

SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PADA USAHA DAGANG PROMOSI KABUPATEN WAJO



**RELINDA PUSPITA
1810321029**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU – ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022**

SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PADA USAHA DAGANG PROMOSI KABUPATEN WAJO



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana pada Program Studi S1 Akuntansi

RELINDA PUSPITA
1810321029

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU – ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2022

SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PADA USAHA DAGANG PROMOSI KABUPATEN WAJO

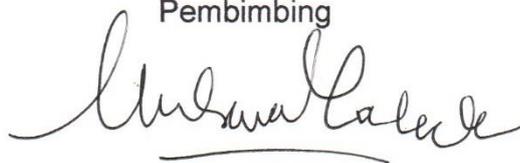
disusun dan diajukan oleh

RELINDA PUSPITA
1810321029

telah diperiksa dan telah diuji

Makassar, 9 September 2022

Pembimbing



Muhammad Cahyadi, SE, M.Si., AAAIJ, QIP
NIDN : 0911077502

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu – Ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN : 0925107801

SKRIPSI

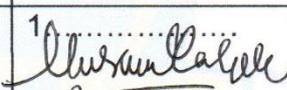
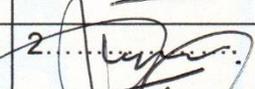
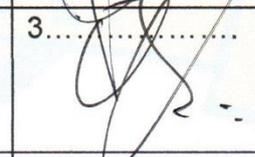
ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PADA USAHA DAGANG PROMOSI KABUPATEN WAJO

Disusun dan diajukan oleh

RELINDA PUSPITA
1810321029

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 9 September 2022 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Muhammad Cahyadi, SE, M.Si, AAAIJ, QIP NIDN: 0911077502	Ketua	1. 
2.	Herawati Dahlan, S.E., M.Ak NIDN: 0905077106	Sekretaris	2. 
3.	Dr. Habib Muhammad Shahib, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA., CSRS., CSRA., CLI NIDN: 0930099101	Anggota	3. 
4.	Andi Abdul Azis Ishak, S.E., M.Com., Ak NIDN: 0006097102	Eksternal	4. 

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar



Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0925096902

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmii S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN. 0925107801

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Relinda Puspita

NIM : 1810321029

Program Studi : Akuntansi S1

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang berjudul **Analisis Penentuan Harga Jual Pada Usaha Dagang Promosi Kabupaten Wajo**. Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah proposal ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat pendapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di kutip dalam naskah ini dan di sebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah ini dapat di buktikan terdapat unsur-unsur Plagiasi saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan di proses sesuai peraturan perundang - undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 9 September 2022

Yang membuat pernyataan



Relinda Puspita

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan karunia, dan rahmat hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini yang berjudul **“Analisis Penentuan Harga Jual Pada Usaha Dagang Promosi Kabupaten Wajo”** sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana S1 Universitas Fajar Makassar.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang peneliti hadapi. Namun, pada akhirnya peneliti dapat melaluinya berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak terkhusus orang Tua saya, Ibu Tari dan beserta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, Doa, semangat maupun materi selama ini.

Peneliti juga berterima kasih kepada Bapak Muhammad Cahyadi, SE, M.Si, AAAIJ, QIP selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan tambahan ilmu dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti juga berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid. S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Fajar
2. Ibu Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar
3. Ibu Yasmi, S.E., M.Si., Ak, CA., CTA., ACPA selaku ketua Program Studi S1 Akuntansi
4. Bapak Muhammad Cahyadi, SE, M.Si, AAAIJ, QIP selaku pembimbing skripsi saya.
5. Seluruh dosen dan staff universitas Fajar Makassar

6. Jumadil Akbar, Rahmat Kurniawan, Rahmat Hidayat, Fitriana, juna , Vera, dan Asma yang selalu membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini
7. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas bantuannya kepada penelitidalam penyelesaian skripsi ini

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk itu, dengan tangan terbuka penelitimenerima setiap saran dan kritik dari pembaca. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi pembaca.

Makassar, 9 September 2022

Peneliti

ABSTRAK

Analisis Penentuan Harga Jual Pada Usaha Dagang Promosi Kabupaten Wajo

**Relinda Puspita
Muhammad Cahyadi**

Dalam menentukan harga jual, usaha dagang atau perusahaan harus juga mempertimbangkan serta memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhinya. Faktor – faktor tersebut berasal dari dalam suatu entitas bisnis diantaranya, persaingan, permintaan, dan penawaran, biaya, keadaan ekonomi. Penentuan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang di inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan harga jual pada Usaha Dagang Promosi dengan menggunakan metode full costing. Peneliti melaksanakan penelitian pada Usaha Dagang Promosi tepatnya di Desa Buloe, Kec. Maniangpajo, Kab. Wajo.

Pada praktiknya, terdapat metode penentuan harga jual yang berlaku secara umum. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penentuan harga jual pada Usaha Dagang Promosi dengan menggunakan metode full costing. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Objek penelitian ini ialah Usaha Dagang Promosi. Peneliti melakukan penelitian langsung ke Usaha Dagang Promosi yaitu menyelidiki bagaimana penentuan harga jual di Usaha Dagang Promosi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Usaha Dagang Promosi menggunakan metode full costing cost plus pricing dalam menentukan harga jual di Usaha Dagang Promosi. Dari hasil perhitungan dalam penentuan harga jual pada usaha dagang di Usaha Dagang Promosi dan dapat penulis melihat perbedaan karena perusahaan tidak menentukan harga jual berdasarkan harga pokok produksinya dan hanya mengikuti harga pasaran sedangkan menurut penulis harga jual dihitung berdasarkan teori akuntansi dalam penentuan harga jual yang berlaku.

Kata Kunci : Penentuan Harga Jual, Metode Full Costing, Cost Plus Pricing

ABSTRACT

Analysis Of Determining The Selling Price In The Promotion Trade Business Of Wajo Regency

Relinda Puspita
Muhammad Cahyadi

In determining the selling price, the trading business or company must also consider and pay attention to the factors that influence it. These factors come from within a business entity including, competition, demand and supply, costs, economic conditions. Pricing is not based on estimates alone, but with accurate and thorough calculations. The selling price must be able to cover all costs incurred and must be able to generate the desired profit. This study aims to determine the determination of the selling price at Trading Business Promotion using the full costing method. Researchers conducted research at Trading Business The promotion is precisely in Buloe Village, Kec. Maniangepajo, Kab. Wajo.

In practice, there is a generally accepted method of determining the selling price. This study aims to determine the determination of the selling price at Trading Business Promotion using the full costing method. The type of research used in this research is descriptive quantitative. The object of this research is Trading Business Promotion. Researchers conducted research directly to Trading Business Promotion is to investigate how to determine the selling price at Trading Business Promotion. The results of this study indicate that Trading Business The promotion uses the full costing cost plus pricing method in determining the selling price at Trading Business Promotion. From the results of calculations in determining the selling price of the trading business at Trading Business Promotion and the author can see the difference because the company does not determine the selling price based on hpp and only follows the market price, while according to the author the selling price is calculated based on accounting theory in determining the prevailing selling price.

Keywords: *Selling Price Determination, Full Costing Method, Cost Plus Pricing*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.4.1 Kegunaan Teoritis	5
1.4.2 Kegunaan Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Harga Jual	6
2.1.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual	7
2.1.2 Penentuan Harga Jual	7
2.1.3 Metode Penentuan Harga Jual	9

2.2 Harga Pokok Produksi	11
2.2.1 Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi	13
2.2.2 Unsur – Unsur Harga Pokok Produksi	14
2.2.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi	15
2.3 Tinjauan Empirik	16
2.4 Kerangka Pikir	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	20
3.3 Jenis dan Sumber Data	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	21
3.5 Analisis Data	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Usaha Dagang Promosi	22
4.1.1 Sejarah Berdirinya Usaha Dagang Promosi	23
4.1.2 Visi Usaha Dagang Promosi	23
4.1.3 Misi Usaha Dagang Promosi	23
4.2 Hasil Penelitian	23
4.2.1 Proses Produksi Usaha Dgang Promosi	23
4.2.2 Pengklasifikasian Biaya Penentuan Harga Jual	24
4.2.3 Persediaan Barang Jadi Awal dan Akhir	27
4.2.4 Perhitungan Harga Pokok Produksi & Harga Pokok Penjualan Menurut Teori Untuk Usaha Dagang Promosi	28
4.2.5 Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi & Harga Pokok Penjualan Menurut Teori & Usaha Dagang Promosi	29

4.2.6 Harga Jual Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	32
4.3 Pembahasan	34
4.3.1 Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Usaha Dagang Promosi dan Menurut Metode <i>Full Costing</i>	34
4.3.2 Perhitungan Harga Pokok Penjualan Berdasarkan Metode <i>Full Costing</i>	34
BAB V PENUTUP	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Kerangka Pikir	18

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Tabel Tinjauan Empirik	16
4.1 Tabel Biaya Tenaga Kerja Langsung	25
4.2 Tabel Perhitungan Biaya Listrik & Air	26
4.3 Tabel Biaya Overhead Pabrik	27
4..4 Tabel Harga Pokok Produksi (<i>Metode Full Costing</i>)	28
4..5 Tabel Harga Pokok Penjualan	29
4.6 Tabel Perhitungan Harga Pokok Penjualan Menurut Usaha Dagang Promosi....	30
4.7 Tabel Perhitungan Harga Pokok Produksi Menurut Teori & Usaha Dagang promosi	30
4.8 Tabel Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Penjualan	31

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1	41
LAMPIRAN 2	43
LAMPIRAN 3	43
Lampiran 4	44
Lampiran 5	45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian suatu negara dapat tumbuh dan berkembang dengan suatu perekonomian diindonesia, yang dapat dipengaruhi oleh kemajuan bisnis atau perusahaan. Saat entitas atau bisnis baru banyak bermunculan, dimana pelaku – pelaku ekonomi tersebut yang telah memberikan kontribusi yang baik bagi perkembangan ekonomi negara, salah satunya usaha dagang ini. Usaha dagang ialah salah satu bentuk usaha atau bisnis tidak berbadan hukum yang kegiatan utamanya membeli barang dan menjualnya kembali (berdagang) dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba tanpa merubah kondisi barang yang akan dijual.

