

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA JUAL
PRODUK PADA USAHA KECIL MENENGAH SENTOSA
DI KECAMATAN KABILA KABUPATEN
BONE BOLANGO**

OLEH:

DEVI SEPTIYANINGSIH BOBIHU

E1117088

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
GORONTALO
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA JUAL
PRODUK PADA USAHA KECIL MENENGAH SENTOSA
DI KECAMATAN KABILA KABUPATEN
BONE BOLANGO**

OLEH:

DEVI SEPTIYANINGSIH BOBIHU

E1117088

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo
Gorontalo,20.....Maret 2021

Pembimbing I



Melinda Ibrahim SE., MSA
NIDN. 092005860

Pembimbing II



Rizka Yunka Ramly, SE., M.Ak
NIDN. 0924069002

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PADA USAHA KECIL MENENGAH SENTOSA DI KECAMATAN KABILA KABUPATEN BONE BOLANGO

OLEH

DEVI SEPTIYANINGSIH BOBIHU
E1117088

Telah Memenuhi Syarat Dan Di Pertahankan Pada Komisi Ujian Akhir
Hari/Tanggal : Selasa 16 Nov 2021

1. Dr. Bala Bakri, SE. S.Psi., MM
2. Rusdi Abdul Karim, SE., M.Ak
3. Muhammad Ichsan Gaffar, SE, M.Ak.C.Sr
4. Melinda Ibrahim, SE. M.SA
5. Rizka yunika Ramly, SE., M.Ak

.....
.....
.....
.....
.....

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Musafir, SE., MM
NIDN : 0922057502

Ketua Program Studi Akuntansi



Melinda Ibrahim, SE. M.SA
NIDN : 0920058601

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali Tim Pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Gorontalo, 20 Maret 2021

Yang Membuat Pernyataan



DEVI SEPTIYANINGSIH BOBIHU

E1117088

ABSTRAK

Devi Septiyaningsih Bobihu. Nim E1117088. Analisis Faktor-faktor Penentuan Harga Jual Produk Pada UKM Sentosa Di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor biaya, faktor permintaan dan penawaran, faktor tujuan perusahaan, faktor kondisi perekonomian dan faktor manajemen pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus, dimana jenis penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada factor biaya tetap UKM ini melakukan penyetokan barang setiap dua minggu, ini bertujuan untuk mengatasi jika sewaktu-waktu terjadi kenaikan harga bahan baku. Namun jika stok bahan baku dari UKM ini habis, maka strategi selanjutnya adalah dengan menaikkan harga produk dari UKM dengan mengikuti harga pasar pada umumnya. Sedangkan untuk biaya variabel, salah satunya adalah dengan memberikan gaji lembur diluar gaji pokok kepada karyawan, disamping itu jika pesanan membludak maka UKM Sentosa akan segera mencari karyawan baru yang bersifat sementara hanya utk membantu menggambar atau memahat kue krawang. Namun pada dasarnya usaha ini dalam menentukan harga jual kue kerawang sudah berdasarkan factor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual produk.

Kata Kunci; Faktor-faktor Penentuan Harga Jual Produk

ABSTRACT

Devi Septiyaningsih Bobihu. Nim E1117088. Analysis of the Factors for Determining the Selling Price of Products at Sentosa in Kabila District, Bone Bolango Regency.

This study aims to determine and analyze the determination of product selling price in terms of cost factors, demand and supply factors, company objective factors, economic conditions and management factors at Sentosa Small and Medium Enterprises in Kabila District, Bone Bolango Regency. The research used in this research is qualitative research, descriptive method with a case study approach, where the type of qualitative research is research that intends to understand the phenomena experienced by the research subject. The results showed that the fixed cost factor of these was stocking goods every two weeks, which aims to overcome if at any time there is an increase in raw material prices. However, if the raw material stock from runs out, the next strategy is to increase the prices of products from SMEs by following market prices in general. As for variable costs, one of which is to provide employees with overtime pay outside the basic salary, in addition, if orders are high, UKM Sentosa will immediately look for new temporary employees just to help draw or carve krawang cakes. However, basically this effort in determining the selling price of filigree cakes is based on the factors that influence the determination of the selling price of the product.

Keywords; Factors for Determining Product Selling Prices

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penelitian dengan judul Analisis Faktor-faktor Penentuan Harga Jual Produk Pada UKM Sentosa Di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango. Segala hambatan dan rintangan yang penulis jumpai dalam penyusunan skripsi ini, namun berkat rahmat dan petunjuk Allah serta bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing serta dorongan dari semua pihak, maka semua kesulitan dan hambatan ini dapat diatasi. Masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penyusunan penelitian ini oleh karena itu penulis mengharapkan koreksi dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan penelitian selanjutnya.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Muhamad Ichsan Gaffar, SE., M.Ak, CSR selaku ketua yayasan PIPT Ichsan Gorontalo, Bapak Dr. Hj. Abdul Gaffar La Tjokke, M.Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo, Bapak Dr. Ariawan, SE., S.Psi., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Ibu Rahma Rizal, SE.Ak, M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi. Ibu Melinda Ibrahim, SE., MSA selaku pembimbing I yang begitu banyak membimbing penulis sehingga bisa menyelesaikan penelitian ini. Ibu Rizka Yunika Ramly, SE., M.Ak selaku pembimbing II yang telah memberikan dorongan, bimbingan sehingga penelitian ini dapat selesai, Ucapan terima kasih teristimewa kepada kedua orang tua serta keluarga besar yang telah banyak memberikan bantuan dan dorongan, serta dosen dan staf administrasi Universitas Ichsan Gorontalo dan Rekan-rekan

seperjuangan mahasiswa yang tak bisa disebutkan satu persatu terima kasih atas segala bantuannya semoga kita semua bisa wisuda bareng yaa.... Akhir kata semoga penelitian ini dapat diterima dan bermanfaat bagi semua orang. Aamiin...

Gorontalo, Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTACK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1.....	
Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.....	
Rumusan Masalah.....	5
1.3.....	
Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1. Maksud Penelitian.....	6
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1... Pengertian UKM.....	8
2.1.2... Pengertian Biaya.....	9

2.1.3... Akumulasi Biaya.....	10
2.1.4... Pengertian Akuntansi Biaya.....	16
2.1.5... Peranan Akuntansi Biaya.....	17
2.1.6... Klasifikasi Biaya.....	19
2.1.6.1. Biaya dalam Hubungannya dengan Produk.....	20
2.1.6.2. Klasifikasi biaya dalam hubungan dengan volume produksi.....	23
2.1.6.3. Klasifikasi Biaya Dalam Hubungan Dengan Departemen Produksi.....	26
2.1.6.4. Klasifikasi Biaya Dalam Hubungan Dengan Periode Waktu.....	27
2.1.6.5. Biaya Dalam Hubungan Dengan Pengambilan Keputusan.....	27
2.1.7... Pemisahan Biaya Tetap Dengan Biaya Variabel.....	29
2.1.8... Macam-Macam Biaya.....	30
2.1.8.1. Biaya Produksi.....	30
2.1.8.2. Biaya Bahan Baku.....	31
2.1.8.3. Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	32
2.1.9... Siklus Biaya.....	32
2.1.10. Perilaku Biaya.....	35
2.1.11. Metode Pengumpulan Biaya Produksi.....	35
2.1.12. Karakteristik Informasi Akuntansi Biaya.....	36
2.1.13. Pengertian Harga Pokok Produksi.....	37
2.1.14. Pengertian Harga Jual.....	38
2.1.15. Aspek Hukum Penetapan Harga.....	39
2.1.16. Harga Jual Produk	39
2.1.17. Keputusan Penentuan Harga Jual.....	41
2.1.18. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Penentuan Harga Jual.....	41
2.1.19. Penelitian Terdahulu.....	42
2.2. Kerangka Pemikiran.....	43

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian Yang Digunakan.....	44
3.2.1... Desain Penelitian.....	44
3.2.2... Operasional Variabel Penelitian.....	45
3.2.3... Jenis dan Sumber Data.....	45
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.4 Informan Penelitian.....	47
3.5 Metode Analisis.....	48

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	50
4.1.1. Visi dan Misi Lokasi Penelitian.....	50
4.1.2. Struktur Organisasi.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1. Observasi Penelitian.....	52
4.2.2. Faktor Biaya.....	52
4.2.3. Faktor Permintaan dan Penawaran.....	58
4.2.4. Faktor Tujuan Perusahaan.....	61
4.2.5. Faktor Perekonomian.....	64
4.2.6. Faktor Manajemen.....	65
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1. Faktor Biaya.....	67
4.3.2. Faktor Permintaan dan Penawaran.....	70
4.3.3. Faktor Tujuan Perusahaan.....	72
4.3.4. Faktor Perekonomian.....	73
4.3.5. Faktor Manajemen.....	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	45
Tabel 3.2 Informan Penelitian.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ilustrasi Klasifikasi Biaya Dapat Menghasilkan Suatu Produk.....	31
Gambar 2.2 Laporan Harga Pokok.....	34
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan dalam proses produksi yang menghasilkan produk pastinya diperlukan sebuah informasi tentang seberapa besar jumlah beban digunakan untuk menghasilkan suatu produk tersebut, dan perusahaan diharapkan mampu menghitung beban yang sangat diperlukan yaitu berupa beban bahan baku, beban biaya kerja karyawan serta beban overhead pabrik guna penentu harga pokok penjualan yang tepat dalam suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Mulyadi (2017) menyatakan bahwa biaya merupakan objek yang dicatat, di golongkan, di ringkas, dan di sajikan oleh akuntansi biaya. Biaya (*cost*) yaitu suatu dedikasi sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, demi memperoleh barang atau jasa yang akan memberikan laba pada saat ini atau di kemudian hari. Biaya adalah suatu harga, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilaksanakan untuk menjamin perolehan utilitas. Pembuatan suatu produk usaha memiliki dua kelompok biaya yang harus digunakan yakni biaya produksi serta biaya non produksi. Biaya produksi adalah biaya yang bersumber dari perusahaan bertujuan untuk mengolah bahan baku menjadi suatu produk yang siap dijual oleh perusahaan, sedangkan biaya non produksi adalah biaya yang juga berasal dari perusahaan yang digunakan untuk kegiatan non produksi contohnya kegiatan dalam memasarkan produk maupun kegiatan umum lainnya.

Menurut pendapat yang dijelaskan oleh Kristianti (2013) harga jual kadang kala merupakan tolak ukur pembeli. Oleh karena itu, pemastian harga jual produk

membutuhkan berbagai macam pertimbangan yang terintegrasi dari biaya produksi, biaya operasional, target keuntungan yang diinginkan, kapasitas beli konsumen, harga jual pesaing hal perekonomian secara menyeluruh.

Harga jual adalah nilai yang mampu menutup semua biaya (biaya produksi atau pun biaya non produksi) di tambah dengan keuntungan yang normal, lebih luasnya biaya tidak menentukan harga jual produk atau jasa. Harga jual merupakan beberapa kompensasi (uang maupun barang) yang diinginkan untuk memperoleh kombinasi barang maupun jasa. Pelaku usaha selalu menargetkan harga produknya dengan tujuan produk tersebut laku terjual dan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

Didalam menetapkan harga jual produk, tidak hanya dibutuhkan kegiatan pemasaran maupun aspek keuangan lainnya, namun diperlukan penanggung jawab yang professional dalam suatu usaha. Semua ini terjasdi karena harga jual produk sangat berpengaruh terhadap volume penjualan atau disebut juga dengan jumlah pembeli dan juga sangat berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh perusahaan.

Tujuan harga jual untuk mengetahui besarnya biaya yang di kelurkan untuk memproduksi barang atau jasa, selain itu harga jual juga menjadi salah satu bagian dari laporan laba rugi. Dan manfaat dari harga jual meliputi : bisa menghitung keuntungan dan rugi suatu usaha, menjadi alat bantu dalam menentukan realisasi biaya produksi, merupakan penentu harga barang.

Menurut Rudianto (2006) harga jual produk perusahaan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Secara umum terdapat beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk menentukan harga jual

suatu produk yaitu memaksimalkan laba, secara umum tujuan dari didirikannya sebuah perusahaan adalah untuk menghasilkan laba maksimal dalam jangka panjang. Laba yang maksimal dalam jangka pendek bukanlah tujuan yang baik dari perusahaan yang ingin hidup di dunia bisnis berkesinambungan dalam jangka panjang. Selain itu ingkat pengembalian atas modal yang digunakan juga merupakan salah satu factor dalam menentukan harga jual produk. Biaya konversi, margin kontribusi, dan biaya standar juga merupakan factor yang digunakan dalam pengambilan keputusan dalam penentuan harga jual produk. Jika perusahaan telah memiliki biaya standar yang telah dijadikan tolok ukur dalam menentukan besarnya biaya produksi, maka penentuan harga jual dapat pula ditentukan berdasarkan biaya standar yang dimiliki perusahaan.

Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Mila Ermawati (2017) yang menyatakan bahwa dalam penelitiannya pada UKM Taman Sari hampir seluruhnya menentukan harga jual produknya atas dasar kualitas produk itu sendiri. Metode ini adalah metode penentuan harga produk berdasarkan harga yang berbasis biaya. selain itu waktu yang dipergunakan dalam membuat produk tersebut juga patut dipertimbangkan dalam melakukan penentuan harga jual.

Penelitian ini berlokasi pada UKM Sentosa ysng bergerak dibidang pembuatan kue kering seperti kue krawang. UKM ini beralamat pada Desa Tanggilingo Kecamatan Kabila, tempat usaha yang sudah berdiri sejak tahun 2015 dengan jumlah karyawan 9 orang dan pemiliknya adalah ibu Dirja Polumulo ini bisa menghasilkan sebanyak kurang lebih 1000 toples kue kering disetiap tahunnya.

Usaha Kecil Menengah yang telah didirikan oleh ibu Dirja Pulumolo ini adalah usaha yang bergerak dibidang pengelolaan kue kering yakni kue kerawang. Dalam menentukan harga jual suatu produk idealnya menggunakan beberapa factor penentuan harga jual seperti biaya, permintaan, tujuan, kondisi perekonomian dan manajemen. Namun berdasarkan observasi awal peneliti dengan melakukan wawancara langsung dengan pemilik Usaha Kecil Menengah Sentosa yakni Ibu Dirja Pulumolo, beliau mengatakan bahwa pada Usaha Kecil Menengah Sentosa ini dalam menentukan harga jual yang sudah berjalan dari tahun 2015 hingga kini hanya berdasarkan perhitungan harga pasar pada umumnya. Walaupun laba yang telah diperoleh sudah cukup besar, namun masih terdapat permasalahan yang harus dihadapi oleh pemilik Usaha Kecil Menengah yaitu penentuan harga jual kue yang kompetitif karena harga Usaha Kecil Menengah Sentosa ini belum menyadari bahwa penentuan harga jual produk itu harus memperhatikan biaya-biaya yang harus dikeluarkan seperti biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Oleh sebab itu pemilik Usaha Kecil Menengah Sentosa ini harus menyusun strategi yang tepat dalam menentukan harga jual agar kue kerawang yang telah diproduksi dapat bersaing dipasar dan tetap dapat menghasilkan laba sesuai keinginan pemilik Usaha Kecil Menengah Sentosa.

Pentingnya penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui seperti apa penentuan harga jual produk Usaha Kecil Menengah Sentosa. Tepat tidaknya Usaha Kecil Menengah ini dalam menentukan harga jual produknya, ini akan mempengaruhi penjualan Usaha Kecil Menengah, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian tentang “Analisis Faktor-faktor Penentuan Harga Jual Produk Pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor biaya pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango?
2. Bagaimana penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor permintaan dan penawaran pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango?
3. Bagaimana penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor tujuan perusahaan pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango?
4. Bagaimana penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor kondisi perekonomian pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango?
5. Bagaimana penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor manajemen pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana faktor penentuan harga jual produk yang meliputi biaya, permintaan dan penawaran, tujuan perusahaan, kondisi perekonomian serta factor manajemen pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui dan menganalisis penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor biaya pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor permintaan dan penawaran pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor tujuan perusahaan pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor kondisi perekonomian pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor manajemen pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian berdasarkan teori yang telah didapat oleh penulis dari mata kuliah akuntansi biaya untuk penentuan harga jual produk, khususnya pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.

