ANALISIS PENETAPAN HARGA JUAL SARUNG DENGAN METODE GROSS MARGIN PRICING PADA KELOMPOK USAHA BERSAMA ANEKA CAHAYA AQILA DI SAMARINDA SEBERANG

SKRIPSI

Sebagai salah satu prasyarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

SANTI NIRWANA MAHDALITA
NIM. 1001035308

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULAWARMAN
SAMARINDA
2017

ABSTRACT

Santi Nirwana Mahdalita, 2017, “Analysis of the Selling Price of a by Using the method of Gross Margin Pricing in the business with Kelompok Usaha Bersama Aneka Cahaya Aqila of Samarinda Seberang” under the guidance of the Mr. Iskandar and Mr. Rusliansyah.

Research was conducted to determine the selling price set by using the method of gross margin pricing on KUBE Aneka Cahaya Aqila in Samarinda Across.

The analysis used in this study is the value is relatively (the allocation of common cost) the percentage mark up, and method of gross margin pricing in the year 2015.

After doing the reearch, analysis and discussion of it is known that the selling price of KUBE Aneka Cahaya Aqila the year 2015 is lower than the selling price set by the method of gross margin. It is due to differences in the percentage mark up determineed by KUBE Aneka Cahaya Aqila of 11% while the percentage of the gross margin at 15%. Comparison of a percentage mark up because KUBE Aneka Cahaya Aqila not take into account the direct cost and indirectly into account the sale price.

Based on the result of the study KUBE have to pay attention to the good direct cost and not directly to the selling price obtained was added to the expenses. So, the selling price obtained give thee profit expected for KUBE. To get a retuen KUBE should take into account th`e allocation of costs with (value is relatively), and taking into account a percentage mark up with to deal with the selling price obtained more profitable to KUBE.

Keywords: Selling Price, Gross Margin Pricing Method.

RINGKASAN

Santi Nirwana Mahdalita, 2017, “Analisis Penetapan Harga Jual Sarung Dengan Menggunakan Metode Gross Margin Pada Kelompok Usaha Bersama Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang” dibawah bimbingan Bapak Iskandar dan Bapak Rusliansyah.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui harga jual yang ditetapkan dengan menggunakan metode *gross margin pricing* pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah perhitungan nilai jual relatif (alokasi biaya bersama), perhitungan persentase *mark up,* dan metode *gross margin pricing* dalam tahun 2015.

Setelah melakukan tahap penelitian, analisis dan pembahasan diketahui bahwa harga jual KUBE Aneka Cahaya Aqila tahun 2015 lebih rendah daripada harga jual yang ditetapkan dengan metode gross margin pricing. Hal ini disebabkan karena perbedaan persentase mark up yang ditetapkan oleh KUBE Aneka Cahaya Aqila sebear 11% sedangkan persentase *mark up* menggunakan metode *gross margin pricing* sebesar 15%. Perbandingan persentase mark up terjadi karena KUBE Aneka Cahaya Aqila tidak memperhitungkan biaya langsung maupun biaya langsung ke dalam perhitungan harga jual.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut KUBE harus memperhatikan biaya-biaya baik biaya langsung maupun biaya tidak langsung agar harga jual yang didapat sudah ditambahkan dengan unsur biaya-biaya tersebut. Sehingga harga jual yang didapatkan memberikan laba yang diharapkan bagi KUBE. Untuk mendapatkan laba KUBE harus memperhitungkan alokasi biaya bersama (nilai jual relatif), dan memperhitungkan persentase *mark up* dengan memperhitungkan hal tersebut harga jual yang didapatkan lebih menguntungkan untuk KUBE.

Kata Kunci : Harga Jual, Metode Gross Margin Pricing.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Konsep OVOP (One Village One Product) dan Ekonomi kreatif menempatkan pembangunan SDM (Sumber Daya Manusia) sebagai faktor penting. Pengertian OVOP adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk dengan menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Sasaran yang dituju pada konsep OVOP adalah produk lokal yang berorientasi global dengan pendekatan komunal. Sementara itu, dalam ekonomi kreatif pendekatan yang digunakan adalah individual. OVOP mengedepankan nilai tambahan atas produk (beberapa produk) yang sudah ada, ekonomi kreatif mengharuskan pembaruan atas produk dan/atau jasa yang telah ada atau menghadirkan produk dan jasa yang benar-benar baru dalam suatu proses inovatif.

Menurut Mr. Hiratmatsu Morihiko dalam seminar OVOP di Bali, 2009. Dalam mengadopsi program OVOP ini, ada 3 aspek dasar yang harus di penuhi yaitu :

1. Lokalitas produk mampu memenuhi pasar global.
2. Masyarakatnya mampu bekerja secara mandiri.
3. SDM memiliki mental siap di didik dan di bina.

Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Samarinda merupakan unsur pelaksana Pemerintah Kota Samarinda yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Walikota Samarinda melalui Sekretaris Daerah. Dan Perdagangan Kota Samarinda mempunyai tugas pokok membantu Kepala Daerah Kota Samarinda dalam melaksanakan Pemerintah Daerah sesuai dengan bidangnya. Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Samarinda.

Pada Peraturan Pemerintah Nomor. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan pengembangan Industri KecIl dan Undang-undang Nomor.32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah dimana Pemerintah memberikan pelimpahan wewenang dan tanggung jawab dari Pemerintahan Pusat kepada Pemerintahan Daerah untuk mengatur Daerahnya sendiri di Iihat dari kurangnya perhatian dan beIum meratanya bantuan Pemerintah pada para peIaku industri kecIl. Disperindag sendiri sekarang sedang memfokuskan industri yang sedang ditonjoIkan yaitu produk ungguIan khas Samarinda yaitu sarung Samarinda pemberian bantuan aIat industrI maupun peIatihan para pengrajin Tenun Sarung Samarinda guna meningkatkan citra produk sarung Samarinda guna meningkatkan produktivitas para perajin.