Menurut Lewis (2000) harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor – faktor biaya merupakan tujuan yang utama dalam menentukan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipeuhi diusaha dagang atau perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Maka dari itu perusahaan harus menentukan harga jual dnegan tepat agar perusahaan dapat memperoleh laba yang sesuai dengan apa yang diharapkan dan jauh dari ancaman kerugian bahkan kebangkrutan.

Menurut Rudianto (2013, hal. 102) bahwa “Harga Jual merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap perusahaan, salah satunya yaitu tingkat pendapatan yang diperoleh perusahaan, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap perkembangan operasional perusahaan”. Dalam penetapan harga jual perlu dipertimbangkan yang mendalam dan teliti guna memperoleh harga jual yang benar sesuai dengan keinginan dan tujuan perusahaan. Keputusan harga jual merupakan keputusan yang sulit, karena faktor yang mempengaruhi, baik faktor intern maupun esktren. Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi harga jual menurut Rudianto (2013,

hal. 87) adalah “keadaan perekonomian penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, persaingan, biaya, tujuan manager dan pengawasan pemerintah”. Dalam menentukan harga jual usaha dagang atau perusahaan harus juga mempertimbangkan serta memperhatikan faktor – faktor yang mempengaruhinya. Faktor – faktor tersebut berasal dari dalam suatu entitas bisnis. Penentuan harga tidak didasarkan pada perkiraan saja, tetapi dengan perhitungan yang akurat dan teliti. Harga jual harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan dan harus dapat menghasilkan laba yang diinginkan. Faktor biaya merupakan faktor yang utama dalam menentukan harga jual, karena biaya batas minimum yang harus dipeuhi diusaha dagang atau perusahaan agar tidak mengalami kerugian.

Menurut Horne dan Wachowicz (2005) harga pokok penjualan adalah merupakan harga pokok dimana pengeluaran atau beban yang dikelaurkan secara langsung maupun tidak langsung guna memproduksi barang atau jasa untuk kemudian diperjual belikan atau digunakan sendiri dan merupakan komponen yang sangat penting dalam bisnis karena bisa menjadi penentuan jumlah laba atau rugi dalam suatu usahan atau perusahaan. Usaha dagang merupakan kegiatan membeli dan menjual barang atau jasa dengan tujuan mencari keuntungan. Berdagang merupakan salah satu aktivitas bisnis yang menjanjikan untung besar apabila pandai menyusun strategi.

Mengingat pentingnya suatu usaha bagi negara maka peneliti tertarik meniliti salah satu jenis usaha yaitu usaha dagang pada penelitian terdahulu sari dan lily, (2018) yang melakukan penelitian UD Maju yang berjudul analisis penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing menggunakan metode full costing* dan pengaruhnya terhadap laba yang dihaikkan pada UD Maju dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Maju belum melakukan perhitungan harga poko untuk harga jual. Harga jual selama ini hanya ditetapkan oleh UD Maju lebih kecil dari hasil perhitungan harga jual yang menggunakan

metode *cost plus pricing* menggunakan metode *full costing*. Dan Lontaan (2017) yang berjudul Analisis Penentuan Harga Jual Pada Usaha Dagang Raina Gorontalo, dengan hasil penelitian bahwa Usaha Dagang Raina Gorontalo tidak memperhitungkan unsur – unsur biaya yang dikeluarkan, terutama dalam perhitungan biaya produksi terlebih pada biaya overhead pabrik dan biaya non produksi. Dalam perhitungan harga jualnya tidak menggunakan metode apapun sehingga unsur – unsur biaya yang dikeluarkan tidak diketahui dengan pasti. Serta penelitian Suherni (2018), yang berjudul Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Pendekatan *Full Costing Dan Variabel Costing* Pada Usaha Dagang Naufal Bakery & Cake Kabupaten Gowa, dengan hasil penelitian pada Usaha Dagang Naufal Bakery dan Cake Kabupaten Gowa menunjukkan bahwa besarnya biaya yang terjadi dalam produksi roti di Usaha Dagang Naufal Bakery dan Cake Kabupaten Gowa berpengaruh besar pada penetapan harga jual dengan menggunakan metode *Full Costing Dan Variabel Costing* yang mana *Full Costing* menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan *Variabel Costing*. Hal ini dikarenakan metode *Full Costing* memasukkan semua biaya yang bersifat tetap maupun *variabel* kedalam perhitungan harga pokok produksinya. Dan dalam perhitungan penyajian laporan keuangan pada pada Usaha Dagang Naufal Bakery dan Cake Kabupaten Gowa utamanya pencatatan biaya – biaya masih terbilang sangat sederhana.

Dari penelitian terdahulu di atas peneliti melihat ada tidak keseragaman dalam penentuan harga jual diberbagai usaha dagang tersebut, Namun demikian itu tidak membuat usaha mereka mengalami kebangkrutan, akan tetapi usaha tersebut dapat dilihat sebagai kekayaan mereka yang dapat dilihat. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui salah satu usaha dagang yang berada di daerah Kabupaten Wajo terdapat sebuah usaha dagang yang berada di Desa Buloe, Kecamatan Maniangepajo. Usaha

Dagang Promosi menarik untuk dikaji karena merupakan salah satu usaha kecil yang dirintis mulai pada tahun 1995 yang diberi nama usahanya dengan Usaha Dagang Promosi. Usaha tersebut memproduksi beras yang tersebar di beberapa daerah sekitarnya. Pada penentuan harga jual/harga pokok produksi Usaha Dagang Promosi belum menggunakan penentuan harga jual yang sesuai dengan teori akuntansi dan hanya berfokus pada keuntungan yang diperoleh dari biaya bahan baku, tanpa menghitung biaya yang tepat dan terperinci. Pemilik Usaha Dagang Promosi sebelumnya melakukan penafsiran keuntungan dan kerugian usahanya berdasarkan pemahamannya tanpa landasan metode perhitungan harga penentuan harga jual. Dimana pemilik melakukan perhitungan hanya dengan menambah keseluruhan biaya – biaya yang kemudian dijadikan acuan dalam penentuan harga jual produksinya serta melihat bagaimana kualitas berasnya. Sehingga hasil perhitungan ini dianggap tidak akurat karena tidak melakukan perhitungan untuk biaya penunjang lainnya. Dengan penelitian ini peneliti bertujuan untuk menganalisis penentuan harga jual di Usaha Dagang Promosi.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Penentuan Harga Jual Pada Usaha Dagang Promosi Kabupaten Wajo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana penentuan harga jual pada Usaha Dagang Promosi dengan menggunakan metode *Full Costing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang ada, maka dapat ditentukan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui penentuan harga jual pada Usaha Dagang Promosi dengan menggunakan metode *Full Costing*?

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian antara lain :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Peneliti ini mengharapkan dapat memperluas pengetahuan masyarakat mengenai analisis penentuan harga jual pada Usaha Dagang Promosi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Usaha Dagang Promosi
 - a. Memberikan masukan pada Usaha Dagang Promosi sebagai tolak ukur bagi usaha tersebut dalam menentukan kebijaksanaan.
 - b. Sebagai acuan dalam koordinasi usaha/ perusahaan.

2. Bagi peneliti

Dapat dijadikan sebagai pembelajaran, ilmu pengetahuan dalam menjabarkan teori – teori yang telah diperoleh, khususnya yang berkaitan dengan objek penelitian yang ada.

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1 Harga Jual

Konsep teori ekonomi pengertian harga merupakan konsep yang saling berhubungan yang dimaksud dengan *utility*, ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan dan memuaskan konsumen.