2. Manfaat Praktis

Dalam aspek praktis, diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk Usaha Kecil Menengah Sentosa dalam menentukan harga jual kue kering dengan tetap menghasilkan laba sesuai dengan yang diinginkan oleh pemilik Usaha Kecil Menengah Sentosa.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Usaha Kecil Menengah

Menurut Undang-undang Nomor 9 tahun 1995, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah suatu usaha produktif skala kecil yang memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000 tetapi tidak termasuk didalamnya berupa tanah maupun bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.1.000.000.000 setahun dan dapat pula menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp.50.000.000 sampai dengan Rp.500.000.000 dalam satu tahun. Yang dimaksud dengan Usaha Menengah menurut Impres No.5 thn 1998 yaitu usaha yang sifat produktifnya dapat memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp.200.000.000 sampai dengan sebesar Rp.10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kredit dari bank sebesar Rp.500.000.000 sampai dengan Rp.5.000.000.000.

Dalam perspektif perkembangan, UKM juga dapat diklarifikasikan dalam empat kelompok yakni :

- a. Livelihood Activities, yang merupakan sebuah UKM yang dipergunakan sebagai kesempatan kerja dalam mencari nafkah, dan lebih umum dikenal sebagai sektor informal.
- b. Micro enterprise, yang merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan. Jumlah UKM ini di Indonesia juga cukup besar.
- c. Small Enterprise, merupakan UKM yang dimiliki oleh kewirausahaan yang mampu menerima pekerjaan ⁸ kontrak dan ekspor. Kebanyakan

pengusaha yang berskala menengah dan berskala besar berasal dari kategori ini.

- d. Fast Moving Enterprise, merupakan UKM yang memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi serta bisa melakukan transformasi menjadi Usaha Besar dan kelompok ini juga jumlahnya juga lebih sedikit dari UKM kategori satu dan dua.

2.1.2 Pengertian Biaya

Biaya mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara luas dan secara sempit. Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang dalam usahanya untuk mendapatkan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu baik yang sudah terjadi dan belum terjadi atau baru direncanakan. Biaya dalam arti sempit adalah pengorbanan sumber ekonomi dalam satuan uang untuk memperoleh aktiva. (Sujarweni, 2015:9)

Pengertian mengenai biaya sangatlah perlu dari penerapan biaya yang tepat bisa di gunakan dalam membantu teknik perencanaan pengendalian dan pembuatan kesimpulan ekonomi. Ada beberapa definisi biaya, yang setiap biaya memiliki definisi yang berbeda. Sebab itu, tidak sedikit kelainan definisi untuk mengetahui seberapa pentingnya arti biaya tersebut.

Mulyadi (2017) menyatakan biaya merupakan objek yang dicatat, di golongankan, di ringkas, dan di sajikan oleh akuntansi biaya. Daljono (2005) menjelaskan biaya (*cost*) yaitu suatu dedikasi sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, demi memperoleh barang atau jasa yang akan memberikan laba pada saat ini atau di kemudian hari. dan Carter (2009) mengemukakan biaya

adalah suatu harga, pengeluaran, atau pengorbanan yang dilaksanakan untuk menjamin perolehan utilitas. Sedangkan Horngren (2008) mengemukakan biaya merupakan sumber daya yang dikeluarkan untuk memenuhi tujuan khusus.

Berdasarkan Witjaksono (2013: 1) yang menjelaskan metode perhitungan harga pokok pembahasan tentang cara dan metode dalam menyajikan suatu informasi dari sistem akuntansi biaya maupun sistem akumulasi biaya. garis besarnya ada dua jenis alternatif didalam sistem perhitungan harga pokok. Metode perhitungan *full costing* atau biasa disebut dengan metode perhitungan harga pokok penuh merupakan suatu metode yang menentukan harga pokok produksi dengan membebankan semua biaya produksi baik itu biaya tetap maupun biaya tidak tetap dalam suatu produk.

Dalam akuntansi biaya, biaya dikelompokkan dengan berbagai macam cara. Umumnya pengelompokan biaya ini ditentukan atas dasar tujuan yang hendak dicapai dengan pengelompokan tersebut, karena dalam akuntansi biaya dikenal konsep "*different cost for different purposes*", yaitu

1. Pengelompokan Biaya Menurut Objek Pengeluaran yakni inti pengelompokan biaya misalkan bahan bakar, jadi semua yang termuat dalam bahan bakar merupakan objek pengeluaran.
2. Pengelompokan Biaya Menurut Fungsi Pokok Dalam Perusahaan, antara lain;
 - a. Biaya produksi, merupakan *cost-cost* yang ada untuk diolah dari bahan baku menjadi suatu produk yang ingin di jual.
 - b. Biaya pemasaran, merupakan *cost-cost* yang ada untuk melakukan kegiatan pemasaran suatu produk.

- c. Biaya administrasi dan umum, merupakan *cost-cost* yang digunakan dalam pembuatan produk dan pemasaran produk.
3. Pengelompokan Biaya Menurut Hubungan Biaya Dengan Sesuatu Yang Di Biayai, antara lain adalah:
- a. Biaya langsung (*direct cost*), merupakan biaya yang timbul. Penyebabnya adalah sesuatu yang dibiayai, jika suatu yang dibiayai tidak ada maka biaya langsung juga tidak akan terjadi.
 - b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*), merupakan biaya yang timbul bukan Cuma disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai.
4. Pengelompokan Biaya Menurut Perilakunya Dalam Hubungannya Dengan Perubahan Volume Aktivitas. Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat di golongan menjadi :
- a. Biaya variabel merupakan *cost* yang kuantitas jumlahnya beralih seimbang dengan mutasi isi aktivitas. Contohnya biaya tenaga kerja langsung dan biaya bahan baku
 - b. Biaya Semivariabel merupakan *cost* yang beralih tidak seimbang dengan mutasi isi aktivitas dan berisi unsur biaya tetap dan biaya variabel.
 - c. Biaya Semifixed merupakan *cost* yang tidak berubah untuk kualitas isi aktivitasnya, dan beralih dengan total yang tetap pada isi produk khusus.
 - d. Biaya tetap merupakan *cost* yang kuantitasnya tidak berubah dalam bagian aktivitas. Contohnya gaji direktur produksi
5. Pengelompokan Biaya Atas Dasar Jangka Waktu Manfaatnya

Atas dasar jangka waktu biaya dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Pengeluaran modal adalah biaya yang berfungsi lebih didalam suatu periode akuntansi dalam satu tahun. Dalam mengeluarkan modal ini semuanya dibebankan pada aktiva dan juga dibebankan pada tahun untuk penikmat fungsi.
- b. Pengeluaran pendapatan adalah beban yang berfungsi dalam periode akuntansi pada saat terjadi transaksi biaya tersebut.

2.1.3 Akumulasi Biaya

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013 : 40) akumulasi biaya adalah suatu cara untuk mengetahui berapa besar biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk dan jasa atau menyangkut suatu hal. Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam akumulasi biaya, tetapi yang lazim digunakan adalah dua metode sebagai berikut :

1. Metode Akumulasi Biaya Pesanan (*Job Order Costing*)

Akumulasi biaya pesanan adalah suatu metode yang digunakan dalam pengumpulan harga pokok suatu produk di mana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisah sesuai identitasnya. Akumulasi biaya pesanan ini dapat diterapkan pada perusahaan yang menggunakan proses produksi secara terputus-putus seperti: pekerjaan konstruksi, bengkel, percetakan, industri garmen, katering makanan dan lain sebagainya.

a. Karakteristik Biaya Pesanan

Ada beberapa karakteristik dari biaya pesanan diantaranya adalah:

- i. Sifat proses produksi yang dilakukan terputus-putus, dan tergantung pada pesanan yang diterima.
- ii. Spesifikasi dan bentuk produk tergantung pada pesanan.
- iii. Pencatatan biaya masing-masing pesanan dilakukan pada kartu biaya pesanan secara terperinci untuk masing-masing pesanan.
- iv. Total biaya produksi untuk setiap elemen biaya dikalkulasi setelah pesanan selesai.
- v. Biaya per unit dihitung dengan membagi total biaya produksi yang terdiri dari: bahan baku langsung, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead dibebankan, dengan total unit yang dipesan.
- vi. Akumulasi biaya pada umumnya menggunakan biaya normal.
- vii. Produk yang sudah selesai dapat disimpan di gudang atau langsung diserahkan pada pemesan.

Penentuan biaya berdasarkan pesanan mengakumulasi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik dalam setiap pesanan. Dalam penentuan biaya berdasarkan pesanan ini dapat ditinjau dari tiga elemen yaitu:

- i. Akuntansi bahan baku memelihara catatan persediaan bahan baku langsung, membebankan bahan baku langsung ke pesanan dan membebankan bahan baku tidak langsung ke biaya overhead pabrik.

- ii. Akuntansi biaya tenaga kerja memelihara akun yang berhubungan dengan beban gaji, dan membebankan biaya tenaga kerja langsung ke pesanan dan membebankan biaya tenaga kerja tak langsung ke overhead pabrik.
- iii. Akuntansi biaya overhead pabrik mengakumulasi biaya overhead pabrik, memelihara catatan terinci dari overhead yang telah dikeluarkan, dan membebankan sebagian dari biaya overhead ke setiap pesanan.

b. Manfaat Perhitungan Biaya Pesanan

Penentuan biaya pesanan sangat bermanfaat untuk penetapan harga jual dan pengendalian biaya. Umumnya calon pelanggan selalu meminta estimasi biaya terlebih dahulu sebelum memesan, dan seringkali mereka memesan atau memberikan pekerjaan, membandingkannya dengan pesaing. Oleh sebab itu perusahaan harus dapat mengestimasi biaya secara akurat agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dan menghasilkan laba yang optimal.

c. Kerugian dalam Proses Produksi

Kerugian dalam proses produksi berdasarkan pesanan tidak dapat dihindari, kerugian ini bisa diakibatkan oleh beberapa hal diantaranya adalah sisa bahan, produk cacat dan produk rusak. Sisa bahan pada umumnya operasi perusahaan *manufacturing* yang menggunakan sistem biaya berdasarkan pesanan tidak bisa menghindari kerugian akibat terjadi sisa bahan. Manajemen yang terlibat dalam proses produksi harus dapat bekerja sama guna mengurangi kerugian semacam ini seminimal mungkin.

Para penganut “*zero defect*” menyatakan bahwa ukuran untuk mengurangi kerugian tersebut merupakan biaya efektif karena total biaya pabrikasi jangka

panjang akan menurun sejalan menurunnya presentase sisa bahan. Dalam proses pabrikan sisa bahan dapat berasal dari : pengolahan kurang baik, suku cadang rusak atau cacat yang tidak bisa diretur, stock bahan terlalu lama, penghentian proyek-proyek percobaan dan mesin-mesin pengolahan sudah terlalu tua. Perlakuan sisa bahan, jumlah sisa bahan yang terjadi pada perusahaan manufaktur sebaiknya ditelusuri sepanjang waktu dan dianalisis untuk menentukan apakah hal tersebut karena penggunaan bahan yang kurang efisien, apakah hal ini dapat dikurangi atau dihilangkan sama sekali. Apabila sisa bahan ini memang selalu terjadi dan sisa bahan tersebut laku dijual maka perlakuan hasil penjualan sisa bahan dapat: ditutup ke ikhtisar laba-rugi, pengurangan harga pokok penjualan, dikreditkan ke pengendali overhead pabrik.

Produk cacat adalah produk yang dihasilkan dalam proses produksi, dimana produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan, tetapi secara ekonomis produk tersebut dapat diperbaiki dengan mengeluarkan biaya tertentu, dimana biaya yang dikeluarkan untuk memperbaiki lebih rendah. Faktor penyebab terjadinya produk cacat ada dua yaitu karena kesalahan dan bersifat normal. Produk rusak adalah produk yang dihasilkan dalam proses produksi, dimana produk yang dihasilkan tersebut tidak sesuai dengan mengeluarkan biaya tertentu, dimana biaya yang dikeluarkan cenderung lebih besar dari nilai jual setelah produk tersebut diperbaiki. Produk rusak ini umumnya diketahui setelah proses produksi selesai. Faktor penyebabnya ada dua karena kesalahan dan bersifat normal.

2. Metode Akumulasi Biaya Proses (*Process Costing*)

Penentuan biaya proses adalah suatu metode dimana bahan baku, tenaga kerja dan overhead pabrik dibebankan ke pusat biaya atau departemen. Biaya yang dibebankan ke setiap unit produk yang hasil ditentukan dengan membagi total biaya atau pusat biaya atau departemen tersebut dengan jumlah unit yang diproduksi pada pusat biaya yang bersangkutan.

2.1.4 Pengertian Akuntansi Biaya

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Nurlela dan Bustami (2013) akuntansi biaya merupakan suatu ilmu akuntansi yang mengkaji tentang cara pencatatan, pengukuran dan melaporkan informasi biaya yang dipergunakan. Selain itu akuntansi biaya juga menjelaskan dalam menentukan harga pokok suatu produk diproduksi kemudian dijual kepada sipemesan ataupun untuk dipasarkan dan juga persediaan produk jual.

Setiap entitas usaha yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi ataupun barang jadi selalu memerlukan prosedur pencatatan tentang proses produksi yang mengolah bahan-bahan tersebut. Proses tersebut meliputi: pemakaian bahan untuk proses produksi, perhitungan biaya produksi untuk menilai persediaan barang jadi ataupun barang setengah jadi dan persediaan bahan yang sedang diproses tetapi belum selesai, kesemuanya ini termasuk dalam bidang akuntansi biaya.

Nurlela dan Bustami (2013) menambahkan akuntansi biaya juga adalah bidang akuntansi yang mengkaji tentang cara pencatatan, pengukuran dan melaporkan informasi biaya yang dipergunakan. Selain itu akuntansi biaya juga menjelaskan dalam menentukan harga pokok suatu produk diproduksi kemudian

dijual kepada sipemesan ataupun untuk dipasarkan dan juga persediaan produk jual.

Sedangkan menurut Dunia dan Abdullah (2012:4), akuntansi biaya adalah bagian dari akuntansi manajemen di mana merupakan salah satu dari bidang khusus akuntansi yang menekankan pada penentuan dan pengendalian biaya. Jadi Akuntansi biaya juga dapat diartikan sebagai kunci atau alat yang penting guna membantu manajemen dalam melakukan penentuan dan pengendalian biaya dalam menghasilkan dan memasarkan produk.

2.1.5 Peranan Akuntansi Biaya

Menurut Bastian dan Nurlela (2013:4), akuntansi biaya merupakan perangkat yang dibutuhkan manajemen untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, memperbaiki kualitas, meningkatkan efisiensi serta membuat keputusan-keputusan yang bersifat rutin maupun yang bersifat rutin maupun bersifat strategis. Berkaitan dengan hal tersebut, maka akuntansi biaya dapat membantu manajemen dalam menyelesaikan tugas-tugas berikut :

1. Penyusunan anggaran dan pelaksanaan anggaran operasi perusahaan.
2. Penetapan metode dan prosedur perhitungan biaya, pengendalian biaya, pembebanan biaya yang akurat, serta perbaikan mutu yang berkesinambungan.
3. Penentuan nilai persediaan yang digunakan untuk kalkulasi biaya dan penetapan harga, evaluasi terhadap produk, evaluasi kinerja departemen atau divisi, pemeriksaan persediaan secara fisik.

4. Menghitung biaya dan laba perusahaan untuk satu periode akuntansi, tahunan atau periode yang lebih singkat.
5. Memilih sistem dan prosedur dari alternatif yang terbaik, guna dapat menaikkan pendapatan maupun menurunkan biaya.

Menurut Carter (2009:11), akuntansi biaya memperlengkapi manajemen dengan alat yang diperlukan untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian, perbaikan kualitas dan efisiensi, serta pengambilan keputusan baik yang bersifat rutin maupun yang bersifat strategik. Pengumpulan, penyajian, dan analisis dari informasi mengenai biaya dan manfaat membantu manajemen untuk menyelesaikan tugas – tugas berikut:

1. Membuat dan melaksanakan rencana dan anggaran untuk operasi dalam kondisi kompetitif dan ekonomi yang telah diprediksi sebelumnya. Suatu aspek penting dari rencana adalah potensinya untuk memotivasi orang agar berkinerja dengan cara yang konsisten dengan tujuan perusahaan.
2. Menetapkan metode perhitungan biaya yang memungkinkan pengendalian aktivitas, mengurangi biaya, dan memperbaiki kualitas..
3. Mengendalikan kuantitas fisik dari persediaan, dan menentukan biaya dari setiap produk dan jasa yang dihasilkan untuk tujuan penetapan harga dan untuk evaluasi kinerja dari suatu produk, departemen, atau divisi.
4. Menentukan biaya dan laba perusahaan untuk periode akuntansi satu tahun atau untuk periode lain yang lebih pendek. Hal ini termasuk menentukan nilai persediaan dan harga pokok penjualan sesuai dengan aturan pelaporan eksternal.