Pada umumnya setiap perusahaan baik itu jasa maupun manufaktur, tentunya menginginkan usahanya semakin lama semakin berkembang sesuai tujuan yang ingin dicapai, baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Salah satu tujuan dari perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Untuk menghasilkan laba, suatu perusahahaan dapat melakukan dua cara.

Cara pertama dengan menaikkan harga jual. Tindakan ini memang meningkatkan laba, namun dalam kondisi persaingan yang semakin ketat ini, perusahaan tidak mudah untuk menaikkan harga jual karena dapat menyebabkan konsumen lari ke produk pesaing yang memiliki harga yang lebih murah dengan kualitas produk yang sama.

Cara kedua adalah dengan menekan biaya produksi secara efisien mengendalikan komponen biaya-biayanya sehingga biaya produksi yang dikeluarkan dapat di tekan dengan seminimal mungkin. Biaya produksi yang tidak terkendali akan menyebabkan harga pokok terlalu tinggi, yang selanjutnya

akan menurunkan daya saing produk dan akhirnya dapat menurunkan laba. Untuk itu biaya produksi harus dicatat dengan baik dan dihitung dengan benar sehingga dapat menghasilkan harga pokok produk yang tepat. Dengan demikian perusahaan dapat menetapkan harga jual yang kompetitif, yang dapat mengoptimalkan laba sekaligus memenuhi tuntutan konsumen.

KUBE adalah kelompok warga atau keluarga binaan sosial yang dibentuk dan telah dibina melalui Program Kesejahteraan Sosial atau disingkat Prokesos untuk melaksanakan usaha dalam semangat kebersamaan sebagai sarana untuk meningkatkan taraf kesejahteraan sosial. KUBE Aneka Cahaya Aqila membeli sarung yang sudah jadi kepada pengrajin untuk dijual kembali kepada konsumen. Karena KUBE Cahaya Aqila tidak mampu memproduksi sarung tenun sendiri. KUBE Cahaya Aqila hanya menyediakan bahan baku berupa benang kepada pengrajin sebagai penyedia bahan baku untuk para pengrajin dan KUBE kemudian membeli kembali sarung kepada para pengrajin. Akan tetapi KUBE aneka Cahaya Aqila hanya memberi setengah dari benang untuk para pengrajin dimana dalam 1 bal benang berisi 10 pack. Dari 5 pack benang yang diberikan KUBE kepada pengrajin mampu menghasilkan sarung tenun sebanyak 15 lembar per pcs.

Permasalahan pada KUBE Aneka Cahaya Aqila adalah kurangnya modal serta dukungan dari pemerintah, rendahnya penggunaan teknologi pada anggota KUBE, dan kurang kompaknya anggota KUBE dalam penentuan harga jual. Sedangkan potensi yang dimiliki KUBE Aneka Cahaya Aqila meliputi: bahan baku, tingginya partisipasi anggota, peluang pasar, adanya lembaga keuangan, adanya instansi pemerintah, dan adanya LSM pemerhati kemiskinan.

Metode penentuan harga jual dengan proses gross margin pricing memberikan dampak positif bagi KUBE Aneka Cahaya Aqila, dimana perusahaan perdagangan ini tidak mampu membuat produk sendiri untuk dijual sehingga aktiva tetap yang digunakan tidak terlalu banyak dalam proses penentuan harga jual. Caranya dengan menentukan persentase tertentu diatas harga (cost) produk yang dibeli, persentase ini disebut mark up. Persentase ini meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasional dan bagian yang merupakan jumlah laba yang diinginkan. Persentase mark up di peroleh dengan menambah biaya operasional dengan jumlah laba yang diinginkan kemudian dibagi dengan harga pokok penjualan.

Gross Margin Pricing adalah salah satu metode yang dapat diterapkan oleh jenis usaha perdagangan yang tidak membuat sendiri produk yang dijual. KUBE Aneka Cahaya Aqila beralamat di JL. Padat Karya Gg. Tani RT.01 No.68 Kelurahan Baqa Samarinda Seberang. KUBE Aneka Cahaya Aqila merupakan salah satu usaha manufaktur dalam wilayah kota Samarinda, yang bidang usahanya bergerak dalam bidang industri sarung tenun khas Samarinda.

Dalam menentukan harga jual sarung, Menurut (Hasil wawancara,2017) KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang menetapkan harga perolehan sarung, dimana harga perolehan sarung tersebut memperoleh keuntungan minimal 11% dari hasil penjualan, selain itu dalam menentukan harga jual sarung, perusahaan juga mempertimbangkan harga yang telah ditetapkan pada tahun-tahun sebelumnya kemudian disesuaikan dengan perubahan situasi dan kondisi yang terjadi saat ini, juga mempertimbangkan persaingan dengan perusahaan sejenis yang disesuaikan dengan perubahan

situasi dan kondisi yang terjadi, sehingga harga yang ditetapkan tidak terlalu rendah atau tinggi.

Penulis menganalisis bahwa metode yang sesuai untuk jenis usaha yang dijalankan oleh perusahaan adalah dengan metode *Gross Margin Pricing*, yang merupakan salah satu metode yang dapat diterapkan oleh jenis usaha perdagangan yang tidak membuat sendiri produk yang di jual sehingga tidak banyak aktiva yang digunakan. Caranya dengan menentukan persentase(%) tertentu di atas harga (cost) produk yang dibeli, persentase ini di sebut "*Mark On Prosentage*" atau "*Mark up*".

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan penulisan ilmiah harga jual sarung tersebut dengan menggunakan metode yang seharusnya dipakai, dengan judul "Analisis Penetapan Harga Jual Sarung Dengan Metode Gross Margin Pricing Pada Kelompok Usaha Bersama Aneka Cahaya Aqila Di Samarinda Seberang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

"Apakah harga jual Sarung yang ditetapkan oleh Kelompok Usaha Bersama Aneka Cahaya Aqila lebih tinggi dari harga jual berdasarkan metode Gross Margin Pricing?"

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis dan menerapkan besarnya harga jual sarung dengan metode *gross margin pricing yang dijadikan alternatif penetapan harga jual.*

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis.