Menurut Kolter dan Amstrog (2001), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas pemanfaatan karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. sedangkan menurut Djasmin Saladin (2001), harga adalah sejumlah uang sebagian alat tukar menukar untuk memperoleh produk dan jasa. Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar menukar memperoleh produk dan jasa yang ditukar konsumen atas nilai dan manfaat karena memiliki produk dan jasa.

Harga jual suatu produk atau jasa merupakan salah satu keputusan penting manajemen karena harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya dan mendapatkan laba yang diperoleh oleh perusahaan. memilih harga yang paling sesuai untuk suatu produknya yang dihasilkan karena penetapan / penentuan harga jual berpengaruh terhadap kelancaran dan perkembangan usaha.

Menurut Supriyono (2000) harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli dan pelanggan atas barang dan jasa yang akan dijual atau diserahkan. Dari defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga jual bagi penjual, harga jual merupakan sejumlah uang yang diterima atas barang dan jasa

yang telah diberikan, sedangkan bagi pembeli harga merupakan sejumlah uang yang akan dibayarkan untuk mendapatkan suatu barang dan jasa.

2.1.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual

Banyak yang saling berinteraksi dan berpengaruh terhadap harga jual sehingga perlu dipertimbangkan didalam penentuan harga jual Menurut Supriyono (2001), faktor – faktor tersebut anatar lain :

1. Dalam menentukan harga jual, setiap pembuat keputusan mungkin lebih yang dipertimbangkan tersebut dapat berbeda diantara pembuat keputusan yang satu dengan yang lainnya.
2. Cara - cara penentuan harga jual di pengaruhi oleh pasar yang dihadapi perusahaan

2.1.2 Penentuan Harga Jual

Harga jual yang ditentukan oleh suatu perusahaan atau usaha tentu harga jual yang dapat bersaing disegala bidang usaha. Penentuan harga jual yang dapat bersaing bukanlah satu hal yang mudah dilakukan, harga jual yang terlalu tinggi dapat berakibat pada penjualan yang kurang sedangkan jika harga yang terlalu rendah maka akan berakibat pada tidak tercapainya tujuan perusahaan dan usaha yaitu tercapainya laba pada tingkat yang dikehendaki. Menurut Mulyadi 2016, Harga jual adalah besarnya harga yang akan dibebankan kepada konsumen yang diperoleh atau dihitung dari biaya produksi ditambah biaya non – produksi dan laba yang diharapkan.

Tujuan dari penentuan harga jual pada umumnya para produsen didalam menentukan harga setiap barang atau jasa yang dihasilkan memiliki sejumlah tujuan yang akan dicapai setiap kebijakan yang diambil perusahaan dalam penentuan harga jual. Dalam penetapan harga jual merupakan suatu masalah di perusahaan atau dalam usaha. Adapun beberapa komponen harga jual adalah sebagai berikut :

1. Harga pokok penjualan

Segala bentuk pengeluaran yang terkait dengan harga pokok yang terdiri dari barang /jasa tersebut, yang masing – masing bidang usaha berbeda strukturnya. Secara umum terdiri dari ; penggunaan bahan baku (untuk industri), biaya tenaga kerja langsung (semua bidang usaha), overhead pabrik (semua bidang). Penggunaan persediaan barang jadi (untuk industri dan dagang). Masing – masing elemen cost terpilah – pilah lagi menjadi elemen yang lebih kecil.

2. Biaya operasional

Pengeluaran yang tidak bisa dihubungkan dengan produk/jasa yang dihasilkan. Artinya, pengeluaran yang ini tidak dipengaruhi jumlah oleh besar kecilnya jumlah/volume produk/jasa yang dihasilkan misalnya: biaya gaji pegawai tetap, biaya telpon, office supplies, biaya sewa gedung/tanah, biaya asuransi dan lain sebagainya.

3. Biaya bunga

Jika modal yang dipergunakan bersumber dari pinjaman bank (bank industri pembiayaan lain), maka bunga atas pinjaman tersebut diperhitungkan dalam struktur harga jual.

Pada umumnya harga jual produk/jasa ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran dipasar, sehingga biaya bukan merupakan penentuan harga jual karena, permintaan konsumen atas produk atau jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga tersebut akan menghadapi banyak kepastian. Selain konsumen jumlah pesaing yang memasuki pasar dan harga jual yang ditentukan oleh pesaing merupakan contoh faktor – faktor yang sulit untuk ditemukan dan yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk/jasa dipasar.

Dalam penentuan harga jual menggunakan dua metode adalah penentuan atau penetapan markup dimana markup adalah selisih antara harga jual suatu produk atau jasa yang dapat diperhitungkan dari beban pokok penjualan atau bisa juga berdasarkan harga pokok bahan yang langsung terpakai, berdasarkan biaya variabel dan markup biaya penuh. Penentuan harga jual dimana markup ditentukan dimuka suatu produk. Jika harga jual didasarkan sejumlah biaya, maka pendekatan ini harga jual berdasarkan biaya dan bisa disebut sebagai metode penetapan margin laba kotor, metode ini berdasarkan metode biaya langsung, biaya penuh. Cara menentukan harga jual yang paling sederhana adalah menambahkan sejumlah markup atas harga pokok produk yang akan dijual sesuai dengan elemnya pendekatan ini disebut *Cost Plus Markup*.

2.1.3 Metode Penentuan Harga Jual

Penentuan harga jual normal (*Normal Pricing*). *Normal pricing* sering kali disebut dengan istilah *Cost Plus Pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba pendapatan yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Menurut Kamaruddin Ahmadm (2014;148) bahwa *Cost Plus Pricing* adalah biaya tertentu ditambah dengan kenaikan (markup). Harga jual berdasarkan *Cost Plus Pricing* dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Pada penentuan harga jual produk terdapat dua pendekatan yaitu ; *Full Costing* dan *Variabel Costing*. Jika pendekatan *Full Costing* yang digunakan maka harga jual harus dapat menutup biaya penuh yang merupakan jumlah biaya produksi dan biaya non produksi, ditambah dengan nilai wajar. Untuk dapat menutup biaya penuh suatu

produk atau jasa , penentuan harga jual dalam keadaan normal memerlukan biaya penuh dan aktivapenuh masa yang akan datang sebagai dasar :

Biaya Bahan Baku	xx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx	
Biaya Overhead Pabrik (variabel +tetap)	<u>xx+</u>	
Taksiran Biaya Produksi		xx
Biaya Administrasi dan umum	xx	
Biaya Pemasaran	<u>xx</u>	
Taksiran Biaya Komersil	<u>xx+</u>	
Taksiran Biaya Penuh		Xx

Adapun harga jual menggunakan metode *Full Costing* dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{biaya produksi} + \text{markup}$$

Sedangkan jika menggunakan pendekatan *Variabel Costing*, harga jual produk harus dapat menutup taksiran biaya penuh, yang merupakan jumlah biaya (variabel dan non produksi) dan biaya tetap (biaya produksi tetap dan non produksi tetap) yang akan dikeluarkan ditambah dengan laba wajar. Laba wajar ditentukan sebagai tarif kembalian investasi yang diharapkan, yang dihitung sebesar persentase tertentu dari aktiva penuh. Pada prinsipnya rumus penentuan harga jual adalah sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{biaya variabel} + \text{biaya tetsp} + \text{laba yang diharapkan}$$

Biaya Bahan Baku	xx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xx	
Biaya Overhead Pabrik Variabel	<u>xx+</u>	
Taksiran Total Biaya Produksi Variabel		xx
Biaya Administrasi dan umum Variabel	xx	
Biaya Pemasaran Variabel	<u>xx+</u>	
Taksiran Total Biaya Variabel		xx
Biaya Tetap :		
Biaya Overhead Pabrik Tetap	xx	
Biaya Administrasi dan umum Tetap	xx	
Biaya Pemasaran Tetap	<u>xx+</u>	
Taksiran Total Biaya Tetap		<u>xx+</u>
Taksiran Total Biaya Penuh		<u>xx</u>

Adapun harga jual dengan pendekatan *Variabel Costing* menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya Variabel} + \text{Markup}$$

2.2 Harga Pokok Produksi

Harga pokok Produksi adalah elemen penting untuk meneliti keberhasilan (*performance*) dari perusahaan dagang maupun manufaktur. Indikator- indikator harga pokok produksi mempunyai kaitan erat untuk kesuksesan perusahaan, seperti laba kotor penjualan dan laba bersih. Perubahan pada harga pokok produk yang relatif kecil bisa jadi berdampak signifikan pada indikator keberhasilannya, yang bisa tergantung pada rasio antara harga jual dan harga pokok produknya.

