terdiri dari 3 orang penyortiran/pencucian, 3

orang bagian pengeringan, 2 orang pencampuran, dan 2 orang pengepakan.

4. Proses Produksi

Proses produksi adalah suatu cara atau metode maupun teknik bagaimana menciptakan atau menambah faedah suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber-sumber yang ada. Perusahaan industri sirup markisa CV.Citra Sari Makassar menggunakan manual dan mesin untuk menghasilkan minuman markisa. Adapun mesin yang digunakan dalam proses produksi adalah;

- a. Mesin pengilah buah
 - 1) Mesin pengeruk buah
 - 2) Mesin pencampur
- b. Mesin pembuatan minuman markisa
 - 1) Mesin pencampur
 - 2) Mesin pengisian/ vill mesin
 - 3) Pengepakan (mesin skring plastik/mesin segel)
 - 4) Timbangan digital

Secara singkat proses produksi dapat dijelaskan sebagai berikut :

Buah markisa dicuci memakai air dan selanjutnya dibilas dengan air bersih, kemudian dikeringkan, setelah kering buah markisa dipotong dengan menggunakan mesin pemotong, kemudian isinya dikeruk dengan menggunakan mesin pengeruk, kemudian pisahkan biji dengan buah menggunakan mesin pemisah biji dan buah dengan menggunakan mesin pemisah biji dan buah.

Setelah sari markisa siap, air dimasak setelah mendidih masukkan gula pasir, kira-kira panas 70% masukkan sari markisa, aduk sampai tercampur rata sampai masukkan pengawet bensoal, selanjutnya panasi sampai sekitar 80%, jangan lebih, setelah mencapai 80% matikan api dan dinginkan kemudian masukkan ke dalam botol yang telah disiapkan.

B. Kalkulasi Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Berkaitan dengan uraian tersebut di atas, yang menjadi obyek penelitian penulis adalah pada CV. Citra Sari Makassar yakni perusahaan yang bergerak dibidang industri sirup markisa, sehingga dalam melakukan aktivitas produksi sirup markisa maka yang menjadi titik pokok dalam penelitian ini adalah biaya produksi. Sebab tanpa biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka perusahaan tidak akan dapat melakukan aktivitas operasional secara optimal.

Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan perhitungan harga pokok produksi. Di mana harga pokok produksi adalah seluruh biaya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam produksi, di mana harga pokok produksi sirup markisa yang dapat meliputi; biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.

Sebelum dilakukan perhitungan harga pokok produksi, maka terlebih dahulu akan disajikan data produksi sirup markisa untuk bulan Januari s/d

Desember tahun 2016 yang dapat dilihat pada tabel 5.1 berikut:

Tabel 5.1
CV.Citra Sari Makassar
Volume Produksi
Tahun 2016

Bulan	Volume Produksi
Januari	3.352
Februari	3.503
Maret	3.701
April	3.653
Mei	3.801
Juni	3.653
Juli	3.752
Agustus	3.651
September	3.551
Oktober	3.652
November	3.652
Desember	3.502
Jumlah	43.423

Sumber: CV.Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Tabel 5.1 yakni data produksi sirup markisa yang diperoleh dari perusahaan CV. Citra Sari Makassar. Volume produksi sirup markisa dari bulan Januari s/d Desember tahun 2016 mengalami kenaikan dan penurunan dengan volume produksi tertinggi terjadi pada bulan Mei yakni sebanyak 3.801 botol, sedangkan volume produksi terendah terjadi pada bulan Januari yakni sebesar 3.352 botol. Total volume produksi sirup markisa pada CV.Citra Sari pada tahun 2016 adalah sebanyak 43.423 botol. Dari data produksi sirup markisa diatas masih akan disajikan kalkulasi biaya produksi yaitu sebagai berikut:

1. Data Biaya

a. Biaya Bahan Baku Langsung

Besarnya biaya bahan baku langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi minuman markisa sebanyak 43.423 botol, yang dapat disajikan pada tabel 5.2 berikut :

Tabel 5.2
CV.Citra Sari Makassar
Biaya Bahan Baku
Tahun 2016

No	Jenis Bahan Baku	% penggunaan	Produksi (botol)	Kuantitas (Kg)	Harga (Rp)	Biaya Bahan Baku (Rp)
1	Gula Pasir	20%	43.423	8.685	11.000	Rp 95.530.600
2	Sari Markisa	30%	43.423	13.027	22.500	Rp 293.105.250
3	Aroma	8%	43.423	3.474	6.000	Rp 20.843.040
4	Pengawet	7%	43.423	3.040	3.500	Rp 10.638.635
5	Pewarna	10%	43.423	4.342	4.500	Rp 19.540.350
6	Pengental	6%	43.423	2.605	6.800	Rp 17.716.584
Jumlah biaya bahan baku langsung (Rp)						RP 457.374.459