Hasil penelitian ini secara teoritis di harapkan dapat memberikan bahan informasi dan masukkan bagi pihak manajemen perusahaan dalam menetapkan kebijaksanaan harga jual dimasa yang akan datang serta dapat menghasilkan laba yang maksimal dalam perusahaan.

b. Manfaat Praktis.

Hasil penelitian ini secara praktek dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi tambahan bagi pihak-pihak yang memerlukan dan menjadi acuan dalam penentuan pemecahan masalah penetapan harga jual pada perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Akuntansi Manajemen

Pengertian Akuntansi Manajemen

Akuntansi Manajemen yaitu pemanfaatan data informasi akuntansi yang digunakan sebagai alat bantu manajemen dalam menjalankan fungsinya.

Pengertian Akuntansi Biaya

Akuntansi Biaya adalah alat bagi manajemen dalam memonitor aktivitas perusahaan dalam penyajian informasi biaya pembuatan dan penjualan produk atau jasa yang akan dilaporkan di laporan laba rugi.

Akuntansi Produk Bersama

Suatu perusahaan manufaktur yang memproduksi banyak produk pasti akan membutuhan beberapa unsur-unsur biaya untuk memproduksi produknya tersebut. Diantaranya adalah biaya bersama dan biaya produk bersama.

Istilah biaya bersama dapat dikaitkan dengan dua pengertian (Mulyadi, 2009:333), diantaranya :

1. Biaya overhead bersama *(joint overhead cost)* yang harus dialokasikan ke berbagai departemen, baik dalam perusahaan yang kegiatan produksinya berdasarkan pesanan maupun yang kegiatan produksinya dilakukan secara massa.
2. Biaya produk bersama *(joint product cost)* adalah biaya yang dikeluarkan sejak saat mula-mula bahan baku diolah sampai dengan saat berbagai macam produk dapat dipisahkan identitasnya. Biaya produk bersama ini terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya *overhead* pabrik. Untuk pembahasan selanjutnya definisi ini yang akan dipakai.

Metode Alokasi Biaya Bersama

Menurut Mulyadi (2009:336), biaya bersama dapat dialokasikan kepada tiap-tiap produk bersama dengan menggunakan salah satu dari empat metode dibawah ini :

1. Metode nilai jual relatif.
2. Metode satuan fisik.
3. Metode rata-rata biaya per satuan.
4. Metode rata-rata tertimbang

Pengertian Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi dan produksi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). pengertian harga adalah suatu nilai yang ingin dicapai oleh penjual dan pembeli mengenai suatu barang.

Pengertian Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang atau barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk menetapkan harga jual yang dapat diterima oleh konsumen dan di anggap paling menguntungkan bagi perusahaan.

Metode Penentuan Harga Jual.

Ada beberapa metode yang dapat di pakai untuk penentuan harga jual, seperti yang dikemukakan oleh Mahfoedz dan Mahmudi (2008:9.11) meliputi lima metode yaitu:

1. *Full cost pricing method.*
2. *Direct cost pricing method.*
3. *Gross margin pricing method.*
4. *Time and material method.*
5. *Return on capital employed pricing method.*

Pengertian Gross Margin Pricing

Menurut Machfoedz dan Mahmudi (2008 : 9.11) gross margin pricing yaitu "metode yang digunakan untuk menentukan harga jual yang didasarkan pada harga pokok pembelian barang itu dan markup yang diinginkan perusahaan dari harga pokok pembelian. "Kelebihan dari metode Gross Margin Pricing: Dalam menentukan harga jual dengan menggunakan persentase tertentu (Mark up) di atas harga produk yang dibeli. Mark up ini sangat penting pengaruhnya bagi perusahaan karena terdiri dari dua komponen yaitu bagian untuk menutupi biaya operasi dan bagian yang merupakan laba yang di inginkan.

Kelemahan dari metode Gross Margin Pricing: Besarnya mark up sangat bergantung pada berbagai faktor, diantaranya musiman/ tidak produksinya, biaya

operasinya tinggi/rendah, aktiva (modal) yang digunakan besar/tidak, persaingan tajam/tidak, dan sebagainnya.

Definisi Konsepsional

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda-beda, maka perlu diadakan batasan-batasan materi, sesuai dengan judul yang dikemukakan sehingga diperoleh gambaran yang jelas. Dalam uraian ini penulis akan mengemukakan definisi konsepsional mengenai harga jual dan metode gross margin pricing.

1. Pengertian Harga Jual dan Penentuan Harga Jual

   Menurut Krismiaji dan Anni (2011:326) harga jual adalah upaya untuk menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan ke konsumen terlalu mahal. Penentuan harga jual produk atau jasa merupakan salah satu jenis pengambilan keputusan manajemen yang penting. Bagi manajemen, penentuan harga jual produk atau jasa bukan hanya merupakan kebijakan dibidang pemasaran atau keuangan, melainkan merupakan kebijakan yang berkaitan dengan seluruh aspek kegiatan perusahaan.

2. Pengertian Gross Margin Pricing

   Adapun definisi konsepsional tentang gross margin pricing yang dikemukakan Machfoedz dan Mahmud (2008:9.11) yaitu “Metode yang digunakan untuk menentukan harga jual yang didasarkan pada harga pokok pembelian barang itu dan mark-up yang diinginkan perusahaan dari harga pokok pembelian.”

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industry yang menjual sarung kepada perkantoran, Exspo UKM, bahkan sampai ke manca Negara seperti Malaysia, Brunei Darussalam, Turki dan Belanda. KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda dalam melaksanakan setiap kegiatannya tidak terlepas dari biaya-biaya yang harus dikeluarkan yang merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan.

Metode *Gross Margin Pricing* adalah metode penentuan harga jual dengan cara menentukan persentase (mark up) tertentu diatas harga (cost) produk sarung yang dibeli dari pengrajin, sehingga dapat memberikan kontribusi laba bersih setelah pajak yang lebih besar dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan.