Harga pokok produksi menunjukkan bahwa harga pokok produk (barang dan jasa) yang diproduksi dalam satu periode akuntansi tertentu. Hal ini berarti bahwa harga pokok produksi merupakan bagian dari harga pokok. Berikut ini pengertian harga pokok menurut beberapa pendapat :

- 1) Harga pokok produksi atau disebut harga pokok adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan terjadi untuk memperoleh penghasilan (Mulyadi 2016).
- 2) Harga pokok produksi adalah biaya – biaya yang dianggap melekat dan membentuk harga pokok produksi yang dibuat atau dibelmenjelaskan i untuk dijual kembali (Harnato, 2017). Mulyadi lebih lanjut menjelaskan biaya produksi merupakan biaya – biaya yang terjadi dalam hubungannya dengan pengolahan bahan baku menjadi barang jadi, sedangkan menurut Siregar (2016), biaya – biaya dalam penentuan harga pokok produksi terdiri dari tiga unsur.

a) Biaya bahan baku

Biaya Bahan baku adalah besarnya nilai bahan baku yang dimasukkan ke dalam proses untuk diubah menjadi barang jadi. Biaya bahan baku merupakan bagian penting biaya barang yang digunakan untuk memproduksi barang jadi.

b) Biaya tenaga kerja

Biaya tenaga kerja adalah tanda jasa yang di berikan untuk karyawan produksi baik secara langsung yang ikut mengerjakan produk barang yang bersangkutan.

c) Biaya overhead pabrik

Merupakan biaya yang tidak dapat dibebankan secara langsung secara langsung pada suatu hasil produk. Biaya ini meliputi selain biaya bahan

baku, biaya tidak langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya tenaga kerja, penyusutan, perbaikan dan pemeliharaan.

2.2.1 Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Menurut (Mulyadi, 2016) pada dasarnya tujuan penentuan harga pokok produksi adalah untuk menentukan secara tepat jumlah biaya perunit produksi jadi, sehingga dapat diketahui laba atau rugi suatu perusahaan per periode. Manfaat dari penentuan harga pokok produksi secara garis besar adalah sebagai berikut:

a) Menentukan harga jual produk

Perusahaan yang memproduksi memproses produk untuk memenuhi persediaan digudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka panjang waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Penentuan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu data yang dipertimbangkan disamping data biaya lain serta data non biaya.

b) Memantau realisasi biaya produksi

Manajemen memerlukan informasi biaya yang sesungguhnya dikeluarkan dibandingkan dengan rencana produksi yang telah ditetapkan oleh sebab itu akuntansi biaya digunakan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

c) Menghitung laba rugi periodik

Guna mengetahui apakah kegiatan produk dan pemasaran perusahaan dalam periode tertentu mampu menghasilkan laba bruto. Manajemen memerlukan informasi biaya produksi yang telah dikeluarkan untuk memproduksi produk dalam periode tertentu.

d) Menentukan harga pokok persediaan produksi jadi dan produk

Dalam proses yang disajikan dalam neraca saat manajemen dituntut untuk membuat pertanggung jawaban per periode, manajemen harus menyajikan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi yang menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok yang pada tanggal neraca masih dalam proses berdasarkan catatan biaya produksi yang masih melekat pada produk jadi yang belum dijual pada tanggal neraca serta dapat diketahui biaya produksinya. Biaya yang melekat pada produk jadi pada tanggal neraca disajikan dalam harga pokok persediaan pokok jadi. Biaya produksi yang melekat pada produk yang pada tanggal neraca masih dalam proses pengerjaan disajikan dalam neraca sebagai harga pokok persediaan produk dalam proses.

2.2.2 Unsur – Unsur Harga Pokok Produksi

Untuk menentukan harga pokok produksi yang mutlak diperlukan sebagai dasar penilaian dan penentuan laba rugi periodik, biaya produksi perlu diklasifikasikan menurut jenis dan objek pengeluarannya. Hal ini penting agar pengumpulan data dan biaya dan alokasinya yang seringkali menuntut adanya ketelitian yang tinggi, seperti misalnya penentuan tingkat penyelesaian produk dalam proses produksi secara massal dapat dilakukan dengan mudah. Terdapat tiga unsur – unsur harga pokok produksi menurut Mulyadi (2016), unsur – unsur harga pokok produksi mencakup tiga hal yaitu:

i. Biaya bahan baku langsung

Biaya bahan baku langsung adalah biaya untuk bahan – bahan yang dengan langsung dan mudah diidentifikasi dengan barang jadi, contohnya seperti tembakau bagi perusahaan rokok dan kayu bagi perusahaan mebel.

ii. Biaya tenaga kerja langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang mengerjakan secara langsung proses produksinya atau yang bisa diidentifikasi langsung secara langsung proses dengan barang jadi. Contohnya seperti buruh langsung.

iii. Biaya overhead pabrik

Overhead pabrik adalah biaya pabrik selain dari bahan baku dan tenaga kerja langsung. Biaya ini tidak dapat diidentifikasi secara langsung dengan barang yang dihasilkan perusahaan.

2.2.3 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2016), metode penentuan harga pokok produksi ini adalah menghitung semua unsur biaya kerja dalam harga pokok produksi. Dalam menghitung unsur – unsur biaya pada harga pokok produksi terdapat dua pendekatan yaitu full costing dan metode variabel costing.

I. Metode Full Costing

Full costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang menghitung semua unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead baik yang berperilaku variabel maupun tetap. Harga pokok produksi menurut metode full costing terdiri dari unsur – unsur produksi sebagai berikut :

Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik tetap	xxx
Biaya overhead pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Harga Pokok Produksi	xxx

2.3 Tinjauan Empirik

Tinjauan empirik merupakan hasil penelitian terdahulu yang mengemukakan beberapa konsep yang relevan dan terkait dengan sikap dan perilaku konsumen. Beberapa studi empiris yang menjadi acuan penulisan proposal skripsi ini terdapat beberapa tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO.	Nama Peneliti & Tahun	Judul	Hasil
1.	Yunita Sari dan lily Karlina, 2018	analisis penentuan harga jual dengan metode <i>cost plus pricing</i> menggunakan metode <i>full costing</i> dan pengaruhnya terhadap laba yang diailkan pada UD Maju	hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Maju belum melakukan perhitungan harga pokok untuk harga jual. Harga jual selama ini hanya ditetapkan oleh UD Maju lebih kecil dari hasil perhitungan harga jual yang menggunakan metode <i>cost plus pricing</i> menggunakan metode <i>full costing</i> dan pada UD maju hasil dari penelitian tersebut dipastikan telah mengalami kerugian.
2.	Margaretha Afriani Windi Lontaan (2017)	Analisis Penentuan Harga Jual Pada USAHA DAGANG Raina Gorontalo	Hasil penelitian bahwa USAHA DAGANG Raina Gorontalo tidak memperhitungkan unsur – unsur biaya yang dikeluarkan, terutama dalam perhitungan biaya produksi terlebih pada biaya overhead pabrik dan biaya non produksi. Dalam perhitungan harga jualnya tidak menggunakan metode apapun sehingga unsur – unsur biaya yang dikeluarkan tidak diketahui dengan pasti.
3.	Suherni (2018),	Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Pendekatan <i>Full</i>	Hasil Penelitian pada USAHA DAGANG Naufal Bakery dan Cake Kabupaten Gowa

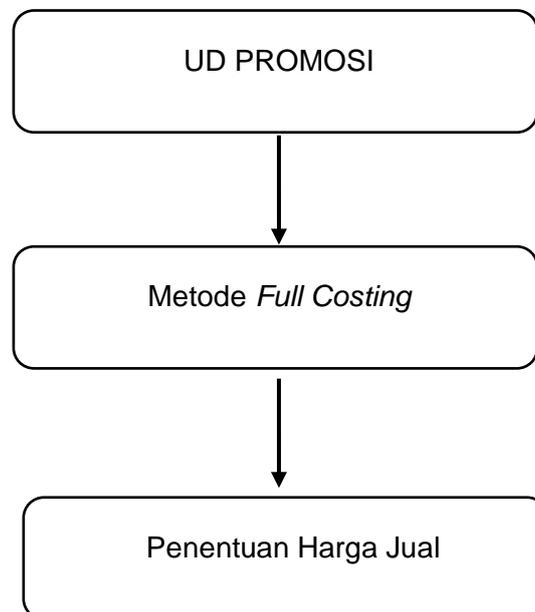
		<p><i>Costing Dan Variabel Costing</i> Pada USAHA DAGANG Naufal Bakery & Cake Kabupaten Gowa</p>	<p>menunjukkan bahwa besarnya biaya yang terjadi dalam produksi roti di USAHA DAGANG Naufal Bakery dan Cake Kabupaten Gowa berpengaruh besar pada penetapan harga jual dengan menggunakan metode <i>Full Costing Dan Variabel Costing</i> yang mana <i>Full Costing</i> menghasilkan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan <i>Variabel Costing</i>. Hal ini dikarenakan metode <i>Full Costing</i> memasukkan semua biaya yang bersifat tetap maupun <i>variabel</i> kedalam perhitungan harga pokok produksinya. Dan dalam perhitungan penyajian laporan keuangan pada pada USAHA DAGANG Naufal Bakery dan Cake Kabupaten Gowa utamanya pencatatan biaya – biaya masih terbilang sangat sederhana.</p>
--	--	--	---

Sumber : Data Diolah, 2022

2.4 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran akan mempermudah peneliti dalam menguraikan secara sistematis pokok permasalahan dalam penelitian. Secara sederhana, kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber : Data Diolah, 2022

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Sugiyono (2017) metode penelitian ini adalah cara yang digunakan peneliti dalam melakukan pengumpulan data penelitiannya. Metode pendekatan pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dari kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris yang diperoleh berdasarkan kaidah – kaidah tertentu sesuai dengan data yang valid. Sehingga kebenaran objektif dalam sebuah penelitian dapat dicapai.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. kuantitatif adalah data penelitian yang berbentuk angka , yaitu kegiatan statistic yang dimulai dengan mengumpulkan data, menyusun atau mangtur, mengolah, menyajikan dan menganalisis, guna memberikan gambaran tentang suatu gejala, peristiwa atau keadaan (Sugiyono, 2019). Sedangkan dalam peneliti deskriptif merupakan peneliti yang bermaksud untuk membuat deskripsi mengenai situasi atau kejadian, dengan tujuan membuat gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi daerah tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan cara metode pada UD Promosi. Penelitian deskriptif kuantitatif ini bertujuan untuk membuat gambaran atau deskripsi penelitian tentang suatu keadaan secara objektif. (Sugiyono, 2015:21) .