5. Memilih diantara dua atau lebih alternatif jangka pendek atau jangka panjang, yang dapat mengubah pendapatan atau biaya.

2.1.6 Klasifikasi Biaya

Menurut Kautsar Riza Salman (2013:24), informasi biaya dibutuhkan pada berbagai level manajemen dalam menjalankan tugasnya,yaitu:

1. Manajemen Puncak: untuk menilai kinerja perusahaan secara keseluruhan.Contohnya : Analisis Laporan Keuangan, Laporan Biaya Produksi. 2
2. Manajemen Madya: untuk menilai efisiensi kegiatan di dalam bagiannya.
Contohnya: Laporan Biaya Produksi.
3. Manajemen Operasional: untuk mengendalikan jalannya produksi

Dari berbagai kebutuhan informasi biaya, dapat dilihat bahwa pada setiap jenjang manajemen yang berbeda membutuhkan informasi akuntansi biaya yang berbeda pula. Dengan demikian untuk analisis yang berbeda dibutuhkan informasi biaya yang berbeda (Different Cost for Different Purposes). Untuk memenuhi tujuan ini biaya harus diklasifikasikan berdasarkan cara tertentu.

Sedangkan menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013 : 11) klasifikasi biaya atau penggolongan biaya adalah suatu proses pengelompokkan biaya secara sistematis atas keseluruhan elemen biaya yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih ringkas dan penting. Klasifikasi biaya yang umum digunakan adalah biaya dalam hubungan dengan produk, volume produksi, departemen dan pusat biaya, periode akuntansi, pengambilan keputusan.

2.1.6.1 Biaya dalam Hubungannya dengan Produk

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013 : 12) biaya erat kaitannya dengan produk yang dihasilkan perusahaan. Biaya yang terjadi dapat dengan mudah ditelusuri ke suatu produk dan ada yang sulit ditelusuri ke suatu produk. Berdasarkan hubungannya dengan produk, biaya dapat diklasifikasikan ke dalam biaya-biaya berikut:

1. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang digunakan dalam proses produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik. Biaya produksi ini disebut juga dengan biaya produk yaitu biaya-biaya yang dapat dihubungkan dengan suatu produk dimana biaya ini merupakan bagian dari persediaan.

- a. Biaya bahan baku langsung
Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai, contoh: kain dalam pembuatan pakaian. Misalnya, pembelian bahan baku langsung sebanyak 1.000 kg dengan harga Rp 5.000 per kg. Bila bahan baku langsung yang dipakai sebanyak 800 kg, maka biaya bahan baku langsung adalah sebesar Rp 4.000.000 ($800 \text{ kg} \times \text{Rp } 5.000$), sedangkan sisanya sebesar Rp 1.000.000 ($200 \text{ kg} \times \text{Rp } 5.000$) merupakan nilai persediaan bahan baku langsung akhir (bahan baku langsung yang belum terpakai).

- b. Tenaga kerja langsung Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. Misalnya, bila upah untuk membuat meja sebesar Rp 50.000 per unit, maka upah sebesar Rp 50.000 tersebut dibebankan sepenuhnya ke meja yang dihasilkan. Bila upah untuk membuat meja Rp 5.000 per jam, dan untuk menghasilkan satu meja diperlukan waktu 8 jam, maka upah yang akan dibebankan ke meja tersebut sebesar Rp 40.000 (8 jam x Rp 5.000).
- c. Biaya overhead pabrik Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai. Biaya overhead dapat dikelompokkan menjadi 3 elemen berikut :
- I. Bahan tidak langsung (bahan pembantu atau penolong) Bahan tidak langsung adalah bahan yang digunakan dalam penyelesaian produk tetapi pemakaiannya relatif lebih kecil dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai. contoh : amplas, pola kertas, oli dan minyak pelumas paku yang dipakai untuk pembuatan perabot, benang untuk pembuatan baju dan sepatu. Misalnya, pembelian paku ukuran 1 inci sebanyak 1 kg dengan harga Rp 10.000. Paku ini dipakai untuk beberapa macam, produk, seperti meja, kursi, dipan, lemari, dan lainnya. Akan terlalu merepotkan menghitung berapa buah paku yang dipakai untuk masing-masing

jenis produk dan kemungkinan paku yang bengkok atau hilang juga cukup banyak, serta nilainya juga relatif tidak material.

- II. Tenaga kerja tidak langsung Tenaga kerja tidak langsung adalah tenaga kerja yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contoh : gaji satpam pabrik, gaji pengawas pabrik, gaji resepsionis pabrik.
- III. Biaya tidak langsung lainnya Biaya tidak langsung lain adalah biaya selain bahan tiyang dak langsung dan tenaga kerja tidak langsung yang membantu dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai. Contoh : PBB, Listrik pabrik, sewa pabrik, peralatan pabrik.

2. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non produksi ini disebut dengan biaya komersial atau biaya operasi. Biaya ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa elemen:

- a. Beban pemasaran Biaya yang dikeluarkan apabila produk selesai dan siap dipasarkan ketangan konsumen. Contoh : beban iklan, promosi, komisi penjualan, gaji bagian penjualan
- b. Beban administrasi Biaya yang dikeluarkan dalam hubungan dengan kegiatan penentu kebijakan, pengarahan, pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Contoh : gaji administrasi kantor, sewa kantor, penyusutan kantor.

- c. Beban keuangan Biaya yang muncul dalam melaksanakan fungsi-fungsi keuangan. Contoh : beban bunga.

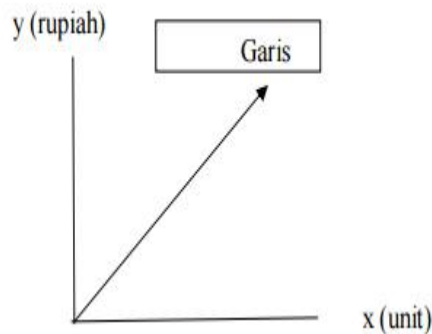
2.1.6.2 Klasifikasi biaya dalam hubungan dengan volume produksi

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013 : 15) biaya dalam hubungan dengan volume biaya atau perilaku biaya dapat dikelompokkan menjadi elemen :

1. Biaya Variabel Biaya variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan, tetapi secara per-unit tetap. Semakin tinggi output aktivitas, semakin tinggi total biayanya dan semakin rendah output aktivitasnya, semakin rendah total biayanya. Jika tidak ada aktivitas, maka tidak ada biaya. Jadi besar kecilnya biaya tergantung pada output aktivitas. Biaya fotocopi adalah contoh biaya variabel. Misalnya biaya photocopy Rp 100/lembar. Jika fotocopi sebanyak 1.000 lembar, maka total biayanya sebesar Rp 100.000 ($\text{Rp } 100 \times 1.000 \text{ lembar}$). Jika fotocopi sebanyak 5.000 lembar, maka biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 500.000 ($\text{Rp } 100 \times 5000 \text{ lembar}$). Sering kali lembar yang difotocopi banyak, perusahaan memberikan potongan harga (diskon), sehingga harganya lebih murah. Misalkan, Rp 90/lembar. Dengan demikian, biaya fotocopi Rp 100/lembar adalah untuk batas (kisaran) tertentu. Di luar kisaran tersebut, biaya berubah. Dalam perusahaan dagang, semua biaya produksi dan beberapa biaya pemasaran dan administrasi merupakan biaya variabel, tetapi pada perusahaan manufaktur tidak semua biaya produksi pabrikasi adalah variabel, sebagian dari produksi adalah bersifat tetap. Sedangkan pada perusahaan

yang bergerak dibidang jasa biaya variabel adalah tenaga kerja, bahan yang digunakan untuk melaksanakan jasa dan beberapa bagian biaya variabel.

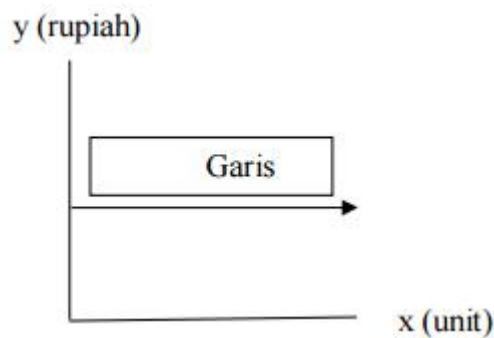
Berikut ilustrasi gambar garis dari biaya variabel menurut Bastian dan Nurlela, (2013)



2. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang tertentu, tetapi secara per-unit berubah. Semakin tinggi output aktivitas, semakin rendah biaya per unit. Sebaliknya, semakin rendah output aktivitas, semakin tinggi biaya per unit-nya. Jika diharapkan aktivitas meningkat melebihi aktivitas sekarang maka biaya tetap harus dinaikkan untuk menangani kenaikan volume yang diinginkan. Misalnya adalah biaya penyusutan mesin dengan menggunakan metode garis lurus. Misalkan, biaya penyusutan mesin adalah Rp 1.000.000,- / tahun. Jika perusahaan memproduksi 100 unit, maka total biaya penyusutan mesin adalah tetap sebesar Rp 1.000.000,-, sedangkan biaya per unit-nya Rp 10.000,- /unit ($\text{Rp } 1.000.000 / 100 \text{ unit}$). Jika perusahaan memproduksi sebesar kapasitas normal, misalnya 1.000 unit, total biayanya adalah tetap sebesar Rp 1.000.000,-, sedangkan biaya per unit-nya turun

menjadi Rp 1.000/unit ($\text{Rp } 1.000.000 / 1.000 \text{ unit}$). Akan tetapi, perusahaan tidak dapat memproduksi diatas 1000 unit karena kapasitasnya hanya 1000 unit produk per tahun. Bila permintaan produk di atas 1.000 unit, maka perlu menambah kapasitas dengan membeli mesin baru. Oleh karena jumlah mesin bertambah, maka total biaya penyusutan mesin juga akan bertambah. Karenanya, kita bisa menggunakan 0 – 1.000 unit sebagai batas relevan. Berikut gambaran dari garis biaya tetap :



3. Biaya semi Biaya semi adalah biaya di dalamnya mengandung unsur tetap dan mengandung unsur variabel. Biaya semi ini dapat dikelompokkan dalam dua elemen biaya yaitu:
 - a. Biaya semi variabel Biaya semivariabel adalah biaya di dalamnya mengandung unsur tetap dan memperlihatkan karakter tetap dan variabel. Dari definisi di atas terlihat bahwa sebagian ciri-ciri biaya semivariabel mirip biaya variabel , yaitu total biayanya berubah sehubungan dengan perubahan output aktiitas, dan sebagian lagi ciricirinya mirip biaya tetap yaitu biaya per unit-nya berubah berbanding terbalik dengan perubahan output aktivitas. Hal ini dikarenakan biaya semivariabel mengandung dua unsur biaya : biaya tetap

dan biaya variabel. Contoh : Biaya listrik, Telpon dan air, Perlengkapan, Pajak penghasilan, Asuransi jiwa kelompok karyawan.

- b. Biaya semi tetap Biaya semi tetap adalah biaya yang berubah dan volume secara bertahap. Contoh: Gaji penyelia

2.1.6.3 Klasifikasi Biaya Dalam Hubungan Dengan Departemen Produksi

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013 : 16) perusahaan pabrik dapat dikelompokkan menjadi segmen-segmen dengan berbagai nama seperti ; departemen, kelompok biaya, unit kerja yang dapat digunakan dalam mengelompokkan biaya menjadi biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen.

- a. Biaya langsung departemen

Biaya langsung departemen adalah biaya yang dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan. Contoh: Gaji mandor pabrik yang digunakan oleh departemen bersangkutan merupakan biaya langsung bagi departemen

- b. Biaya tidak langsung departemen

Biaya tidak langsung departemen adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri secara langsung ke departemen bersangkutan. Contoh: Biaya penyusutan dan biaya asuransi merupakan biaya yang manfaatnya digunakan secara bersama oleh masing-masing departemen, oleh karena itu biaya tersebut merupakan biaya tidak langsung departemen.

2.1.6.4 Klasifikasi Biaya Dalam Hubungan Dengan Periode Waktu

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013 : 16) dalam hubungannya dengan periode waktu biaya dapat dikelompokkan menjadi biaya pengeluaran modal dan biaya pengeluaran pendapatan.

1. Biaya Pengeluaran Modal

Biaya pengeluaran modal adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat di masa depan dan dalam jangka waktu yang panjang dan dilaporkan sebagai aktiva. Contoh : pembelian mesin dan peralatan.

2. Tidak Biaya pengeluaran pendapatan

Biaya pengeluaran pendapatan adalah biaya yang memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban. Contoh : mesin atau peralatan yang dibeli apabila dikonsumsi akan kehilangan kegunaan dan akan menimbulkan penyusutan. Penyusutan ini disebut sebagai pengeluaran pendapatan yang akan dilaporkan sebagai beban.

2.1.6.5 Biaya Dalam Hubungan Dengan Pengambilan Keputusan

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013 : 17) biaya dalam rangka pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi biaya relevan dan biaya tidak relevan.

1. Biaya *relevan*

Biaya *relevan* adalah biaya masa akan datang yang berbeda dalam beberapa alternatif yang berbeda. Biaya *relevan* terdiri dari:

a. Biaya *diferensial*

Biaya *diferensial* adalah selisih biaya atau biaya yang berbeda dalam beberapa alternatif pilihan. Biaya diferensial disebut juga dengan biaya marginal atau biaya *incremental*. Contoh perusahaan mempunyai dua pilihan dalam penggunaan bahan yaitu logam dan besi. Jika menggunakan logam biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.100.000, sedangkan jika menggunakan besi biaya yang dikeluarkan sebesar Rp.150.000. Dari keterangan diatas terlihat bahwa ada dua alternatif yang berbeda dengan dua biaya yang berbeda. Perbedaan tersebut sebesar Rp. 50.000.

b. Biaya kesempatan

Biaya kesempatan adalah kesempatan yang dikorbankan dalam memilih suatu alternatif. Contoh : perusahaan mempunyai dua alternatif yang berbeda terhadap sebuah mobil, apakah mobil tersebut dijual atau disewakan. Alternatif pertama, dengan menjual mobil akan memperoleh pendapatan sebesar Rp. 50.000.000. alternatif kedua, mobil tersebut dapat disewakan dengan pendapatan sebesar Rp.60.000.000. jika alternatif yang dipilih menjual mobil tersebut, maka ada kesempatan yang hilang yaitu sebesar Rp. 60.000.000 jika memilih disewakan.

c. Biaya tersamar

Biaya tersamar adalah biaya yang tidak kelihatan dalam catatan akuntansi tetapi mempengaruhi dalam pengambilan keputusan. Contoh: Biaya bunga.

d. Biaya nyata

Biaya nyata adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan akibat memilih suatu alternatif. Contoh: biaya yang dikeluarkan akibat memilih jika menerima pesanan dari luar.

e. Biaya yang dapat dilacak

Biaya yang dapat dilacak adalah biaya yang dapat diketahui kepada produk selesai. Contoh: biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung.

2. Biaya tidak relevan

Biaya tidak relevan adalah biaya yang dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun. Biaya tidak relevan dapat dikelompokkan menjadi beberapa elemen :

a. Biaya masa lalu

Biaya masa lalu atau biaya *history* adalah biaya yang sudah dikeluarkan tetapi tidak mempengaruhi keputusan apapun. Contoh: biaya pembelian mesin

b. Biaya terbenam

Biaya terbenam adalah biaya tidak dapat kembali. Contoh: kelebihan buku atas nilai sisa, supervisor pabrik, dan penyusutan bangunan.