Harga jual yang dimaksud adalah harga jual sarung (Belang Hatta, Sari Pengantin, Corak Merica, Burera, Balok Hatta Ungu, Negara, Bala So'bi, KALTIM (Dayak), Ta'ba Hijau, dan Perempuan) yang telah ditambahkan dengan persentase (mark up) tertentu diatas harga belinya (*cost*) , sehingga dapat memberikan kontribusi laba bersih setelah pajak bagi perusahaan. Dan harga jual ini merupakan nilai akhir yang diterima oleh perusahaan sebagai pendapatannya (*net price*).

Persentase mark up adalah persentase yang diharapkan oleh perusahaan untuk produk sarung yang dijual. Harga beli barang yang dimaksud disini adalah harga beli sarung selama tahun 2015 yang dilakukan oleh perusahaan. *Cost product* adalah harga beli atau harga perolehan sarung yang

dibeli dari pengrajin. *Cost product* atau harga beli ini menjadi dasar penentuan persentase mark up yang akan diperhitungkan.

Rincian Data yang Diperlukan

Adapun data yang diperlukan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Gambaran umum dan sejarah KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang.
2. Struktur organisasi KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang.
3. Data biaya produksi sarung pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang tahun 2015.
4. Daftar penjualan jenis sarung tenun berbagai motif pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang tahun 2015.
5. Daftar pembelian jenis sarung tenun berbagai motif pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang tahun 2015.
6. Laporan Neraca KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang tahun 2015.
7. Laporan laba rugi KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang tahun 2015.

Jangkauan Penelitian

Kegiatan penelitian dalam penulisan ini dilakukan pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda yang berlokasi di Jln. Padat Karya Gg. Tani No.68 Kelurahan Baqa, Samarinda Seberang. Dalam penelitian ini dimana analisis terbatas pada masalah penggunaan metode Gross Margin Pricing dalam menentukan harga jual 10 (Sepuluh) jenis produk sarung yang dipasarkan pada tahun 2015, di antara lain:

1. Belang Hatta.
2. Sari Pengantin.
3. Corak Merica.
4. Burera
5. Balok Hatta Ungu
6. Negara
7. Bala So'bi.
8. KALTIM (Dayak).
9. Ta'ba Hijau.
10. Perempuan.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun jenis data yang digunakan penulis adalah :

Guna memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, agar penelitian ini dapat memberikan suatu gambaran akan sifatnya kebenaran, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan
   a. Wawancara, yaitu penulis meneliti langsung ke objek penelitian dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan pimpinan atau pihak yang berkepentingan dimana sebelumnya telah disiapkan beberapa pertanyaan yang akan di ajukan.
   b. Pengamatan, yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian, disini penulis melihat secara langsung proses pembukuan, diantaranya catatan akuntansi yang digunakan, maupun dokumen pendukung lainnya, melihat struktur organisasi, serta pembagian kerja yang dilakukan.

c. Dokumentasi, yaitu pengumpulan data yang di perlukan dari catatan atau dokumen-dokumen dalam berbagai bentuk dan isi.

2. Penelitian kepustakaan

Yaitu untuk mengumpulkan berbagai konsep teori secara keputusan yang dapat mendukung arah dan pembahasan dalam penelitian ini, sehingga secara ilmiah dapat dipertanggung jawabkan.

Alat Analisis

Dalam usaha memecahkan permasalahan yang telah dikemukan sebelumnya, maka data yang telah diperoleh dalam penulisan ini akan di analisis dengan menggunakan alat analisis yaitu pengalokasian biaya bersama dan metode gross margin pricing dalam penetapan harga jual sarung pada Kelompok Usaha Bersama Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang.

1. Pengalokasian biaya bersama.

Dalam pengalokasiannya, menurut Mulyadi (2009:336) biaya bersama dapat dialokasikan kepada tiap-tiap produk dengan menggunakan salah satu metode yaitu metode nilai jual relatif. Perhitungan metode tersebut digambarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1. Alokasi Biaya Bersama

Jenis Barang	(1) Σ Jumlah Produk	(2) Harga Jual	(3) 1 x 2 Nilai Jual	(4) $\frac{\text{Nilai jual relatif}}{\%} \times 100$ / Σ (3)	(5) Alokasi biaya Bersama 4 x Biaya bersama produk
Barang A	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Barang B	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Barang C	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Barang D	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX
Barang E	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX

Sumber : Mulyadi (2009).

2. Penentuan Persentase Mark Up

Menurut Mulyadi (2007:351) besarnya laba yang diharapkan dihitung dengan mengalikan kembalian investasi (ROI) yang diharapkan dihitung dengan jumlah aktiva yang digunakan pada awal tahun anggaran, biasa dirumuskan sebagai berikut:

Taksiran jumlah aktiva pada awal tahun anggaran	Rp XXX
Tarif kembalian investasi (ROI) yang diharapkan	X% ×
Laba yang diharapkan	Rp XXX

Menurut Mulyadi (2007:351) Untuk menghitung persentase mark up dirumuskan sebagai berikut :

Biaya tidak langsung	Rp XXX
Laba yang diharapkan	Rp XXX
Jumlah	Rp XXX +
Biaya langsung	Rp XXX :
Mark up	X%

3. Metode gross margin pricing dalam penentuan harga jual sarung pada KUBE Aneka Cahaya Aqila.

Menurut Machfoedz dan Mahmudi (2008:11), penentuan harga jual dengan menggunakan metode ini penentuannya relativ mudah, yaitu dengan menentukan cost barang yang dijual ditambah mark up yang diinginkan perusahaan dari harga pokok pembelian.

Mark up meliputi dua komponen yaitu bagian untuk menutup biaya operasional dan bagian yang merupakan laba yang diinginkan. Tujuan mark up digunakan pada dasarnya adalah untuk mengantisipasi fluktuatif harga dipasaran yang sewaktu-waktu dapat berubah-ubah.

Metode ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Harga jual per unit = Cost produk + (Persentase mark up x Dasar Penentuan mark up)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

KUBE Aneka Cahaya Aqila adalah suatu usaha manufaktur yang bergerak di bidang industri sarung tenun khas Samarinda. Industri ini didirikan pada tanggal 01 Januari 1999 oleh Bapak Drs. Haruni.Hw, dan diresmikan pada tanggal 06 April 2012 berdasarkan SK No.B.H:981/BH/518.6/III/2012.

