

**PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN
METODE COST PLUS PRICING
PADA PO BETHAYU**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Penyelesaian
Program Studi D-IV Manajemen Bisnis Industri
Pada Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Disusun Oleh :

Nama : Hikmah Fujiyati

NIM : 1710088



**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**

JAKARTA

2015

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

LEMBAR PENGESAHAN

**JUDUL TUGAS AKHIR:
PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN METODE COST PLUS
PRICING PADA PO BETHAYU**

DISUSUN OLEH:

NAMA : HIKMAH FUJIYATI

NIM : 1710088

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diuji Oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Manajemen
Bisnis Industri Sekolah Tinggi Manajemen Industri pada hari Jumat tanggal 24
Oktober 2014.

Jakarta,
Oktober 2014

Penguji 1

(Drs. Achmad Zawawi, MA, MM)
Mulyono)

Penguji 2

(Drs.

Penguji 3

(Dra. Sri Daryuni, MM)
Pardosi, MM)

Penguji 4

(Drs. Parlindungan

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI**

TANDA PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

**PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN METODE COST PLUS
PRICING PADA PO BETHAYU**

DISUSUN OLEH

NAMA : HIKMAH FUJIYATI

NIM : 1710088

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS INDUSTRI

Telah Diperiksa dan Disetujui untuk Diajukan dan
Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir
Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Jakarta, 25 Agustus 2015

Dosen pembimbing

**Drs. Sri Daryuni, MM
NIP. 195406291982032003**

LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Hikmah Fujiyati
NIM : 1710088
Dosen Pembimbing : Drs. Sri Daryuni, MM

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf

Jakarta, 25 Agustus 2015

Ketua Prodi Manajemen Bisnis Industri

Pembimbing Tugas Akhir

Drs. Pasti Immanuel Bangun, MM
NIP. 195806111987031002

Drs. Sri Daryuni, MM
NIP. 195406291982032003

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Sekolah Tinggi Manajemen Industri, Kementerian Perindustrian RI

Nama : MUTIARA NOVITA PRIMA PUTRI
NIM : 1710085
Jurusan : Manajemen Bisnis Industri

Dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul :

ANALISIS PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI SEBAGAI DASAR PENENTUAN HARGA JUAL TAS PADA CV MAIKA MANDIRI SEJAHTERA

- Dibuat dan diselesaikan, dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survey lapangan, dosen pembimbing, melalui tanya jawab serta buku-buku jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/sarjana di Sekolah Tinggi Manajemen Industri atau Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian-bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan seperti di atas, maka karya Tugas Akhir saya ini dibatalkan.

Jakarta, September 2014
Yang Membuat Pernyataan

MUTIARA NOVITA
PRIMA PUTRI

ABSTRAK

PO Bethayu merupakan perusahaan perseorangan yang didirikan oleh Bapak Muhammad Tubagus sejak tahun 2001 yang berlokasi di Komplek PIK No 12 Penggilingan, Cakung, Jakarta Timur. Kegiatan usaha dari perusahaan ini yaitu memproduksi kemeja lengan panjang dan kemeja lengan pendek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penerapan harga jual produk yang dilakukan oleh perusahaan sudah tepat dan untuk mengetahui dampak penerapan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing* terhadap tingkat penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan. Data dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara dengan pemilik perusahaan beserta para karyawan dan juga dengan partisipasi langsung mengikuti proses produksi. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan metode *full costing* untuk perhitungan harga pokok produksi dan metode *cost-plus pricing* untuk perhitungan harga jual produk dengan bantuan *microsoft excell*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga pokok produksi yang diterapkan oleh perusahaan belum tepat sehingga terlalu rendah jika dibandingkan dengan berdasarkan metode *full costing* yang berdampak terlalu rendahnya harga jual jika dibandingkan berdasarkan metode *cost-plus pricing*, serta mengakibatkan tingkat penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan terlalu kecil jika dibandingkan dengan menggunakan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing*.

Kata kunci: harga jual, *full costing*, *cost-plus pricing*.

KATA PENGANTAR

Pujisyukurataskehadirat Allah SWTatassegalaridhodaanrahmat-Nya, PenulisdapatmenyelesaikanpenulisanTugasAkhir (TA) yang berjudul**“PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN METODE COST PLUS PRICING PADA PO BETHAYU”** yang disusunsebagaisyaratakademisdalammenyelesaikanProgram Pendidikan Diploma IV pada Program StudiManajemenBisnisIndustri (MBI) di SekolahTinggiManajemenIndustri (STMI).

PenulismenyadaribahwaTugasAkhir (TA) initidakmungkinterselesaikantanpadukungan, bimbingan, bantuan, sertadoadariberbagaipihakselamapenyusunantugasakhirOleh karena itu, pada kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Achmad Zawawi, MA, MM, selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI).Terimakasihuntukmotivasidendoronganbagipenulis.
2. IbuDra. Sri Daryuni, MM, selakudosenpembimbingTugasAkhir. Terimakasihataswaktudankesabarannyaselama proses bimbinganhinggaPenulisdapatmenyelesaikanlaporanini.
3. Bapak Drs. Pasti Immanuel Bangun, MM, selakuKetuaJurusanManajemenBisnisIndustri (MBI). Terimakasihuntukbantuan, dorongan, danbimbinganpadasayadalam proses penulisanlaporanini.
4. BapakMuhammad Tubagus, selakupemilikPO Bethayu, beserta para karyawan. TerimakasihkarenatelahmemberikanizinkepadaPenulisuntukmelaksanakan PKL danmembantusertamembimbingPenulisdalammengumpulkan data sehinggalaporaninidapatdiselesaikan.
5. SeluruhdosenSekolahTinggiManajemenIndustri (STMI) besertaseluruh staff.

6. Kedua orang tua Penulis, Djirin dan Saniah sebagai motivator utama Penulis. Terima kasih atas semua dukungan, baik moril maupun materil yang diberikan, serta semua doa yang dipanjatkan.
7. Suami dan anak Penulis, Muamar Kadafi dan Adhwa Birrauha Kadafi sebagai motivator utama Penulis. Terima kasih atas semua dukungan yang diberikan serta semua doa yang dipanjatkan
8. Kakak Penulis, Yamal Hidayat, S.T. dan Azri Utama sebagai motivator utama Penulis dalam penyusunan laporan. Terima kasih atas seluruh dukungannya dan kesabarannya dalam menghadapi Penulis yang emosinya tidak stabil selama proses pengerjaan laporan ini.
9. Sahabat penulis, Annisa Prastiwi, Dwi Nurul Ulfa, Dina Rahmawati, dan Nimas Niken Mulyani. Terima kasih atas waktu yang kalian berikan sehingga selama penyusunan laporan ini tidak terasa membosankan.
10. Teman-teman seperjuangan MBI 2011.
11. Semua pihak yang telah berjasa kepada Penulis dalam menyusun laporan ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, Penulis memohon saran dan pendapat yang bersifat membangun demi kesempurnaan Penulis dimasa yang akan datang. Akhir kata, besar harapan Penulis agar laporan ini dapat bermanfaat sekaligus membuka wawasan lebih luas lagi. Kurang lebihnya, Penulis mengucapkan terimakasih.

Jakarta, 25 Agustus 2015

Hikmah Fujiyati

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Pokok Permasalahan dan Rumusan Masalah.....	2
1.3. Tujuan Penelitian	2
1.4. Batasan Masalah.....	3
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Sistematika Penulisan	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1. Pengertian dan Tujuan Akuntansi Biaya	5
2.2. Pengertian Laporan Keuangan.....	5
2.2.1. Tujuan Laporan Keuangan.....	6
2.2.2. Karakteristik Kualitatif Laporan Keuangan	7
2.2.1. Jenis dan Bentuk Laporan Keuangan.....	8
2.4. Pengertian Biaya	13
2.4. Penggolongan Biaya.....	14
2.5. Pengertian Harga.....	19
2.6. pengertian Harga Pokok Produksi.....	21
2.7. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi.....	22
2.8. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi	23
2.9. Metode Penentuan Hara Pokok Produksi.....	24
2.10. Kelebihan dan Kelemahan Metode Full Costing dan Metode Variabel Costing	25
2.11. Keputusan Harga Jual	27
2.12. Metode Penentuan Harga Jual.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1. Jenis Data yang Digunakan.....	34
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	34
3.3. Metode Pengolahan dan Analisis Data	36
3.4. Teknik Analis	34
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	38
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.1. Profil Perusahaan	38
4.1.2. Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.2. Aspek Produksi	40
4.2.1. Jenis Produksi	40
4.2.2. Proses Produksi	40
4.2.3. Bahan Baku dan Penolong	44
4.2.4. Mesin dan Peralatan	45
4.2.5. Layout Perusahaan	50
4.3. Aspek Pemasaran.....	51
4.3.1. Wilayah Pemasaran PO Bethayu	51
4.3.2. Segmen Pasar PO Bethayu.....	51
4.3.3. Saluran Distribusi PO Bethayu	51
4.3.4. Kegiatan Promosi PO Bethayu.....	52
4.4. Aspek Personalia.....	53
4.4.1. Ketenagakerjaan.....	53
4.4.2. Struktur Organisasi PO Bethayu	54
4.4.3. Deskripsi Jabatan PO Bethayu	54
4.4. Aspek Keuangan	55
BAB V PEMBAHASAN	62
5.1. Perbandinga Harga Jual Persahaan dan Metode <i>Cost-Plus Pricing</i>	62
5.2. Selisih Harga Jual Perusahaan dengan Metode <i>Cost-Plus Pricing</i>	63

5.3. Data Penjualan Sebelum dan Sesudah Menggunakan <i>Cost-Plus Pricing</i>	63
5.4. Perbandingan Laporan Laba / Rugi	64
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	65
6.1. Kesimpulan	65
6.2. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Contoh Neraca	10
Tabel 2.2. Contoh Laporan Laba / Rugi	13
Tabel 4.1. Mesin yang Digunakan	45
Tabel 4.2. Peralatan yang Digunakan	49
Tabel 4.3. Data Tenaga Kerja PO Bethayu.....	53
Tabel 4.4. Data Jam Kerja PO Bethayu	53
Tabel 4.5. Data Produksi PO Bethayu	55
Tabel 4.6. Biaya Produksi PO Bethayu	56
Tabel 4.7. Upah Tenaga Kerja Langsung PO Bethayu.....	56
Tabel 4.8. Biaya Penyusutan pada Aktiva Tetap	56
Tabel 4.9. Hasil Perhitungan Biaya <i>Overhead</i> Pabrik PO Bethayu	57
Tabel 4.10. Biaya Pemasaran PO Bethayu	57
Tabel 4.11. Biaya Administrasi dan Umum PO Bethayu	57
Tabel 4.12. Laporan Harga Pokok Penjualan PO Bethayu.....	58
Tabel 4.13. Laporan Laba / Rugi PO Bethayu.....	59
Tabel 4.14. Laporan Neraca PO Bethayu	60
Tabel 4.15. Laporan Perubahan Modal PO Bethayu	60
Tabel 4.16. Laporan Laba / Rugi dengan Metode <i>Cost-Plus Pricing</i>	61
Tabel 5.1. Harga Jual Perusahaan.....	62
Tabel 5.2. Harga Jual dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i>	62
Tabel 5.3. Selisih Harga Jual	63
Tabel 5.4. Data Penjualan sebelum metode <i>Cost Plus Pricing</i>	63
Tabel 5.5. Data Penjualan Sesudah metode <i>Cost Plus Pricing</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.	Proses Penelitian	36
Gambar 4.1.	Proses Produksi Kemeja.....	41
Gambar 4.2.	Pembuatan Desain	41
Gambar 4.3.	Pembuatan Pola.....	42
Gambar 4.4.	<i>Cutting</i>	42
Gambar 4.5.	Proses <i>Sewing</i> (Penjahitan)	43
Gambar 4.6.	Proses <i>Finishing</i>	44
Gambar 4.7.	Bahan TC	44
Gambar 4.8.	Kancing	44
Gambar 4.9.	Kain Merah	44
Gambar 4.10.	Benang Jahit	45
Gambar 4.11.	Benang Obras	45
Gambar 4.12.	Mesin Jahit Jarum Tunggal	46
Gambar 4.13.	Mesin Obras Benang 4	46
Gambar 4.14.	Mesin Obras Benang 5	46
Gambar 4.15.	Mesin <i>Opnasel</i>	47
Gambar 4.16.	Mesin Zig zag.....	47
Gambar 4.17.	Mesin Sulaman.....	47
Gambar 4.18.	Mesin Potong	48
Gambar 4.19.	Mesin Lobang Kancing	48
Gambar 4.20.	Mesin Kancing	48
Gambar 4.21.	Mesin Setrika	49
Gambar 4.22.	<i>Layout</i> Perusahaan	50
Gambar 4.23.	Saluran Distribusi PO Bethayu	52
Gambar 4.24.	Struktur Organisasi PO Bethayu	54

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industrialisasi adalah suatu proses perubahan social ekonomi yang mengubah system pencaharian masyarakat agraris menjadi masyarakat industri. Industrialisasi juga bisa diartikan sebagai suatu keadaan dimana masyarakat berfokus pada ekonomi yang meliputi pekerjaan yang semakin beragam (spesialisasi), gaji, dan penghasilan yang semakin tinggi. Industrialisasi adalah bagian dari proses modernisasi dimana perubahan social dan perkembangan ekonomi erat hubungannya dengan inovasi teknologi.

Sektor industri dewasa ini telah maju begitu pesat seiring dengan berkembangnya teknologi, baik di Indonesia maupun dalam lingkup internasional. Hal tersebut menuntut para penggerak industri untuk meningkatkan kinerjanya baik dari segi manajemen perusahaan maupun kegiatan operasinya agar perusahaan dapat mencapai tujuan perusahaannya dan kokoh berdiri menghadapi ketatnya persaingan antarindustri.

Untuk mewujudkan hal tersebut, sebuah perusahaan diharuskan untuk meningkatkan efektivitas serta efisiensi pada proses bisnisnya. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk memproduksi produknya dengan sebanyak-banyaknya, tetapi juga dituntut untuk menggunakan metode yang tepat dalam menghitung biaya produksi dan biaya operasional atau biaya usaha. Apabila perhitungan harga jual kurang tepat, maka akan terjadinya kerugian. Jika nantinya harga jual terlalu tinggi untuk dijual maka produk tidak diminati oleh konsumen. Sebaliknya, jika harga jual terlalu rendah memang akan menarik minat konsumen untuk membeli produknya, tetapi hasil penjualan tersebut tidak akan mampu untuk

menutup biaya produksi jika keadaan ini terus berlanjut dan pada akhirnya dapat menyebabkan kebangkrutan pada perusahaan.

PO Bethayu adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi kemeja. Dari pengamatan yang dilakukan, selama ini perusahaan menetapkan harga jual dengan menambahkan persentase tertentu terhadap harga pokok produksi. Namun belum diketahui apakah hasil perhitungan harga pokok produksi tersebut sudah tepat sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi apakah harga pokok produksi yang dihitung oleh perusahaan tersebut telah sesuai dihitung dengan menggunakan metode yang ditetapkan dalam prinsip-prinsip akuntansi, dan sekaligus menilai kewajaran harga jual yang ditetapkan selama ini. Berdasarkan alasan tersebut, maka penelitian ini diberi judul “PENENTUAN HARGA JUAL BERDASARKAN METODE COST PLUS PRICING PADA PO BETHAYU”.

1.2. Pokok Permasalahan dan Rumusan Masalah

Selama ini perusahaan menetapkan harga jual produk dengan menambahkan persentase tertentu. Jadi perusahaan ingin merencanakan peningkatan pendapatan melalui harga jual. Dengan demikian, rumusan masalahnya adalah:

Bagaimana menetapkan harga jual?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penetapan harga jual dengan metode *cost plus pricing*.
2. Untuk mengetahui keuntungan tahun 2014 dengan metode *cost plus pricing* dan dengan metode menurut perusahaan.

1.4. Batasan Masalah

Agar penelitian ini mempunyai alur perhatian yang jelas dan tidak menyimpang dari pembahasan dan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, maka batasan masalah adalah:

1. Penelitian adalah untuk produk kemeja lengan panjang periode kegiatan tahun 2014.
2. Metode penelitian bersifat deskriptif, artinya hanya menggambarkan keadaan yang terjadi.
3. Perhitungan harga jual produk dilakukan dengan metode *cost-plus pricing*.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengetahui apakah penghitungan biaya produksi sudah tepat dan dampaknya terhadap harga jual produk yang ditetapkan.

2. Bagi Mahasiswa

Agar dapat lebih memahami dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah penulis dapat untuk mempraktekkannya langsung ke lapangan kerja.