2.1.7 Pemisahan Biaya Tetap Dengan Biaya Variabel

Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2013 : 28) pemisahan biaya tetap dengan biaya variabel merupakan hal yang penting, terutama dalam perencanaan, pengendalian biaya pada tingkat aktivitas yang berbeda. Pemisahan biaya variabel dan biaya tetap diperlukan untuk tujuan:

- a. Perhitungan tarif biaya overhead predeterminasi dan analisis varians
- b. Perhitungan biaya langsung dan analisis varians
- c. Analisis titik impas dan analisis biaya volume dan laba
- d. Analisis biaya *differensial* dan *komparatif*
- e. Analisis maksimisasi laba dan minimalisasi biaya jangka pendek
- f. Analisis anggaran modal
- g. Analisis *profitabilitas* pemasaran

Untuk memisahkan biaya tetap dan biaya variabel dapat digunakan tiga metode yaitu :

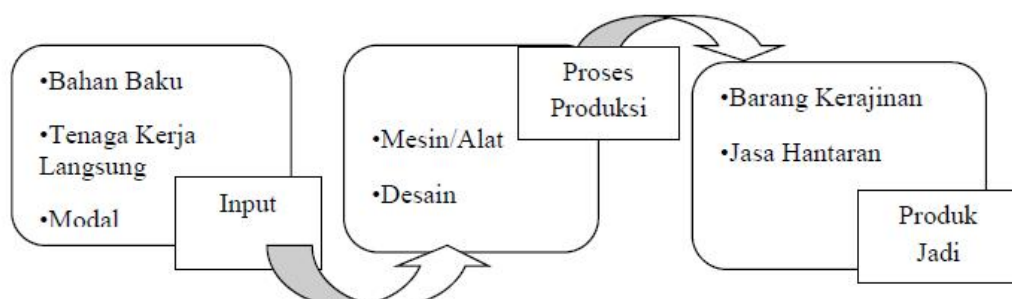
- a. Metode titik tertinggi dan terendah (*high Low Point Method*)
- b. Metode Titik Sebaran (*Statergraph Method*)
- c. Metode Kuadrat Terkecil (*Least Square Method*)

2.1.8 Macam-Macam Biaya

2.1.8.1 Biaya Produksi

Putra (2018:116) menjelaskan pendapatnya mengenai biaya produksi yaitu biaya yang muncul karena adanya fungsi produk. Fungsi ini adalah suatu kegiatan dalam pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi yang siap untuk diperjual belikan.

Putra (2018:116) juga menjelaskan bahwa ketika terlihat terdapat beberapa fasilitas pendukung dalam menghasilkan suatu produk maka fasilitas tersebut bisa tergolong dalam biaya over head pabrik.



Gambar 2.1

Ilustrasi Klasifikasi Biaya Dapat Menghasilkan Suatu Produk

Menurut Putra, (2018:117) struktur produksi biaya bahan baku langsung apabila digabungkan biaya kerja langsung maka jadi biaya utama karena pemilik komposisi tersebut besar dalam biaya yang ada. Hal tersebut bisa terjadi di perusahaan dalam menciptakan produk barang yang banyak menggunakan sumber daya manusia. apabila biaya tenaga kerja langsung ini bergabung dengan biaya over head maka berarti biaya konversi. Konversi ini dipergunakan dalam mengubah bahan baku jadi bahan jadi yang siap untuk diperjual belikan sebab dalam melakukan hal tersebut sangat perlu tenaga kerja dan juga fasilitas yang digunakan.

2.1.8.2 Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku ada dua yakni bahan baku langsung yang artinya adalah bahan yang digunakan dengan mudah untuk menelusuri keproduk jadi dan siap diperjual belikan. Sedangkan bahan baku tidak langsung merupakan bahan yang tidak bisa dengan mudah di telusuri keproduk jadi dan siap diperjual belikan. Biaya bahan baku ini dibagi menjadi dua bagian yaitu biaya bahan baku langsung yang digunakan untuk membeli bahan baku secara langsung dan biaya baku tidak

langsung yang memang dipergunakan untuk membeli bahan baku yang tidak langsung.

2.1.8.3 Biaya *Overhead* Pabrik

Menurut Putra, (2018: 136) biaya over head pabrik merupakan seluruh biaya yang dapat didalam produksinya terkecuali biaya langsung atau tidak langsung. Selainnya adalah biaya tidak langsung suatu produksi hingga beban over head pabrik tidak langsung dibebankan kepada harga jual produk. Biaya overhead pabrik juga bisa di katakana biaya tidak langsung dari produk yaitu seluruh biaya produksi barang yang tidak dapat dengan mudah ditelusuri keproduk. Contohnya adalah biaya penyusutan gedung pabrik metode garis lurus yang termasuk di dalam indirect cost dikarenakan gedung pabrik tersebut juga dipergunakan dalam menghasilkan jenis produk yang dijual.

2.1.9 Siklus Biaya

Menurut Sujarweni (2015:15), Siklus akuntansi biaya adalah merupakan serangkaian kegiatan dari aktivitas yang ada dalam beberapa jenis perusahaan. Adapun jenis perusahaan ada 3 yaitu:

- 1) Perusahaan jasa adalah perusahaan yang kegiatan dan aktivitasnya menjual jasa. Contoh: bank, asuransi, jasa konsultan.
- 2) Perusahaan dagang adalah perusahaan yang kegiatan dan aktivitasnya membeli barang dan dijual tanpa mengubah bentuk dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keuntungan.

- 3) Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang kegiatan dan aktivitasnya mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. contoh: perusahaan makanan dan minuman kaleng, perusahaan susu.

Siklus biaya akan berbeda-beda sesuai dengan jenis perusahaannya. Adapun uraian siklus akuntansi biaya berdasarkan jenis perusahaan yang dikemukakan oleh Sujarweni (2015:16) adalah berikut:

1. Siklus kegiatan perusahaan jasa

Siklus ini dimulai dengan mempersiapkan segala sesuatu untuk penjualan jasa pada akhir siklus ini adalah menyerahkan jasa kepada konsumen. Pencatatan siklus ini dimulai dengan pencatatan biaya persiapan penjualan jasa dan pencatatan akhir perolehan harga pokok jasa yang diserahkan pada konsumen. Akuntansi biaya dalam perusahaan jasa bertujuan untuk memberikan informasi harga pokok per satuan jasa yang diberikan kepada konsumen.

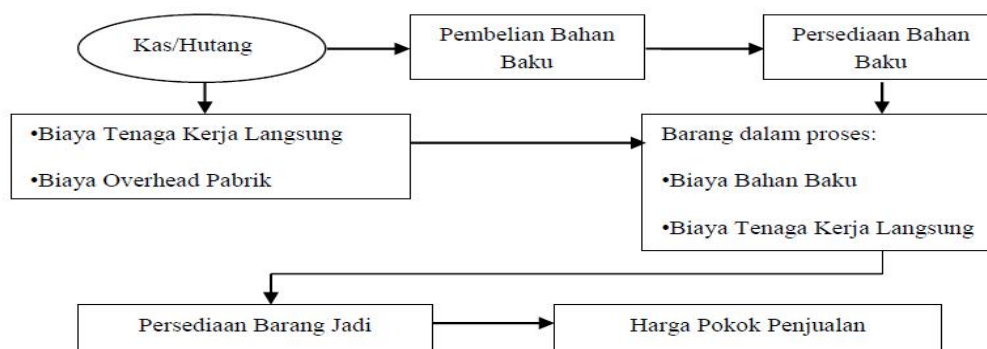
2. Siklus kegiatan perusahaan dagang

Siklus ini dimulai dengan membeli barang dagangan di grosir atau langsung dari pabrik, siklus ini diakhiri dengan penjualan kembali barang dagangan yang tadi dibeli tanpa mengubah bentuk dengan harga yang lebih tinggi. Dalam pencatatan siklus ini dimulai dengan pencatatan harga pokok barang dagangan yang dibeli dan diakhiri dengan mencatat penjualan beserta harga pokok barang dagangan yang terjual. Akuntansi biaya dalam perusahaan dagang bertujuan untuk memberikan informasi harga pokok barang dagangan yang dijual, dan biaya-biaya lain didalamnya.

3. Siklus kegiatan perusahaan manufaktur

Siklus ini dimulai dengan mengolah bahan mentah sedemikian rupa dalam proses produksi dan akhirnya akan diperoleh hasil barang jadi yang siap dijual. Untuk pencatatannya dimulai dengan mencatat perolehan dan pemakaian bahan baku, selanjutnya pencatatan biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik yang digunakan untuk memproduksi barang, sehingga setelah selesai akan menghasilkan produk jadi dengan harga pokok produksinya yang akan siap dijual kepada konsumen.

Siklus akuntansi biaya dalam perusahaan manufaktur dimulai dengan memproses produk, pemrosesan produk diawali dengan perolehan dan pemakaian bahan baku, bersama tenaga kerjanya, dan overhead pabrik dalam kegiatan produksi, setelah selesai di proses akan diperoleh barang jadi yang dimasukkan dalam gudang dan siap jual. Adapun siklus akuntansi biaya perusahaan manufaktur dan laporan harga pokok seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2.2
Laporan Harga Pokok

2.1.10 Perilaku Biaya

Menurut Putra (2018:153), perilaku biaya sendiri dapat diartikan yaitu bagaimana sebuah biaya akan bereaksi atau merespons perubahan yang terjadi dalam aktivitas perusahaan. Hubungannya dapat dilihat dibawah ini:

- 2) Biaya Variabel adalah Biaya yang jumlahnya dapat berubah secara proporsional sesuai dengan perubahan tingkat kegiatan.
- 3) Biaya Tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap meskipun aktivitas perusahaan berubah dalam kisaran kegiatan yang relevan. Maksudnya adalah kisaran aktivitas yang mencakup kapasitas normal yang dimiliki perusahaan.
- 4) Biaya Semivariabel adalah biaya yang memiliki sebagian karakteristik biaya tetap dan sebagian karakteristik biaya variabel. Biaya ini berfluktuasi namun tidak proporsional dalam merespon kegiatan.

2.1.11 Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Menurut mulyadi (2015:17), terdapat 2 metode dalam pengumpulan biaya produksi, yakni:

- 2) Metode Harga Pokok Proses (*process costing method*)

Metode harga pokok proses (*process costing method*) ditentukan oleh biaya yang terbentuk dari kumpulan biaya produksi berdasarkan pada produksi massa. Perusahaan yang memproduksi secara massa melaksanakan pengolahan produksinya untuk memenuhi persediaan gudang. Dengan menggunakan metode Ini biaya produksi dikumpulkan untuk periode tertentu dan kos produksi per satuan produk yang dihasilkan dalam periode tersebut dihitung dengan cara membagi total biaya

produksi untuk periode tersebut dengan jumlah satuan produk yang dihasilkan dalam periode yang bersangkutan.

3) Metode Harga Pokok Pesanan (*job order costing method*)

Metode harga pokok pesanan (*job order costing method*) adalah metode pengumpulan harga pokok produksi. Dimana semua biaya produksi dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya. Metode ini biasa digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang membuat produksi nya berdasarkan pesanan.

2.1.12 Karakteristik Informasi Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya menghasilkan informasi biaya untuk pelaporan kepada pihak eksternal dan internal. Dengan tujuan pelaporan sebagai fokus, akuntansi biaya dapat dipandang sebagai sumber informasi atau basis data biaya untuk akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen. (Harmanto, 2017:8)

Sebagai sumber informasi atau basis data biaya bagi akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen, akuntansi biaya harus menghasilkan informasi biaya yang dibutuhkan oleh manajemen untuk membuat pelaporan kepada pihak eksternal maupun untuk perencanaan, pengendalian, dan penilaian prestasi. Karena akuntansi keuangan terkait pada *generally accepted accounting principles*, sedang akuntansi manajemen bersifat lebih fleksibel, akuntansi biaya harus dapat mengakomodasi kedua tuntutan informasi yang diperlukan oleh manajemen tersebut. Untuk itu, informasi biaya sebagai *output* harus memiliki karakteristik atau atribut sebagai berikut (Harmanto, 2017:8) :

- 1) Relevan
- 2) Obyektif
- 3) Dapat diuji kebenarannya
- 4) Tepat waktu
- 5) Akurat

2.1.13 Pengertian Harga Pokok Produksi

Samsul (2013) harga pokok produksi merupakan biaya untuk membuat produk pada perusahaan manufaktur. Bastian (2010 : 40) penetapan harga pokok produksi ialah bagaimana memperhitungkan biaya untuk suatu produk, pesanan, atau jasa, yang bisa dilakukan dengan cara memasukan seluruh biaya produksi atau hanya memasukan unsur biaya produk variabel saja.

Setiadi (2014) mengemukakan harga pokok produksi merupakan sejumlah harga aktiva (*aset*) namun andaikan selama tahun berjalan aktiva tersebut di manfaatkan untuk mendukung mencapai penghasilan, aktiva tersebut harus dikonversikan ke beban.

1. Manfaat harga pokok produksi menurut Mulyadi (2017) bagi manajemen :
 - a. Mengatur harga jual
 - b. Meninjau realisasi biaya produksi
 - c. Mengukur keuntungan atau rugi kotor periode tersebut
2. Metode harga pokok produksi di bagi menjadi 3 yaitu :
 - a. Metode harga pokok proses

- b. Metode harga pesanan
- c. Metode harga pokok lanjutan

2.1.14 Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah nilai yang mampu menutup semua biaya (biaya produksi atau pun biaya non produksi) di tambah dengan keuntungan yang normal, lebih luasnya biaya tidak menentukan harga jual produk atau jasa. Menurut Halim dan Supomo (2005) harga jual merupakan seluruh biaya total (biaya pembuatan, biaya penjualan, dan biaya manajemen dan umum) yang ditambah dengan total keuntungan yang di inginkan oleh pelaku usaha.

Lasena (2013), harga jual merupakan harga yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentasi keuntungan yang diinginkan pelaku usaha. Untuk mendapatkan keuntungan yang di harapkan pelaku usaha, oleh karena itu pelaku usaha bisa menarik minat konsumen dengan cara menentukan harga jual yang tepat untuk produk yang dijual. Jadi, harga jual adalah jumlah harga yang akan ditawarkan bagi pelanggan, sebagai balasan dari pengeluaran biaya produksi ditambah biaya non produksi yang di lakukan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan.

2.1.15 Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah nilai yang mampu menutup semua biaya (biaya produksi atau pun biaya non produksi) di tambah dengan keuntungan yang normal, lebih luasnya biaya tidak menentukan harga jual produk atau jasa. Menurut Halim dan

Supomo (2005) harga jual merupakan seluruh biaya total (biaya pembuatan, biaya penjualan, dan biaya manajemen dan umum) yang ditambah dengan total keuntungan yang di inginkan oleh pelaku usaha.

Lasena (2013), harga jual merupakan harga yang dikeluarkan oleh pelaku usaha untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan presentasi keuntungan yang diinginkan pelaku usaha. Untuk mendapatkan keuntungan yang di harapkan pelaku usaha, oleh karena itu pelaku usaha bisa menarik minat konsumen dengan cara menentukan harga jual yang tepat untuk produk yang dijual. Jadi, harga jual adalah jumlah harga yang akan ditawarkan bagi pelanggan, sebagai balasan dari pengeluaran biaya produksi ditambah biaya non produksi yang di lakukan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan.

2.1.16 Aspek Hukum Penetapan Harga

Menurut Samryn (2012) aspek hukum penetapan harga adalah sebagai berikut:

a. Predatory Pricing

Predatory Pricing adalah praktik penetapan harga dibawah harga pokok untuk tujuan menyerang pesaing dan menghilangkan persaingan.

b. Price Discrimination

Price Discrimination atau diskriminasi harga adalah pembebanan harga yang berbeda kepada pelanggan yang berbeda secara mendasar untuk produk yang sama.

