

Florentina Mareta

by UNITRI Press

Submission date: 18-May-2022 11:08PM (UTC-0400)

Submission ID: 1742732141

File name: Florentina_Mareta.docx (38.6K)

Word count: 1055

Character count: 6829

²
EVALUASI PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK
MENENTUKAN HARGA JUAL PADA PABRIK SM KERAMIK

¹
SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Manajemen



Oleh:

Florentina Mareta

Nim : 201812018

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2022

RINGKASAN

Berkembangnya sebuah usaha ditandai meningkatnya daya saing usaha. HPP atau biaya produksi ialah bahan mentah yang diolah untuk mendapatkan suatu produk yang baru. Diantara tujuan HPP ialah guna menentukan harga jual produk di pasar. Dengan banyaknya persaingan, instansi mempunyai jalan pintas yang efisien guna mencapai tujuan produksi. Riset ini menggunakan penelitian kualitatif interpretif, data yang dihasilkan terlebih untuk menginterpretasi terkait data yang terjadi di lapangan. Data kualitatif yang digunakan berupa keterangan dan deskripsi dari instansi yang mempunyai keterkaitan dengan metode pengumpulan data dan menghitung HPP untuk menentukan harga jual memakai metode *full costing* dan lain-lain. Untuk menghitung HPP yang ada di pabrik SM Keramik menggunakan metode sederhana, namun dari hasil perhitungan tersebut masih memiliki total biaya yang maksimal guna melakukan penentuan harga jual yang akan datang.

Kata Kunci: Evaluasi, Harga Pokok Produksi, Penjualan.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Berkembangnya sebuah usaha ditandai meningkatnya daya saing usaha. HPP atau biaya produksi ialah bahan mentah yang diolah untuk mendapatkan suatu produk yang baru. Diantara tujuan HPP ialah guna menentukan harga jual produk di pasar. Dengan banyaknya persaingan, instansi mempunyai jalan pintas yang efisien guna mencapai tujuan produksi.

Planning aktivitas instansi, terkadang beban produksi dihitung dari banyaknya kuantitas produk yang sudah terjual. Kata lain dari biaya produksi ialah ongkos produksi. Dilihat dari jenis-jenis instansi, aktivitas usaha bisa dibedakan menjadi 3 klasifikasi yaitu: perusahaan dagang, perusahaan jasa dan perusahaan manufaktur. Perusahaan dagang ialah organisasi yang bergerak di bidang bisnis/usaha yang mana setiap aktivitas membeli barang atau menyediakan barang dari perusahaan, atau bisa dikatakan distributor yang mana membeli barang ke tangan pertama dan menjual untuk mendapatkan keuntungan.

Perusahaan jasa ialah sebuah organisasi yang menjual jasa untuk memuaskan konsumen. Aktivitas produksi membutuhkan sumber ekonomi seperti financial sebagai suntikan modal untuk mendapatkan produk yang nantinya akan dipasarkan. Dan biaya inilah yang nantinya akan menjadi dasar untuk menghitung HPP. Sedangkan biaya HPP diantaranya ialah beban bahan baku langsung, beban ketenagakerjaan dan overhead pabrik. Beban biaya dicatat dan diklasifikasi secara detail lagi untuk menyesuaikan jenis dan sifat biaya yang dikeluarkan pabrik, guna untuk menghasilkan sebuah produk dan itu semua disebut dengan HPP.

Untuk mendapatkan produk, instansi manufaktur harus menyediakan persediaan bahan yang mentah yang optimal. Untuk menyediakan bahan baku tentunya perusahaan membeli bahan baku ke perusahaan yang lain agar tersedia bahan yang mau di produksi. Untuk menghadapi berbagai saingan produk yang dihasilkan, instansi mempunyai planning yang bagus guna mencapai sebuah tujuan. Ada beberapa strategi untuk menghadapi padatnya persaingan: meningkatkan kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan SDM tenaga kerja untuk menentukan harga jual agar terdapat peningkatan yang akurat.

Kebijakan untuk menentukan efisiensi beban produksi dengan cara menafsirkan penjualan yang lebih akurat dan juga memproporsikan kualitas beserta puasny seorang customer, dengan itu tingkat persaingan perusahaan akan bertambah bermutu mulai dari

produksi, serta pencapaian perusahaan. Dengan banyaknya strategi semua itu akan ada celah problem dan semua problem harus dituntaskan keseluruhan bukan hanya satu departemen. Problematika untuk menentukan harga jual ialah menentukan HPP dengan tepat dan akurat dan menjadikan pedoman yang dasar. Menurut Cakti Indra Gunawan (2016) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Investasi Dan Perbankan Syariah bahwa HPP adalah diantara beberapa elemen yang paling penting dalam keberhasilan perusahaan, khususnya manajemen keuangan.