Sumber: CV.Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Tabel 5.2 yakni data biaya bahan baku langsung dalam produksi sirup markisa yang diperoleh dari CV. Citra Sari Makassar. Bahan baku langsung yang digunakan untuk memproduksi sirup markisa terdiri dari 20% gula pasir, 30% sari markisa, 8% aroma, 7% pengawet, 10% pewarna, dan 6% pengental. Total biaya bahan baku langsung yang digunakan perusahaan pada tahun 2016 dalam memproduksi sirup markisa

adalah Rp 457.374.459 atau Rp 10.531 per botol dengan jumlah produksi 43.423 botol. Adapun rincian biaya bahan baku ditunjukkan pada tabel 5.3 berikut :

Tabel 5.3
CV.Citra Sari Makassar
Kuantitas Bahan Baku per Bulan
Tahun 2016

Bulan	Volume Produksi	Kuantitas (Kg)					
		Gula Pasir	Sari Markisa	Aroma	Pengawet	Pewarna	Pengental
Januari	3.352	670	1.006	268	235	335	201
Februari	3.503	701	1.051	280	245	350	210
Maret	3.701	740	1.110	296	259	370	222
April	3.653	731	1.096	292	256	365	219
Mei	3.801	760	1.140	304	266	380	228
Juni	3.653	731	1.096	292	256	365	219
Juli	3.752	750	1.126	300	263	375	225
Agustus	3.651	730	1.095	292	256	365	219
September	3.551	710	1.065	284	249	355	213
Oktober	3.652	730	1.096	292	256	365	219
November	3.652	730	1.096	292	256	365	219
Desember	3.502	700	1.051	280	245	350	210
Total	43.423	8.685	13.027	3.474	3.040	4.342	2.605

Sumber: CV.Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Tabel 5.3 yakni data kuantitas bahan baku langsung dalam produksi sirup markisa pada CV. Citra Sari Makassar. Penggunaan gula pasir selama tahun 2016 adalah sebanyak 8.685 kg, sari markisa 13.027 kg, aroma 3.474 kg, pengawet 3.040 kg, pewarna 4.342 kg, dan pengental 2.605 kg.

Tabel 5.4
CV.Citra Sari Makassar
Harga Bahan Baku per Bulan
Tahun 2016

Bulan	Harga (Rp)					
	Gula Pasir	Sari Markisa	Aroma	Pengawet	Pewarna	Pengental
Januari	7.374.400	22.626.000	1.608.960	821.240	1.508.400	1.367.616
Februari	7.706.600	23.645.250	1.681.440	858.235	1.576.350	1.429.224
Maret	8.142.200	24.981.750	1.776.480	906.745	1.665.450	1.510.008
April	8.036.600	24.657.750	1.753.440	894.985	1.643.850	1.490.424
Mei	8.362.200	25.656.750	1.824.480	931.245	1.710.450	1.550.808
Juni	8.036.600	24.657.750	1.753.440	894.985	1.643.850	1.490.424
Juli	8.254.400	25.326.000	1.800.960	919.240	1.688.400	1.530.816
Agustus	8.032.200	24.644.250	1.752.480	894.495	1.642.950	1.489.608
September	7.812.200	23.969.250	1.704.480	869.995	1.597.950	1.448.808
Oktober	8.034.400	24.651.000	1.752.960	894.740	1.643.400	1.490.016
November	8.034.400	24.651.000	1.752.960	894.740	1.643.400	1.490.016
Desember	7.704.400	23.638.500	1.680.960	857.990	1.575.900	1.428.816
Total	95.530.600	293.105.250	20.843.040	10.638.635	19.540.350	17.716.584
	Rp 457.374.459					

Sumber: CV.Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Tabel 5.4 yakni data jumlah harga dari penggunaan bahan baku langsung per bulan dalam produksi sirup markisa pada CV.Citra Sari Makassar. Biaya untuk penggunaan gula pasir selama tahun 2016 adalah sebesar Rp 95.530.600, sari markisa Rp 293.105.250, aroma Rp 20.843.040, pengawet Rp 10.638.635, pewarna Rp 19.540.350, dan pengental Rp 17.716.584.