Penyajian Data

Daftar Penjualan dan Daftar Pembelian

Berikut ini disajikan rekapan data penjualan dan rekapan data pembelian yang dijadikan sampel oleh penulis yaitu daftar harga per pcs penjualan dan

pembelian sarung pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang Tahun 2015.

Tabel 4.11 : Daftar Rekapan Penjualan Berbagai Jenis Motif Sarung Pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang Tahun 2015.

No	Jenis Sarung	Volume Penjualan	Harga Jual (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Belang Hatta	589	300.000	176.700.000
2	Sari Pengantin	593	300.000	177.900.000
3	Corak Merica	583	300.000	174.900.000
4	Burera	581	300.000	174.300.000
5	Balok Hatta Ungu	561	300.000	168.300.000
6	Negara	567	300.000	170.100.000
7	Bala So'bi	537	400.000	214.800.000
8	KALTIM (Dayak)	336	450.000	151.200.000
9	Ta'ba Hijau	312	500.000	156.000.000
10	Perempuan	257	700.000	179.900.000
	Jumlah	**4.916**		**1.744.100.000**

Sumber Data : KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang,2017.

Tabel 4.12 : Daftar Rekapan Biaya Pembelian Sarung Pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang Tahun 2015.

No	Jenis Sarung	Volume Pembelian	Harga Beli (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Belang Hatta	623	250.000	155.750.000
2	Sari Pengantin	631	250.000	157.750.000
3	Corak Merica	618	250.000	154.500.000
4	Burera	618	250.000	154.500.000
5	Balok Hatta Ungu	608	250.000	152.000.000
6	Negara	610	250.000	152.500.000
7	Bala So'bi	582	330.000	192.060.000
8	KALTIM (Dayak)	369	380.000	140.220.000
9	Ta'ba Hijau	356	430.000	153.080.000
10	Perempuan	299	610.000	182.390.000
	Jumlah	**5.314**		**1.594.750.000**

Sumber Data : KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang,2017.

4.5.2. Laporan Laba Rugi

Tabel 4.15 : Laporan Laba Rugi Perusahaan Yang Berakhir Tanggal 31 Desember 2015 Pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang.

KUBE ANEKA CAHAYA AQILA
LAPORAN LABA / RUGI
Untuk Periode Yang Berakhir 31 Desember 2015

Penjualan					Rp	1.744.100.000
HARGA POKOK PENJUALAN						
Persediaan Awal	Rp	59.860.000				
Pembelian	Rp	1.594.750.000				
		----------	+			
			Rp	1.654.610.000		
Biaya Produksi :						
Biaya Bahan Baku	Rp	90.000.000				
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	30.600.000				
Biaya Overhead Pabrik	Rp	33.223.937				
		----------	+			
			Rp	153.823.937		
				----------	+	
Barang Tersedia Untuk dijual			Rp	1.808.433.937		
Persediaan Akhir				(187.030.000)		
Jumlah Harga Pokok Penjualan				----------	-	Rp 1.621.403.937

Laba Kotor					**Rp**	**122.696.063**
Biaya Non Produksi						
Biaya Administrasi & Umum	Rp	600.000				
Biaya Lain-lain	Rp	6.750.000				
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp	103.254.000				
Biaya Peny. Aset Tetap	Rp	3.044.272				
		----------	+			
Jumlah Biaya Non Produksi					Rp	113.648.272

Laba Bersih					**Rp**	**9.047.791**

Sumber Data : KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang, 2017.

4.5.3. Laporan Neraca

Berikut ini disajikan Laporan Neraca Per 31 Desember 2015 KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang.

Tabel 4.16 : Laporan Neraca KUBE Aneka Cahaya Aqila Tahun 2015.

KUBE ANEKA CAHAYA AQILA Neraca Periode 31 Desember 2015				
Aktiva:				
Aktiva Lancar :				
Kas dan Setara Kas	Rp 202.880.159			
Piutang Usaha	Rp 44.936.450			
Persediaan	Rp 187.030.000			
	----------	+		
Jumlah Aktiva Lancar			Rp	434.846.609
Aktiva Tidak Lancar :				
Inventaris Kube	Rp 481.125.000			
Akm.Peny. Inventaris Kube	Rp (36.531.250)			
	----------	+		
Jumlah Aktiva Tidak Lancar			Rp	444.593.750
				---------- +
Jumlah Aktiva			**Rp**	**879.440.359**
Kewajiban dan Ekuitas				
Kewajiban Lancar :				
Utang Usaha	Rp 508.891.368			
Utang Bank	-			
	----------	+		
Jumlah Kewajiban Lancar			Rp	508.891.368
Ekuitas :				
Modal	Rp 361.501.200			
Laba Tahun Berjalan	Rp 9.047.791			
Jumlah Ekuitas	----------	+		
			Rp	370.548.991
				---------- +
Jumlah Kewajiban dan Ekuitas			**Rp**	**879.440.359**

Sumber Data : KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang,2017.

Analisis dan Pembahasan

Analisis

1. Metode Nilai Jual Relatif.

Penentuan Biaya dengan alokasi biaya bersama

Tabel 4.17 : Perhitungan Biaya Alokasi Bersama Metode Nilai Jual Relatif.

No	Jenis Barang	(1) ΣJumlah Barang Tersedia Untuk di Jual	(2) Harga Beli Rp)	(3) (1) x(2) Nilai Jual (Rp)	(4) (3): Σ(3) Nilai Jual Relatif	(5) Alokasi Biaya Bersama (Rp)
1	Belang Hatta	743	250.000	185.750.000	10%	24.946.501
2	Sari Pengantin	754	250.000	188.500.000	11%	25.159.372
3	Corak Merica	738	250.000	184.500.000	10%	24.706.632
4	Burera	744	250.000	186.000.000	10%	24.946.501
5	Balok Hatta Ungu	727	250.000	181.750.000	10%	24.466.762
6	Negara	632	250.000	158.000.000	9%	21.108.578
7	Bala So'bi	595	330.000	196.350.000	11%	26.385.723
8	KALTIM(Dayak)	396	380.000	150.480.000	9%	21.588.318
9	Ta'ba Hijau	371	430.000	159.530.000	9%	21.348.448
10	Perempuan	309	500.000	188.490.000	11%	25.159.372
		6.009		**Σ 1.779.350.000**	**100%**	**239.870.209**

Sumber Data : Diolah Dari Hasil Penelitian,2017.

