

**ANALISIS PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI
TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL PADA
PT. EASTERN SUMATERA INDONESIA
SIMALUNGUN PEMATANG SIANTAR**

SKRIPSI

Oleh :

**HOTMA EVA KRISTIN NAINGGOLAN
NIM: 05 833 0174**



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2012**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

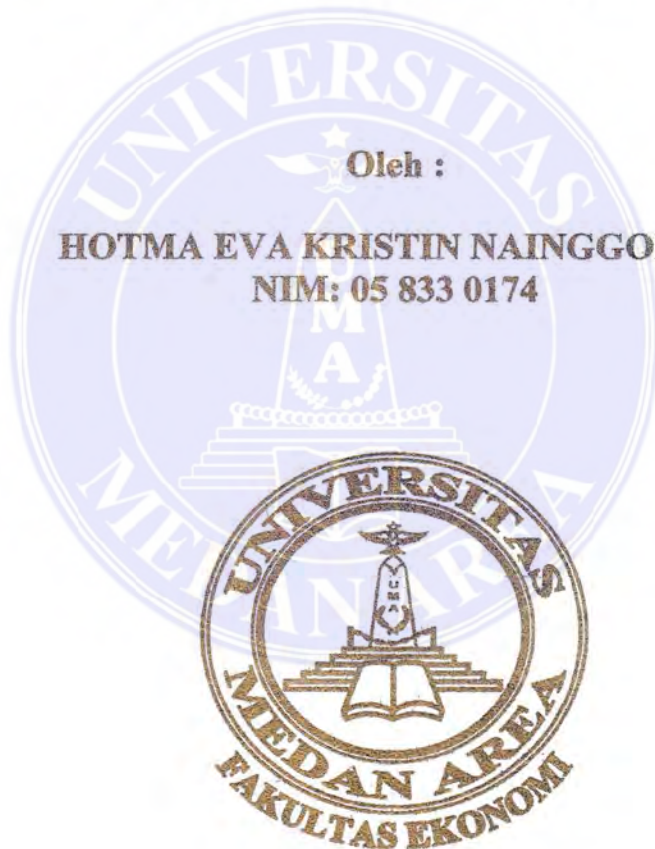
Document Accepted 26/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**ANALISIS PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI
TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL PADA
PT. EASTERN SUMATERA INDONESIA
SIMALUNGUN PEMATANG SIANTAR**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :
HOTMA EVA KRISTIN NAINGGOLAN
NIM: 05 833 0174

**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 1 2**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Penetapan HargaJual Pada PT.Eastern Sumatera Indonesia Simalungun Pematang Siantar

Medan Nama Mahasiswa : Hotma Eva Kristin Nainggolan

No. Stambuk : 05 833 0174

Jurusan : Akuntansi

Menyetujui :

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

(Linda Lores, SE.,M.Si)

(Hj. Rosmaini, SE.,M.Si)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Dekan

(Linda Lores, SE.,M.Si)

(Prof. Dr. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc)

Tanggal Lulus :

2012

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 26/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access from (repository.uma.ac.id)26/2/24

ABSTRAK

HOTMA EVA KRISTIN NAINGGOLAN, “ANALISIS PENGARUH HARGA POKOK PRODUKSI TERHADAP PENETAPAN HARGA JUAL PADA PT.EASTERN SUMATRA INDONESIA SIMALUNGUN PEMATANG SIANTAR. ”. SKRIPSI 2012.

PT.Eastern Sumatea Indonesia ,bukit maraja estate kabupaten simalungun merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perkebunan.saat ini berada pada posisi industry pertanian (agroindustri) yang mengolah tandan buah segar TBS menjadi Crude Paim Oil (CPO) sebagai bahan baku dalam pengolahan minyak goreng ,didaerah bukit maraja estate kabupaten simalungun ,sebagai perusahaan yang salah satu kegiatan utamanya adalah perkebunan kelapa sawit ,produk yang dihasilkan adalah CPO (Crude palm oil) san PK (palm Kernel).

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Pengaruh harga pokok produksi terhadap penentuan harga jual pada PT.EASTERN sumatra indonesia.Data dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data sekunder. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan harga pokok produksi yang berhubungan dengan penetapan harga jual CPO tahun 2009 dan 2010 di PT. Eastern Sumatera Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan studi dokumentasi. Sedangkan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan digunakan teknik analisis. analisis data regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS for windows.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka penulis membuat kesimpulan bahwa.apakah harga pokok produksi berpengaruh terhadap penentuan harga jual pada PT.Eastern sumatra indonesia.

Kata Kunci : Harga Pokok Produksi, Harga Jual.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Karunianya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna juga masih banyak terdapat kekurangan serta kejanggalan, baik dari bahasa, isi dan tulisan. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca untuk sempurnanya tulisan ini.