Penggunaan biaya bahan baku setiap bulannya mengalami pasang surut dikarenakan jumlah produksi dan jumlah penjualan setiap bulannya berbeda. Penggunaan bahan baku tertinggi terjadi pada bulan Mei. Bulan Mei perusahaan memproduksi sebanyak 3.801 botol yg terdiri dari gula pasir sebanyak 760 kg atau Rp 8.362.200, sari markisa sebanyak 1.140 kg atau Rp 25.656.750, aroma sebanyak 304 kg atau Rp 1.824.480, pengawet sebanyak 266 kg atau Rp 931.245, pewarna sebanyak 380 kg atau Rp1.710.450, dan pengental sebanyak 228 kg atau Rp 1.550.808. Sedangkan penggunaan biaya bahan baku terendah terjadi pada bulan Januari yakni sebanyak 3.352 botol yang terdiri dari gula pasir sebanyak 670 kg atau Rp 7.374.400, sari markisa sebanyak 1.006 kg atau Rp22.626.000, aroma sebanyak 268 kg atau Rp 1.608.960, pengawet sebanyak 235 kg atau Rp 821.240, pewarna sebanyak 335 kg atau Rp1.508.400, dan pengental sebanyak 201 kg atau Rp 1.367.616.

b. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Berdasarkan biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh perusahaan CV. Citra Sari Makassar selama tahun 2015 dapat disajikan melalui tabel 5.5, berikut :

Tabel 5.5
CV. Citra Sari Makassar
Biaya Tenaga Kerja langsung
Tahun 2016

No	Jenis Tenaga Kerja Bagian Produksi	Tenaga Kerja (Orang)	Hari Kerja (Hari)	Upah Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)
1	Penyortiran/Pencucian	3	288	50.000	43.200.000
2	Pengeringan	3	288	50.000	43.200.000
3	Pencampuran	2	288	50.000	28.800.000
4	Pengepakan	2	288	50.000	28.800.000
Total Biaya Tenaga Kerja		10			144.000.000

Sumber : CV. Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

*) Jumlah hari kerja = 24 x 12 bulan

Tabel 5.5 yakni biaya tenaga kerja langsung yang dikeluarkan oleh CV.Citra Sari Makassar selama tahun 2016. Jumlah Tenaga kerja langsung yang terlibat dalam proses produksi sirup markisa pada CV.Citra Sari Makassar berjumlah 10 orang, 3 orang bagian penyortiran/ pencucian, 3 orang bagian pengeringan, 2 orang bagian pencampuran, dan 2 orang bagian pengepakan. Tenaga kerja ini dibayar dengan upah harian Rp50.000 per hari. Dalam tabel di atas menunjukkan bahwa total biaya tenaga kerja langsung pada CV.Citra Sari sebesar Rp 144.000.000 untuk 10 orang karyawan.

c. Biaya Overhead Pabrik

Rincian biaya listrik, air & telepon yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam memproduksi sirup markisa selama tahun 2016, yang dapat disajikan pada tabel 5.6 yaitu sebagai berikut :

Tabel 5.6
CV. Citra Sari Makassar
Biaya Listrik Air & Telepon
Tahun 2016

Bulan	Biaya Listrik	Biaya Telepon	Biaya Air PDAM
Januari	932.050	345.700	579.850
Februari	1.013.250	245.650	650.050
Maret	1.219.200	198.750	689.750
April	1.076.250	235.450	655.950
Mei	1.251.850	223.550	758.700
Juni	1.008.100	205.550	635.850
Juli	1.240.350	213.650	758.650
Agustus	1.092.000	315.600	631.950
September	995.850	219.850	632.500
Oktober	1.076.500	278.950	655.950
November	1.122.450	285.400	725.350
Desember	995.300	208.750	625.450
Jumlah	Rp 13.023.150	Rp 2.976.850	Rp 8.000.000

Sumber : CV. Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Tabel 5.6 adalah rincian biaya listrik, telepon dan air pada bulan Januari sampai Desember 2016. Biaya listrik selama tahun 2016 adalah Rp13.023.150, Biaya telepon ditahun 2016 adalah Rp 2.976.850, dan biaya air PDAM selama tahun 2016 adalah Rp 8.000.000. Maka Jumlah biaya listrik, telepon, dan air PDAM dari bulan Januari sampai Desember 2016 adalah Rp 24.000.000.