2.1.17 Harga Jual Produk

Menurut Rudianto (2006) harga jual produk perusahaan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Secara umum terdapat beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk menentukan harga jual suatu produk, yaitu:

a. Maksimalisasi Laba

Umumnya tujuan berdirinya perusahaan guna memperoleh laba semaksimal mungkin dalam jangka waktu yang sangat panjang. Tidak ada perusahaan yang mau menghasilkan laba dalam jangka waktu yang sangat pendek.

b. Tingkat Pengembalian atas Modal yang digunakan

Kadang perusahaan dalam penetapan lebih dulu besar tingkat mengembalikan atas modal di tanam dalam satu bidang usaha untuk penentuan harga jual produk berhadil perusahaan tersebut.

c. Biaya Konversi

Perusahaan yang memproduksi suatu produk lebih besar dengan konsekuensi biaya yang dikeluarkan juga lebih besar maka perusahaan itu perlu mempertimbangkan dalam membuat pilihan produk barang yang dihasilkan.

d. Marjin Kontribusi

Marjin merupakan suatu selisih harga jual suatu produk dengan biaya produksi langsung dikeluarkan guna penghasilan produk.

e. Biaya Standar

Perusahaan memiliki biaya yang standar yang menjadikan tolak ukur untuk penentuan besar biaya produksinya dan menentukan harga jual produk terdapat penentu yang didasarkan biaya standar pemilik perusahaan.

Menurut Mulyadi (2017) pada umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Selain itu menurut Swastha dan Irawan (2005) terdapat beberapa keputusan menyangkut penentuan harga, termasuk harga tertentu yang dibebankan kepada masing-masing produk atau jasa yang dipasarkan. Tetapi harga itu juga dapat ditentukan oleh pembeli yang membeli produk atau yang menggunakan jasa perusahaan. Perusahaan juga harus mengambil perlu tidaknya memberikan potongan untuk pembayaran yang lebih awal.

2.1.18 Keputusan Penentuan Harga Jual

Menurut Mulyadi (2017) pada umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh perimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentu harga jual. Selain itu menurut Swastha dan Irawan (2005) terdapat beberapa keputusan menyangkut penentuan harga, termasuk harga tertentu yang dibebankan kepada masing-masing produk atau jasa yang dipasarkan. Tetapi harga itu juga dapat ditentukan oleh pembeli yang membeli produk atau yang menggunakan jasa perusahaan. Perusahaan juga harus mengambil perlu tidaknya memberikan potongan untuk pembayaran yang lebih awal.

2.1.19 Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Penentuan Harga Jual

Menurut Nababan (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual, yaitu:

- a. Biaya adalah salah satu factor penentu yang pasti dan sangat tinggi dalam pengaruhnya dalam menetapkan harga jual produk, sebab biaya adalah produk yang mendasar dalam menetapkan harga. Dapat dikatakan pula apabila harga tidak bisa menutupi beban maka perusahaan akan mengalami kerugian yang sangat besar.
- b. Permintaan dan penawaran adalah suatu barang jasa yang dibutuhkan oleh sipembeli dalam harga tertentu
- c. Tujuan Perusahaan, dalam menetapkan harga jual barang jasa berhubungan dngan tujuan pecaapaian perusahaan, tujuan ini harus dicapai contohnya guna memperoleh penjualan yang tinggi untuk mengembalikan modal yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.
- d. Kondisi perekonomian ini begitu berpengaruh pada tingkat harga berlaku juga pada ekonomi yang baik norma serta resensi.
- e. Manajemen merupakan factor terakhir dalam menentukan harga jual suatu produk dalam mencapai tujuannya bergantung pada yang akan dilakukan oleh manajemen sendiri pada semua perusahaan pasti mampu dalam melaksanakan manajemen yang tepat.

2.1.20 Penelitian Terdahulu

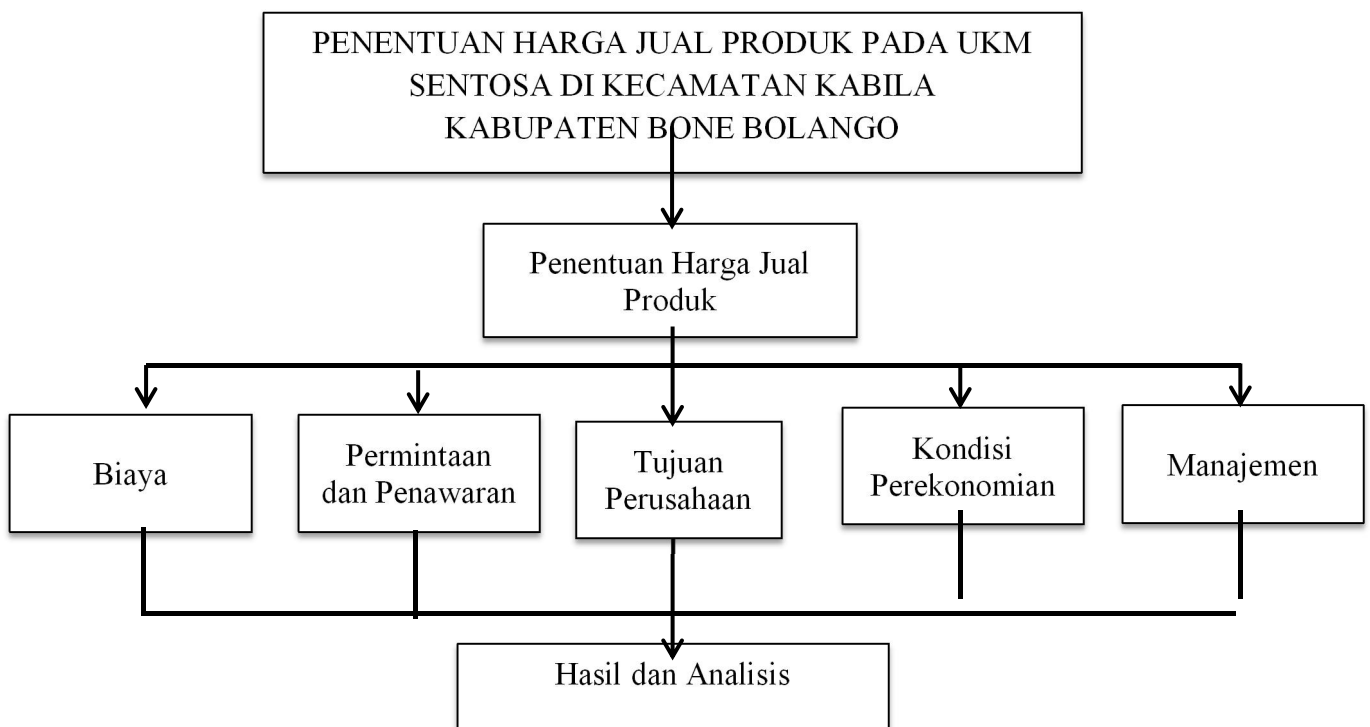
Yang menjadi penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabe 2.1 berikut ini:

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mila Ermawati (2017)	Evaluasi Penentuan Harga Jual Produk Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Batik (Studi Kasus Pada Komplek Taman Sari, Yogyakarta)	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Taman Sari, Yogyakarta kebanyakan memilih menentukan harga jual berdasarkan kualitas. Metode ini merupakan metode penentuan harga berbasis biaya. Di samping itu, motif dan durasi pekerjaan juga mempengaruhi penentuan harga jual.
2.	Widi Winarso (2018)	Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso di Bekasi Utara)	Kualitatif	Hasil penelitian disimpulkan bahwa factor-faktor intern maupun eksternal berpengaruh secara positif terhadap volume penjualan.
3.	Mustofa (2014)	Analisis penentuan harga pokok produksi	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa metode

		Pada usaha kecil dan menengah (UKM) (Studi Kasus pada Mr. T GROUP Unit Jamur Tiram Jember)		akumulasi biaya berdasarkan proses serta metode <i>full costing</i> dapat diterapkan pada Mr. T GROUP Unit Jamur Tiram Jember dan usaha sejenis lainnya
--	--	---	--	---

2.2 Kerangka Pemikiran

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, maka yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Penentuan Harga Jual Produk Pada UKM Sentosa Di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.

3.2 Metode Penelitian

Sugiyono (2017:1) berpendapat bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan ilmiah itu berdasarkan pada karakteristik keilmuan itu merupakan gabungan antara pendekatan rasional, empiris, dan sistematis.

3.2.1 Desain Penelitian yang digunakan

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus, dimana jenis penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Metode deskriptif adalah penelitian yang mengembangkan konsep dan menghimpun fakta tetapi tidak melakukan hipotesa Singarimbun (2011). Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena atau hubungan antar fenomena yang diselidiki. Studi kasus adalah teknik penelitian yang lebih menekankan kedalaman atau keutuhan objek yang diteliti walaupun dengan wilayah yang terbatas Tobroni (2001:138).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan kerangka pemikiran maka yang menjadi operasional variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Faktor-faktor Penentuan Harga Jual Produk	1. Biaya 2. Permintaan dan Penawaran 3. Tujuan Perusahaan 4. Kondisi Perekonomian 5. Manajemen

Nababan (2012)

3.2.3 Jenis dan Sumber data

3.2.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Kualitatif

Menurut Sugiyono (2014) Data Kualitatif adalah Data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Dalam hal ini, data kualitatif yaitu data informasi dari pihak Usaha Kecil Menengah Sentosa secara lisan maupun tulisan, yang dijabarkan secara rinci dan jelas agar bisa ditarik kesimpulan.

b. Data kuantitatif

Yaitu data yang berbentuk angka- angka, yang diperoleh dengan mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif.

3.2.3.2 Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data Primer, adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden secara langsung (Arikunto, 2010:22). Data primer juga merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari tempat penelitian baik dalam bentuk pernyataan maupun dalam bentuk dokumen.

b. Data Sekunder

Data Sekunder, adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis serta dari studi pustaka. Dapat dikatakan data sekunder ini bisa berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, foto dan lain-lain (Arikunto: 2010:22). Data sekunder juga merupakan data penelitian yang diperoleh dengan tidak langsung, berupa buku, peneliti terdahulu, dan aturan-aturan yang berhubungan dengan penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data serta keterangan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan data yang menyangkut kondisi dan posisi tempat penelitian, struktur organisasi, aktivitas dan sejarah tempat penelitian.

2. Interview, interview dilakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha, dan sejumlah karyawan yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini.
3. Dokumentasi, yaitu cara pengumpulan data dengan melihat catatan atau dokumen yang ada dalam tempat penelitian berupa data bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan kue krawang serta data lainnya yang menunjang pokok pembahasan dalam skripsi ini.
4. Penetapan Informan, menurut Basrowi dan Suwandi (2008:86), informan adalah orang dalam pada latar penelitian. Fungsinya sebagai orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Pemanfaatan informasi bagi peneliti ialah agar dalam waktu yang relative singkat banyak informasi yang terjangkau.

3.4 Informan Penelitian

Karakteristik informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam pembuatan kue krawang pada Usaha Kecil Menengah Sentosa, berikut yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.2

Informan Penelitian

No.	Nama Karyawan	Jabatan
1	DIRJA POLUMULO	Pemilik UKM Sentosa
2	NOVI POLUMULO	Karyawan
3	RATNA LAKORO	Karyawan
4	HIJRAWATI UNTUNA	Konsumen

3.5 Metode Analisis

Analisis data merupakan metode penting dalam penelitian, karena dengan analisis data maka data yang diperoleh dapat diartikan dan dideskripsikan. Menurut Sugiyono (2017:244) analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara mendalam dan studi pustaka, sehingga dapat dipahami oleh orang lain. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa langkah awal dari analisis data adalah mengumpulkan banyak data yang ada, menyusun secara sistematis, kemudian mempresentasikan hasil penelitiannya kepada orang lain. Menurut Sugiyono (2017:246) aktivitas dalam analisis dan kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi Data

Berdasarkan pendapat dari Sugiyono (2017: 246) reduksi data dapat diartikan sebagai rangkuman dan memilih hal yang utama, fokus dalam hal penting penelitian mencari tema dan pembahasannya. Dengan ini data akan dirduksi dan dapat memberi gambaran yang jelas.

2. Triangulasi Data

Triangulasi adalah suatu cara mendapatkan data yang benar-benar abash dengan menggunakan pendekatan metode ganda. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu sendiri, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

3. Penyajian Data

Penyajian data pada penelitian kualitatif tersebut dilakukan dalam berbagai macam bentuk penjelasan yang singkat dengan metode wawancara berdasarkan indikator yang ditentukan dalam harga jual produk pada Usaha Kecil Menengah Sentosa Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango.

4. Verifikasi atau Kesimpulan

Dalam mengambil kesimpulan atau verifikasi data penelitian kualitatif terdapat beberapa temuan yang baru yang tidak pernah ada dalam penelitian sebelumnya, temuan ini harus dinarasikan dalam bentuk kalimat atau gambaran objek penelitian yang ditentukan dalam penelitian ini.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Usaha Kecil Menengah Sentosa yang bergerak dibidang pembuatan kue kering seperti kue krawang. Usaha Kecil Menengah ini beralamat pada Desa Tanggilingo Kecamatan Kabila, tempat usaha yang sudah berdiri sejak tahun 2015 dengan jumlah karyawan 9 orang dan pemiliknya adalah ibu Dirja Polumulo. Usaha Kecil Menengah yang telah didirikan oleh ibu Dirja Polumulo ini adalah usaha yang bergerak dibidang pengelolaan kue kering yakni kue kerawang. Usaha Kecil Menengah ini bisa menghasilkan sebanyak kurang lebih 1000 toples kue kering disetiap tahunnya.

4.1.1 Visi dan Misi

Visi : Menjadi Perusahaan kue yang unggul dengan kualitas cita rasa khas Gorontalo

Misi :

1. Memperkenalkan kue krawang kepada masyarakat luas baik dalam maupun luar daerah Gorontalo
2. Menjaga kualitas dan terus berinovasi
3. Memberikan harga produk yang bisa dijangkau oleh masyarakat
4. Meningkatkan mutu dan kualitas, mengedepankan proses dalam mengolah produksi yang terjamin baik dari bahan yang berkualitas dan rapi.

5. Dapat membuka cabang di luar daerah Gorontalo

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Observasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango guna untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor penentuan harga jual produk pada usaha kecil menengah Sentosa berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Nababan (2012). Pengumpulan data yang diperlukan untuk menganalisis penelitian diperoleh melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini dilakukan difokuskan pada masing-masing indikator yakni factor biaya, factor permintaan dan penawaran, factor tujuan perusahaan, factor perekonomian serta factor manajemen.

4.2.2 Faktor Biaya

Biaya merupakan salah satu factor penentu yang pasti dan sangat tinggi dalam pengaruhnya dalam menetapkan harga jual produk, sebab biaya adalah produk yang mendasar dalam menetapkan harga. Dalam penentuan harga jual kue kerawang di UKM sentosa itu selalu memperhatikan biaya-biaya yang telah di gunakan dalam proses pembuatan kue tersebut hal ini sebagaimana di jelaskan oleh ibu dirja selaku pemilik UKM sentosa beliau mengatakan bahwa

“Biaya apa saja yang dikeluarkan oleh UKM sentosa guna menunjang usahanya?”

Ibu Dirja selaku pemilik Usaha Kecil Menengah Sentosa menjawab:

“biaya-biaya yang dikeluarkan oleh kami untuk menunjang usaha ada banyak, contohnya seperti mentega, terigu, susu, gula, vanilla, wisman, coklat, tulip, telur, gas, dan lain sebagainya”

Pernyataan ibu Dirja di pertegas oleh karyawannya yaitu ibu novi polumulo yang menjawab pertanyaan tentang biaya apa saja yang dikeluarkan oleh UKM sentosa untuk menunjang usahanya :

“biaya yang sering kami dikeluarkan untuk menunjang kemajuan usaha tentunya dengan membeli semua bahan-bahan kue yang akan kita gunakan setiap hari, yang melakukan belanja ini adalah ibu Dirje sendiri”.

Dari pernyataan diatas menggambarkan bahwa dalam memproduksi kue kerawang UKM sentosa selalu menyediakan bahan-bahan baku yang di belanjakan langsung oleh ibu dirja sendiri selaku pemilik UKM sentosa.

Selanjutnya pertanyaan yang penulis tanyakan kepada informan adalah; Apa saja biaya tetap dalam menjalankan usaha kue kering krawang ini?

Kemudian Ibu Dirja selaku pemilik usaha kecil menengah sentosa menjawab pertanyaan tersebut, beliau mengatakan bahwa;

“biaya tetap yang saya keluarkan itu setiap 2 minggu sekali. Setiap 2 minggu itu saya belanja bahan-bahan kue seperti mentega 6 karton, terigu 10 karung, susu dancow 4 dos/800gram, gula 5 karung, vanilla 10 bak (habis 1 minggu), coklat vanhouten 10 dus, coklat tulib 2 karton, wisman 5 kilogram, toples ukuran besar 1 lusin, mika 10 dos. Itu adalah biaya tetap yang saya belanjakan setiap 2 minggu”.