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.A. Ya'kup Matondang, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Hj sari bulan SE, MSi selaku Ketua Tim Meja Hjaw Skripsi ini.
4. IBU LINDA LORES SE MSi, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya, guna membimbing penelitian ini guna menyelesaikan skripsi ini.
5. Hj Rosmaini SE, MSi selaku Ketua Dosen Pembimbing II yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak M. Idris Dalimunthe, SE, MSi selaku Sekretaris Tim Meja Hijau skripsi ini.

7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi Universitas Medan Area.
8. Bapak Pimpinan dan staf PT. EASTERN Sumatra Indonesia yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
9. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan dan doa.
10. My big brother koko,togap,tony,(ucok) grace seluruh keluargaku.
11. Teman2ku Pinta,Melfa,herman
12. Spesial thanks to Benny Liem(pakal)
13. Seluruh teman-teman Ekonomi Akuntansi sore angkatan 2005 yang telah membantu penulis baik dalam perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca dan bagi penulis khususnya, dan kiranya Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan karuniaNya kepada kita semua. Amin.....

Medan, 2012
Penulis

(HOTMA EVA K NAINGGOLAN SE.)

DAFTAR ISI



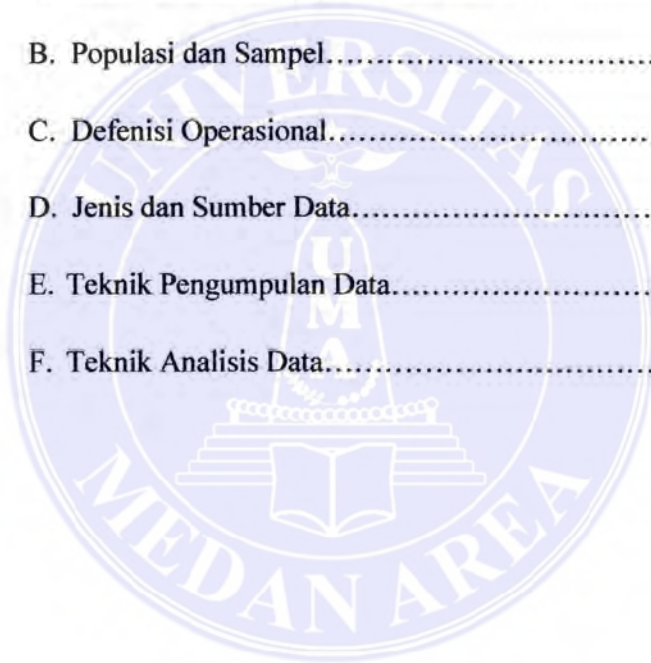
Halaman

DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORITIS	
II.1. Harga Pokok Produksi.....	5
A. Pengertian Harga Pokok Produksi.....	5
B. Unsur-Unsur Biaya produksi.....	6
C. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi	8
D. Sistem Perhitungan Biaya Produksi.....	9
II.2. Harga Jual.....	11
A. Pengertian Harga Jual Produk.....	11
B. Sasaran Penetapan Harga Jual.....	11

C. Faktor Penentuan Harga Jual.....	12
D. Metode Penentuan Harga Jual.....	16
E. Kerangka Konseptual.....	23
F. Hipotesis	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel.....	25
C. Defenisi Operasional.....	26
D. Jenis dan Sumber Data.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Teknik Analisis Data.....	28



BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL.....	30
1.Sejarah Singkat perusahaan.....	30
2.Struktur Organisasi Perusahaan.....	31
3.Klasifikasi Biaya Produksi.....	32
4.Metode Penentuan Harga pokok produksi.....	34
5.Faktor factor penentu harga jual.....	35
6.Metode Penentu Harga jual.....	37
B. PEMBAHASAN.....	38
a.Uji Normalitas Data.....	38
b.Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
c.Uji -t Uji Parsial.....	41

BAB. V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan organisasi yang mempunyai berbagai tujuan baik jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu tujuan yang penting untuk dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba optimum. Pencapaian laba dirasa penting karena berkaitan dengan berbagai konsep akuntansi antara lain kesinambungan perusahaan (*going concern*) dan perluasan perusahaan. Untuk menjamin agar usaha perusahaan mampu menghasilkan laba, maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan dengan baik dua faktor penentu laba yaitu pendapatan dan biaya.

Pencapaian laba dapat dilakukan oleh perusahaan dengan berbagai cara antara lain penentuan harga jual, efisiensi biaya produksi dan berbagai cara lainnya yang berkaitan dengan pencapaian laba. Dalam melakukan pencapaian laba untuk periode mendatang maka perusahaan memerlukan informasi guna evaluasi atas hasil pada periode yang sekarang. Informasi yang dapat digunakan sebagai alat evaluasi dapat bersumber dari laporan keuangan perusahaan. Meskipun begitu, tidak semua informasi didapat dari laporan keuangan.

Harga jual suatu produk merupakan salah satu faktor penting di samping faktor-faktor lain yang harus diperhatikan dalam bisnis perusahaan dagang maupun perusahaan manufaktur, Seorang pelanggan atau konsumen seringkali mempertimbangkan harga dalam membuat keputusan apakah ia akan membeli suatu produk atau tidak. Walaupun tidak jarang juga kualitas lebih diunggulkan

daripada harga, namun tidak dapat dipungkiri bahwa harga sangat berperan dalam proses pembuatan keputusan pembelian barang konsumen.

Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up". Untuk menentukan harga jual dengan tepat, terlebih dahulu harus diketahui harga pokok produksi (perusahaan manufaktur), karena harga pokok produksi merupakan dasar bagi perusahaan untuk menentukan harga jual. Harga pokok produksi merupakan komponen biaya yang langsung berhubungan dengan produksi. Penetapan harga pokok produksi memegang peranan yang sangat penting pada suatu perusahaan, sebab dari harga pokok dapat dibuat analisa rencana dan kekuatan pemasaran, penentuan harga jual dan penentuan nilai persediaan.

Dalam menghitung harga pokok produksi harus diperhitungkan unsur-unsur apa saja yang dibebankan ke dalam biaya produksi, baik langsung maupun tidak langsung. Menurut Rybun (1999:31) harga pokok produksi meliputi keseluruhan bahan langsung, tenaga kerja langsung, dan overhead pabrik yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa.

PT. Eastern Sumatera Indonesia, Bukit Maraja Estate Kabupaten Simalungun merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perkebunan. Saat ini berada pada posisi industri pertanian (agroindustri) yang mengolah tandan buah segar (TBS) menjadi Crude Palm Oil (CPO) sebagai bahan baku dalam pengolahan minyak goreng, di daerah Bukit Maraja Estate Kabupaten Simalungun, Sebagai perusahaan perkebunan yang salah satu kegiatan utamanya adalah perkebunan kelapa sawit, produk yang dihasilkan adalah CPO (*Crude Palm Oil*) dan PK (*Palm Kernel*).

Adapun yang dimaksud dengan *Crude Palm Oil* (CPO) adalah produksi minyak sawit, sedangkan *Palm Kernel* (PK) adalah produksi inti sawit. Oleh sebab itu, perusahaan sangat memperhatikan harga pokok produksinya, dalam memaksimalkan labanya. Karena pada saat harga pokok produksi rendah, perusahaan berusaha menjual hasil produksi sebanyak-banyaknya untuk meningkatkan pendapatan.

Pada penelitian ini, penulis membatasi penelitian pada harga pokok produksi dan harga jual CPO. Biaya produksi merupakan komponen dalam pembentukan harga pokok produksi. Dalam penelitian sebelumnya, tentang pengaruh biaya produksi terhadap harga jual menunjukkan ketidakkonsistenan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Vita Sajani.P (2007), menemukan bahwa biaya produksi pulp tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penetapan harga jual pulp. Hasil penelitian yang berbeda dihasilkan oleh Mutiara Sinambela (2007), menemukan bahwa biaya produksi gula berpengaruh signifikan terhadap harga jual gula.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Harga Pokok Produksi Terhadap Penentuan Harga Jual Pada . PT. Eastern Sumatera Indonesia Simanulung Pematang siantar”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “apakah harga pokok produksi berpengaruh terhadap penentuan harga jual pada PT. Eastern Sumatera Indonesia?”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga pokok produksi terhadap penentuan harga jual pada PT. Eastern Sumatera Indonesia

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat di ambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat dalam menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh harga pokok produksi dalam kaitannya dengan penentuan harga jual,
2. Bagi perusahaan, memberikan masukan kepada bagian-bagian terkait di perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkenaan dengan harga jual,
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya yang sifatnya sejenis.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

1. Harga Pokok Produksi

A. Pengertian Harga pokok Produksi

Sebelum membahas mengenai harga pokok produksi, terlebih dahulu kita pahami pengertian biaya. Kholmi dan Yuningsih (2004:11) mengutip pengertian biaya menurut AICPA yaitu,

Biaya adalah pengurangan pada aktiva netto sebagai akibat digunakannya jasa-jasa ekonomi untuk menciptakan penghasilan. Biaya adalah pengorbanan sumber daya atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat sekarang atau di masa yang akan datang.

Menurut Sprouse dan Moonitz yang dikutip oleh Carter dan Usry (2002:29) : "biaya di definisikan sebagai nilai tukar, pengeluaran, pengorbanan untuk memperoleh manfaat. Dalam akuntansi keuangan, pengeluaran atau pengorbanan pada saat akuisisi diwakili oleh penyusutan saat ini atau di masa yang akan datang dalam bentuk kas atau aktiva lain".

Secara sempit, biaya dapat diartikan sesuai tujuannya. Bila tujuan pengorbanan adalah untuk memperoleh barang dan jasa maka akan disebut dengan biaya (*cost*) dan dilaporkan dalam neraca sebagai aktiva. Bila tujuannya untuk menciptakan pendapatan, maka akan dianggap sebagai beban (*expense*) dan

dilaporkan pada laporan laba rugi sebagai pengurang antara pendapatan dalam perhitungan laba.