Berikut ini tabel 5.7 yakni tabel harga perolehan mesin. Dengan umur ekonomis setiap mesin 8 tahun. Metode perhitungan penyusutan menggunakan metode garis lurus. Penyusutan mesin pemotong

Rp3.500.000, mesin pengerukan Rp 3.750.000, mesin pemisah biji & sari Rp4.000.000, mesin pencampuran Rp 4.250.000, Mesin pengisian Rp4.500.000, dan mesin shrink Rp 4.750.000. Akumulasi penyusutan seluruh mesin selama tahun 2016 adalah sebesar Rp 24.750.000. Besarnya harga perolehan mesin yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat disajikan melalui tabel 5.7 berikut :

Tabel 5.7
CV. Citra Sari Makassar
Harga Perolehan Mesin

Jenis Mesin	Harga Perolehan	UE	Penyusutan /tahun
Mesin Pemotongan	Rp 28.000.000	8 Tahun	Rp 3.500.000
Mesin Pengerukan	Rp 30.000.000	8 Tahun	Rp 3.750.000
Mesin Pemisah Biji & Sari	Rp 32.000.000	8 Tahun	Rp 4.000.000
Mesin Pencampuran	Rp 34.000.000	8 Tahun	Rp 4.250.000
Mesin Pengisian	Rp 36.000.000	8 Tahun	Rp 4.500.000
Mesin Shrink	Rp 38.000.000	8 Tahun	Rp 4.750.000
Total	Rp 198.000.000		Rp 24.750.000

Sumber : CV.Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Berikut ini tabel 5.8 yakni tabel biaya overhead pabrik. Biaya Overhead pabrik pada CV.Citra Sari Makassar terdiri dari Biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya penyusutan aktiva, biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva , biaya listrik & telpon, serta biaya air PDAM. Besarnya biaya overhead pabrik yang dikeluarkan oleh perusahaan selama tahun 2016 dapat disajikan melalui tabel 5.8 berikut :

Tabel 5.8
CV. Citra Sari Makassar
Biaya Overhead Pabrik
Tahun 2016

No	Jenis Biaya Overhead Pabrik	Biaya Overhead Pabrik (Rp)
1	Biaya bahan penolong	42.000.000
2	Biaya tenaga kerja tidak langsung	14.800.000
3	Biaya penyusutan aktiva tetap	24.750.000
4	Biaya reparasi & pemeliharaan	10.000.000
5	Biaya listrik & telepon	16.000.000
6	Biaya air PDAM	8.000.000
Total Biaya Overhead Pabrik		115.550.000

Sumber : CV. Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Tabel 5.8 yakni data biaya overhead pabrik dalam produksi sirup markisa yang dikeluarkan oleh CV. Citra Sari Makassar. Biaya Overhead pabrik CV.Citra Sari Makassar selama tahun 2016 yakni sebesar Rp115.550.000, yang terdiri dari biaya bahan penolong Rp 42.000.000, biaya tenaga kerja tidak langsung Rp 14.800.000, biaya penyusutan aktiva Rp24.750.000, biaya reparasi dan pemeliharaan aktiva Rp 10.000.000, serta biaya listrik & telpon, air Rp 24.000.000

Berdasarkan tabel data biaya produksi, maka akan disajikan rincian biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan selama tahun 2016 yang dapat dilihat pada tabel 5.9, berikut :

Tabel 5.9
CV. Citra Sari Makassar
Struktur Biaya Produksi Sirup Markisa
Tahun 2016

Jenis Biaya Produksi	Biaya Produksi	
	RP	Per Botol
A. Biaya Bahan Baku Langsung		
1. Gula Pasir	95.530.600	2.200
2. Sari Markisa	293.105.250	6.750
3. Aroma	20.843.040	480
4. Pengawet	10.638.635	245
5. Pewarna	19.540.350	450
Jumlah Biaya Bahan Baku	Rp 457.374.459	10.533
B. Biaya Tenaga Kerja Langsung		
1. Penyortiran/ Pencucian	43.200.000	994,86
2. Pengeringan	43.200.000	994,86
3. Pencampuran	28.800.000	663,24
4. Pengepakan	28.800.000	663,24
Jumlah Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 144.000.000	3.316,21
C. Biaya Overhead Pabrik		
1. Biaya bahan penolong	42.000.000	967,23
2. Biaya tenaga kerja tidak langsung	14.800.000	340,83
3. Biaya penyusutan aktiva tetap	24.750.000	569,97
4. Biaya reparasi & pemeliharaan	10.000.000	230,29
5. Biaya listrik & telepon	16.000.000	368,47
6. Biaya air PDAM	8.000.000	184,23
Jumlah Biaya Overhead Pabrik	Rp 115.550.000	2.661,03
Total Biaya Produksi	Rp 716.924.459	16.510,25