Berdasarkan karakteristik masalah yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini diklasifikasikan ke dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif ini merupakan metode yang menganalisis dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan permasalahan yang akan diteliti melalui data – data yang telah ada. Jenis penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk mengetahui penentuan harga jual. Dan

memberikan gambaran maupun uraian penjelasan mengenai suatu keadaan atau fenomena.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dan pengumpulan data dilakukan dan di Usaha Dagang Promosi, Desa Buloe, Kecamatan Maniangpajo, Kabupaten Wajo. Dan waktu penelitian dimulai pada tanggal 13 Juli 2022.

3.3 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan jenis data yang berupa suatu informasi atau penjelasan terkait dengan bilangan atau bentuk angka. Data kuantitatif dapat diperoleh dari angka – angka , perhitungan statistik dari hasil pengolahan data, jawaban kuesioner (Sugiyono, 2018).

2. Sumber Data

Sumber data adalah suatu subjek yang mana dapat diperoleh (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut :

- a. Data Primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian secara khusus. Pada umumnya data primer ini belum tersedia sebelumnya, sehingga peneliti harus melakukan pengumpulan data berdasarkan kebutuhannya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Usaha Dagang Promosi.
- b. Data Skunder merupakan data yang bersumber dari catatan dari perusahaan atau dari usaha seseorang atau dari catatan dari bagian

keuangan perusahaan. Data sekunder merupakan data yang berfungsi sebagai pelengkap dari data primer.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian , data merupakan hal yang sangat penting untuk itu diperlukan metode pengumpulan data. Metode teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

a) Wawancara (Interview).

Wawancara merupakan suatu tanya jawab langsung kepada informan yang dilakukan dengan maksud untuk memperoleh data primer dan informasi yang diperlukan seperti bagaimana penentuan harga perolehan pada Usaha Dagang Promosi. Dan informan dalam penelitian ini adalah karyawan yang terkait pada UD / Perusahaan tersebut.

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk pengumpulan data dengan cara mencatat dan menyimpan data yang telah diberikan oleh pihak Usaha Dagang Promosi.

3.5 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dekskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *Full Costing* yang akan ditentukan sebagai landasan teori dalam penentuan harga jual berdasarkan tiga tahapan yaitu sebagai berikut :

- 1) Mengklasifikasikan Biaya.
- 2) Perhitungan Harga Pokok Produksi.
- 3) Perhitungan Harga Pokok Penjualan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Usaha Dagang Promosi adalah salah satu usaha dagang beras yang berada di Kecamatan Maniangpajo, Desa Buloe. yang memproduksi beras menjadi gabah dari hasil panen petani. Adapun Sejarah terkait Usaha Dagang Promosi adalah sebagai berikut:

4.1.1 Sejarah Berdirinya Usaha Dagang Promosi

Usaha Dagang Promosi adalah perusahaan atau usaha yang memproduksi beras, sudah berdiri sejak tahun 1995 dan usaha ini merupakan rintisan dari bapak Sularsi Mejang, selaku pemilik usaha juga merangkap sebagai bagian manajer atau Admisitrasi. Bapak Sularsi Mejang, yang mula – mula hanya hanya membantu ayahnya mengingat semakin berkembangnya usahanya maka bapak sularsi memilih usaha ini oleh karena itu diberilah nama usahanya dengan lebal nama Usaha Dagang Promosi di usaha tersebut adalah memproduksi beras dan tidak beroperasi setiap hari dan pada saat memproduksi beras itu sekitar 90 ton beras yang diproduksi dalam satu hari. Usaha Dagang Promosi merupakan distributor beras di Daerah Kabupaten Wajo. Dan untuk penentuan harga jual di Usaha Dagang Promosi dilihat dari keuntungan yang dihasilkan dan tidak menggunakan landasan teori akuntansi yang sebenarnya dan penentuan harga jual juga dapat dilihat dari sisi kualitas berasnya.

Di Usaha Dagang Promosi Usaha bapak Sularsi Mejang memiliki beberapa buruh pabrik yang terdiri dari 4 orang bagian drayer/ penjemuran , 4 orang bagian penggilingan/ produksi, dan 4 orang bagian angkat beras. Bagian drayer atau pengering bertugas untuk menjemur gabah yang sudah diambil di petani, bagian penggilingan setelah gabah sudah kering kemudian akan di kasih masuk kedalam pabrik untuk

diproses menjadi beras, dan bagian angkat gabah setelah jadi beras bagian ini akan menangkat gabah kedalam mobil truk.

4.1.2 Visi Usaha Dagang Promosi

Visi merupakan suatu rumusan yang terdiri dari tiga hal yaitu, apa yang ingin kita capai dimasa depan, apa yang ingin kita peroleh dimasa depan, dan kita ingin menjadi apa dimasa depan. Visi merupakan suatu landasan yang jelas akan menjadi acuan untuk mengembangkan pernyataan misi yang komprehensif. Visi melengkapi misi suatu perusahaan yang menyatakan tujuan dari perusahaan yang ditinjau dari pihak yang berkepentingan dengan perusahaan yang terdiri dari pelanggan, karyawan/buruh dan lain – lain. Adapun visi dari Usaha Dagang Promosi adalah sebagai berikut :

- a) Menghasilkan produk yang berkualitas demi keuntungan bersama.
- b) Meproduksi beras yang bagus.

4.1.3 Misi Usaha Dagang Promosi

Misi adalah rumusan yang mengetahui bagaimana dan tentang apa yang harus kita lakukan atau selesaikan pernyataan dari misi yang terpenting untuk merusmuskan suatu tujuan. Adapun misi dari usaha Usaha Dagang Promosi adalah sebagai berikut:

- a) Mengutamakan dan menjaga kualitas produk
- b) Menggunakan bahan baku yang unggul

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Proses Produksi Usaha Dagang Promosi

Dalam Proses produksi terdapat beberapa tahap dalam proses produksi beras di Usaha Dagang Promosi tersebut. Adapun proses produksi beras di Usaha Dagang Promosi adalah sebagai berikut:

1. Membeli Gabah di Petani / Menbeli Bahan Baku
2. Kemudian setelah membeli gabah dari petani maka akan di keringkan atau dijemur terlebih dahulu selama satu hari jika cuacanya bagus.
3. Setelah dikeringkan atau dijemur maka gabah tersebut akan digiling sampai menjadi beras.
4. Setelah menjadi beras akan di masukkan kedalam karung.