2. Perhitungan Persentase Mark Up

Berdasarkan laba yang diharapkan dihitung dengan mengalikan kembalian investasi (ROI) yang diharapkan sebesar 9% dengan total aktiva yang digunakan pada awal tahun anggaran yaitu Rp 879.440.359- maka besarnya laba yang diharapkan dari penjualan sarung yaitu :

Jumlah aktiva pada awal tahun anggaran	Rp 879.440.359
Tingkat kembalian investasi (ROI) yang diharapkan	9% x
Laba yang diharapkan	Rp 79.149.632,-

Setelah memperhitungkan besarnya laba yang diharapkan maka selanjutnya diperhitungkan besarnya mark up diatas harga beli sarung:

Biaya tidak langsung	Rp 146.870.209,-	
Laba yang diharapkan	Rp 79.149.632,-	+
Jumlah	Rp 226.019.841,-	
Biaya langsung	Rp 1.594.750.000,-	:
Mark up	15%	

3. Perhitungan Harga Jual Dengan Metode *Gross Margin Pricing*

Sebelum dihitung besarnya harga jual sarung maka akan dihitung dahulu besarnya *cost product* (harga beli) dari sarung tersebut karena dalam setiap harga beli dari masing-masing jenis sarung memperoleh keuntungan minimal11% , maka besarnya harga beli dari masing-masing jenis sarung tersebut dihitung dengan menggunakan formula:

$$\text{Harga Beli} = \text{Harga Jual} \times \frac{100}{(100 + 11)}$$

Sehingga diperoleh harga beli untuk masing-masing jenis sarung pada KUBE Aneka Cahaya Aqila (menurut hasil wawancara,2017) dengan keuntungan minimal 11%, selama tahun 2015 adalah sebesar:

Tabel 4.26 : Perhitungan Harga Beli Dengan Menggunakan Rumus Formula Harga Beli Untuk mengetahui besarnya Presentase Mark up Pada KUBE Aneka Cahaya Aqila Tahun 2015.

No	Jenis Sarung	Harga Jual (Rp)	Presentase (%)	Presentase (%) 100 + 11	Jumlah (Rp)
1	Belang Hatta	300.000	100	111	270.270
2	Sari Pengantin	300.000	100	111	270.270
3	Corak Merica	300.000	100	111	270.270
4	Burera	300.000	100	111	270.270
5	Balok Hatta Ungu	300.000	100	111	270.270
6	Negara	300.000	100	111	270.270
7	Bala So'bi	400.000	100	111	360.360
8	KALTIM (Dayak)	450.000	100	111	405.405
9	Ta'ba Hijau	500.000	100	111	450.450
10	Perempuan	700.000	100	111	630.631

Sumber Data : Diolah Dari Hasil Penelitian, 2017.

Harga Jual = Cost Product + (% mark up x dasar penentuan mark up)

Sehingga diperoleh harga jual menurut metode *Gross Margin Pricing* untuk masing-masing jenis produk sarung pada KUBE Aneka Cahaya Aqila berdasarkan mark up selama tahun 2015 adalah sebesar :

Tabel 4.27 : Perhitungan Harga Jual Menurut *Gross Margin Pricing* Pada KUBE Aneka Cahaya Aqila Tahun 2015 berdasarkan Mark Up.

No	Jenis Sarung	Cost Product (Rp)	Persentase Mark Up	Jumlah (Rp)
1	Belang Hatta	270.270	15%	310.811
2	Sari Pengantin	270.270	15%	310.811
3	Corak Merica	270.270	15%	310.811
4	Burera	270.270	15%	310.811
5	Balok Hatta Ungu	270.270	15%	310.811
6	Negara	270.270	15%	310.811
7	Bala So'bi	360.360	15%	414.414
8	KALTIM (Dayak)	405.405	15%	466.216
9	Ta'ba Hijau	450.450	15%	518.018
10	Perempuan	630.631	15%	725.226

Sumber Data : Diolah Dari Hasil Penelitian, 2017.

Tabel 4.28: Rekapan Volume Penjualan Produk Sarung Berdasarkan Metode *Gross Margin Pricing* Pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang Tahun 2015 (setelah di mark up).

No	Jenis Sarung	Volume Penjualan	Harga Jual (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Belang Hatta	589	310.811	183.067.679
2	Sari Pengantin	593	310.811	184.310.923
3	Corak Merica	583	310.811	181.202.813
4	Burera	581	310.811	180.581.191
5	Balok Hatta Ungu	561	310.811	174.364.971
6	Negara	567	310.811	176.229.837
7	Bala So'bi	537	414.414	222.540.318
8	KALTIM (Dayak)	336	466.216	156.648.576
9	Ta'ba Hijau	312	518.018	161.621.616
10	Perempuan	257	725.226	186.383.082
	Jumlah	**4.916**		**1.806.951.006**

Sumber Data : Diolah Dari Hasil Penelitian, 2017.

Tabel 4.29 : Laporan Laba Rugi Periode Yang Berakhir Tanggal 31 Desember 2015 Dari Penjualan Sarung setelah Menggunakan Metode Gross Margin Pricing.