Sumber : CV. Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Tabel 5.9 yakni struktur biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan maka biaya produksi selama produksi adalah biaya bahan baku sebesar Rp 457.374.459 atau Rp 10.533/botol, biaya tenaga kerja langsung Rp115.200.000 atau Rp 2.653/botol dan biaya overhead pabrik Rp115.550.000 atau Rp 2.661/ botol.

C. Perhitungan Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Di samping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai, sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa.

Sebelum melakukan perhitungan harga jual maka terlebih dahulu dilakukan perhitungan harga pokok produk. Berikut ini adalah perhitungan harga pokok produksi pada CV. Citra Sari Makassar yang dapat dilihat pada tabel 5.10, yaitu berikut:

Tabel 5.10
CV. Citra Sari Makassar
Laporan Harga Pokok Produksi
Tahun 2016

Persediaan awal Bahan Baku	Rp	95.800.000	
Pembelian Bahan Baku (Netto)	Rp	413.447.505 (+)	
Tersedia untuk digunakan		Rp	509.247.505
Persediaan akhir bahan baku	Rp	51.873.046 (-)	
Biaya Bahan Baku	Rp		457.374.459
Biaya tenaga kerja langsung	Rp		144.000.000
Biaya overhead Pabrik	Rp		115.550.000 (+)
Harga Pokok Produksi			Rp 716.924.459

Sumber : CV. Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Dari tabel 5.10 yakni laporan harga pokok produksi yang menunjukkan bahwa persediaan awal bahan baku tahun 2016 adalah Rp 95.800.000 dan pembelian bahan baku tahun 2016 sebesar Rp 413.447.505. Berdasarkan data tersebut maka persediaan bahan baku adalah Rp 509.247.505 dan biaya bahan baku yang digunakan selama tahun 2016 sebesar Rp 457.374.459.

Berdasarkan hitungan pada tabel 5.9 maka dapat diketahui harga pokok produksi selama tahun 2016 adalah Rp 716.924.459 untuk 43.423 botol sirup markisa. Harga pokok produksi tersebut sama besarnya dengan biaya produksi. Hal ini dikarenakan CV.Citra Sari Makassar tidak memiliki persediaan dalam proses awal begitu pula dengan barang dalam proses akhir. Keadaan ini

menunjukkan bahwa perusahaan CV. Citra Sari Makassar merupakan perusahaan industri yang menggunakan sistem produksi proses namun berdasarkan pesanan tiap-tiap langganan sehingga jumlah yang diproduksi hanya berdasarkan jumlah pesanan. Dengan demikian maka diakhir proses semua unit produksi harus terselesaikan.

Dengan demikian maka perhitungan harga pokok produk markisa per botolnya dapat dihitung dengan perhitungannya sebagai berikut :

$\begin{aligned} \text{Harga Pokok Produksi / botol} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 716.924.459}{43.423} \\ &= \text{Rp } 16.510,25 \text{ atau Rp } 16.510 \end{aligned}$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka besarnya harga pokok produksi sirup markisa pada CV.Citra Sari Makassar pada tahun 2016 yaitu sebesar Rp 16.510 /botol.

5. Penentuan Tingkat Pengembalian Investasi (ROI)

Laba yang diharapkan berdasarkan tingkat pengembalian investasi (ROI) yang ditargetkan pada CV.Citra Sari Makassar sebesar 30% dari investasi yang digunakan yaitu Rp 664.000.000. Investasi terdiri dari mesin sebesar Rp198.000.000 dan modal kerja sebesar Rp 466.000.000. Perhitungan tingkat pengembalian investasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Laba yang diharapkan} &= \text{ROI} \times \text{Investasi} \\
 &= 30\% \times \text{Rp } 664.000.000 \\
 &= \text{Rp } 199.200.000
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka laba yang diharapkan perusahaan dengan jumlah investasi sebesar Rp 664.000.000 adalah sebesar Rp 199.200.000.

