

INTISARI

ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK PADA PT. MBELINGER SEJAHTERA BERSAMA

Erni Setyowati
NIM : 15061074

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Penentuan harga jual suatu produk atau jasa merupakan salah satu keputusan penting manajemen karena harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya dan dalam rangka mendapatkan laba yang diharapkan oleh perusahaan. Faktor biaya merupakan faktor utama dalam menentukan harga jual, karena biaya menggambarkan batas minimum yang harus dipenuhi perusahaan agar tidak mengalami kerugian. *Cost plus pricing* adalah penentuan harga jual dengan menambahkan laba yang diharapkan diatas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. *Mark Up Pricing* adalah metode yang biasanya digunakan oleh para pedagang yang usahanya membeli dan menjual kembali barang tersebut setelah terlebih dahulu ditambah biaya-biaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penentuan harga jual produk serta membandingkan dengan kajian teori. Penelitian ini dilakukan pada PT Mbelinger Sejahtera Bersama yang berlokasi di Jalan Kebun Raya No.43 Rejowinangun Kotagede Yogyakarta. Metode penelitian dilakukan dengan teknik deskriptif kualitatif. Teknik analisa data yang digunakan adalah penghitungan harga jual produk. Langkah menganalisis data yaitu dengan: 1) menghitung biaya bahan baku langsung; 2) menghitung biaya tenaga kerja tidak langsung; 3) menghitung biaya *overhead* pabrik; 4) menghitung harga pokok produksi; 5) menghitung harga jual produk; 6) membandingkan konsep penghitungan harga pokok produksi dan harga jual produk menurut perusahaan dan menurut kajian teori; 7) menghitung harga jual produk menurut perusahaan dan menurut kajian teori; dan 8) menyimpulkan penentuan harga jual produk pada perusahaan berdasarkan penghitungan dan analisis yang sudah dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan ada perbedaan pada penghitungan harga jual produk menurut perusahaan dan penghitungan harga jual produk menurut kajian teori. Perbedaan tersebut terjadi karena perbedaan konsep penghitungan harga jual produk menurut perusahaan dan menurut kajian teori, dimana perusahaan mementingkan keuntungan sebesar-besarnya ketimbang keakuratan penghitungan yang didasari penggolongan biaya yang tepat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga jual produk menurut PT Mbelinger Sejahtera Bersama belum sesuai dengan kajian teori.

Kata kunci: harga pokok produksi , *Cost Plus Pricing*, dan *Full Costing*

ABSTRACT

ANALYSIS OF PRODUCT SELLING PRICE DETERMINATION AT PT. MBELINGER SEJAHTERA BERSAMA

Erni Setyowati
NIM : 15061074

Mercu Buana Yogyakarta University

Determining the selling price of a product or service is one of the important management decisions because the price set must be able to cover all costs and to get the profit expected by the company. The cost factor is the main factor in determining the selling price because the cost represents the minimum limit that the company must meet in order not to suffer a loss. Cost-plus pricing is the determination of the selling price by adding the expected profit above the full future cost of producing and marketing the product. Mark Up Pricing is a method that is usually used by traders whose business is to buy and resell goods after the added costs. The purpose of this study was to determine the determination of the first selling price of the product and compare it with theoretical study. This research was conducted at PT Mbelinger Sejahtera Bersama at Jalan Kebun Raya Number 43 Rejowinangun Kotagede Yogyakarta. The research method with qualitative descriptive techniques. The data analysis technique used is the calculation of the selling price of the product. The steps to analyze the data were: 1) calculate the cost of direct raw materials; 2) calculate indirect labor costs; 3) calculate factory overhead costs; 4) calculate the cost of production; 5) calculate the selling price of the product; 6) compare the concept of calculating the cost of goods manufactured and the selling price of products according to companies and according to theoretical studies; 7) calculate the selling price of the product according to the company and according to theoretical studies; and 8) conclude the determination of the selling price of the product at the company based on the calculations and analyzes that have been done. The results showed that there were differences in the calculation of the selling price of the product according to the company and the calculation of product selling price according to theoretical studies. This difference occurs because of differences in the concept of calculating the selling price of products according to the company and according to theoretical studies, where companies are concerned with the maximum profit possible rather than the accuracy of calculations based on precise cost classification. So, it can be concluded that the product selling price according to PT Mbelinger Sejahtera Bersama is not following theoretical studies.

Keywords: *The selling price, Cost plus pricing, Mark Up Prici*