KUBE ANEKA CAHAYA AQILA
LAPORAN LABA / RUGI
Untuk Periode Yang Berakhir 31 Desember 2015

Penjualan						Rp 1.806.951.006
HARGA POKOK PENJUALAN						
Persediaan Awal	Rp	59.860.000				
Pembelian	Rp	1.594.750.000				
			+			
			Rp	1.654.610.000		
Biaya Produksi :						
Biaya Bahan Baku	Rp	90.000.000				
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	30.600.000				
Biaya Overhead Pabrik	Rp	33.223.937				
			+			
			Rp	153.823.937		
					+	
Barang Tersedia Untuk dijual			Rp	1.808.433.937		
Persediaan Akhir				(187.030.000)		
Jumlah Harga Pokok Penjualan					-	Rp 1.621.403.937
Laba Kotor						**Rp 185.547.069**
Biaya Non Produksi						
Biaya Administrasi & Umum	Rp	600.000				
Biaya Lain-lain	Rp	6.750.000				
Biaya Tenaga Kerja Tidak Langsung	Rp	103.254.000				
Biaya Peny. Aset Tetap	Rp	3.044.272				
			+			
Jumlah Biaya Non Produksi						Rp 113.648.272
Laba Bersih						**Rp 71.898.797**

Sumber Data : Diolah Dari Hasil Penelitian, 2017.

Tabel 4.30: Perbandingan Persentase Mark Up Hasil Perhitungan KUBE dan Hasil Perhitungan Dengan Menggunakan Metode *Gross Margin Pricing.*

No	Jenis Sarung	Menurut KUBE	Metode Gross Margin Pricing	Selisih
1	Belang Hatta	11%	15%	4%
2	Sari Pengantin	11%	15%	4%
3	Corak Merica	11%	15%	4%
4	Burera	11%	15%	4%
5	Balok Hatta Ungu	11%	15%	4%
6	Negara	11%	15%	4%
7	Bala So'bi	11%	15%	4%
8	KALTIM (Dayak)	11%	15%	4%
9	Ta'ba Hijau	11%	15%	4%
10	Perempuan	11%	15%	4%

Sumber Data : Diolah Dari Hasil Penelitian, 2017.

Tabel 4.31 : Perbandingan Harga Jual Sarung Hasil Perhitungan KUBE dan Hasil Dengan Menggunakan Metode *Gross Margin Pricing.*

No	Jenis Sarung	Menurut KUBE (Rp)	Metode Gross Margin Pricing (Rp)	Selisih (Rp)
1	Belang Hatta	300.000	310.811	10.811
2	Sari Pengantin	300.000	310.811	10.811
3	Corak Merica	300.000	310.811	10.811
4	Burera	300.000	310.811	10.811
5	Balok Hatta Ungu	300.000	310.811	10.811
6	Negara	300.000	310.811	10.811
7	Ba'la Sobi	400.000	414.414	14.414
8	KALTIM (Dayak)	450.000	466.216	16.216
9	Ta'ba Hijau	500.000	518.018	18.018
10	Perempuan	700.000	725.226	25.226

Sumber Data : Diolah Dari Hasil Penelitian, 2017.

Tabel 4.32: Perbandingan Jumlah Penjualan dan Laba Bersih Hasil Perhitungan KUBE dan Hasil Perhitungan Dengan Menggunakan Metode Gross Margin Pricing.

No	Keterangan	Menurut KUBE (Rp)	*Metode Gross Margin Pricing* (Rp)	Selisih (Rp)
1	Jumlah Penjualan	1.744.100.000	1.806.951.006	62.851.006
2	Laba Bersih	9.047.791	71.898.797	62.851.006

Sumber Data : Diolah Dari Hasil Penelitian, 2017.

Pembahasan

Menerapkan harga jual dengan menggunakan metode gross margin pricing pada KUBE Aneka Cahaya Aqila.

Berdasarkan hasil analisis penelitian menerapkan harga jual sarung dengan menggunakan metode gross margin pricing pada KUBE Aneka Cahaya Aqila. Sebelum melakukan penetapan harga maka perlu diketahui faktor-faktor yang mendukung kebijaksanaan harga jual yaitu, antara lain: laba dan faktor-faktor lainnya, situasi pasar, serta biaya produksi dan operasi. Selain itu harga jual yang diterapkan dengan metode gross margin pricing mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan. Karena harga jual yang diterapkan sesuai dengan teori yang digunakan dalam hasil analisis perhitungan. Diharapkan harga jual dengan metode *gross margin pricing* memberikan dampak yang positif bagi perusahaan untuk jangka waktu yang panjang. KUBE Aneka Cahaya Aqila sebaiknya menambahkan harga jual dengan PPN (Pajak Pertambahan Nilai) pada produk penjualannya. Karena dapat memberikan keuntungan hasil produk penjualan pada KUBE Aneka Cahaya Aqila agar dapat memperoleh laba yang dikehendaki.

PENUTUP

Kesimpulan

Sesuai dengan judul skripsi yaitu Analisis Penetapan Harga Jual Sarung Dengan Metode Gross Margin Pricing Pada Kelompok Usaha Bersama Aneka Cahaya Aqila Di Samarinda Seberang, maka berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan harga jual sesuai dengan metode *Gross Margin Pricing* terhadap perbedaan jumlah penjualan menurut KUBE sebesar Rp 1.744.100.000,- sedangkan menurut *Gross Margin Pricing* adalah sebesar Rp 1.806.951.006,-. Sehingga terjadi selisih antara KUBE dan hasil perhitungan yaitu Rp 62.851.006,-.
2. Pada tahun 2015 KUBE Aneka Cahaya Aqila mengalami keuntungan Rp 9.047.791,- , sedangkan menurut metode *Gross Margin Pricing* perolehan laba sebesar Rp 71.898.797,- sehingga terjadi selisih antara KUBE dan hasil perhitungan yaitu Rp 62.851.006,-. Besarnya persentase mark up menurut KUBE minimal sebesar 11% dari keuntungan hasil penjualan sedangkan menurut metode *Gross Margin Pricing* pada sarung motif Belang Hatta, Sari Pengantin, Corak Merica, Burera, Negara, dan Balok Hatta Ungu, Bala So'bi, Sarung KALTIM (Dayak), Sarung Ta'ba Hijau, dan Sarung Perempuan yaitu 15%.
3. Harga jual produk sarung berdasarkan metode *Gross Margin Pricing* lebih tinggi dari pada harga jual yang ditetapkan KUBE Aneka Cahaya Aqila. Perbedaan tersebut disebabkan karena penentuan harga jual yang ditetapkan KUBE Aneka Cahaya Aqila berdasarkan taksiran laba sedangkan penentuan harga jual menurut metode *Gross Margin Pricing.*