4.2.2 Pengklasifikasian Biaya Penentuan Harga Jual Usaha Dagang Promosi

Dalam penentuan harga jual Usaha Dagang Promosi terdapat beberapa kelompok biaya yang memberikan kontribusi untuk menentukan harga jual pada Usaha Dagang Promosi adalah sebagai berikut:

1. Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku merupakan bahan utama yang akan diproses menjadi hal penting dalam proses produksi yang didapatkan di Usaha Dagang Promosi biaya bahan baku Usaha Dagang Promosi yaitu gabah yang dibeli mengeluarkan biaya sebesar Rp. 25.200.000 selama satu bulan. Dimana Usaha Dagang Promosi membeli gabah dipetani sebesar 200 karung gabah dengan harga Rp 4.200. Maka biaya bahan baku yang dikeluarkan Usaha Dagang Promosi yaitu sebesar :

$$200 \text{ karung} \times 4.200 \text{ kg} \times 30 \text{ hari} = \text{Rp } 25.200.000$$

2. Tenaga Kerja Langsung

Perhitungan biaya tenaga kerja langsung diperoleh dari biaya yang dikeluarkan oleh Usaha Dagang Promosi jika memperkerjakan tenaga kerja yang terlibat langsung dalam Usaha Dagang Promosi yang sebanyak 4 Bagian Penjemuran, 4 Bagian Penggilingan, 4 Bagian Beban Angkut. Selama Satu bulan biaya yang

dikeluarkan Usaha Dagang Promosi untuk gaji buruh pabrik sebesar Rp 15.000.000

Tabel 4.1 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Jumlah Buruh	Upah Buruh Per hari (Rp)	Total Upah Per Bulan (Rp)
4 Bagian Penjemuran	50.000	6.000.000
4 Bagian Penggilingan	50.000	6.000.000
4 Bagian Angkat Beras	25.000	3.000.000
Total	Rp 15.000.000	

Sumber : Data Diolah, 2022

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik merupakan elemen biaya produksi selain bahan baku dan tenaga kerja langsung yang terdiri dari berbagai macam biaya dan semua biaya tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk atau aktiva lainnya dalam upaya suatu usaha untuk merealisasikan pendapatan di Usaha Dagang Promosi menentukan biaya overhead pabrik berdasarkan biaya overhead pabrik yang sesungguhnya terjadi dalam satu periode tertentu (siklus). Berikut ini rincian perhitungan biaya overhead pabrik.

a. Bahan Baku Tidak Langsung (Biaya Solar)

Bahan baku tidak langsung adalah bahan pembantu dalam proses produksi yaitu, Biaya Solar yang dikeluarkan selama satu bulan di Usaha Dagang Promosi yaitu Dengan rincian perhitungannya adalah sebagai berikut : Harga solar sebesar Rp 6.800 x 40 Liter = Rp 272.000 jadi selama satu bulan biaya yang dikeluarkan untuk pembelian solar adalah Rp 272.000 x 30 Hari = Rp. 8.160.000

b. Biaya Listrik, dan Air

Biaya listrik dan air adalah sekumpulan biaya yang mencul dari kegiatan suatu perusahaan atau usaha. Tabel dibawah ini menggambarkan biaya pemakaian listrik dan air pada Usaha Dagang Promosi.

Tabel 4.2 Perhitungan Biaya Listrik dan Air

No.	Biaya Per Bulan	Jumlah (Rp)
1.	Listrik	500.000
2.	Air	300.000
Total Biaya Listrik & Air		Rp 800.000

Sumber : Data diolah, 2022

Dari data Tabel 4.2 terlihat bahwa pengeluaran biaya listrik dan air selama satu bulan adalah sebesar Rp 800.000

c. Biaya Penyusutan Mesin

Adalah distribusi sistematis jumlah penyusutan aset sepanjang masa manfaatnya. Biaya penyusutan pada Usaha Dagang Promosi, Biaya mesin penggilingan sudah ada sejak 4 tahun. adapun penggilingan gabah yang dibeli sebanyak 3 dengan harga Rp 6.000.000. Adapun dengan rincian perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Rp } 6.000.000 \times 3 = 18.000.000$$

$$\frac{\text{Harga Perolehan}}{\text{Umur Ekonomis}} = \frac{\text{Rp } 18.000.000}{4 \text{ tahun}} = \text{Rp } 4.500.000$$

d. Biaya Perlengkapan (Biaya Kemasan)

Biaya perlengkapan adalah biaya yang memperoleh barang yang akan dipakai dalam melakukan suatu pekerjaan yang telah selesai dan dapat diperjual belikan. Untuk Usaha Dagang Promosi, biaya perlengkapan dihitung dengan menghitung pemakaiannya Usaha Dagang Promosi, selama satu bulan biaya perlengkapan Usaha Dagang Promosi adalah sebagai berikut:

1 Bal roll karung beras plastik 100 kg = 25 buah

Harga karung beras plastik 100 kg seharga = Rp 75.000

maka harga perolehannya adalah

25 buah x Rp. 75.000 = Rp 1.875.0000.

Tabel 4.3 Biaya Overhead Pabrik

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Biaya Bahan Baku Tidak Langsung	Rp 8.160.000
2.	Biaya Listrik & Air	Rp 800.000
3.	Biaya Penyusutan Mesin	Rp 4.500.000
4.	Biaya Kemasan	Rp 1.875.000
Total Biaya		Rp 15.335.000

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa Usaha Dagang Promosi mengeluarkan biaya overhead pabrik sebesar Rp 15.335.000

4.2.3 Persediaan Barang Jadi (Awal) dan (Akhir)

ketika bahan baku yang telah diproses menjadi barang jadi belum terjual, maka persediaan barang dapat dicatat. Barang jadi ini diperoleh dari barang dalam proses yang terselesaikan. Persediaan produk jadi berisi semua barang yang telah selesai

diproses pembuatannya dan siap untuk dijual, jadi persediaan barang jadi awal itu sebanyak 90 beras jadi per hari dan akhir periode atau bulanan persediaan barang jadi akhir bulan sisa 30 beras jadi barang yang tersedia untuk dijual . Dan harga beras per kilo sebesar Rp 8.000 , jadi persediaan awal dan akhir selama satu bulan sebesar Rp 21.600.000

Persediaan Awal $90 \times \text{Rp. } 8.000 \times 30 \text{ hari} = \text{Rp. } 21.600.000$

Persediaan Akhir $30 \times \text{Rp. } 8.000 \times 30 \text{ hari} = \text{Rp. } 7.200.000$

Jadi selisih barang yang tersedia untuk dijual selama satu bulan adalah sebesar Rp. 14.400.000.

4.2.4 Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Menurut Teori Metode *Full Costing* Untuk Usaha Dagang Promosi

Adapun harga pokok produksi dan harga pokok penjualan menurut teori untuk Usaha Dagang Promosi di Kabupaten Wajo. terdapat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4

Harga Pokok Produksi (*Metode Full Costing*)

Jenis Biaya	Total Biaya	
Biaya Bahan Baku		25.200.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung		15.000.000
Biaya Overhead Pabrik :		
Biaya Listrik	500.000	
Biaya Air	300.000	
Biaya Solar	8.160.000	
Biaya Kemasan	4.500.000	
Biaya Penyusutan Mesin	1.875.000	
Jumlah Biaya Overhead Pabrik		15.335.000
Total Biaya Produksi		55.535.000

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 4.5
Harga Pokok Penjualan
Menurut Teori Metode *Full Costing*

Keterangan	Jumlah (Rp)
Persediaan Barang Jadi (Awal)	21.600.000
Harga Pokok Produksi	55.535.000
Barang Yang Tersedia Dijual	14.400.000
Persediaan Barang Jadi (Akhir)	(7.200.000)
Harga Pokok Penjualan	84.335.000

Sumber : Data Diolah, 2022

Pada tabel 4.4 dan 4.6 dapat dilihat bahwa UD.Promosi mengakui biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, BOP (*Biaya Overhead Pabrik*). sebagai konsekuensi dari temuan wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti dalam menilai harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*, peneliti telah melakukan pengelompokkan biaya-biaya pada beberapa jenis pengeluaran biaya dan pengeluaran berdasarkan sesuai harga-harga yang didapatkan hasil dari harga pokok penjualan pada Usaha Dagang Promosi mengakui persediaan barang jadi (awal) yaitu sebesar Rp 21.600.000, harga pokok produksi barang yang tersedia dijual, persediaan barang jadi (akhir) yaitu sebesar 7.200.000, jadi selisih dari persediaan penjualan adalah sebesar Rp. 14.400.000.

4.2.5 Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi dan Harga Pokok Penjualan Menurut Teori dan Usaha Dagang Promosi

Perhitungan harga pokok produksi dalam pembahasan sebelumnya dapat digunakan untuk membenarkan perbandingan antara metode perusahaan dan metode penetapan biaya lengkap atau *full costing*. Perbedaan dari kedua metode tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6 Perhitungan Harga Pokok Produksi**Menurut Usaha Dagang Promosi**

No.	Jenis Biaya	Total Biaya
1.	Biaya Bahan Baku	Rp. 25.200.000
2.	Biaya Tenaga Kerja	Rp. 15.000.000
3.	Biaya Overhead	Rp. 10.835.000
	Total	Rp. 51.035.000

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk harga pokok produksi Usaha Dagang Promosi dapat dilihat dalam menentukan harga jual tersebut sebesar Rp. 51.035.000

Tabel 4.7 Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Produksi Usaha Dagang Promosi dan Menurut Teori Metode *Full Costing*

Keterangan	Menurut Usaha Dagang Promosi	Menurut Metode <i>Full Costing</i>
Biaya Bahan Baku	25.200.000	25.200.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	15.000.000	15.000.000
Biaya Overhead Pabrik :		
Biaya Listrik	500.000	500.000
Biaya Air	300.000	300.000
Biaya Solar	8.160.000	8.160.000
Biaya Kemasan	-	4.500.000
Biaya Penyusutan Mesin	1.875.000	1.875.000
Jumlah Biaya Overhead Mesin	10.835.000	15.335.000
Total Biaya Produksi	51.035.000	55.535.000

Sumber : Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.6 dan 4.7 untuk perhitungan harga pokok produksi menunjukkan terjadi perbedaan perhitungan antara Usaha Dagang Promosi dan menurut teori dengan metode full costing. Maka dari itu terdapat perbedaan nilai harga pokok produksi di

Usaha Dagang Promosi apabila menggunakan pendekatan perusahaan dengan teknik *full costing*. Perhitungan menggunakan metode perusahaan menghasilkan hasil yang kurang akurat dimana harga pokok produksi di Usaha Dagang promosi yaitu sebesar Rp 51.035.000 biaya yang dikeluarkan untuk dibandingkan dengan perhitungan menggunakan metode *full costing* sebesar Rp 55.535.000. Nilai selisih harga pokok produksi antara metode perusahaan dan metode *full costing* yaitu sebesar Rp 4.500.000.