Pernyataan dari ibu Dirja tersebut dibenarkan oleh karyawannya yang bernama Ibu Novi Polumulo, beliau mengatakan bahwa:

“setau saya ibu Dirja setiap 2 minggu sekali pergi belanja bahan-bahan kue. Yang dibelanjakan itu seperti mentega, terigu, susu dancow, gula pasir dan gula halus, vanilla, coklat vanhouten, coklat tulib, wisman, toples ukuran besar, dan mika. Setiap 2 minggu selalu direstok, mau habis atau tidak bahan-bahan kue itu, ibu Dirja tetap belanja dengan jumlah yang tetap”.

Ibu Ratna juga memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut, beliau mengatakan bahwa:

“biaya tetap lainnya adalah gaji kami sebagai karyawan tetap, yakni sebanyak 1 juta setiap bulannya. Akan tetapi jika kami mengerjakan menggambar kue krawang lebih banyak, maka ada komisi tambahan selain gaji yang diberikan oleh ibu Dirja”.

Selanjutnya peneliti bertanya kembali tentang biaya variabel dari UKM Sentosa ini, pertanyaannya adalah : Apa saja biaya variabel yang dikeluarkan oleh UKM Sentosa ini?

Ibu Ratna Lakoro selaku karyawan menjawab pertanyaan tersebut, yang mengatakan bahwa;

“banyak sekali biaya variabel yang dikeluarkan setiap bulan bahkan setiap hari. Contohnya: ada oven yang rusak harus segera diperbaiki atau bahkan bisa diganti baru, selain itu biaya listrik juga, biaya royalty jika ada karyawan yang lembur dan menyelesaikan pekerjaan atau menggambar lebih banyak”.

Ibu Novi Polumulo juga menambahkan jawaban atas pertanyaan tersebut, beliau mengatakan bahwa:

“selain yang dikatakan ibu Ratna, biaya variabel UKM Sentosa yang dikeluarkan setiap bulan adalah biaya listrik, biaya listrik ini tidak menetap tergantung pemakaian, selain itu ada uang lembur untuk kami, dan bisa saja ibu Dirja merekrut karyawan baru yang ditugaskan untuk menggambar kue krawang, perekrutan karyawan ini hanya bersifat sementara, misalnya ada orderan yang membludak atau pada saat puasa seperti ini, pesanan semakin banyak maka ibu Dirja menerima karyawan baru”.

Selanjutnya pertanyaan yang penulis sodorkan adalah, Apakah biaya juga termasuk hal dasar dalam menentukan harga jual produk?

ibu Dirja selaku pemilik usaha kecil menengah sentosa menjawab pertanyaan tersebut:

“hmm... tentu saja dek... harga bahan kue yang dibeli kadang naik kadang turun. Tetapi kami berusaha untuk memberikan harga tetap kepada konsumen, namun jika harga bahan kue sudah sangat naik maka harga jual kue juga otomatis akan naik”.

Jawaban dari ibu dirje tersebut diperkuat oleh pernyataan dari karyawannya yang bernama Ratna Lakoro, beliau mengatakan:

“yaaa.... Biaya bahan memang sebagai dasar kita menentukan harga jual kue krawang ini, selain mengikuti harga pasar yang ada. Tapi biasanya kalau harga bahan kue naik, maka harga pasar juga pasti naik, dan kami mengikuti harga pasa itu”.

Peneliti kembali bertanya Apakah harga jual produk bisa menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan oleh UKM Sentosa?

Ibu Dirje menjawab:

“selama ini Alhamdulillah harga jual yang kami tetapkan atau mengikuti harga pasar semuanya bisa menutupi biaya bahan kue maupun biaya lainnya yang sudah kami dikeluarkan untuk menunjang usaha ini”.

Pertanyaan diatas penulis tanyakan juga pada karyawan UKM yang bernama Novi Polumulo, beliau mengatakan:

“biaya yang dikeluarkan UKM saya kurang tau pasti jumlahnya berapa, tetapi jika dilihat dari penjualan yang laku setiap harinya, ataupun reseller datang setiap minggunya, dan gaji kami tidak pernah terlambat dibayarkan, jadi bisa disimpulkan kalau harga jual kue krawang sudah menutupi semua biaya yang dikeluarkan”.

Penulis memberikan pertanyaan lagi yakni Apakah UKM Sentosa memiliki laba yang besar dan bisa menutupi biaya produksi yang dikeluarkan?

Ibu Dirje menjawab

“laba yang kami hasilkan tergantung berapa banyak kue yang terjual, tidak menetap tetapi sangat bisa menutupi biaya produksi yang sudah saya keluarkan”.

Karyawan atas nama Novi Polumulo juga menjawab:

“saya kurang tau apakah laba yang diperoleh ibu dirje itu sangat besar, tapi selama ini beliau bisa mengatur keuangan UKM, baik itu belanja bahan kue ataupun biaya produksi kue”.

Selanjutnya peneliti bertanya kembali pada Ibu Dirja selaku pemilik dari UKM Sentosa. Bagaimana pihak UKM Sentosa mengatasi jika secara tiba-tiba terjadi kenaikan harga bahan baku kue krawang?

“karena saya menyetok bahan baku setiap dua minggu jadi saya punya banyak stok dan tidak terlalu khawatir dengan kenaikan harga. Namun jika stok saya habis dan harus belanja lagi dengan harga yang sudah naik itu, mau tidak mau tetap harus belanja, dan jika mau untung kami menaikkan harga kue dengan mengikuti harga pasar. Karena jika terjadi kenaikan harga bahan baku maka otomatis semua penjual kue juga akan menaikkan harga dari kue yang mereka jual”.

Pernyataan ibu Dirja tersebut dibenarkan oleh ibu Novi, beliau mengatakan bahwa:

“disaat terjadinya kenaikan harga bahan baku kue, maka otomatis harga kue yang kami jual juga ikut naik, dan harga ditempat produksi kue lain juga sudah pasti ikut naik. Sehingga kami lebih mengikuti harga pasar saja dalam menetapkan harga jual jika terjadi kenaikan harga bahan baku kue ini”.

4.2.3 Faktor Permintaan dan Penawaran

Permintaan dan penawaran pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango bertujuan untuk melihat tingkat permintaan dan penawaran yang dibutuhkan oleh pembeli dalam harga tertentu.

Peneliti bertanya Berapa banyak kue kerawang yang dihasilkan dalam waktu satu bulan?

Ibu Dirje menjawab

“banyaknya kue yang dihasilkan tidak menetap, semua tergantung pesanan dari pelanggan maupun dari reseller. Jika diperkirakan, kira-kira kurang lebih sekitar 100 toples dalam waktu satu bulan”.

Pertanyaan diatas juga dijawab oleh karyawan Novi Polumulo:

“kami menghasilkan 100 lebih toples, semua sudah menjadi pesanan dari beberapa orang dan ada juga reseller dari luar kota yang selalu memesan di UKM kami. Apalagi bulan depan sudah mau puasa, otomatis permintaan dari pelanggan dan reseller akan lebih banyak lagi”.

Pernyataan diatas dibenarkan oleh ibu Ratna Lakoro:

“yaa.... Benar apa yang dikatakan novi, kita menghasilkan kurang lebih 100 toples tiap bulan. Pesanan paling banyak dari reseller yang berada diluar kota. Dan bulan depan juga puasa, jadi pesanan akan lebih banyak lagi karena akan menyambut lebaran”.

Peneliti bertanya kembali: Dari mana saja sumber permintaan untuk pembuatan kue kerawang?

Ibu Dirje menjawab :

“permintaan lebih banyak dari pelanggan tetap dan juga dari reseller dari berbagai kota, baik dalam kota Gorontalo maupun luar Provinsi Gorontalo seperti Kotamobagu, Manado, Bitung dan Sulawesi Tengah”.

Karyawan ibu Novi Polumulo menjawab:

“reseller kami sudah sangat banyak yang dari luar provinsi, mereka lebih banyak memesan lewat telepon, bisa sampai 50-100 toples, tergantung permintaan dari konsumen mereka yang disana”.

Peneliti bertanya kembali: Apakah terdapat tingkatan harga dalam penjualan kue kerawang?

Ibu Dirje menjawab:

“Ya.... Ada tingkatannya, kalau reseller memesan lebih dari 100 toples akan ada potongan harga dari kami. Artinya ada harga

khusus untuk reseller dan ada harga tetap untuk konsumen lain yang mengikuti harga pasar. Kalau untuk model bungaa krawang sendiri tidak menentukan harga jual kue, mau bagaimana gambarnya harganya tetap akan sama dengan gambar yang lain”.

Karyawan juga menjawab:

“setau saya harga reseller berbeda dengan harga jual untuk konsumen biasa. Ada potongan harga khusus untuk reseller. Dan untuk gambar desain dari setiap kue itu tidak ditentukan oleh pemilik, semua gambar tergantung kami karywan yang mengerjakan dan tidak terikat dengan harga”.

Karyawan lain menambahkan pernyataan tersebut diatas:

“harga akan meningkat jika terjadi peningkatan harga bahan kue. Biasanya harga kue akan naik mengikuti harga pasaran, kadang juga tanpa mengikuti harga pasar bisa naik harga karena tiba-tiba ada peningkatan harga bahan kue yang dibelanja oleh ibu Dirja”.

Peneliti memberikan pertanyaan lagi kepada informan; Siapa saja dan dari golongan apa saja sasaran dari penjualan kue kerrawang?

Ibu Ratna Lakoro menjawab:

“pelanggan kami tidak terbatas, dari golongan mana saja ada. Apalagi kalau sudah mendekati puasa dan lebaran seperti saat ini, pesanan kami sangat banyak dari masyarakat biasa yang mau konsumsi sendiri, maupun dari reseller yang akan dijual kembali”.

Ibu Novi Polumulo menambahkan pernyataan tersebut:

“hmmm yaaa.... Benar sekali yang dikatakan oleh ibu Ratna, semua masuk dalam pelanggan kami, ada masyarakat ada pejabat ada juga reseller. Intinya pesanan kami Alhamdulillah tidak pernah sepi terlebih saat puasa dan mendekati lebaran”.

4.2.4 Faktor Tujuan Perusahaan

Tujuan usaha kecil menengah sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango adalah ingin menjadi perusahaan kue yang unggul dengan kualitas cita rasa khas Gorontalo guna memperoleh penjualan yang tinggi untuk mengembalikan modal yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

Peneliti bertanya kepada informan: Apakah UKM memiliki kendala dalam mencapai tujuan perusahaan?

Ibu Dirja selaku pemilik UKM menjawab pertanyaan tersebut:

“dalam menjalankan usaha pasti ada saja kendala yang kami hadapi, contohnya tahun 2020 kemarin ada reseller dari luar daerah yang memesan 100 toples dan reseller tersebut meminta untuk mengirim kue tersebut. Kami mengiyakan dengan modal kepercayaan, karena sebelumnya reseller ini adalah pelanggan tetap kami. Namun setelah kue ini dikirim reseller hanya membayar setengah dari harga kue, dan sisanya 40 toples dikembalikan ke kami, sehingga waktu itu kami mengalami kerugian yang cukup besar”.

Ibu Ratna Lakoro selaku karyawan dari usaha kecil menengah sentosa membenarkan pernyataan dari ibu Dirja tersebut, beliau berkata:

“Iyaaa... benar sekali... dia (reseller) menelpon dan minta dikirim 100 toples. Kami sudah begadang mengadakan kue 100 toples tersebut namun hanya dibayar setengah, kasihan sekali kami yang begadang sampai pagi”.

Ibu Novi Polumulo menyambung pernyataan dari ibu Ratna:

“Ya Allah, patah belakang melukis bunga yang indah tapi ternyata kita kena tipu... hanya dibayar setengah dan 40 toples dikembalikan baru-baru ini (Januari 2021). Tapi kue itu sudah ibu Dirje bagikan ke kami dan keluarga. Beliau tidak menjual ke pelanggan karena kue itu sudah lama”.

Kemudian peneliti memberikan pertanyaan baru kepada informan, yakni : Apakah ada target penjualan dalam waktu setiap bulan di UKM Sentosa?

Ibu Dirje menjawab:

“selama ini kami tidak menetapkan target. Hanya berdasarkan pesanan dari pelanggan dan reseller saja yang kami kerjakan.”

Pernyataan itu dibenarkan oleh ibu Ratna yang mengatakan:

“yaaa... kami tidak ada target. Tapi setiap hari kami selalu memproduksi kue dan pasti ada-ada saja pelanggan dan reseller yang datang untuk membeli atau mengambil pesanan mereka”.

Peneliti bertanya kembali: Apakah modal yang dikeluarkan oleh UKM Sentosa bisa kembali berdasarkan harga jual produk?

Ibu Dirje menjawab:

“Alhamdulillah semuanya kembali modal, kalau tidak kembali mana bisa saya membayar gaji karyawan saya. Hehehe.... Kecuali puasa tahun kemarin yang dapat reseller pesan 100 tapi yang dibayar hanya setengah”.

Salah satu karyawan usaha kecil menengah sentosa yakni ibu Ratna yang menjawab:

“sebetulnya kami tidak tau berapa modal yang dikeluarkan oleh ibu Dirja dan berapa laba yang didapat. Kami hanya tau kami terima gaji sesuai dengan apa yang sudah kami kerjakan. Hehehe”

Ibu Novi selaku karyawan usaha kecil menengah sentosa juga membenarkan pernyataan dari ibu Ratna:

“yaa benar, kami karyawan tidak mengetajhui pasti berapa modal dan berapa pendapatan yang diperoleh. Kami hanya bekerja sesuai pesanan dari pelanggan dan dari reseller, setelah itu kami terima gaji ada yang per 2 minggu dan ada yang per 1 bulan”.

4.2.5 Faktor Perekonomian

Kondisi perekonomian ini begitu berpengaruh pada tingkat harga berlaku juga pada ekonomi yang baik norma serta resensi. Peneliti melontarkan pertanyaan pada informan: apakah kondisi perekonomian berpengaruh pada tingkat harga kue pada usaha kecil menengah Sentosa?

Ibu Dirja selaku pemilik dari Usaha Kecil Menengah Sentosa menjawab:

“Yaa... kondisi perekonomian seperti bahan kue yang tiba-tiba naik. Gas Elpiji yang susah dicari, pokoknya semua yang berkaitan dengan operasional sangat berpengaruh pada harga jual dari produk kami. Selain mengikuti harga pasar juga”.

Peneliti memberikan pertanyaan yang sama kepada Karyawan UKM sentosa, namun mereka kurang paham dalam menjawab pertanyaan ini.

Kemudian peneliti memberikan pertanyaan baru, yaitu: Apakah pada pandemic covid kemarin juga berpengaruh pada pendapatan UKM?

Ibu Novi Polumulo memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut:

“hmmmm..... Yaaa.... Kami merasakan juga dampak dari corona itu. Pesanan sangat sedikit, baik itu dari masyarakat yang biasanya sudah berlangganan mereka memesan 10-20 toples, tetapi dimasa corona itu mereka hanya memesan sekitar 3-5 toples saja”.

Ibu Dirja menambahkan

“pesanan dari reseller kami juga pada saat pandemic sangat kurang. Kami pahami karena saat itu perekonomian sedang buruk, dan semua masyarakat terdampak akan hal itu termasuk usaha yang sudah kami jalankan lebih dari 6 tahun ini”.

Ibu Ratna membertarkan pernyataan dari ibu Dirje dan ibu Novi:

“kami semua merasakan dampak dari corona, terlebih waktu reseller memesan 100 toples, kami sudah berusaha membuat kue agar selesai tepat waktu, namun hanya dibayar setengah. Yaa... positif thinking saja, mungkin reseller itu juga mengalami dampak corona sehingga tidak bisa membayar pesannya”.

4.2.6 Faktor Manajemen

Manajemen merupakan factor terakhir dalam menentukan harga jual suatu produk dalam mencapai tujuannya bergantung pada yang akan dilakukan oleh manajemen sendiri pada semua perusahaan pasti mampu dalam melaksanakan manajemen yang tepat.

Penulis memberikan pertanyaan kepada informan, Apa saja yang dilakukan oleh manajemen UKM Sentosa dalam upaya memajukan usahanya?