Semua biaya dan pengorbanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan dalam menghasilkan produk jadi berpengaruh terhadap penentuan harga pokok produksi yang dihasilkan, artinya bahwa penentuan terhadap periodik usaha sebuah perusahaan ditentukan oleh suatu perusahaan.

b. Unsur-unsur Biaya Produksi

Secara garis besar unsur-unsur harga pokok produksi dapat digolongkan ke dalam biaya produksi dan biaya non produksi, yaitu:

1. Biaya Bahan Langsung (*direct material*)

Bahan langsung adalah bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi. Bahan langsung sering juga disebut dengan bahan baku atau bahan mentah (*raw material*). Bahan langsung adalah bahan yang menjadi bagian tak terpisahkan dari produk jadi, dan dapat ditelusuri secara fisik dan mudah ke produk tersebut.

Berapa angka yang dicatat tergantung pada berapa harga pokok bahan yang bersangkutan. Untuk mengetahui harga bahan baku tersebut, perlu diketahui elemen-elemen yang membentuk bahan baku tersebut. Unsur-unsur biaya bahan:

a. Harga pokok bahan yang dibeli.

Menurut prinsip akuntansi yang lazim digunakan, yang membentuk harga pokok bahan baku adalah harga faktur ditambah semua biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku tersebut, dan menempatkannya dalam keadaan siap diolah dikurangi dengan potongan pembelian.

b. Kemasan barang (kontainer)

c. Biaya angkut pembelian

Biaya angkut pembelian di dasarkan pada pihak yang menanggung, apakah biaya tersebut akan ditanggung oleh pemasok (penjual) sampai ke tempat pembeli disebut *Free On Board Destination Point*, ataupun akan ditanggung oleh pembeli sendiri yaitu *Free On Board Shipping Point*.

2) Biaya Tenaga Kerja Langsung

Ada 3 jenis biaya tenaga kerja, yaitu: a) biaya tenaga kerja langsung, b) gaji, c) biaya yang berhubungan dengan biaya tenaga kerja yang umumnya bersifat tunjangan / tambahan.

Istilah tenaga kerja langsung digunakan untuk biaya tenaga kerja yang secara langsung dapat diidentifikasi dengan barang yang diproduksi. Tenaga kerja langsung biasanya disebut tenaga kerja manual (*touch manual*) karena tenaga kerja langsung melakukan kerja tangan atas produk pada saat produksi. Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang melakukan konversi bahan langsung menjadi produk jadi dan dapat dibebankan secara layak kepada produk tertentu, yang sering dikenal dengan upah. Upah dan gaji tentu saja berbeda. Gaji adalah pembayaran kepada tenaga kerja / karyawan yang didasarkan pada rentang waktu.

3) Biaya Overhead Pabrik

Overhead pabrik mencakup seluruh biaya produksi yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung. Biaya overhead pabrik termasuk juga bahan tidak langsung dan tenaga kerja tidak langsung, pemeliharaan, perbaikan peralatan produksi, listrik dan penerangan, pajak properti, depresiasi, dan asuransi-asuransi fasilitas produksi.

Biaya overhead pabrik ditambah dengan biaya tenaga kerja disebut biaya konversi (*conversion cost*). Sedangkan gabungan biaya tenaga kerja langsung dengan bahan langsung disebut dengan biaya utama (*prime cost*).

c. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi yakni merupakan cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga pokok produksi. Ada dua pendekatan, :

(1) Full Costing

Full Costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi baik yang bersifat variabel maupun tetap.

(2) Variable Costing

Variable Costing yakni metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang variabel ke dalam harga pokok produksi.

D. Sistem Perhitungan Biaya Produksi

Untuk menghasilkan suatu perhitungan harga pokok produksi diperlukan suatu proses pengumpulan dari biaya- biaya yang terjadi atas suatu produk. Adapun sistem pengumpulan biaya adalah sebagai berikut:

1) sistem perhitungan biaya berdasarkan pesanan (*job order costing*)

Pada sistem produksi berdasarkan pesanan, biaya-biaya diakumulasikan berdasarkan pekerjaannya. Kunci dari perhitungan biaya pesanan adalah bahwa biaya suatu pekerjaan berbeda dari pekerjaan lainnya, dan harus tetap ditelusuri secara terpisah. Dalam hal ini, harga pokok per unit dan biaya produksi antar satu pesanan dengan pesanan lainnya tidak sama dan harga pokok dihitung setelah proses produksi selesai.

2) Sistem perhitungan biaya berdasarkan proses (*process costing*)

Perhitungan biaya pada sistem ini mengakumulasikan biaya berdasarkan proses produksi atau berdasarkan departemen. Perhitungan ini digunakan apabila semua unit yang dikerjakan dalam satu departemen bersifat homogen atau sejenis, atau apabila tidak ada kebutuhan untuk membedakan antar unit.