Tabel 4.8 Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Penjualan

Keterangan	Metode UD.Promosi (Rp)	Metode <i>Full Costing</i> (RP)
Persediaan Barang Jadi (Awal)	21.600.00	21.600.00
Harga Pokok Produksi	51.035.000	55.535.000
Barang Yang Tersedia Dijual	14.400.000	14.400.000
Persediaan Barang Jadi (Akhir)	(7.200.000)	(7.200.000)
Harga Pokok Penjualan	79.835.000	84.335.000

Sumber : Data Diolah,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat di atas bahwa terdapat perubahan nilai selisih harga nilai harga pokok penjualan antara perhitungan menggunakan pendekatan metode perusahaan dan metode *full costing* pada Usaha Dagang Promosi Perhitungan menggunakan metode perusahaan memberikan hasil yang lebih rendah dimana perhitungan metode perusahaan sebesar Rp 79.835.000, jika dibandingkan dengan menggunakan metode *full costing* ini lebih tinggi harga pokok penjualan yang dia dapatkan yaitu sebesar Rp 84.335.000. Jadi selisih nilai harga pokok penjualan selama satu bulan sebesar Rp.4.500.000. Selisih perbedaan nilai tersebut terjadi karena disebabkan perbedaan nilai pada Harga Pokok Produksi. Namun, di Usaha Dagang Promosi ini dalam menentukan harga jualnya hanya mempertimbangan kualitas berasnya jika kualitas beras bagus maka harga jual berasnya juga tinggi.

4.2.6 Harga Jual Metode *Cost Plus Pricing*

Umumnya metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga jual oleh perusahaan dagang dapat dilakukan dengan menerapkan metode biaya total, metode biaya produk, metode biaya variabel dan metode *Return On Investment (ROI)*. Usaha Dagang Promosi dalam menghitung harga jual menggunakan pendekatan *total cost plus markup*, yang melibatkan penambahan harga pokok penjualan ke persentase laba yang ditargetkan. Usaha Dagang Promosi sendiri telah menentukan persentase laba yang diinginkan, yaitu 10 % dari harga pokok penjualan.

Rumus perhitungan Laba yang diinginkan:
 Laba yang diinginkan = % x Harga pokok penjualan
 Rumus perhitungan harga jual: Harga Jual = Harga pokok penjualan + Laba yang diinginkan

Perhitungan harga jual

Untuk menentukan harga jual melakukan perhitungan sebagai berikut :

a. Laba yang diinginkan = 10% x Harga Pokok Penjualan

$$= 10\% \times \text{Rp. } 84.335.000$$

$$= \text{Rp } 8.433.500$$

b. Menentukan Harga Jual

Harga Jual = Harga Pokok Penjualan + Laba yang diinginkan

$$= \text{Rp. } 84.335.000 + \text{Rp. } 8.433.500$$

$$= \text{Rp. } 92.768.500$$

Jumlah produksi dalam sebulan sebanyak = 2.700

Harga jual per unit : $\text{Rp. } 92.768.500 : 2.700 = 3,435$

Jadi harga jual pada Usaha Dagang Promosi dengan laba 10% dari total biaya adalah 3,435. Adapun Perhitungan Harga Jual menggunakan metode *full costing* adalah sebagai berikut :

Rumus Menentukan Harga Jual
 Harga jual = biaya produksi + markup

Perhitungan Harga Jual Menggunakan Metode *Full Costing*

Harga Jual = Biaya Produksi + Markup

= Rp 55.535.000 + 10 %

= Rp 61.088.500

Harga Jual per kilo

= Rp 61.088.500 : 90

= Rp 6.787

jadi untuk harga jual Usaha Dagang Promosi jika menggunakan Metode *full costing* adalah dengan Markup 10% yaitu sebesar Rp 61.088.500 dan harga jual per kilo adalah sebesar Rp 6.787.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Sularsi Mejang (Pemilik) yang menyatakan bahwa untuk menentukan harga jual belum melakukan pengidentifikasian biaya secara tertulis akan tetapi hanya mengacuh kepada perkiraan dan kualitas berasnya saja, namun demikian dari hasil wawancara tersebut peneliti memperoleh rincian biaya-biaya sehingga atas dasar tersebut peneliti melakukan perhitungan harga. melakukan perhitungan hanya dengan menambah keseluruhan biaya – biaya yang kemudian dijadikan acuan dalam penentuan harga jual produksinya serta melihat bagaimana kualitas berasnya.

4. 3 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui bagaimana penentuan harga jual berdasarkan metode *Full Costing*, karena dalam penentuan harga jual biaya adalah suatu faktor yang berpengaruh karena biaya merupakan penentu besarnya suatu harga

jual. Dalam penentuan harga jual sebaiknya dapat mempertimbangkan unsur biaya yang terkait dengan biaya tersebut. biaya produksi adalah biaya yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik.

4.3.1 Perbandingan Hasil Perhitungan Harga Pokok Produksi Usaha Dagang Promosi dan Menurut Metode Full Costing.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa dari Perhitungan dengan metode Usaha Dagang Promosi dan metode *costing full* menunjukkan adanya selisih harga pokok produksi Usaha Dagang Promosi.. Perhitungan menggunakan metode Usaha Dagang Promosi menghasilkan hasil yang lebih tinggi dibandingkan dengan perhitungan menggunakan metode *full costing*. Total biaya produksi yang dihasilkan dengan metode dengan metode Usaha Dagang Promosi sebesar Rp. 51.035.000, sedangkan jika menggunakan metode *full costing* yang di hasilkan itu sebesar Rp 55.535.000 dan selisih nilai harga pokok produksi antara metode yang digunakan UD Promosi dengan metode *full costing* yaitu sebesar Rp 4.500.000. perbedaan perhitungan tersebut dilihat dari biaya overhead pabriknya, karena Usaha Dagang Promosi tidak menghitung biaya pengemasan beras jadi untuk biaya produksi di Usaha Dagang Promosi dan menurut metode *full costing* bahwa biaya pengemasan tersebut masuk dalam perhitungan jika menggunakan metode *full costing*.

4.3.2 Penentuan Harga Pokok Penjualan Berdasarkan Metode Full Costing

Pada hasil penelitian pada Usaha Dagang Promosi didapatkan harga pokok penjualan yang telah diketahui yang mana terdiri dari harga pokok produksi dan dapat dihitung berdasarkan 3 komponen yaitu, Biaya Bahan Baku (BBB), Biaya Tenaga Kerja Langsung (BTKL), Biaya Overhead Pabrik. Dimana total biaya produksi yang dihasilkan dengan menggunakan metode *full costing* adalah sebesar Rp.55.353.000, kemudian untuk harga pokok penjualan (HPP) menggunakan 4 komponen didalamnya yaitu,

Persediaan Barang Jadi (Awal), Harga Pokok Produksi Barang Yang Tersedia Dijual, Persediaan Barang Jadi (Akhir). Maka dari itu untuk perhitungan harga pokok penjualannya sebesar Rp. 84.335.000. Dan dari hasil wawancara dengan bapak bapak Sularsi Mejang (Pemilik) Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Sularsi Mejang (Pemilik) yang menyatakan bahwa untuk menentukan harga jual belum melakukan pengidentifikasian biaya secara tertulis akan tetapi hanya mengacuh kepada perkiraan dan kualitas berasnya saja, namun demikian dari hasil wawancara tersebut peneliti memperoleh rincian biaya-biaya sehingga atas dasar tersebut peneliti melakukan perhitungan harga. melakukan perhitungan hanya dengan menambah keseluruhan biaya – biaya yang kemudian dijadikan acuan dalam penentuan harga jual produksinya serta melihat bagaimana kualitas berasnya. Maka untuk harga jual Usaha Dagang Promosi jika menggunakan Metode *full costing* adalah dengan Markup 10% yaitu sebesar Rp 61.088.500 dan harga jual per kilo adalah sebesar Rp 6.787.