Ibu Dirje selaku pemilik dari usaha kecil menengah Sentosa menjawab:

“tentu saja kami selalu memasarkan produk kami, baik itu dari mulut ke mulut, dan dari sosial media. Harga jual yang kami tawarkan tidak lebih dari harga pasar pada umumnya, tak lupa kami menawarkan cita rasa yang khas sehingga bisa menarik pelanggan dari dalam maupun dalam kota Gorontalo”.

Karyawan usaha kecil menengah sentosa, Ibu Novi Polumulo memberikan pernyataan:

“kami selaku karyawan mengupload hasil kerja kami di facebook dari masing-masing karyawan. Harga jual kue krawang juga sama seperti harga pasaran. Jika harga pasaran naik, maka harga kue kami juga naik”.

Penulis memberikan pertanyaan kembali: Apakah penentuan harga jual kue kerawang sudah ditentukan dengan cara yang tepat?

Ibu Dirje menjawab:

“selama ini menurut saya yang mendirikan usaha ini, saya sudah berusaha menentukan harga jual kue dengan tepat. Tepat disini maksudnya dengan mempertimbangkan modal yang saya keluarkan dan pendapatan yang saya dapat dalam waktu 1 bulan. Selain itu juga saya mempertimbangkan harga bahan baku kue dan juga hanya pasar”.

Karyawan ibu Ratna menjawab:

“saya kurang tau dengan hal itu dek... setau saya mengikuti harga psaran dan mengikuti harga bahan kue apakah naik atau tidak. Hanya sampai disitu saja yang saya dan karyawan lain tau”.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Faktor Biaya

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada saat turun penelitian, maka peneliti mendapatkan beberapa keterangan dari informan yang mengatakan bahwa biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menunjang usahanya antara lain adalah belanja bahan kue, membayar gaji karyawan, dan beberapa pengeluaran tidak terduga seperti pembelian karburator gas, gas elpiji, oven yang tiba-tiba rusak, dan lain sebagainya. Kemudian biaya yang termasuk hal dasar UKM Sentosa dalam menentukan harga jual kue kerawang adalah harga bahan baku kue yang jika mengalami kenaikan harga maka otomatis harga jual kue juga ikut naik, selain itu pemilik UKM juga mengikuti harga pasar pada umumnya, beliau tidak memberikan harga jual kue yang lebih besar dari harga pasar.

Harga jual produk selama usaha berjalan yaitu kurang lebih enam tahun terakhir, semua biaya yang dikeluarkan tidak lebih besar daripada laba yang diperoleh UKM Sentosa. Artinya selama ini usaha yang telah didirikan oleh ibu Dirja Polumulo dalam keadaan baik-baik saja, karena harga jual kue kerawang sangat bisa menutupi biaya yang dikeluarkan oleh Usaha Kecil Menengah Sentosa dan juga dapat memperoleh laba sesuai yang diharapkan.

Selain itu biaya tetap yang dikeluarkan oleh UKM Sentosa ini berupa bahan-bahan untuk memproduksi kue, pemilik UKM mengadakan bahan-bahan kue tersebut setiap 2 minggu sekali. Walaupun bahan-bahan tersebut masih tersisa diminggu berikutnya, tetap pemilik UKM melakukan pembelian dengan jumlah yang sama, alasannya adalah agar stok dari bahan kue tidak akan habis jika sewaktu-waktu akan ada permintaan yang lebih banyak dari sebelumnya. Biaya tetap adalah biaya atau pengeluaran bisnis yang tidak tergantung pada perubahan jumlah barang atau jasa yang dihasilkan maka tidak akan berubah meskipun terjadi perubahan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan dalam kisaran tertentu. Biaya tetap tidak terpengaruh sama sekali atau terlepas dari perubahan-perubahan dalam aktivitas bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Biaya tetap dalam akuntansi pada dasarnya adalah jenis biaya yang tidak berubah atau statis, dan akan tetap dikeluarkan baik ketika tidak ada kegiatan atau proses produksi yang dilakukan maupun saat melakukan banyak kegiatan sekali pun. Biaya tetap contohnya saja seperti gaji karyawan, sewa gedung, hingga biaya cukai. Biaya-biaya tersebut harus selalu dibayarkan meskipun perusahaan tidak menghasilkan output barang atau jasa apapun.

Kemudian untuk biaya variabel berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan, biaya variabel pada UKM Sentosa seperti biaya pembayaran listrik, ada juga biaya lembur karyawan. Pemilik UKM Sentosa juga bisa saja menerima karyawan baru jika ada orderan yang banyak dan tidak bisa ditangani hanya dengan dua orang karyawan saja, contoh seperti bulan puasa, pemilik UKM Sentosa menerima karyawan baru yang ditugaskan untuk menggambar kue

krawang, dan digaji dengan jumlah 1 juta ada pula pekerjaan pahat kue yang gajinya sebesar 2 juta per 2 minggu. Karyawan ini bersifat tidak tetap, hanya dipekerjakan disaat-saat genting saja. Biaya variabel itu sendiri dijelaskan merupakan biaya perusahaan yang bisa berubah secara proporsional tergantung produksi yang dikeluarkan. Biaya variabel bisa naik atau turun tergantung pada volume produksi perusahaan. Biaya variabel akan naik saat produksi meningkat dan turun saat produksi juga menurun, tidak seperti biaya tetap yang sifatnya tidak tergantung dengan proses produksi. Biaya variabel ini dapat dihitung sebagai jumlah biaya marginal (*marginal cost*) dari semua unit yang diproduksi atau biaya yang berkaitan langsung dengan produksi suatu barang. Biaya variabel juga terkadang disebut sebagai biaya unit-level atau biaya tingkat level karena biaya-biaya variabel tersebut bervariasi dengan jumlah unit yang diproduksi.

Usaha Kecil Menengah Sentosa itu sendiri punya strategi dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku, sesuai wawancara peneliti dengan pemilik UKM Sentosa bahwa mereka mensiasati dengan melakukan belanja setiap 2 minggu sekali, agar jika tiba-tiba terjadi peningkatan harga bahan baku maka UKM Sentosa sudah memiliki banyak stok bahan kue, namun jika bahan kue itu habis, UKM Sentosa akan menaikkan harga jual dari kue krawang, harga yang diberikan kepada pelanggan adalah harga sesuai pasar, karena jika terjadi peningkatan harga maka semua usaha yang bergerak dibidang pembuatan kue juga akan menaikkan harga jual kue yang diproduksi.

Langkah umum yang dilakukan para pengusaha adalah ikut menaikkan harga produk dengan besaran kenaikan yang sesuai dengan pengeluaran

pembelian bahan baku. Langkah ini tentu memiliki resiko yang besar terhadap penurunan omzet penjualan, atau parahnya adalah kehilangan pelanggan setia. Ketika beragam harga barang mulai merangkak naik, bukan hanya konsumen yang mulai panik, Usaha Kecil Menengah Sentosa juga kelimpungan merasakan dampaknya. Apalagi yang ikut naik termasuk bahan baku usaha. Hal ini tentu membuat pemilik UKM Sentosa bekerja lebih keras memutar otak agar bisa melakukan adaptasi terhadap kondisi tersebut.

Berikut adalah tabel daftar pengeluaran per dua minggu dalam pembuatan kue kerawang pada UKM Sentosa:

Tabel 4.1
Tabel Pembelian Bahan Baku Kue Kerawang

No.	Bahan Baku		Harga (Rp)
1.	Terigu	20kg	53.000
2.	Mentega	1 Karton	55.000
3.	Susu Bubuk	1 Dus	86.000
4.	Coklat Vanhauten	1 Dus	36.000
5.	Tulip	1 Karton	525.000
6.	Gas	3kg	20.000
7.	Vanila	1 Botol	2.500
8.	Wisman	2kg	500.000
9.	Gula	100kg	700.000
Total Belanja Bahan			2.527.500
Penjualan dalam 1 Bulan			83 Toples
Harga Per 1 Toples			275.000
Jumlah Penjualan dalam 1 Bulan			22.855.000

Hasil penelitian tersebut diatas, sesuai pendapat yang dikemukakan oleh Nababan (2012) yang mengatakakan bahwa biaya adalah salah satu factor penentu yang pasti dan sangat tinggi dalam pengaruhnya dalam menetapkan harga jual produk, sebab biaya adalah produk yang mendasar dalam menetapkan harga.

Dapat dikatakan pula apabila harga tidak bisa menutupi beban maka perusahaan akan mengalami kerugian yang sangat besar.

4.3.2 Faktor Permintaan dan Penawaran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada saat turun penelitian, maka peneliti mendapatkan beberapa keterangan dari informan yang mengatakan bahwa kue kerawang yang dihasilkan oleh Usaha Kecil Menengah Sentosa dalam waktu satu bulan adalah kurang lebih sekitar 100 toples dalam setiap bulan berproduksi. Sumber permintaan pembuatan kue kerawang ini berasal dari beberapa pelanggan tetap dan juga reseller yang terdapat dari berbagai daerah yaitu dari kotamobagu, manado, bitung, palu dan lain sebagainya. Kemudian mengenai tingkatan harga dalam penjualan kue kerawang itu jika pembeli atau reseller memesan lebih dari 100 toples maka pemilik usaha akan memberikan penawaran khusus kepada si pemesan 100 toples tersebut. penawaran tersebut berupa diskon atau pengurangan harga dari setiap toples yang dipesan.

Permintaan dan penawaran ini dapat diartikan sebagai suatu gambaran hubungan pasar, antara para calon pembeli dan penjual dari suatu barang. Model penawaran dan permintaan digunakan untuk menentukan harga dan kuantitas yang terjual di pasar. Model ini sangat penting untuk melakukan analisis ekonomi mikro terhadap perilaku serta interaksi para pembeli dan penjual. Ia juga digunakan sebagai titik tolak bagi berbagai model dan teori ekonomi lainnya. Model ini memperkirakan bahwa dalam suatu pasar yang kompetitif, harga akan berfungsi sebagai penyeimbang antara kuantitas yang

diminta oleh konsumen dan kuantitas yang ditawarkan oleh produsen, sehingga terciptalah keseimbangan ekonomi antara harga dan kuantitas. Model ini mengakomodasi kemungkinan adanya faktor-faktor yang dapat mengubah keseimbangan, yang kemudian akan ditampilkan dalam bentuk terjadinya pergeseran dari permintaan atau penawaran.

Hasil penelitian tersebut diatas sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Nababan (2012) yang mengatakan bahwa permintaan dan penawaran adalah suatu barang jasa yang dibutuhkan oleh sipembeli dalam harga tertentu. Permintaan dan penawaran bersifat saling berkebalikan. Keduanya akan mencapai titik keseimbangan pasar ketika saling bertemu, itulah yang kemudian disebut sebagai hukum permintaan dan penawaran. Hukum permintaan dan penawaran ini menjelaskan hubungan antara harga dan jumlah yang ditawarkan. Hal ini kemudian dihubungkan dengan kurva permintaan dan penawaran. Pada titik waktu tertentu, pasokan barang yang dibawa ke pasar tetap. Dengan kata lain kurva penawaran dalam hal ini adalah garis vertikal, sedangkan kurva permintaan selalu miring ke bawah karena hukum utilitas marjinal yang semakin berkurang. Saat mencapai titik keseimbangan ini, harga barang atau jasa serta permintaan akan cenderung stabil, bahkan tetap atau tidak berubah sama sekali. Sementara penjual juga tidak lagi bisa menaikkan harga barang atau jasa yang ditanggung konsumen. Namun dalam jangka waktu yang lama, penjual bisa menambah atau mengurangi stok untuk mengubah harga pasar ke level yang mereka harapkan.

4.3.3 Tujuan UKM

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada saat turun penelitian, maka peneliti mendapatkan beberapa keterangan dari informan yang mengatakan bahwa usaha kecil menengah sentosa juga sama seperti usaha yang lainnya yang memiliki berbagai macam kendala, ceritanya pada tahun 2020 yang lalu, ada reseller yang berasal dari luar kota Gorontalo yang memesan 100 toples kue kerawang namun yang dibayar hanya 50 toples, sisanya 10 toples tidak dibayar dan 40 toples dikembalikan utuh pada usaha kecil menengah Sentosa di bulan Januari tahun 2021. Kue kerawang yang dikembalikan tersebut kemudian dibagi-bagikan oleh ibu Dirja kepada karyawan dan juga keluarga, ibu Dirja tidak menjual kembali kue tersebut dengan alasan waktu produksi sudah berjalan satu tahun.

Untuk target penjualan dalam waktu satu bulan dari usaha kecil menengah sentosa ini tidak ditetapkan, karena semua tergantung orderan dari para pelanggan maupun dari reseller yang ada. Dan mengenai modal yang dikeluarkan oleh Usaha kecil menengah sentosa, berdasarkan perkataan dari pemilik ukm tersebut yang mengatakan bahwa selama ini modal yang dikeluarkan oleh pemilik usaha bisa kembali dengan harga jual produk yang sudah ditetapkan baik mengikuti harga pasar maupun naik tidaknya bahan dasar kue kerawang.

Perusahaan harus bisa melakukan antisipasi terhadap permintaan pasar yang terus meningkat sehingga dapat memuaskan konsumen dan mampu bertahan dalam persaingan usaha. Bentuk antisipasi ini dapat bermacam-macam, salah satunya adalah dengan membuat perencanaan produksi. Perencanaan produksi (*production planning*) adalah perencanaan tentang produk apa dan berapa yang

akan diproduksi oleh perusahaan dalam satu periode yang akan datang. Dalam perencanaan produksi, perusahaan tidak hanya memperhatikan permintaan konsumen tetapi perusahaan juga perlu memperhatikan tiga elemen, yaitu konsumen, produk, dan proses manufaktur.

Hasil penelitian tersebut diatas sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Nababan (2012) yang mengatakan bahwa tujuan perusahaan, dalam menetapkan harga jual barang jasa berhubungan dengan tujuan pencapaian perusahaan, tujuan ini harus dicapai contohnya guna memperoleh penjualan yang tinggi untuk mengembalikan modal yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

4.3.4 Perekonomian UKM

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada saat turun penelitian, maka peneliti mendapatkan beberapa keterangan dari informan yang mengatakan bahwa kondisi perekonomian sangat berpengaruh pada harga jual kue pada usaha kecil menengah sentosa. Bagaimana tidak, kondisi perekonomian seperti bahan kue yang tiba-tiba naik. Gas Elpiji yang susah dicari, pokoknya semua yang berkaitan dengan operasional sangat berpengaruh pada harga jual dari produk kami. Selain mengikuti harga pasar juga. Selanjutnya selain tentang operasional, ada factor lain yang mempengaruhi yaitu pandemic covid pada tahun 2020 yang lalu. Mereka mengakui orderan kue sangat menurun baik itu dari pelanggan biasa maupun dari reseller. Pada saat mendekati bulan puasa dan lebaran di tahun 2020 yang lalu tersebut, biasanya satu orang pelanggan melakukan pemesanan sebanyak 10 sampai dengan 15 toples, namun disaat pandemic covid19 hanya berkisar antara 3 sampai dengan 5 toples. Begitupun

pada reseller yang tidak banyak melakukan pemesanan seperti pada tahun-tahun sebelumnya.

Namun ada salah satu reseller yang berasal dari luar Gorontalo yang melakukan pemesanan 100 toples, dan tidak membayar semuanya, yang dibayar hanyalah 50 toples, sisanya tidak dibayarkan bahkan dikembalikan pada tahun berikutnya yakni Januari 2021. Hal ini berdampak pada pendapatan dari usaha kecil menengah sentosa ini, namun pemiliknya ibu Dirja Polumulo tidak membesar-besarkan hal tersebut dan masih bisa menghidupkan perekonomian dari UKM Sentosa ini.

Hasil penelitian tersebut diatas sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Nababan (2012) yang mengatakan bahwa kondisi perekonomian ini begitu berpengaruh pada tingkat harga berlaku juga pada ekonomi yang baik norma serta resensi.