3) Metode kalkulasi biaya lainnya

Adapun yang dimaksud dengan metode kalkulasi biaya ini adalah merupakan metode campuran antara metode biaya pesanan dan metode biaya proses. Metode ini timbul pada beberapa perusahaan industri yang memiliki biaya bahan baku langsung yang berbeda secara signifikan namun melewati proses produksi yang identik dalam jumlah yang besar. Dengan kata lain, biaya bahan baku langsung diakumulasikan dengan menggunakan biaya perhitungan pesanan

2. Harga Jual Produk

a. Pengertian Harga Jual

Harga ialah nilai tukar suatu produk yang dinyatakan dalam satuan moneter atau uang. Hansen dan Mowen (2001 : 633) mendefinisikan “harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Pada kenyataannya, harga jual yang tinggi memang menghasilkan laba per unit yang besar, tapi kuantitas yang terjual menjadi sedikit. Dan jika dibandingkan dengan harga jual yang rendah, memang menghasilkan laba per unit yang lebih rendah, tapi kuantitas yang terjual menjadi lebih banyak.

b. Sasaran Penetapan Harga Jual

Dalam mencapai tujuan pasarnya, setiap perusahaan sangat mempertimbangkan keputusan dalam menetapkan harga. Menurut Boone dan Kurtz (2000:70) terdapat empat kategori penetapan harga, yaitu:

1) sasaran profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Mereka mengerti bahwa laba merupakan hasil dari pendapatan dikurang beban dimana pendapatan merupakan harga jual dikalikan kuantitas yang terjual.

2) Sasaran volume

Sasaran volume yang pertama dalam strategi penetapan harga adalah maksimalisasi penjualan (*sales maximalization*). Dan sasaran yang kedua mendasarkan keputusan penetapan harga pada pangsa pasar (*market share*) yaitu persentase dari sebuah pasar yang dikontrol oleh perusahaan atau produk tertentu.

3) Tingkat kompetisi

Sasaran penetapan harga ini bertujuan untuk menyamai harga yang ditetapkan pesaing. Dalam banyak bisnis, perusahaan menetapkan harga mereka sendiri untuk menyamakan dengan harga yang telah ditetapkan oleh pemimpin industri dalam hal ini perusahaan yang telah mapan.

4) Sasaran prestise

Prestise membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan dan menjaga citra dan kualitas dan eksklusivitas.

c. Faktor-Faktor Penentu Harga Jual

Dalam menentukan harga jual, perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam mempertimbangkan harga jual, yaitu:

1) Tujuan Pemasaran

Sebelum menetapkan harga, biasanya perusahaan menetapkan strategi untuk produk. Perusahaan telah memilih pasar yang akan dijadikan pasar sasarannya dan menetapkan posisi produknya di pasar. 2) Strategi Bauran

Pemasaran

Selain faktor tujuan pemasaran, penentuan harga pun dipengaruhi oleh faktor strategi bauran pemasaran. Pola dan disain produk, distribusi, tempat, dan promosi sangat berpengaruh pada penentuan harga jual. Disain produk yang menarik dibutuhkan teknik yang baik dan akan menentukan harga penjualan. Kualitas produk yang lebih baik akan mempengaruhi harga penjualan yang lebih tinggi karena untuk membuat kualitas barang dan jasa yang lebih baik diperlukan biaya yang lebih besar.

3) Biaya produksi

Biaya seringkali oleh perusahaan kecil, menengah dan besar dijadikan dasar untuk menetapkan harga suatu produk. Biasanya perusahaan menetapkan harga untuk seluruh biaya produksi, distribusi, promosi, biaya perpajakan, biaya penjualan, dan biaya lain yang membebani perusahaan dari mulai produksi sampai pada purna jual.

4) Penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing

Perusahaan sangat mempertimbangkan harga pesaing yang terdapat di pasar. Ada beberapa strategi yang dipakai oleh perusahaan dalam menentukan harga jual, sekaligus menghadapi harga pesaing.

Herman (2006 : 175) ada beberapa metode penetapan harga (methods of price determination) yang dapat dilakukan budgeter dalam perusahaan, yaitu : metode taksiran (judgemental method), metode berbasis pasar (market-based pricing), dan metode berbasis biaya (cost-based pricing).

1) Metode Taksiran (Judgemental Method)

Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan instink saja walaupun market survey telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan tidak memerlukan konsultan untuk surveyor. Akan tetapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh instink.

2) Metode Berbasis Pasar (Market-Based Pricing) :

a) harga pasar saat ini (current market price)

metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa, dan sebagainya,

b) harga pesaing (competitor price)

metode ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, ketahanan, rasa, dan sebagainya,

c) harga pasar yang disesuaikan (adjusted current market price)

Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbankan, tingkat keuntungan yang diharapkan (required rate of return), tingkat pertumbuhan ekonomi nasional atau internasional, perubahan dalam trend consumer spending, siklus dalam trendi dan model, perubahan cuaca, dan sebagainya. Faktor internalnya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peningkatan efisiensi produksi atau operasi, peluncuran produk baru, penarikan produk lama dari pasar, dan sebagainya.