6. Perhitungan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi

Salah satu pengukuran yang digunakan oleh perusahaan dalam menentukan harga jual dengan tingkat (*persentase*) *Return on Investment (ROI)* tertentu digunakan dua langkah, sebagai berikut :

Pertama, menetapkan *persentase Mark-up* (kenaikan) dengan rumus:

Persentase *Mark Up* :

$$= \frac{\text{Hasil (ROI) yang dikehendaki} + \text{biaya penjualan \& administrasi}}{\text{Volume (unit) x biaya produksi per unit}}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Mark up tahun 2016} &= \frac{(30\% \times \text{Rp } 664.000.000) + \text{Rp } 43.800.000}{43.423 \times 16.510} \\
 &= \frac{\text{Rp } 243.000.000}{\text{Rp } 716.924.459} \\
 &= 0,3389 \text{ atau } 33,9\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka *persentase mark up* yang dihasilkan adalah 33,9 %. *Persentase mark up* yang dihasilkan berdasarkan rumus lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat *Return on Investment (ROI)* yang yang ditetapkan

oleh perusahaan CV.Citra Sari Makassar yakni sebesar 30%.

Kedua, Menambah harga pokok produksi dengan *mark-up* pada langkah pertama.

$\text{Harga Jual} = \text{Harga Pokok} + \text{Mark up}$

Berdasarkan rumus diatas, maka harga jual untuk sirup markisa adalah sebagai berikut:

$\begin{aligned} \text{Harga Jual per botol} &= 16.510 + (33,9\% \times \text{Rp } 16.510) \\ &= 16.510 + 5.597 \\ &= \text{Rp } 22.107 \text{ Per botol} \end{aligned}$
--

Berdasarkan uraian perhitungan harga jual, maka harga jual sirup markisa pada CV.Citra Sari Makassar yang ditetapkan berdasarkan tingkat pengembalian investasi adalah Rp 22.107 per botol dengan dasar harga pokok produksi Rp 16.510 per botol dan dengan persentase *Mark up* sebesar 33,89%. Berdasarkan data sebelumnya jumlah volume produksi sirup markisa pada CV. Citra Sari Makassar tahun 2016 sebanyak 43.423 botol.

Berdasarkan hasil perhitungan, selanjutnya akan disajikan laporan laba rugi yang dapat dilihat pada tabel 5.11 berikut:

Tabel 5.11
CV. Citra Sari Makassar
Laporan Laba Rugi
Tahun 2016

Penjualan	43.423 @ Rp 22.107		Rp 959.952.261
Harga Pokok Penjualan	43.423 @ Rp16 510	Rp (716.924.459)	
Lab Kotor			Rp 243.027.802
Biaya- Biaya Operasional			
Biaya Penjualan			
Biaya Promosi	Rp 4.000.000		
Gaji Bagian Penjualan	Rp 14.400.000		
Biaya Angkut	Rp 11.000.000		
Jumlah Biaya Penjualan		Rp 29.400.000	
Biaya Adm/ Umum			
Gaji bagian adm/umum	Rp 14.400.000		
Jumlah biaya adm & umum		Rp 14.400.000	
Total Biaya Operasional			(Rp 43.800.000)
Lab Bersih			Rp 199.227.802

Sumber : CV. Citra Sari Makassar (data diolah 2017)

Berdasarkan tabel 5.11 dapat diketahui apabila perusahaan dapat menjual semua produksi sirup markisa yakni sebanyak 43.423 botol maka laba kotor yg diperoleh CV.Citra Sari Makassar sebesar Rp 243.027.802. Laba kotor perusahaan dikurangi total biaya operasional perusahaan Rp43.800.000. Maka Perusahaan CV.Citra Sari Makassar dapat memperoleh laba bersih sebesar Rp 199.227.802. Laba tersebut sesuai dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan yakni sebesar Rp 199.200.000. Berdasarkan laba

yang dihasilkan perusahaan maka dapat dihitung tingkat pengembalian investasi (ROI) sebagai berikut :

$$ROI = \frac{\text{Profit margin}}{\text{Sales}} \times \frac{\text{Sales}}{\text{Investasi (Aktiva)}}$$