Berkembangnya zaman menjadi persaingan usaha semakin ketat sehingga banyak dari beberapa instansi menuruti permintaan konsumen mulai dari pelayanan yang unggul dan juga kualitas produk, semua itu guna mentarget sebuah penjualan. Instansi memiliki sebuah keunggulan tersendiri supaya tetap eksis di gempuran semakin banyaknya pesaing. Rohman (2017) memaparkan setiap pelayanan yang baik dan bagus akan memiliki ciri khas yang beda daripada produk yang lain. Untuk mempertahankan dan juga tetap eksis sebuah instansi salah satu diantaranya memperbaiki SDM.

Indonesia sendiri saat ini memasuki era globalisasi. Para pesaing bisnis dan pengusaha lainnya ingin bersaing dan bahkan ingin menguasai pasar. Untuk menentukan harga penjualan, instansi harus juga mempertimbangkan beberapa faktor resiko. Menurut Supriyono (2001:314), harga jual ialah kuantitas yang nantinya akan dibebankan untuk suatu unit kepada customer.

Penyebabnya bisa terjadi dari internal maupun eksternal diantaranya ialah daya saing, kebutuhan, penawaran, beban biaya, keberadaan sebuah finansial dan begitu banyak lagi yang lainnya. Menentukan sebuah harga tidak cukup dari berangan saja, melainkan dengan melakukan perhitungan yang akurat dan real. Semua harga jual harus bisa ditutup oleh biaya yang keluar pastinya harus ada surplus yang diinginkan. Penyebab biaya itulah yang paling urgent untuk menentukan harga setiap penjualan, sebab biaya merupakan gambaran dan memberikan batas minimum untuk dipenuhi oleh instansi agar tidak mengalami failed.

Mengembangkan produk yang unggul agar nantinya banyak peminat dan diterima oleh masyarakat. Setiap membuat produk, dituntut untuk memproporsikan pasaran masyarakat, guna bisa bersaing dengan produk yang sudah tersebar di pasar. Instansi harus mempunyai strategi yang unggul untuk memikat hati para konsumen. Strategi sebuah planing untuk menyusun sebuah konsep untuk masa depan instansi dengan menciptakan visi dan misi instansi.

Strategi pemasaran merupakan kebutuhan yang paling urgent untuk menentukan masa depan perusahaan. Instansi yang memiliki Strategi yang bagus dan akurat akan mempunyai kekuatan yang berbeda nantinya, tiada lain tujuan perusahaan mengelola instansi tetap eksis

dan mempunyai daya saing yang bagus dengan perusahaan lain. Strategi pemasaran sangatlah berguna untuk mencapai sebuah keberhasilan dan tujuan instansi. Terbentuknya sebuah strategi pemasaran yang cepat dan tepat maka akan berdampak baik terhadap keuntungan penjualan dan akan mengurangi resiko kerugian.

2. Rumusan Masalah

Sesuai pemaparan yang sudah terpaparkan diatas maka rumusan masalahnya ialah :

1. Bagaimana menentukan harga jual pada pabrik SM Keramik?
2. Bagaimana menentukan harga pokok produksi (HPP) pada SM Keramik?
3. Apa manfaat dari menentukan harga pokok produksi pada SM Keramik?

3. Tujuan Penelitian

Tiada lain tujuan dari peneliti Untuk mengetahui pengaruh dari penetapan harga pokok produksi pada Pabrik SM Keramik.

4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Harapannya memberikan tambahan wawasan serta memperluas pengalaman.

2. Bagi Pabrik

Semoga bisa bermanfaat serta mampu menerapkan penetapan harga jual yang lebih akurat berdasarkan metode yang telah ditentukan dalam penelitian ini, sehingga memperoleh hasil yang maksimal.

3. Bagi Akademik

Dapat digunakan sebagai koleksi dan kontribusi pemikiran yang baik bagi institusi perguruan tinggi khususnya bagi program S1 Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada riset yang selanjutnya bagi yang ingin mereset yang sama dan sebagai panduan materi selanjutnya.

Florentina Mareta

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

rinjani.unitri.ac.id

Internet Source

10%

2

docplayer.info

Internet Source

2%

3

digilib.unimed.ac.id

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On