Dengan metode ini, perusahaan mengidentifikasi harga pasar yang berlaku pada saat penyiapan anggaran dengan melakukan survey pasar atau memperoleh data sekunder. Harga yang berlaku tersebut dikalikan dengan penyesuaian (price adjustment) setelah mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang ditetapkan dalam angka indeks (persentase).

3) Metode Berbasis Biaya (Cost-Based Pricing) :

a) biaya penuh plus tambahan tertentu (full cost plus mark-up)

dalam metode ini budgeter harus mengetahui berapa proyeksi full cost untuk produk tertentu. Full cost adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dan atau dibebankan sejak bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap untuk dijual. Hasil penjumlahan antara full cost dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (required profit margin) yang ditentukan oleh direktur pemasaran, atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga, akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang.



Required profit margin dapat juga ditetapkan dalam persentase. Untuk menetapkan profit, budgeter harus mengalikan full cost dengan persentase required profit margin. Penjumlahan antara profit dengan full cost akan menghasilkan proyeksi harga,

b) biaya variabel plus tambahan tertentu (*variable cost plus mark-up*)

dengan metode ini budgeter menggunakan basis *variable cost*. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan *mark-up* laba yang diinginkan. *Mark-up* yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari *mark-up* dengan basis *full cost*. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah daripada *full cost*.

a. Metode Penentuan Harga jual

Menurut Mulyadi (2001: 348 - 363) metode penentuan harga jual terbagi atas:

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)
2. Perhitungan Harga Jual per Unit
3. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)
4. Penentuan Harga Jual dalam *cost-type contract*
5. Perhitungan Harga Jual Pesanan Khusus (*Spesial Order Pricing*)
6. Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang Diatur dengan Peraturan Pemerintah

1. Penentuan harga jual normal (*Normal Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya dimasa yang akan datang dengan suatu persentase markup (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual} = \text{taksiran biaya penuh} + \text{laba yang diharapkan}$$

Sumber : Mulyadi (2001 : 348)

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

2. Perhitungan Harga Jual per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan full costing maupun variabel costing, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase markup.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$\text{Harga Jual per Unit} = \begin{array}{l} \text{biaya yang} \\ \text{berhubungan langsung} \\ \text{dengan volume (per unit)} \end{array} + \text{persentase mark up}$$

Sumber : Mulyadi (2001 : 351)

Persentase mark up ini dihitung dengan rumus :

$$\text{Persentase mark up} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh Volume produk}}$$

Sumber : Mulyadi (2001 : 351)

Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode full costing adalah biaya produksi yang tidak berhubungan langsung adalah biaya non produksi. Sedangkan dalam pendekatan variabel costing, biaya penuh yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel sedangkan yang tidak dipengaruhi secara langsung adalah biaya tetap.

3. Penentuan Harga Jual Waktu dan Bahan (*Time and Material Pricing*)

Penentuan harga jual ini ditentukan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini biasanya digunakan pada perusahaan jasa atau perusahaan yang menjual jasa reparasi suku cadang sebagai pelengkap penjualan jasa. Volume jasa dihitung berdasarkan waktu yang diperlukan untuk melayani konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan waktu yang dinikmati oleh konsumen.

4. Penentuan Harga Jual dalam *cost-type contract*

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya.

5. Perhitungan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya customer yang melakukan pesanan khusus

ini meminta harga di bawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh customer berada di bawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

Dalam keadaan seperti ini, yang perlu dipertimbangkan oleh manajer penentu harga jual adalah :

1. Pesanan regular adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Dengan demikian jika manajer penentu harga jual yakin bahwa seluruh biaya tetap dalam tahun anggaran akan dapat ditutup oleh pesanan yang regular, maka pesanan khusus dapat dibebaskan dari kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap. Dengan demikian jika misalnya kapasitas produksi belum seluruhnya dipakai, dan masih mampu untuk melayani pesanan khusus, manajer penentu harga jual dapat menerima harga jual yang berada di bawah harga jual normal, bahkan di bawah biaya penuh untuk memproduksi dan memasarkan produk, asalkan biaya harga jual tersebut masih di atas biaya variabel. Dalam keadaan ini, harga jual yang berada di atas biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan produk, masih mampu menghasilkan laba kontribusi. Dan karena seluruh biaya tetap akan ditutup dari pesanan yang regular, maka setiap tambahan laba kontribusi dari pesanan khusus akan mengakibatkan tambahan laba bersih perusahaan.

1. Jika dengan menerima pesanan khusus, perusahaan diperkirakan tidak hanya mengeluarkan biaya variabel saja, namun mengeluarkan biaya tetap, karena harus beroperasi di atas kapasitas yang tersedia, maka harga jual pesanan khusus harus

di atas biaya variabel ditambah dengan kenaikan biaya tetap karena pesanan khusus tersebut.

6. Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang Diatur dengan Peraturan Pemerintah

Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan peraturan pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan full costing saja, karena pendekatan variabel costing tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

a. Kerangka Konseptual

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mempunyai strategi, salah satunya yaitu penentuan harga jual. Penelitian ini hanya mengkaji satu faktor saja yaitu biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Faktor biaya produksi sangat berperan dalam penentuan harga jual, agar harga jual sesuai dengan yang diinginkan maka harus memperhatikan biaya - biaya untuk memproduksi suatu produk. Dengan memperhatikan biaya produksi tersebut diharapkan akan tepat dalam penetapan harga jual, hal ini menunjukkan suatu keterkaitan antara biaya produksi dan harga jual.

3. Volume Penjualan

Tujuan dari didirikannya suatu perusahaan adalah untuk memproleh laba yang maksimal dan hal tersebut tentu saja tidak terlepas dari kegiatan penjualan. Dengan melihat volume penjualan pada suatu perusahaan dapat diketahui adanya.

Menurut Keown (2001:500): “volume penjualan adalah jumlah penjualan (dalam nilai mata uang) yaitu harga per unit barang dikalikan jumlah barang yang terjual”. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain:

1) Kualitas barang

Turunnya mutu barang dapat mempengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan pembelinya merasa kecewa sehingga mereka bisa berpaling kepada barang lain yang mutunya lebih baik.

2) Selera konsumen

Selera konsumen tidaklah tetap dan dapat berubah setiap saat, bilamana selera konsumen terhadap barang-barang yang dijual berubah maka volume penjualan akan menurun

3) Servis terhadap pelanggan

Servis terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan. servis terhadap para pelanggan akan meningkatkan volume penjualan.

4) Persaingan menurunkan harga jual

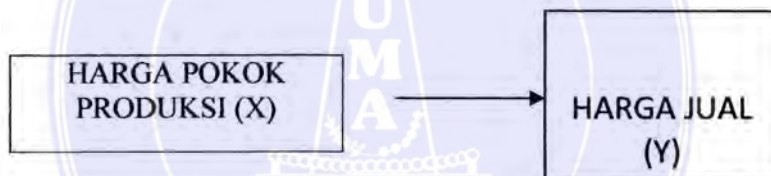
Tujuan dari kebijakan potongan harga yakni agar volume dan keuntungan perusahaan akan meningkat dibanding periode sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengan syarat-syarat tertentu pula.

F. Kerangka Konseptual

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mempunyai strategi, salah satunya

yaitu penentuan harga jual. Penelitian ini hanya mengkaji satu faktor saja yaitu biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku langsung, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Faktor biaya produksi sangat berperan dalam penentuan harga jual, agar harga jual sesuai dengan yang diinginkan maka harus memperhatikan biaya - biaya untuk memproduksi suatu produk. Dengan memperhatikan biaya produksi tersebut diharapkan akan tepat dalam penetapan harga jual, hal ini menunjukkan suatu keterkaitan antara biaya produksi dan harga jual.

Gambar 2. 1
Kerangka konseptual penelitian



G. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka konseptual, maka peneliti membuat hipotesis sebagai berikut :

Harga Pokok Produksi berpengaruh terhadap Penentuan Harga Jual pada PT. Eastern Sumatera Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, Menurut Sugiyono (2008 : 55) “Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Hubungan yang diteliti pada penelitian ini adalah hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel independen dan variabel dependen.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Eastern Sumatera Indonesia Simalungun Pematang siantar.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan mulai bulan Januari 2012 sampai dengan Mei 2012, dengan rincian kegiatan sebagai berikut :

Tabel III. 1
Waktu Penelitian

KEGIATAN	Januari	Februari	Maret	april
Pra Riset				
Proposal				
seminar				

C. Defenisi Operasional

Harga Pokok produksi (variabel X) adalah Perhitungan biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overdeah pabrik yang dikeluarkan perusahaan dalam proses produksi CPO.

Harga jual (variabel Y) adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaa.

Biaya variabel adalah biaya yang berubah sebanding dengan perubahan volume produksi dalam rentang relevan, tetapi secara per unit tetap.

Biaya tetap adalah biaya yang secara totalitas bersifat tetap dalam rentang relevan tertentu, tetapi secara per unit berubah.

Biaya bahan baku langsung adalah bahan baku yang merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari produk selesai dan dapat ditelusuri langsung kepada produk selesai.

Biaya tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang digunakan dalam merubah atau mengkonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