$$= \text{Profit margin} \times \text{sales turn over.}$$

$$ROI = \frac{\text{Rp } 199.227.802}{\text{Rp } 664.000.000}$$

$$= 0,30004 \text{ atau } 30 \%$$

Berdasarkan perhitungan diatas, dengan menggunakan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi maka laba yang dihasilkan telah sesuai dengan *Return On Investment* (ROI) yang di inginkan oleh perusahaan yakni sebesar 30 %.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual terhadap tingkat pengembalian investasi pada CV.Citra Sari Makassar. Perhitungan biaya produksi yang dilakukan oleh perusahaan biasanya tidak dihitung secara rinci melainkan beberapa biaya dihitung berdasarkan biaya yang diestimasi atau diperkirakan oleh perusahaan. Penentuan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi yakni menghitung seluruh pengeluaran yang terjadi mulai dari biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, menghitung harga pokok produksi kemudian menetapkan

harga jual produk dengan menambahkan laba yang diharapkan dikalikan dengan jumlah investasi ditambah biaya penjualan dan administrasi & umum. Tingkat pengembalian investasi yang ditentukan oleh perusahaan adalah sebesar 30%, sedangkan berdasarkan perhitungan, *persentase mark up* yang seharusnya digunakan oleh perusahaan adalah sebesar 33.9% sehingga diharapkan volume penjualan meningkat dan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan dapat tercapai. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penentuan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi sangat tepat diterapkan oleh perusahaan CV.Citra Sari Makassar, karena tingkat pengembalian investasi yang diharapkan oleh perusahaan dapat tercapai. Harga jual sirup markisa berdasarkan tingkat pengembalian investasi adalah sebesar Rp 22.107, sedangkan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan adalah sebesar R 22.000. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan belum mampu mencapai tingkat pengembalian investasi dengan harga Rp 22.000.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan mengenai perhitungan harga jual terhadap tingkat pengembalian investasi pada CV.Citra Sari Makassar, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Perhitungan harga jual yang ditentukan oleh perusahaan sebesar Rp 22.000 diharapkan dapat menghasilkan *Return on Investment* (ROI) sebesar 30%.
2. Berdasarkan hasil analisa tingkat pengembalian investasi yang dicapai perusahaan adalah 33,9%. Ini berarti bahwa tingkat laba yang diperoleh perusahaan belum mampu mencapai tingkat pengembalian investasi dengan harga Rp 22.000. Hal tersebut dikarenakan harga jual terlalu rendah, yang seharusnya perusahaan masih bisa menaikkan harga jual menjadi Rp 22.107.

B. SARAN

Adapun Saran dari penelitian ini terhadap CV.Citra Sari Makassar adalah :

1. Perusahaan seharusnya menggunakan tingkat *Return on Investment* (ROI) sesuai dengan hasil perhitungan teori yang ada.
2. Harga jual seharusnya dihitung dengan menggunakan perhitungan harga jual berdasarkan tingkat pengembalian investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Kamaruddin. 2014. *Akuntansi Manajemen, Dasar-Dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan*. Edisi Revisi. Rajawali Pers, Jakarta.
- Batubara, H. 2013. Penentuan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Metode *Full Costing* pada Pembuatan Etalase Kaca dan Aluminium Di UD. Istana Aluminium Manado. *Jurnal EMBA 1 (3)*
- Brigham, Eugene F and Joel F. Houston. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Alih bahasa Ali Akbar Yulianto*. Buku satu. Edisi sepuluh. PT. Salemba Empat. Jakarta.
- C.M. Lingga Purnama, MM. 2006. *Strategic Marketing Plan*. PT. Gramedia Pusaka Utama. Jakarta.
- Griffin, Ricky W. dan Ronald J, Ebert. 2007. *Bisnis*. Edisi kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Harjito, Agus dan Martono. 2012. *Manajemen Keuangan. Edisi ke-2*. Ekonisia, Yogyakarta.
- Hartono, Jogyanto. 2014. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesembilan. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Kotler & Gary Armstrong, 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Erlangga, Jakarta.
- Kotler & Kaller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Indeks, Jakarta.
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 2. Erlangga, Jakarta.
- Marsalina, I. 2011. Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dalam Menetapkan Harga Jual Air Minum Dalam Kemasan Pada PDAM Tirta Mahakam Kutai Kartanegara. *Jurnal EMBA 1(3)*
- Mariyati, Hesty. 2014. Pengaruh Return on Investment, Earnings per Share, Net profit Margin terhadap Harga Saham pada Perusahaan Real Estate dan Property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2012. *Skripsi*. FE Universitas Negeri. Yogyakarta.