Hasil penelitian ini sudah sesuai dengan landasan teori yang dikemukakan oleh (Mulyadi, 2015) *Full costing* merupakan adalah cara penghitungan harga pokok produksi yang memasukkan semua bagian biaya produksi, termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead pabrik. dan Menurut Kolter dan Amstrog (2001), bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas pemanfaatan karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari dan Karlina, 2018) dengan judul analisis penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing menggunakan metode full costing* dan pengaruhnya terhadap laba yang dihalikan pada UD Maju. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Maju belum melakukan perhitungan harga pokok untuk harga jual. Harga jual selama ini hanya ditetapkan oleh

UD Maju lebih kecil dari hasil perhitungan harga jual yang menggunakan metode *cost plus pricing* menggunakan metode *full costing* dan pada UD maju hasil dari penelitian tersebut dipastikan telah mengalami kerugian.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dari pembahasan hasil penelitian, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Dalam penentuan harga jual dalam perusahaan atau usaha dagang di Usaha Dagang Promosi yang dilakukan dengan menggunakan metode Full Costing, walaupun dalam menentukan harga jualnya belum sepenuhnya sesuai dengan teori akuntansi yang berlaku.
- 2) Dalam menghitung biaya bahan baku, biaya tenaga kerja sudah dilakukan dengan tepat dalam perhitungannya akan tetapi, dalam menghitung biaya overhead pabrik belum tepat masih ada biaya yang belum dihitung dalam biaya overhead pabrik.
- 3) Sedangkan dalam penentuan harga jual, Usaha Dagang Pomosi hanya melihat harga pasaran yang sedang berlaku dan hanya melakukan penentuan dengan perkiraan dan melihat kualitas berasnya saja, dan adapun tawar menawar antar penjual dan pembeli.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penelididapat memberikan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan pada Usaha Dagang Promosi dalam membuat kebijakan sebagai berikut :

- 1) Saran untuk Usaha Dagang Promosi dalam melakukan penentuan harga jual perlu melakukan perhitungan dengan metode Full Costing yang sesuai dengan teori akuntansi agar dapat memudahkan untuk menetapkan harga pokok produk atau harga jual.

- 2) Penentuan harga jual seharusnya tetap menghitung harga pokok produksi dan perensatse laba yang diharapkan, sehingga harga jual dapat tersaji dengan wajar, karena tidak selamanya harga yang di pasar selalu tinggi. Dengan adanya perhitungan harga jual maka dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam perusahaan atau usaha dalam penentuan harga jual.

DAFTAR PUSTAKA

- Don R. Hansen dan Maryanne M. Mowen. 2011. *Akuntansi Manajerial Buku 1 Edisi 8*. Penerbit Salemba Empat. Yogyakarta
- Erwatika Kartika, M. Rifki Bakhtiar, 2019. Penentuan Cost Of Good Sold dan Penerapan Cost Plus Pricing Method Dalam Menentukan Harga Jual: Study Penggilingan Padi USAHA DAGANG Budi Luhur. *Jurnal Akuntansi*
- Hermanto (2017). Akuntansi Biaya Konsep dan Metodologi Penggolongan Biaya Elemen Biaya Produksi, Perhitungan Harga Pokok Produk BPFE Yogyakarta.
- Hernato, 2017, Akuntansi Biaya, Penerbit Andi, kerjasama dengan BPFE- UGM Yogyakarta
- Mulyadi. 2016. Akuntansi Biaya, Edisi Lima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. (2015). Akuntansi Biaya. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Managemen YKPN.
- Mulyadi. 2010. Akuntansi Biaya, Edisi Kelima. UPP STIM YKPN: Yogyakarta. .
- Margaretha Afriani Windi Lontaan (2017). Analisis Penentuan Harga Jual Pada Usaha Dagang Raina Gorontalo. *Jurnal Akuntansi*
- Nur Aftahira (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Pada PT Kemilau Bintang Timur Kabupaten Luwu. *Jurnal Akuntansi*
- Rina hasyim, 2018. Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi dan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode *Full Costing* Pada Industry Khoiriyah Ditaman Sari Singaraja. *Jurnal Akuntansi*
- Reza woran, Lidia Mawikere, 2017. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Meode Cost Plus Pricing Pada Usaha Dagang Vanela. *Jurnal Akuntansi*
- Samryn, L.M., 2012. Akuntansi Manajemen. Jakarta: Penerbit Kencana
- Sri Hartatik (2019). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada UD Mutia Meubel. *Jurnal Akuntansi*
- Sugiyono (2017). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2018). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Supriyono, 2000. Akuntansi Biaya Pengumpulan Biaya dan Harga Pokok. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE

Siregar, dkk, (Ed), 2013, Akuntansi Biaya Edisi Dua. Jakarta ; Salemba Empat.

Suherni (2018). Analisis Penetapan Harga Jual Produk Dengan Menggunakan Pendekatan *Full Costing Dan Variabel Costing* Pada Usaha Dagang Naufal Bakery & Cake Kabupaten Gowa. *Jurnal Akuntansi*

Winny Gayatri, 2017, Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pada PT. Pertani (persero) Cabang Sulawesi Utara. *Jurnal Akuntansi*

Yunita Sari dan lily karlina, 2018, Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing Menggunakan Metode Full Costing* Dan Pengaruhnya Terhadap Laba Yang Diharapkan Pada UD Maju. *Jurnal Akunta*

LAMPIRAN

Lampiran 1

Wawancara Usaha Dagang Promosi

1. Bisa dijelsakan dan diceritakan Kapan berdirinya usaha Usaha Dagang Promosi?

Jawaban :

Usaha Dagang Promosi adalah perusahaan atau usaha yang memproduksi beras, sudah berdiri sejak tahun 1995 dan usaha ini merupakan rintisan dari bapak Sularsi Mejang, selaku pemilik usaha juga merangkap sebagai bagian manajer atau Admisitrasi. Bapak Sularsi Mejang, yang mula – mula hanya hanya membantu ayahnya mengingat semakin berkembangnya usahanya maka bapak sularsi memilih usaha ini oleh karena itu diberilah nama usahanya dengan lebal nama Usaha Dagang Promosi di usaha tersebut adalah memproduksi beras dan tidak beroperasi setiap hari dan pada saat memproduksi beras itu sekitar 90 ton beras yang diproduksi dalam satu hari. Usaha Dagang Promosi merupakan distributor besar di daerah Kab. Wajo. Dan untuk penentuan harga jual di Usaha Dagang Promosi dilihat dari keuntungan yang dihasilkan dan tidak menggunakan landasan teori akuntansi yang sebenarnya dan penentuan harga jual juga dapat dilihat dari sisi kualitas berasnya.

2. Berapa banyak beras yang bapak produksi selama satu hari ?

Jawaban : Beras yang saya produksi selama satu hari yaitu sebanyak

90

3. Bagaimana proses produksi di Usaha Dagang Promosi sehingga gabah yang diolah dapat menjadi beras?

- a) jawaban : Membeli Gabah di Petani / Menbeli Bahan Baku
- b) Kemudian setelah membeli gabah dari petani maka akan di keringkan atau dijemur terlebih dahulu selama satu hari jika cuacanya bagus.
- c) Setelah dikeringkan atau dijemur maka gabah tersebut akan digiling sampai menjadi beras.
- d) Setelah menjadi beras akan di masukkan kedalam karung.

4. Bagaimana kah cara penentuan harga jual di Usaha Dagang Promosi ?

jawaban :

melakukan perhitungan hanya dengan menambah keseluruhan biaya – biaya yang kemudian dijadikan acuan dalam penentuan harga jual produksinya serta melihat bagaimana kualitas berasnya.

5. Apakah Usaha Dagang Promosi ada laporan keuangan pak?

jawaban : untuk laporan keuangan saya tidak mempunyai

6. Berapa harga beras per Kg ?

jawaban : Harga beras di Usaha Dagang Promosi sebesar Rp.8.000

7. Ada berapa karyawan di Usaha Dagang Promosi ?

jawaban : saya memiliki karyawan yang terdiri dari 4 orang bagian drayer/ penjemuran , 4 orang bagian penggilingan/ produksi, dan 4 orang bagian angkat beras. Bagian drayer atau pengering bertugas untuk menjemur gabah yang sudah diambil di petani, bagian penggilingan setelah gabah sudah kering kemudian akan di kasih masuk kedalam pabrik untuk diproses menjadi beras, dan bagian angkat

gabah setelah jadi beras bagian ini akan menangkat gabah kedalam mobil truk.

8. Berapa gaji karyawan?

jawaban : untuk Bagian Penjemuran selama satu hari Rp. 50.000 jika selama satu bulan yang dihasilkan sebesar Rp 1.500.000, dan untuk Bagian Penggilingan selama satu hari Rp. 50.000 jika selama satu bulan yang dihasilkan sebesar Rp 1.500.000, dan untuk Bagian Angkat Beras selama satu hari Rp 25.000 jika selama satu bulan yang dihasilkan sebesar Rp 750.000.

Lampiran 2 Pabrik Usaha Dagang Promosi



Lampiran 3 Gabah di Usaha Dagang Promosi



Lampiran 4 Pengemasan Beras di Usaha Dagang Promosi



Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Pemilik Usaha Dagang Promosi