4.3.5 Manajemen

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil wawancara yang peneliti lakukan pada saat turun penelitian, maka peneliti mendapatkan beberapa keterangan dari informan yang mengatakan bahwa yang dilakukan oleh usaha kecil menengah Sentosa dalam upaya memajukan usaha adalah selalu memasarkan produk baik itu dari mulut ke mulut, dan dari sosial media. Harga jual yang ditawarkan juga tidak lebih dari harga pasar pada umumnya, dan ukm sentosa ini menawarkan dengan cita rasa yang khas sehingga bisa menarik pelanggan dari dalam maupun dalam kota Gorontalo. Kemudian dalam penentuan harga jual kue kerawang menurut pemilik UKM sentosa sendiri, beliau sudah menentukan harga jual kue dengan

tepat. Tepat artinya dengan mempertimbangkan modal sudah dikeluarkan dengan pendapatan yang diterima oleh UKM Sentosa, selain itu juga pemilik UKM ini memperhatikan harga pasar dan memasarkan produknya tidak melebihi harga pasar pada umumnya.

Salah satu keputusan yang cukup sulit dihadapi oleh suatu perusahaan adalah cara menentukan harga jual produk. Meskipun pada kenyataannya cara menentukan harga jual produk yang digunakan bagi setiap perusahaan sama, yaitu didasari pada Harga Pokok Penjualan dan Harga jual, permintaan, persaingan dan laba. Namun kombinasi optimal dari seluruh faktor tersebut berbeda sesuai dengan sifat produk, pasar dan tujuan perusahaannya.

Hasil penelitian tersebut diatas sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Nababan (2012) yang mengatakan bahwa manajemen merupakan factor terakhir dalam menentukan harga jual suatu produk dalam mencapai tujuannya bergantung pada yang akan dilakukan oleh manajemen sendiri pada semua perusahaan pasti mampu dalam melaksanakan manajemen yang tepat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis kemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa dari kelima faktor yakni:

1. Faktor Biaya, Biaya tetap yang dikeluarkan oleh UKM seperti bahan kue yang dibelanjakan setiap 2 minggu sekali dengan jumlah yang sama tujuannya agar UKM Sentosa memiliki banyak stok bahan baku dan jika sewaktu-waktu terjadi kenaikan harga bahan baku, UKM ini masih memiliki stok yang tersimpan. Namun jika stik tersebut habis, maka UKM akan menaikkan harga jual kue krawang dengan meingkuti harga pasar yang beredar. Selanjutnya tentang biaya variabel, UKM Sentosa ini memiliki bebreapa biaya variable salah satunya adalah dengan memberikan gaji lembur diluar gaji pokok kepada karyawan, disamping itu jika pesanan membludak maka UKM Sentosa akan segera mencari karyawan baru yang bersifat sementara hanya utk membantu menggambar atau memahat kue krawang. Usaha ini dalam menentukan harga jual kue kerawang sudah berdasarkan factor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual. Namun dari keseluruhan factor tersebut, ada terdapat kendala yang dialami oleh UKM Sentosa ini, yakni pada tahun 2020 usaha ini mengalami musibah dimana reseller yang melakukan pemesanan 100 toples kue kerawang tidak melakukan pembayaran full sehingga pemilik usaha harus mencari dana lain untuk menutupi kerugian tersebut. namun dilihat dari faktor

lain dalam usaha kecil menengah sentosa ini sudah sesuai dengan teori dan tidak terjadi hambatan dalam penentuan harga jual kue kerawang.

2. Faktor permintaan dan penawaran, sumber permintaan pembuatan kue kerawang ini berasal dari beberapa pelanggan tetap dan juga reseller yang terdapat dari berbagai daerah yaitu dari kotamobagu, manado, bitung, palu dan lain sebagainya. Kemudian mengenai tingkatan harga dalam penjualan kue kerawang itu jika pembeli atau reseller memesan lebih dari 100 toples maka pemilik usaha akan memberikan penawaran khusus kepada si pemesan 100 toples tersebut. penawaran tersebut berupa diskon atau pengurangan harga dari setiap toples yang dipesan.
3. Faktor tujuan UKM, untuk target penjualan dalam waktu satu bulan dari usaha kecil menengah sentosa ini tidak ditetapkan, karena semua tergantung orderan dari para pelanggan maupun dari reseller yang ada. Dan mengenai modal yang dikeluarkan oleh Usaha kecil menengah sentosa, berdasarkan perkataan dari pemilik ukm tersebut yang mengatakan bahwa selama ini modal yang dikeluarkan oleh pemilik usaha bisa kembali dengan harga jual produk yang sudah ditetapkan baik mengikuti harga pasar maupun naik tidaknya bahan dasar kue kerawang.
4. Faktor kondisi perekonomian, kondisi perekonomian sangat berpengaruh pada harga jual kue pada usaha kecil menengah sentosa. Bagaimana tidak, kondisi perekonomian seperti bahan kue yang tiba-tiba naik. Gas Elpiji yang susah dicari, pokoknya semua yang berkaitan dengan operasional sangat berpengaruh pada harga jual dari produk kami. Selain mengikuti harga pasar juga.

Selanjutnya selain tentang operasional, ada factor lain yang mempengaruhi yaitu pandemic covid pada tahun 2020 yang lalu. Mereka mengakui orderan kue sangat menurun baik itu dari pelanggan biasa maupun dari reseller.

5. Faktor manajemen, yang dilakukan oleh usaha kecil menengah Sentosa dalam upaya memajukan usaha adalah selalu memasarkan produk baik itu dari mulut ke mulut, dan dari sosial media. Harga jual yang ditawarkan juga tidak lebih dari harga pasar pada umumnya, dan ukm sentosa ini menawarkan dengan cita rasa yang khas sehingga bisa menarik pelanggan dari dalam maupun dalam kota Gorontalo. Kemudian dalam penentuan harga jual kue kerawang menurut pemilik UKM sentosa sendiri, beliau sudah menentukan harga jual kue dengan tepat. Tepat artinya dengan mempertimbangkan modal sudah dikeluarkan dengan pendapatan yang diterima oleh UKM Sentosa, selain itu juga pemilik UKM ini memperhatikan harga pasar dan memasarkan produknya tidak melebihi harga pasar pada umumnya.

5.2 Saran

1. Saran peneliti untuk ukm Sentosa ini agar lebih banyak memproduksi kue, bukan hanya kue kerawang saja agar bisa lebih memperluas usahanya, dan lebih bisa menarik pelanggan.
2. Saran peneliti yang berhubungan dengan faktor biaya untuk UKM Sentosa kiranya dapat lebih menyusun strategi untuk dapat mensiasati jika terjadinya kenaikan harga bahan baku kue. Dan bisa menghitung berapa biaya pengeluaran atau biaya belanja bahan disaat terjadi peningkatan harga bahan baku, bukan hanya berdasarkan harga pasar saja. Hal ini dilakukan agar

pengelolaan keuangan UKM Sentosa tidak mengalami kendala dikemudian hari.

3. Saran peneliti untuk peneliti selanjutnya agar lebih mengkaji lebih dalam tentang harga jual produk dalam ukm sentosa ini dengan menggunakan berbagai macam metode, contohnya metode *full costing* ataupun metode *Variable Costing* dalam menentukan harga jual produk pada UKM Sentosa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bastian, Indra. 2010. *Akuntansi Sektor Publik Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Bustami, Bastian dan Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Carter, William K. 2009. *Akuntansi Biaya*. Edisi Empat Belas. Salemba Empat, Jakarta
- Daljono. 2005. *Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok dan Pengendalian*. Edisi dua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Horngren, Charles ,et. Al. 2008. *Akuntansi Biaya : Pendekatan Manajerial*. Erlangga, Jakarta.
- Kristanti, Elin Yunita & Pratomo, Harwanto Bimo. 2013. *Manajemen Keuangan dan Akuntansi Syar'iiyyah Modern*
- Lasena,S.R. 2013. Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi pada PT. Dimembe Nyiur Agripro. *Jurnal EMBA*, 13(1)Juni, hal. 585-592.
- Mulyadi. 2015. *Akuntansi Biaya*, Edisi 5. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Rudianto. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia.
- Samryn, L.M., 2012, *Akuntansi Manajemen Informasi Biaya untuk Mengendalikan Aktivitas Operasi dan Investasi*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada
- Singarimbun, M & Effendi, S. (2011). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3S.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

Supomo, Abdul Halim dan Bambang. 2005. Akuntansi Manajemen. Yogyakarta: BPFE.

Tobroni. 2001. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : PT. Remaja

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil.

Witjaksono Armanto, SE, AK, MM., Akuntansi Biaya, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), edisi revisi

DOKUMENTASI



ABSTRAK

DEVI SEPTIYANINGSIH BOBIHU. E1117088. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PADA UKM SENTOSA DI KECAMATAN KABILA KABUPATEN BONE BOLANGO

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penentuan harga jual produk ditinjau dari faktor biaya, faktor permintaan dan penawaran, faktor tujuan perusahaan, faktor kondisi perekonomian dan faktor manajemen pada Usaha Kecil Menengah Sentosa di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus, dimana jenis penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada factor biaya tetap UKM ini melakukan penyetokan barang setiap dua minggu, ini bertujuan untuk mengatasi jika sewaktu-waktu terjadi kenaikan harga bahan baku. Namun jika stok bahan baku dari UKM ini habis, maka strategi selanjutnya adalah dengan menaikkan harga produk dari UKM dengan mengikuti harga pasar pada umumnya. Sedangkan untuk biaya variabel, salah satunya adalah dengan memberikan gaji lembur diluar gaji pokok kepada karyawan, disamping itu jika pesanan membludak maka UKM Sentosa akan segera mencari karyawan baru yang bersifat sementara hanya utk membantu menggambar atau memahat kue krawang. Namun pada dasarnya usaha ini dalam menentukan harga jual kue kerawang sudah berdasarkan factor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual produk.

Kata kunci: penentuan harga jual, produk, UKM

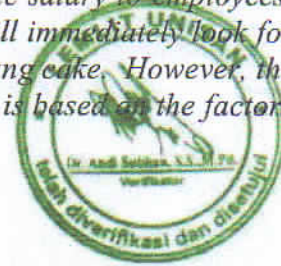


ABSTRACT

DEVI SEPTIYANINGSIH BOBIHU. E1117088. THE ANALYSIS OF PRODUCT PRICE DETERMINATION FACTORS AT THE SMEs OF SENTOSA IN KABILA SUBDISTRICT, BONE BOLANGO DISTRICT

This study aims to find and analyze the determination of product selling prices in terms of cost factors, demand and supply factors, company objectives factors, economic conditions, and management factors at the Small and Medium Enterprises of Sentosa in Kabila Subdistrict, Bone Bolango District. The method used in this study is a qualitative, descriptive method with a case study approach, namely a type of qualitative research that intends to understand the phenomenon of what is experienced by the research subject. The result of the study indicates that in the fixed cost factor, the SMEs stock goods every two weeks. It aims to prevent an increase in the price of raw materials at any time it occurs. However, if the stock of raw materials from SMEs runs out, the further strategy is to increase the price of products from SMEs by following market prices in general. As for variable costs, one of which is to provide overtime pay outside of the basic salary to employees. In addition, if orders are booming, the SMEs of Sentosa will immediately look for new temporary employees to help draw or sculpt the Krawang cake. However, the effort in determining the selling price of the Krawang cake is based on the factors influencing on products' selling price determination.

Keywords: *selling price determination, product, SMEs*





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Jl. Raden Saleh No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975; Fax: (0435) 82997;
E-mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 2595/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/X/2020

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Ketua UKM Akmal Sentosa

di,-

Gorontalo

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D
NIDN : 0911108104
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Devi Septiyaningsih Bobihu
NIM : E1117088
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Lokasi Penelitian : UKM AKMAL SENTOSA
Judul Penelitian : ANALISIS HARGA POKOK PRODUK PADA UKM AKMAL SENTOSA

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 22 Oktober 2020
Ketua,

Zulham, Ph.D
NIDN.0911108104

+

Usaha kecil Menengah (*UKM*)
“AKMAL SENTOSA”
PEMBUATAN KUE KERING (KERAWANG)
Jl. Tanggilingo kec.kabila kab.bone bolango

SURAT REKOMENDASI

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik “UKM SENTOSA” :

1. Nama : Dirja Polumulo

Jabatan : Pemilik

Dengan ini menyatakan :

Nama : DEVI SEPTIYANINGSIH BOBIHU

Nim : E1117088

Jurusan : Akuntansi

Bahwa nama tersebut di atas benar telah mengadakan penelitian berupa observasi, wawancara dan pengisian kuisioner terhadap karyawan UKM AKMAL SENTOSA .
dari tanggal 21 november 2020 s/d 10 maret 2021. dengan judul “ analisis faktor-faktor penentuan harga jual produk pada usaha kecil menengah “AKMAL SENTOSA”
di kecamatan kabila kabupaten bone bolango.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Gorontalo, 10 maret 2021

**USAHA KECIL MENEGAH “AKMAL SENTOSA”
KABUPATEN BONE BOLANGO**

Pemilik,



Dirja Polumulo



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS ICHSAN
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 0599/UNISAN-G/S-BP/V/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN : 0906058301
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasiswa : DEVI SEPTIYANINGSIH BOBIHU
NIM : E1117088
Program Studi : Akuntansi (S1)
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Penentuan Harga Jual Produk
Pada Usaha Kecil Menengah Sentosa Di Kecamatan
Kabila Kabupaten Bone Bolango

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 34%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 03 Mei 2021

Tim Verifikasi,



Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip



Turnitin Dev S Bobihu.docx

May 1, 2021

13948 words / 86695 characters

E1117088

DEVI SEPTIYANINGSIH BOBIHU.docx

Sources Overview

34%

OVERALL SIMILARITY

1	eprints.perbanas.ac.id	15%
2	eprints.ubhara.ac.id	6%
3	kamus.tokopedia.com	1%
4	www.msn.com	<1%
5	repository.unhas.ac.id	<1%
6	yansider.blogspot.com	<1%
7	es.scribd.com	<1%
8	hendra13setiawan.wordpress.com	<1%
9	www.scribd.com	<1%
10	media.neliti.com	<1%
11	digilib.unila.ac.id	<1%
12	terbaikpandai.blogspot.com	<1%
13	hargagenset.net	<1%
14	id.scribd.com	<1%
15	eprints.dinus.ac.id	<1%
16	repository.unair.ac.id	<1%

17	eprints.iain-surakarta.ac.id	INTERNET	<1%
18	kartikafitriani30.blogspot.com	INTERNET	<1%
19	etheses.iainponorogo.ac.id	INTERNET	<1%
20	eprints.walisongo.ac.id	INTERNET	<1%
21	eprints.umpo.ac.id	INTERNET	<1%
22	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2020-03-09	SUBMITTED WORKS	<1%
23	media.unpad.ac.id	INTERNET	<1%
24	JEMMY POANDY. "Analisis Penerapan Activity Based Costing System Dalam Menentukan Harga Pokok Kamar Pada The Belagri Hotel ...	CROSSREF	<1%
25	elib.unikom.ac.id	INTERNET	<1%
26	journal.stieken.ac.id	INTERNET	<1%
27	eprint.stieww.ac.id	INTERNET	<1%
28	id.123dok.com	INTERNET	<1%
29	Elmira Febri Damayanti. "ANALISIS PENGAKUAN PENDAPATAN PADA PERUSAHAAN KONSTRUKSI", Akuisisi: Jurnal Akuntansi, 2016	CROSSREF	<1%
30	digilibadmin.unismuh.ac.id	INTERNET	<1%
31	repositori.uin-alauddin.ac.id	INTERNET	<1%
32	edoc.site	INTERNET	<1%
33	etheses.uin-malang.ac.id	INTERNET	<1%
34	repository.ipb.ac.id	INTERNET	<1%
35	repository.mahardhika-library.id	INTERNET	<1%
36	repository.unpas.ac.id	INTERNET	<1%
37	mafiadoc.com	INTERNET	<1%
38	text-id.123dok.com	INTERNET	<1%

Excluded search repositories:

- None

Excluded from Similarity Report:

- Bibliography

CURRICULUM VITAE



Nama : Devi Septiyaningsih Bobihu
Alamat : Desa Bubeya
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Nim : E1117088
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Perguruan Tinggi : Universitas Ichsan Gorontalo

PENDIDIKAN FORMAL

Tahun 2007 – 2012 SDN 2 SUWAWA

Tahun 2012 – 2014 SMP Negeri 1 Suwawa

Tahun 2014- 2017 SMK Negeri 1 Suwawa

Tahun 2017 – 2021 Universitas Ichsan Gorontalo