- Mulyadi. 2012. *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. UPP-STIM YKPN, Yogyakarta.
- Munawir. 2004. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi keempat. Liberty. Yogyakarta.
- Naruli, Akhmad. 2014. Analisis Penentuan Harga Jual Produk dan Pengaruhnya Terhadap Laba Perusahaan (studi kasus pada perusahaan kecap Menco Kendari). *Jurnal Cendekia*, Vol 12 No 3.
- Neni, Ika K .2013. Analisis Penetapan harga jual produk dengan metode *cost plus pricing* dan metode tingkat pengembalian atas modal yang digunakan pada toko mebel Lestari Pejagoan. *Jurnal Fokus Bisnis*, Volume 12, No 02
- Rudianto. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Grasindo, Surakarta.
- Samryn, L.M. 2012. *Akuntansi Manajemen informasi biaya untuk mengendalikan aktivitas operasi & investasi*. Kencana, Jakarta.
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan dan Teori Aplikasi*. Edisi keempat. BPFE, Yogyakarta.
- Setiadi, Pradana dkk .2014. *Perhitungan Harga Pokok Produksi Penentuan Harga Jual* pada CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* Volume 14 no. 2
- Slat, A.H. 2013. Analisis Harga Pokok Produk Dengan Metode *Full Costing* dan Penentuan Harga Jual CV. Anugrah Genteng Manado. *Jurnal Embal (3)*.
- Sugiri, Slamet. 2015. *Akuntansi Manajemen* Edisi kelima. Unit Penerbit & Percetakan, Yogyakarta.
- Supriyono. 2001. *Akuntansi Biaya*. AMUS Jogjakarta.
- Supriyono R.A. 2011. *Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Cetakan Kelima belas. BPFE, Yogyakarta.
- Swastha Basu. 2010. *Manajemen Penjualan* Edisi 3. Biro Penerbit Fakultas Ekonomi (BPFE), Yogyakarta.
- Wiratna, V. 2016. *Akuntansi Manajemen Teori & Aplikasi*. Pustaka Baru, Yogyakarta.
- Woran, Reza dkk .2014. Penentuan Harga Jual Produk dengan Menggunakan Metode *Cost Plus Pricing* pada UD. Vanela. *Jurnal EMBA* 1659 Vol.2 No.2.

**L
A
M
P
I
R
A
N**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 298/05/C.4-II/III/38/2017

Makassar, 23 J. Akhir 1438H

Lamp. : -

22 Maret 2017M

H a l : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Pimpinan CV Citra Sari Makassar
di-
Makassar

Dengan hormat,

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa di bawah ini :

N a m a : **Sukmawati**

Stambuk : 10573 0420713

Jurusan : Akuntansi

Judul Penelitian : **Penentuan Harga Jual Terhadap Tingkat Pengembalian
Investasi pada CV Citra Sari Makassar**

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Tembusan :

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Ketua Jurusan
3. Mahasiswa Ybs.
4. Arsip

CV. CITRA SARI MAKASSAR

Jl. Mannuruki II No. 69 B, Mangasa, Tamalate Kabupaten/Kota Makassar

Telp. (0411) 5030424

Makassar, 26 Juli 2017

Nomor : 104 /CSR/Mks/07/2017
Lamp : -
Hal : Perstujuan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Makassar

Di-

Tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan surat permohonan penelitian dengan nomor : 298/05/C.4-11/III/38/2017

tertanggal 18 Mei 2017 tentang perihal permohonan izin penelitian di CV. Citra Sari

Makassar.


Adapun mahasiswa yang bersangkutan, yaitu :

Nama : **Sukmawati**
Stambuk : 105730420713
Jurusan : Akuntansi
Judul : **Penentuan Harga Jual Terhadap Tingkat Pengembalian
Investasi Pada CV. Citra Sari Makassar.**

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut dapat kami terima untuk melakukan pendidikan di perusahaan kami. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Pimpina CV. Citra Sari Makssar


H. Muhammad Siri

RIWAYAT HIDUP



SUKMAWATI, Lahir di Belajen 05 Desember 1992. Penulis adalah anak ke dua dari empat bersaudara, buah hati dari Drs. Tamrin.S dan Dra. Suriati.

Penulis mengawali pendidikan di MIS Guppi Kambiolangi pada tahun 1998 dan tamat pada tahun 2004, kemudian melanjutkan pendidikan di MtsN Model Makassar pada tahun 2004 dan tamat pada tahun 2007, Kemudian pada tahun 2007 penulis melanjutkan pendidikan di MAN 2 Model Makassar dan tamat pada tahun 2010. Selanjutnya, pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Swasta, tepatnya di Universitas Muhammadiyah Makassar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi.