

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Konsep Harga Bahan Baku**

##### **1. Pengertian Harga**

Harga adalah suatu nilai tukar dari produk barang maupun jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Harga jual merupakan salah satu bauran pemasaran paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat. Penetapan dan persaingan harga juga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi eksekutif pemasaran<sup>1</sup>.

Harga bahan baku merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga bahan baku menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya. Umumnya harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Penjual akan meminta harga yang lebih tinggi daripada yang mereka harap akan mereka terima, dan pembeli akan menawar kurang daripada yang mereka harap akan mereka bayar. Melalui tawar menawar, mereka akhirnya akan sampai pada harga yang dapat diterima. Secara tradisional, harga berperan sebagai penentu utama pembeli, walaupun faktor-faktor non harga telah menjadi semakin penting dalam perilaku

---

<sup>1</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (New Jersey: Prentice-Hall Inc, 1997), 107.

pembeli, selama harga masih tetap merupakan salah satu unsur terpenting yang menentukan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan, ketika pendapatan riil konsumen tetap atau menurun dan mereka mengalami ekspektasi yang berkurang, mereka berbelanja lebih berhati-hati, sehingga memaksa pengecer untuk menurunkan harga mereka. Hasilnya adalah pasar ditandai oleh diskon dan promosi penjualan besar-besaran.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga

Dalam kitab *Fatawa-nya* Ibn Taimiyah memberikan penjelasan yang lebih rinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan, dan kemudian tingkat harga. Beberapa faktor ini yaitu.<sup>2</sup>

- 1) Keinginan orang (*al-raghabah*) terhadap barang-barang sering kali berbeda.
- 2) Jumlah orang yang meminta (*demandar/tullab*) juga mempengaruhi harga.
- 3) Harga juga akan dipengaruhi oleh kuat atau lemahnya kebutuhan terhadap barang-barang itu, selain juga besar dan kecilnya permintaan.
- 4) Harga juga akan bervariasi menurut kualitas pembeli barang tersebut (*al-muawid*).
- 5) Tingkat harga juga dipengaruhi oleh jenis (uang) pembayaran yang digunakan dalam transaksi jual beli.

---

<sup>2</sup> Ibnu Taimiyah, *Al-Hisbah fi'I Islam*, (Kairo: Daar Al-Sahb, 1976), 523-525.

- 6) Tujuan dari suatu transaksi harus menguntungkan penjual dan pembeli.
- 7) Ibn Taimiyah memasukan kemungkinan adanya biaya tambahan (*additional cost*) dalam transaksi sehingga mempengaruhi harga.

b. Tujuan Penetapan Harga

Harga bersifat fleksibel, dimana bisa disesuaikan. Sebelum penetapan harga perusahaan harus mengetahui tujuan dari penetapan harga itu sendiri apabila tujuan sudah jelas maka penetapan harga dapat dilakukan dengan mudah. Jadi, semakin jelas tujuan perusahaan, semakin mudah untuk menetapkan harga. Adapun tujuan penetapan harga yaitu sebagai berikut.<sup>3</sup>

1) Kelangsungan Hidup

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya jika mengalami kelebihan kapasitas, persaingan yang ketat, atau keinginan konsumen yang berubah-ubah. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan terus berputar, mereka akan menurunkan harga. Laba kurang penting dibandingkan kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutupi biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan. Tetapi kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek, jangka panjang, perusahaan harus belajar meningkatkan nilainya, atau ia akan punah.

---

<sup>3</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* 110.

## 2) Laba Sekarang Maksimum

Banyak perusahaan mencoba untuk menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba sekarang, mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berkaitan dengan berbagai alternatif harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba sekarang, arus kas, dan pengembalian investasi maksimum.

Terdapat beberapa masalah yang berkaitan dengan maksimalisasi laba sekarang. Strategi ini mengasumsikan bahwa perusahaan mengetahui fungsi permintaan dan biayanya, dalam kenyataan keduanya sukar diperkirakan juga, dengan menekankan kinerja jangka panjang, mengabaikan pengaruh berbagai variabel bauran pemasaran lain, reaksi pesaing, dan pembatas hukum atas harga.

## 3) Pendapatan Sekarang Maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan penjualan, Maksimisasi pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. banyak manajer percaya bahwa maksimisasi pendapatan akan menghasilkan maksimisasi laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

#### 4) Pertumbuhan Penjualan Maksimum

Beberapa perusahaan ingin memaksimalkan unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah, dengan berasumsi bahwa pasar peka terhadap harga. Ini disebut penetapan harga penetrasi-pasar (*market-penetration pricing*).

Adapun kondisi yang mendukung penetapan harga yang rendah antara lain:

- 1) Pasar sangat peka terhadap harga, dan rendah merangsang pertumbuhan pasar.
- 2) Biaya produksi dan distribusi menurun dengan semakin banyaknya pengalaman produksi.
- 3) Harga yang rendah menghilangkan semangat pesaing lama maupun potensial.

#### c. Cara Penetapan Harga

Terdapat beberapa metode dalam penetapan harga, antara lain sebagai berikut:<sup>4</sup>

- 1) *Break Even Point* atau Penetapan Harga Berdasarkan Tingkat Keuntungan Sasaran.

Perusahaan menentukan harga jual yang memungkinkannya meraih tingkat hasil pengembalian atas investasi. Jadi, pada penetapan harga berdasarkan

---

<sup>4</sup> Wahyu Saidi dan Sofia Hartati, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Enno Media, 2008), 278-288.

keuntungan sasaran yang diinginkan, pendapatan yang diperoleh sama dengan investasi yang diperoleh sama dengan investasi yang ditanamkan atau perusahaan tidak mengalami keuntungan maupun kerugian.

Rumus:

Harga berdasarkan keuntungan sasaran yang diinginkan = biaya per unit + (keuntungan yang diharapkan x modal/ jumlah unit yang terjual) BEF = biaya tetap/ (harga-biaya variabel).

2) *Perceived-Value Pricing* atau Penetapan Harga Menurut Persepsi Nilai.

Penetapan harga jual berdasarkan nilai atau citra yang dirasakan konsumen terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Contohnya, harga untuk daya tahan suatu produk, harga untuk kehandalan yang istimewa, harga untuk pelayanan jasa yang istimewa, harga untuk suku cadang yang lebih tahan lama, potongan harga dan lain sebagainya.

3) *Going-Rate Pricing* atau Penetapan Harga dengan Mengikuti Pasar

Penetapan harga terutama berdasarkan harga pesaing sehingga kurang memperhatikan jumlah biaya produksi yang telah dikeluarkan. Metode *going rate pricing* biasanya digunakan oleh perusahaan yang

menggunakan strategi market penetration yang bertujuan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dengan menawarkan harga yang tidak berbeda dengan pesaing bahkan lebih rendah.

#### 4) *Sealed Bid Pricing*

Penetapan harga ini digunakan oleh perusahaan yang mengikuti tender dan berorientasi untuk memenangkan persaingan, perusahaan mendasarkan tingkat harganya lebih pada perkiraan bagaimana pesaing-pesaing akan memasang harga, daripada hubungan langsungnya dengan biaya permintaan yang dihadapi perusahaan

#### 5) *Mark Up Pricing*

Yaitu selisih antara biaya produk atau jasa dengan harga jual, *mark up* dapat dinyatakan dengan uang atau % terhadap biaya atau harga jual.

Rumus:

biaya per unit = biaya variabel + (biaya tetap/jumlah unit terjual)

*mark up pricing* = biaya variabel + biaya variabel + (biaya per unit/Q)/1-keuntungan yang diinginkan).

## 2. Pengertian Bahan Baku

### a. Tujuan Pengendalian Persediaan Bahan Baku

Menurut Assauri tujuan pengendalian persediaan secara terinci dapatlah dinyatakan sebagai usaha untuk:

- 1) Menjaga, jangan sampai perusahaan kehabisan persediaan sehingga dapat mengakibatkan terhentinya kegiatan produksi.
- 2) Menjaga agar supaya pembentukan persediaan oleh perusahaan tidak terlalu besar atau berlebihan.
- 3) Menjaga agar pembelian secara kecil-kecilan dapat dihindari karena ini akan berakibat biaya pemesanan terlalu besar.<sup>5</sup>

Bahwa tujuan pengendalian persediaan untuk memperoleh kualitas dan jumlah yang tepat dari bahan-bahan atau barang-barang yang tersedia pada waktu yang dibutuhkan dengan biaya-biaya minimum untuk keuntungan atau kepentingan perusahaan.

b. Pengendalian Persediaan Bahan Baku

Kelancaran proses produksi sangat ditentukan oleh tersedianya bahan baku dalam jumlah dan ukuran yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Hal ini disebabkan karena bahan bakumerupakan faktor utama dalam pelaksanaan proses produksi pada suatu perusahaan.

Menurut Hanggana, pengertian bahan baku adalah sesuatu yang digunakan untuk membuat barang jadi, bahan pasti menempel menjadi satu dengan barang jadi. Dalam sebuah perusahaan bahan baku dan bahan

---

<sup>5</sup>Sofyan Assauri. *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Jakarta: CP-FEUI, 2004), 177.



penolong memiliki arti yang sangat penting, karena menjadi modal terjadinya proses sampai hasil produksi.<sup>6</sup>

Pengelompokan bahan baku dan bahan penolong bertujuan untuk pengendalian bahan dan pembebanan biaya ke harga pokok produksi. Pengendalian bahan diprioritaskan pada bahan yang nilainya relatif tinggi yaitu bahan baku.

Baroto mengemukakan bahwa arti bahan baku adalah barang-barang yang terwujud.<sup>7</sup> Tujuan dasar dari pengendalian persediaan bahan baku adalah kemampuan untuk mengirimkan pesanan pada saat yang tepat pada pemasok terbaik untuk memperoleh kualitas yang tepat pada harga dan kualitas yang tepat. Pada umumnya persediaan bahan baku akan digunakan untuk menunjang pelaksanaan proses produksi yang bersangkutan tersebut.

Dengan demikian maka besarnya persediaan bahan baku akan disesuaikan dengan kebutuhan bahan baku untuk pelaksanaan proses produksi. Jadi untuk menentukan berapa banyak bahan baku yang akan dibeli oleh suatu perusahaan pada suatu periode akan tergantung pada berapa besarnya kebutuhan perusahaan tersebut akan bahan baku untuk keperluan proses produksi.

---

<sup>6</sup> Sri Hanggana, *Prinsip Dasar Akuntansi Biaya*, (Surakarta: Mediatama, 2006), 11.

<sup>7</sup> Teguh Baroto, *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 52.

Menurut Rangkuti ada 5 macam teknik yang biasa digunakan perusahaan untuk menghitung pengendalian persediaan, yaitu:<sup>8</sup>

1) Metode Analisis ABC

Metode ini sangat berguna dalam memfokuskan perhatian manajemen terhadap penentuan jenis barang, yang paling penting dalam sistem inventori yang bersifat multisystem.

2) Metode Pengendalian Persediaan (EOQ)

Pengendalian persediaan merupakan salah satu fungsi manajemen yang dapat dipecahkan dengan menerapkan metode kuantitatif. Konsep ini dapat diterapkan baik untuk industry skala kecil maupun industry skala besar.

3) Pengendalian Persediaan dalam Kondisi Tidak Tentu dan Ada Pemesanan Kembali.

Model ini dapat sesuai apabila permintaan diketahui berasal dari sejumlah besar sumber yang independen, secara spesifik, hal ini sering terjadi dalam persediaan berupa barang-barang yang telah jadi (*finished goods*), tetapi jarang ditemukan pada bahan mentah atau bahan setengah jadi yang memerlukan proses pengolahan lebih lanjut.

4) Pengendalian Persediaan dalam Kondisi Tidak Tentu dan Tidak Ada Pemesanan Kembali.

---

<sup>8</sup>F. Rangkuti, *Manajemen Persediaan Aplikasi di bidang Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2004), 19.

Bagian ini akan membahas pemecahan masalah persediaan yang kondisinya tidak memungkinkan untuk pemesanan kembali. Produk tersebut secara ekonomi tidak dapat disimpan dalam waktu yang relatif lama.

5) Sistem Persediaan *Just In Time*

Sistem *Just In Time* mengacu kepada kartu yang mengizinkan satu departemen dari satu organisasi untuk menghasilkan jumlah minimum dari suatu jenis barang dalam menjawab reaksi dari persyaratan departemen lain. Identy adalah dengan menggunakan relatif sangat kecil order (atau produksi), dengan relatif *Low Order Points*, sehingga pemenuhan persediaan dapat datang just in time.

c. Pemilihan Bahan Baku

Tujuan pemilihan bahan baku yang dilakukan PD. Karya Bersama untuk memperoleh bahan baku yang bagus dan merupakan kegiatan yang sangat penting guna memperoleh produk yang berkualitas tinggi dan skala hasil produksi yang di dapatkan produsen sesuai yang diharapkan.

Dalam teknik pemilihan bahan baku banyak yang harus diperhatikan diantaranya, warna, kekuatan produk, kebersihan dan keasliannya.

d. Bahan Baku Sebagai Faktor Produksi

Bahan baku merupakan faktor penting untuk memperlancar proses produksi, oleh karena itu perlu di

adakan perencanaan dan pengaturan terhadap bahan dasar ini baik mengenai kuantitas maupun kualitasnya. Bahan baku yang digunakan pada proses pembuatan sepatu dan sandal adalah kulit, *sintetis*, *canvas*, dan *Nylon*.

Ada beberapa kelemahan apabila perusahaan melakukan persediaan bahan baku yang terlalu kecil, antara lain:

- 1) Harga beli dari bahan baku tersebut menjadi lebih tinggi apabila dibandingkan dengan pembelian normal dari perusahaan yang bersangkutan.
- 2) Apabila kehabisan bahan baku akan mengganggu kelancaran proses produksi.
- 3) Frekuensi pembelian bahan baku semakin besar mengakibatkan ongkos semakin besar.<sup>9</sup>

Beberapa kerugian yang akan ditanggung oleh perusahaan berkaitan dengan persediaan bahan baku yang terlalu besar, antara lain:

- 1) Biaya penyimpanan yang akan menjadi tanggungan perusahaan yang bersangkutan akan menjadi semakin besar.
- 2) Penyelenggaraan persediaan bahan baku yang terlalu besar akan berarti perusahaan tersebut mempersiapkan dana yang cukup besar.

---

<sup>9</sup> Ahyari Agus, *Anggaran Perusahaan: Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: BPF, 1989)

- 3) Tingginya persediaan bahan baku, mengakibatkan berkurangnya dana untuk pembiayaan dan investasi pada bidang lain.
- 4) Penyimpanan yang terlalu lama dapat menimbulkan kerusakan bahan baku tersebut.
- 5) Apabila bahan dasar tersebut terjadi penurunan harga, maka perusahaan mengalami kerugian.<sup>10</sup>

### 3. Pengertian Jenis Bahan Sepatu

#### a. Bahan Kulit Sintetis

Bahan kulit sintetis adalah kulit yang imitasi yang tidak menggunakan kulit hewan, kulit imitasi telah dibuat berbagai macam jenis yang sangat mirip dengan kulit yang aslinya. Mulai dari *glossy*, motif, warna bahkan bisa jauh lebih baik mengembangkan motif sesuai selera.

Bahan sintetis plastik merupakan sintetis yang terbuat dari plastik, *pleather* ini juga mempunyai permukaan yang sangat mengkilap, mirip dengan kulit lainnya. Akan tetapi ini cenderung lebih kaku daripada kulit asli. Dari awalnya *pleather* ini sebagian besar terbuat dari PVC, akan tetapi perkembangan sekarang dibuat dari *polyurethane*.

Kualitas bahan kulit sintetis terbagi menjadi tiga bagian

#### 1) *High Quality*

Kulit sintetis yang termasuk pada dalam kategori yang sangat berkualitas tinggi, salah

---

<sup>10</sup>Ahyari, *Anggaran Perusahaan: Pendekatan Kuantitatif*

satunya adalah *mbtech*, *murano* dan *platinum*. Keunggulan dengan bahan ini adalah bahannya cukup awet dan tidak mudah pudar pada warnanya, serta jika diraba pada bagian permukaan sangat lembut.

2) *Medium Quality*

Kualitas sintetis ini merupakan salah satu *virotec*, *caviero* atau bisa juga sering disebut dengan *virotec super*, *martin suede*. *Suede* yang dimaksud disini adalah sintetis bukan dari kulit asli 600D. Bahan tersebut mempunyai permukaan yang agak lembut.

3) *Low Quality*

Kualitas ini yang termasuk dalam kategori *camera*, *kanvas*, *vinyl* dan *parasite*. Dan sifat karakter dengan bahan ini adalah sangat tipis dalam permukaan kasar.

b. Bahan Kulit Asli

Kulit asli berarti bahan yang terbuat dari berbagai jenis macam kulit binatang. Biasanya membuat dengan bahan kulit ini adalah beberapa jenis hewan seperti sapi, domba, ular, buaya, kuda, bahkan ada juga menggunakan ikan pari dan ikan tuna untuk pembuatan dompet. Ciri bahan baku yang paling mahal adalah bahan yang kulit asli dan tidak bisa mengelupas, karena bahan ini terbuat dari bahan organik. Dalam kulit asli bisa menyebabkan

membusuk, berjamur jika itu tertera air atau spora jamur.<sup>11</sup>

#### 4. Perbedaan Bahan Sepatu

##### a. Bahan Kulit Sintetis

*Synthetic leather* adalah jenis bahan pembuat sepatu yang berasal dari campuran bahan yang diolah di pabrik. Bentuk penampakannya menyerupai kulit dan mempunyai tekstur yang mengkilat, namun sama sekali tidak ada unsur kulit dalam pembuatannya. Kulit sintetis merupakan jenis bahan pembuat sepatu yang paling sering digunakan oleh para produsen, karena mudah didapatkan dan lebih murah. Kulit sintetis juga mempunyai kualitas yang bagus dan pada umumnya lebih sering digunakan sebagai bahan tas.

##### b. Bahan Kulit Suede

*Leather dan Suede* memiliki bahan dasar yang sama, yaitu sama-sama bahan dasar terbuat dari kulit binatang. Bedanya, produk dengan bahan *leather* berarti produk tersebut hanya menggunakan kulit bagian luar. Sementara untuk produk berbahan *suede* menggunakan bagian kulit dalam sehingga lebih halus jika ditelusuri dengan tangan. Bagian belakang kulit yang difinishing memberikan efek seperti bulu lembut yang menarik. Sepatu yang dibuat dari bahan kulit *suede* mempunyai berbagai varian warna.

---

<sup>11</sup> Ilmiawan Reza, "https://sumbercenel.com/bahan-kulit-sintetis/ (Di Unduh tanggal 20 Oktober 2017)

c. Bahan Kulit Asli

*Leather* yang paling tinggi kualitasnya, merupakan bahan sepatu dan juga tas yang teksturnya sangat halus dan kuat. Dari segi harga terpaut jauh, bahan leather yang paling mahal. Jelas bahan kulit asli disukai oleh banyak orang karena sepatu ini dapat digunakan dalam waktu yang lama (tahan lama) dan kuat. Yang sering dipakai bahan sepatu adalah kulit sapi, domba dan kuda yang dipilih bagian yang terbaik dan halus.

Beberapa sepatu yang identik dengan *suede dan leather* adalah sepatu formal, casual dan boots. Semakin bagus bahan dan model kulitnya maka juga semakin mahal harganya. Selain itu produsen juga salah satu faktor penentu kualitas sepatu.<sup>12</sup>

## B. Konsep Agregatif Sederhana

### 1. Pengertian Indeks harga

Angka indeks adalah angka yang diharapkan dapat memberitahukan perubahan-perubahan variabel sebuah atau lebih karakteristik pada waktu dan tempat yang sama ataupun berlainan.

Indeks harga adalah angka yang diharapkan dapat dipakai untuk memperlihatkan perubahan mengenai harga-harga barang,

---

<sup>12</sup> [mallonlineindonesia.com/perbedaan-bahan-sepatu-kulit-asli-suede-dan-sintetis/](http://mallonlineindonesia.com/perbedaan-bahan-sepatu-kulit-asli-suede-dan-sintetis/) (Di unduh tanggal 20 Oktober 2017)



baik harga untuk semacam maupun berbagai macam barang dalam waktu dan tempat yang sama ataupun berlainan.<sup>13</sup>

Dalam ekonomi dikenal beberapa jenis indeks harga, antara lain sebagai berikut.

- 1) Indeks Harga Konsumen (IHK) adalah angka yang menggambarkan perbandingan perubahan harga barang dan jasa yang dihitung, dianggap mewakili belanja konsumen, kelompok barang yang dihitung bisa berubah-ubah disesuaikan dengan pola konsumsi actual masyarakat.
  - a. Indeks Harga Produsen (IHP) adalah perbandingan perubahan barang dan jasa yang dibeli oleh produsen pada waktu tertentu, yang dibeli oleh produsen meliputi bahan mentah dan bahan setengah jadi. Perbedaannya dengan IHK adalah kalau IHP mengukur tingkat harga pada awal sistem distribusi, IHK mengukur harga langsung yang dibayar oleh konsumen pada tingkat harga eceran. Indeks harga produsen biasa disebut juga harga grosir (*wholesale price index*).
  - b. Indeks Harga yang harus dibayar dan diterima oleh petani. Indeks harga barang-barang yang dibayar oleh petani baik untuk biaya hidup maupun untuk biaya proses produksi, apabila dalam menghitung indeks dimasukan dalam unsur jumlah biaya hipotek, pajak, upah pekerja yang dibayar oleh petani, indeks yang diperoleh disebut indeks paritas. Rasio antara indeks harga yang harus dibayar oleh petani

---

<sup>13</sup>Endang Mulyani, *Ilmu Ekonomi*, (Solo: Tiga Serangkai, 2016), 99-101.

dengan indeks paritas dalam waktu tertentu disebut rasio paritas (*parity ratio*)

## 2. Tujuan penyusunan indeks harga

- a. Indeks Harga sebagai petunjuk atau barometer kondisi ekonomi secara umum.

Indeks harga umum penting artinya bagi pedagang sebab indeks harga tersebut merupakan pedoman umum bagi kebijaksanaan penetapan harga dan perencanaan persediaan perusahaan.

- b. Indeks Harga dapat digunakan sebagai deflator

Dengan cara membagi nilai tertentu dengan indeks harga yang sesuai maka pengaruh perubahan harga dapat dihilangkan. Kenaikan nilai jual pada periode tertentu dapat disebabkan oleh kenaikan harga barang yang dijual atau oleh kenaikan jumlah penjualan.

- c. Indeks Harga dapat digunakan sebagai pedoman bagi pembelian barang

Harga yang dibeli dapat dibandingkan dengan indeks harga eceran atau indeks harga perdagangan besar.

## 3. Perhitungan Indeks Harga

- a. Perhitungan Indeks Harga Tidak tertimbang

### 1) Metode Agregatif Sederhana

Rumus yang digunakan untuk menghitung indeks harga tidak tertimbang dengan metode agregatif sederhana, sebagai berikut

$$IA = \frac{\sum P_n}{\sum P_o} \times 100$$

Keterangan

IA : Indeks Harga menurut agregatif sederhana

P<sub>n</sub> : Harga Tahun Tertentu

P<sub>o</sub> : Harga Tahun Dasar

2) Metode Rata-rata dari relatif harga

Rumus yang digunakan untuk menghitung Indeks Harga tidak tertimbang dengan metode agregatif sederhana, sebagai berikut:

$$\frac{\sum P_n}{\sum P_o} \times 100$$

$$IRH = \frac{o}{n}$$

Keterangan

P<sub>n</sub> : Harga Tahun Tertentu

P<sub>o</sub> : Harga Tahun Dasar

n : Jumlah Komponen

4. Tujuan menghitung IHK

- a. Mengetahui perkembangan harga barang dan jasa yang tergabung pada diagram timbangan IHK.
- b. Sebagai pedoman untuk menentukan suatu kebijaksanaan yang akan datang, terutama di bidang pembangunan ekonomi.
- c. Sebagai penghitung penyesuaian upah minimum kabupaten
- d. Mempermudah pemantauan *supply* dan *demand* khususnya barang kebutuhan masyarakat yang ada di pasar.

## B. Produsen

### 1. Pengertian Produsen

Berdasarkan *directive*, pengertian produsen meliputi:<sup>14</sup>

- a. Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang-barang manufaktur mereka ini bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang mereka edarkan ke masyarakat, termasuk bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksi.
- b. Produsen bahan mentah atau suatu produk
- c. Siapa saja, yang membubuhkan nama, merek, ataupun tanda-tanda lain pada produk menampakan dirinya sebagai produsen dari suatu barang.

### 2. Jenis-jenis Produsen

- a. Badan usaha yang berbadan hukum
- b. Badan usaha yang tidak berbadan hukum

Perbedaan keduanya yaitu badan usaha yang bukan merupakan badan hukum tidak akan dipersamakan kedudukannya sebagai orang sehingga tidak memiliki kekayaan para pendirinya.<sup>15</sup>

### 3. Hak dan Kewajiban Produsen

Seperti halnya konsumen, produsen atau pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban. Sebagaimana diatur dalam pasal 6 UUPK adalah:

---

<sup>14</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), 41.

<sup>15</sup> Irma Devita, *Kiat-Kiat Cerdas, Mudah dan Bijak Mendirikan Badan Usaha*, (Bandung: Kaifa), 2.

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang/jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban produsen atau pelaku usaha menurut ketentuan pasal 7 UUPK adalah

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, mencoba barang tertentu serta memberi

jaminan garansi atas barang yang dibuat atau yang diperdagangkan.

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

### C. Penelitian Terdahulu

Penelitian *terdahulu* ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

**Tabel. 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Skripsi</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Anis Wuryansari 2016	Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Menggunakan Metode <i>Full Costing</i> Sebagai dasar Penentu	Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok produksi susu

	Harga Jual	cup menurut perusahaan memiliki perbedaan dengan penghitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode full costing. Menurut harga pokok produksi per unit sebesar Rp1.749.15 tanpa membedakan varian rasa sedangkan harga pokok produksi berdasarkan metode full costing untuk rasa non coklat adalah Rp1.797.3 dan untuk rasa coklat sebesar Rp1.804.88
Perbedaan: penelitian yang dilakukan Anis Wuryansari adalah menghitung harga pokok produksi dengan menggunakan metode <i>full costing</i> sebagai dasar penentu harga jual sedangkan penulis menggunakan metode <i>agregatif sederhana</i> .		
Widyastuti/ 2015	Analisi perhitungan harga pokok persediaan bahan baku dengan menggunakan metode Fifo dan <i>Average</i> dalam menentukan harga	Berdasarkan hasil analisis persediaan bahan baku dengan menggunakan metode LIFO besarnya nilai harga pokok produk

	pokok pesanan the merek Ting Tji pada PT Sedap Harum	perkilogram dengan metode LIFO diperoleh nilai sebesar 23.237 adapun metode FIFO sebesar 22,977 dan metode AVERAGE sebesar 23.023 dengan hasil perhitungan ini dapat secara jelas terlihat bahwa dengan menggunakan metode LIFO menghasilkan taksiran biaya produksi yang tinggi sehingga laba bruto yang diterima perusahaan rendah dan untuk metode FIFO dan AVERAGE menghasilkan taksiran biaya produksi yang rendah dengan laba bruto tinggi.
Perbedaan: penelitian yang dilakukan oleh Widyastuti adalah menghitung harga pokok persediaan bahan baku dengan menggunakan metode Fifo dan Average dalam menentukan harga pokok pesanan the merek Ting Tji pada PT Sedap Harum sedangkan penulis menggunakan metode <i>agregatif</i> sederhana.		



<p>Riska Putri Sekar Tunjung Sari</p>	<p>Analisis perhitungan harga pokok produksi dengan metode <i>job Order Costing</i></p>	<p>Berdasarkan analisis perhitungan biaya <i>overhead</i> pabrik pada perusahaan dan menurut metode <i>job order costing</i> berbeda sehingga menghasilkan perhitungan berbeda. Terjadi perbedaan selisih antara perhitungan harga pokok perusahaan menurut perusahaan dan menurut metode <i>job order costing</i>. Dapat disimpulkan bahwa perhitungan harga pokok produksi sesuai dengan metode <i>job order costing</i> dengan sedikit perbedaan pada biaya <i>overhead</i> pabrik</p>
<p>Perbedaan: penelitian yang dilakukan oleh Riska Putri Sekar Tunjung Sari adalah menghitung harga pokok produksi dengan metode <i>job Order Costing</i> sedangkan penulis menggunakan metode <i>agregatif</i> sederhana.</p>		

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>16</sup>

“Diduga ada kenaikan harga bahan baku pada tahun 2013-2017 dengan menggunakan metode agregatif sederhana pada PD. Karya Bersama”

---

<sup>16</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 64.