Biaya overhead pabrik adalah biaya selain bahan baku langsung dan tenaga kerja langsung tetapi membantu dalam mengubah bahan menjadi produk selesai dan biaya ini tidak dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu sejumlah data berbentuk angka - angka yang diperoleh dari penelitian langsung dengan sampel yang dipilih serta data - data pada. PT. Eastern Sumatera Indonesia.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, merupakan data yang telah dikumpulkan sebelumnya dan telah menjadi dokumentasi pihak perusahaan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian seperti data manual perusahaan, aktivitas keuangan dan administrasi serta operasional perusahaan.
2. Wawancara, yaitu melakukan Tanya jawab kepada bagian yang terkait dalam perusahaan dengan masalah yang diteliti.
3. Dokumentasi, Yaitu dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan biaya produksi dalam penetapan harga jual.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini dengan melakukan uji normalitas, uji analisis regresi sederhana dan uji t.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005 : 110). Uji ini ditujukan untuk mendapatkan kepastian terpenuhinya syarat - syarat normalitas yang akan menjamin dapat dipertanggungjawabkannya langkah-langkah analisis statistik sehingga kesimpulan yang diambil dapat dipertanggungjawabkan. Pendeteksian data untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik dilakukan dengan melihat grafik histogram dengan membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal atau mengikuti kurva berbentuk lonceng dan grafik *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan *normal probability plot* menurut Ghozali (2005 : 112) adalah sebagai berikut :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

1. Regresi Linier Sederhana

Hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana dapat dihitung dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = harga jual

X = Harga Pokok produksi

a = nilai intercept (konstan)

b = koefisien arah regresi

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen (Ghozali, 2005 : 84). Uji digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu biaya produksi terhadap variabel dependen yaitu harga jual.

Menurut Parulian dan Agustiono (2009 : 93) kriteria pengujian dalam penelitian yaitu :

1) H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

1) H_0 ditolak jika $-t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara biaya produksi terhadap penetapan harga jual, hal ini terbukti dari :

1. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai biaya produksi sebesar 1,013, yang berarti biaya produksi memiliki hubungan yang positif terhadap harga jual. Dengan demikian biaya produksi dapat digunakan perusahaan untuk pengambilan keputusan dalam penetapan harga jual.
2. Hasil uji t (uji parsial) menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel ($18,878 > 1,714$) maka H_1 diterima, yang artinya secara parsial ada pengaruh signifikansi antara biaya produksi dengan harga jual. Dengan demikian biaya produksi berpengaruh positif terhadap penetapan harga jual.

B. Saran

Peneliti mencoba untuk memberikan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi kepentingan Perusahaan di masa yang akan datang yaitu :

1. Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan kriteria suatu biaya, terutama yang termasuk ke dalam biaya overhead pabrik. Hal ini untuk menghindari dalam pembebanan unsur - unsur harga pokok produksi.

2. Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan biaya produksi yang dikeluarkan, terutama biaya tenaga kerja harus diperhitungkan dengan tepat dan sesuai para pekerjanya.
3. Perusahaan diharapkan mampu meminimalisasi biaya produksi yang pada akhirnya akan menurunkan harga jual yang mampu bersaing di pasar.



DAFTAR PUSTAKA

- Carter William K, **Cost Accounting, Akuntansi Biaya**, Edisi 14, Buku 1, Terjemahan Krista, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2005.
- Don R. Hansen, Maryanne M. Moween, **Manajemen Biaya**, Edisi Pertama, buku 2, Terjemahan disahkan oleh Thomson Learning, Penerbit salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Garrison, Noreen, Brewer, 2006. *Managerial Accounting*, Edisi Kesebelas, Buku Satu, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hansen, Mowen, 2006. *Akuntansi manajemen*. Edisi Ketujuh, Buku Satu, Alih Bahasa Dewi Fitriyani, Deny Arnos Kwary, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat, Jakarta.
- Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, 2008. *Buku Penulisan Skripsi*, Medan.
- Kamelia, Lisia. 2009. "Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Teh SBUTK PT Perkebunan Nusantara VI (Persero) Jambi Sumatera Barat". *Skripsi*. Universitas Widyatama, Bandung.
- Keown, Arthur J., et al., 2001. *Basic Financial Management*, Alih Bahasa, Chaerul D. dan Dwi Sulisyorini, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Buku kedua, Salemba Empat, Jakarta.
- Kholmi, Masyah dan Yuningsih, 2004. *Akuntansi Biaya*, Jilid 1, Edisi 4. UMM Press, Malang, Jawa Timur. Mulyadi, **Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat dan Rekayasa**, Edisi ketiga, UGM, Cetakan Ketiga, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Mursyidi, **Akuntansi Biaya-Conventional Costing, Just in Time dan Activity-Based Costing**, Cetakan Pertama, PT Refika Aditama, Bandung, 2008.
- Nurlela Bastian Bustami, **Akuntansi Biaya**, Edisi Kedua, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta, 2010. Nova, Yetty. 2009. "Pengaruh Potongan Penjualan terhadap Volume Penjualan pada PT Everbright Battery factory Company Medan". *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara, Medan

Parulian T, Agustiono, **Panduan Praktis Praktikum SPSS Basic level**, Penerbit Universitas Medan Area, Medan, 2009.

Retnawati Siregar dkk, **Pedoman Penulisan skripsi**, Fakultas Ekonomi Universitas Medan area, Medan, 2008.

Sugiyono, **Metode Penelitian Bisnis**, Cetakan Ketiga, Penerbit Alfabeta Bandung, Bandung, 2008.

Supriyono, **Akuntansi Biaya**, Cetakan Kedelapan, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 2000.

