

- COST ACCOUNTING

- MARKETING - DECISION MAKING

**PENGGUNAAN METODE *VARIABLE COSTING*
SEBAGAI DASAR UNTUK PENGAMBILAN
KEPUTUSAN HARGA JUAL PRODUK
(STUDI KASUS PADA PT. "X" DI SURABAYA**

SKRIPSI

KK

A 180 / 03

ArF

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN P
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI**



**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH

OKALIA DWI ARFIANA

No. Pokok : 040036995

KEPADA

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2003

SKRIPSI

**PENGGUNAAN METODE *VARIABLE COSTING*
SEBAGAI DASAR UNTUK PENGAMBILAN
KEPUTUSAN HARGA JUAL PRODUK
(STUDI KASUS PADA PT. "X" DI SURABAYA)**

**DIAJUKAN OLEH
OKALIA DWI ARFIANA
No. Pokok: 040036995**



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Muslich Anshori".

Dr. H. Muslich Anshori, MSc. Ak.

TANGGAL...3-7-2003

KETUA PROGRAM STUDI,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "M. Suyunus".

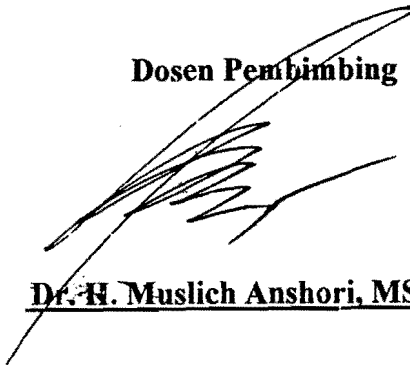
Drs. M. Suyunus, MAFIS. Ak.

TANGGAL...12 Juni 2003

Surabaya, 6-02-2023.....

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Dr. H. Muslich Anshori, MSc. Ak.

ABSTRAKSI

Setiap perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif untuk dapat terus bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat bersaing, maka suatu perusahaan harus mampu menentukan strategi harga jual produk yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan. PT. "X" adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang pesanan sehingga sebagian besar produknya yang berupa komponen-komponen dasar mesin memiliki spesifikasi khusus sesuai dengan yang diinginkan oleh pemesan. Saat ini PT. "X" menghadapi kendala dalam menentukan strategi harga jual produknya. PT. "X" ingin menurunkan harga jual produknya tetapi tidak dapat mengetahui sampai seberapa jauh harga jual produknya boleh turun. Hal ini menuntut perusahaan untuk segera mengambil keputusan mengenai penentuan harga jual produk.

Salah satu cara yang bisa digunakan oleh perusahaan adalah menggunakan perhitungan biaya produksi dengan metode *variable costing* dimana dalam metode ini dilakukan pemisahan biaya-biaya berdasarkan perilaku biaya menjadi biaya-biaya tetap dan biaya-biaya variabel. Adapun metode pemisahan biaya yang digunakan adalah: 1) Metode titik tertinggi dan terendah (*the high and low point method*), 2) Metode scattergraph statistik (*the statistical scattergraph method*), 3) Metode least squares (*the method of least squares*). Dari ketiga metode tersebut, penulis menggunakan metode yang ketiga yaitu metode *least squares* karena metode ini paling baik diantara kedua metode yang lain. Ketepatannya mendorong tingkat obyektivitas yang lebih tinggi dan menghilangkan penyimpangan dalam hasil perhitungan.

Setelah dilakukan pemisahan biaya-biaya menjadi biaya-biaya tetap dan biaya-biaya variabel, maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan analisis biaya relevan yaitu analisis biaya untuk memisahkan antara biaya yang relevan dan biaya tidak relevan dalam pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus, yang kemudian digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan harga jual produk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari perusahaan, baik melalui observasi dan wawancara dengan pihak yang terkait, dan data sekunder yang berupa sumber-sumber tertulis. Baik data primer dan data sekunder dianalisis dengan tehnik kualitatif. Dari hasil penelitian dapat diketahui sampai seberapa jauh harga jual produk boleh turun, dimana di dalam penurunan harga jual tersebut dapat mengurangi kerugian perusahaan walaupun sedikit. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan metode *variable costing* membawa dampak yang positif bagi perusahaan.