

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya harus dapat memperoleh keuntungan dari produk atau jasa yang dihasilkannya. Untuk itu harga jual produk atau jasa haruslah menutupi semua biaya yang dikeluarkan dan juga memberikan tingkat laba tertentu yang diinginkan oleh perusahaan. Disamping itu harga jual tersebut haruslah merupakan harga jual yang dapat bersaing di pasaran.

Secara umum, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah perusahaan telah melakukan perhitungan beban pokok produk dan bagaimana peranannya dalam menetapkan harga jual pada perusahaan.

Penulis melakukan penelitian pada badan usaha percetakan "Setonobetek" yang bergerak dalam bidang percetakan. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan mengumpulkan data pada objek yang diteliti dengan disertai analisis dan uraian dari penulis untuk menjelaskan permasalahan yang dihadapi.

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis diketahui bahwa selama ini dalam melakukan perhitungan beban pokok produk berdasarkan perkiraan saja, dimana beban pokok produk ditetapkan 2,5 kali biaya bahan baku untuk menghasilkan produk tersebut. Sedangkan biaya overhead diperkirakan sama dengan biaya bahan untuk menghasilkan produk tersebut. Dengan demikian *full product costing* nya dihitung sebesar 3,5 kali biaya bahan untuk menghasilkan produk tersebut. Untuk menetapkan harga jual produk maka perusahaan menentukan sebesar *full product cost* ditambah dengan mark up 30% dari *full product cost* tersebut. Sehingga perhitungan beban pokok sebenarnya tidak berperan dalam menetapkan harga jual karena hanya dengan mengetahui biaya bahan saja dapat ditetapkan harga jual produk.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada badan usaha percetakan "Setonobetek", penulis menyarankan agar perhitungan beban pokok dilakukan dengan mengklasifikasikan biaya-biaya yang terjadi untuk dibebankan pada produk yang dihasilkan dengan menggunakan suatu dasar alokasi yang tepat. Harga jual kemudian ditetapkan berdasarkan *full product cost* ditambah mark up 30% karena dengan demikian seluruh biaya yang dikeluarkan telah tertutupi dan perusahaan mendapatkan keuntungan. Penulis juga menyarankan agar perusahaan dalam menentukan harga jual juga memperhatikan / mempertimbangkan penilaian pelanggan terhadap produk serta strategi yang digunakan pesaing.