5.2. Saran

Berdasarkan analisis dan kesimpulan serta data-data yang diperoleh selama penelitian pada KUBE Aneka Cahaya Aqila di Samarinda Seberang, maka penulis ingin memberikan saran-saran sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen KUBE Aneka Cahaya Aqila untuk menetapkan kebijaksanaan di masa mendatang, yaitu sebagai berikut:

1. Perbedaan harga jual menurut metode *Gross Margin Pricing* yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga jual yang ditetapkan KUBE, diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak manajemen KUBE Aneka Cahaya Aqila sebagai alternative pilihan dalam menetapkan harga jual yang ditetapkan saat ini dapat dinaikkan agar laba yang dihasilkan dapat digunakan untuk investasi dan membayar hutang-hutang yang dimiliki KUBE.
2. Dengan kenaikan harga jual ini, KUBE diharapkan tetap mempertahankan serta lebih meningkatkan jumlah penjualan produk dengan melakukan berbagai kebijakan seperti promosi, perbaikan mutu penjualan, dan pelayanan kepada konsumen serta memperhatikan beberapa hal dalam menetapkan harga jual sarung agar tidak kalah bersaing dengan KUBE lain.
3. Dalam menetapkan harga jual manajemen KUBE Aneka Cahaya Aqila sebaiknya menetapkan persentase *mark up* dan memperhatikan besarnya persentase *mark up* yang ditetapkan tersebut untuk dapat menutupin biaya-biaya operasional serta dapat merealisasikan laba yang dikehendaki.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Kamaruddin. 2011. Akuntansi Manajemen "Dasar-dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan". Rajawali Gravindo Persada. Jakarta.

Bilson, Simamora. 2011. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Bustami, Bastian dan Nurlela. 2009. Akuntansi Biaya. Edisi Pertama. Jakarta. Penerbit : Mitra Wacana Media.

Carter, K. William dan Usry, F. Milton. Penerjemah Krista. 2009. *Cost Accounting,* 13 th Edition, Salemba Empat. Jakarta.

Damau, Beilby Ocrian Damayanty. 2016. Analisis Penentuan Harga Jual Pada Koperasi Pegawai Negeri Niaga Samarinda.

Dunia, Ahmad Firdaus.2009. Akuntansi Biaya, Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta.

Fandy, Tjiptono. 2009. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Ketujuh. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.

Halim, Abdul,Supomo, Bambang dan Kusufi, Muhammad Syam. 2011. Akuntansi Manajemen , Edisi Kedua, Cetakan Pertama, BPFE. Yogyakarta.

Horngren, Charles. T., Datar, Srikant M,. and Foster, George., alih bahasa Desi Adhariani. 2008. Akuntansi Biaya (Pendekatan Manajerial) Edisi Sebelas, PT Indeks Kelompok Gramedia.

http://othervisions.wordpress.com/2010/07/13/di-balik-sarung-samarinda/. Diakses tanggal 09 September 2016.

http://www.kommpasiana.com/totowirjosoemarto/antara-ekonomi-kreatifdan-ovop-bagian-i552ac95e8346d60552d03.
Diakses tanggal 10 Oktober 2016.

http://www.google.co.id/url?sa=t&rct=j&g=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0CCsQFjAC&URL=http%3A%2F%2Fejurnal.untagsmd.ac.id%2Findex.php%2FPD%2Farticle%2Fview%2F730%2F930&ei=HG0dVdveDtfnuQSTlozYDA&usg=AFQjCNGApSf7z6xk7h34vP28BiBKJYLg&bvm=bv.96952980,d.c2E.
Diakses tanggal 13 November 2016.

Ikatan Akuntan Indonesia. 2011. Standar Akuntansi Keuangan. Buku Satu. Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Krismiaji dan Anni, Aryani.2011. Akuntansi Manajemen. Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.

Kurba. 2013. Analisis Penetapan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode Gross Margin Pricing Pada Koperasi Pegawai Niaga Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Samarinda.

Machfoedz, Mas'ud dan Mahmudi. 2008. Akuntansi Manajemen, Edisi 1, Cetakan Kelima, Universitas Terbuka, Jakarta.

Maimun. 2012. Analisis Penetapan Harga Jual Alat Tulis Kantor Dengan Menggunakan Metode Gross Margin Pricing Pada CV Berkat Alif Fath Hamzah di Samarinda.

Mulyadi, A. 2007. Akuntansi Manajemen – Analisis Biaya untuk Pengambilan Keputusan. Bandung : BP Prodi Pendidikan Akuntansi UPI.

Mulyadi. 2009. Akuntansi Biaya. Yogyakarta : UPP – STIM YKPN.

Mursyidi. 2008. Akuntansi Biaya. Bandung : Refika Aditama.

Prawironegoro, Darsono. 2008. Penganggaran Perusahaan: Teknik Mengetahui dan Memahami Penyajian Anggaran Perusahaan Sebagai Pedoman Pelaksanaan dan Pengendalian Aktivitas Bisnis Mitra Wacana Media. Jakarta.

Rudianto.2013, Akuntansi Manajemen, Edisi Ke Enam, Jakarta : Bagian Penerbitan Erlangga.

Simamora, Hendry. 2012. Akuntansi Manajemen. Edisi Ketiga. Cetakan Ketiga. Star Gate Publisher, Riau..

Stanton, William, J. 2012.Prinsip - Prinsip Pemasaran, Jakarta : Penerbit Erlangga.

Sumarni, Murtidan John Soeprihanto. 2010. Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan). Edisi Kelima . Yogyakarta: Liberty.

Wahyuni, Paseru Sri. 2016. Penggunaan Metode Gross Margin Pricing Dalam Menentukan Harga Jual Pelumas Pada CV.Tikil Motor di Samarinda.

Yusditia, Arry. 2012. Penggunaan Metode Gross Margin Pricing Dalam Menentukan Harga Jual Produk Keramik Pada CV Sumber Mitra Utama di Samarinda.