1.6. Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini akan dituangkan ke dalam buku laporan penelitian yang disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, pokok permasalahan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi dasar-dasar teori atau konsep yang digunakan sebagai dasar pemikiran ilmiah untuk membahas dan menganalisa permasalahan yang ada.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi uraian tentang metode yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi jenis data yang dibutuhkan, sumber data, teknik pengumpulan data, metode pengolahan data, dan teknik analisis.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi hasil pengumpulan data yang dibutuhkan serta hasil pengolahannya sesuai dengan metode yang digunakan.

BAB V : PEMBAHASAN

Berisi analisis dan pembahasan terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada Bab IV, untuk menjawab rumusan masalah yang diutarakan pada Bab I (Pendahuluan).

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang dipandang perlu untuk disampaikan kepada pihak perusahaan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian dan Tujuan Akuntansi Biaya

Akuntansi biaya adalah suatu bidang yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur, dan melaporkan tentang informasi biaya yang digunakan. Di samping itu akuntansi biaya juga membahas tentang penentuan harga pokok dari suatu produk yang diproduksi dan dijual di pasar, baik guna memenuhi keinginan pemesan maupun menjadi persediaan barang dagangan yang akan dijual.

Tujuan atau manfaat akuntansi biaya adalah menyediakan salah satu informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan, yaitu informasi biaya yang bermanfaat untuk:

1. perencanaan
2. Pengendalian
3. Penetapan harga jual
4. Pengambilan keputusan.

2.2. Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi suatu perusahaan, dimana selanjutnya itu akan menjadi suatu informasi yang menggambarkan tentang kinerja suatu perusahaan.

Di sisi lain laporan keuangan merupakan informasi yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan dalam periode tertentu yang dapat dijadikan suatu informasi bagi para pengguna untuk proses melakukan pengambilan keputusan di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

Lebih lanjut Munawir mengatakan “laporan keuangan merupakan informasi yang diharapkan mampu memberikan bantuan kepada pengguna untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial”.

Laporan keuangan memberikan pandangan mengenai status perusahaan sekarang dan mengembangkan kebijakan dan strategi yang akan datang. Bagaimana pun juga, harap diperhatikan bahwa manajemen juga bertanggung jawab untuk menyusun laporan keuangan.

Suatu laporan tahunan korporat terdiri dari empat laporan keuangan pokok” yaitu :

1. Neraca menunjukkan posisi keuangan (aktiva, hutang, dan modal) suatu perusahaan pada tanggal tertentu, seperti akhir triwulan atau akhir tahun.
2. Laporan Rugi-Laba menyajikan hasil usaha (pendapatan, beban, laba atau rugi bersih) untuk periode akuntansi tertentu.
3. Laporan Modal merekonsialisasi saldo awal dan akhir semua akun yang ada dalam seksi modal pemegang saham pada neraca.
4. Laporan Arus Kas memberikan informasi tentang arus kas masuk dan keluar dari kegiatan operasi, pendanaan, dan investasi selama suatu periode akuntansi.

Lengkap tidaknya penyajian laporan keuangan tergantung dari kondisi perusahaan dan keinginan pihak manajemen untuk mengkajinya. Di samping itu, juga tergantung dari kebutuhan dan tujuan perusahaan dan memenuhi kepentingan pihak-pihak lainnya. Hanya saja yang sudah pasti dibuat adalah neraca dan laporan rugi-laba, sedangkan laporan perubahan modal (modal) akan dibuat juga memang diperlukan.

2.2.1 Tujuan Laporan Keuangan

Laporan keuangan disusun dengan tujuan untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi”. Informasi mengenai posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan sangat diperlukan untuk

dapat melakukan evaluasi atas kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kas, dan waktu serta kepastian dari hasil tersebut.

Laporan Keuangan secara umum bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun pada periode tertentu, yang mampu memberikan informasi keuangan pada pihak dalam dan luar perusahaan yang memiliki kepentingan pada perusahaan tersebut.

Berikut ini, beberapa tujuan pembuatan atau penyusunan laporan keuangan yaitu :

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada suatu periode tertentu.
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu periode.
7. Memberikan informasi tentang catatan atas laporan keuangan.

2.2.2 Karakteristik Kualitatif Laporan Keuangan

Karakteristik kualitatif laporan keuangan merupakan ciri khas yang membuat informasi dalam laporan keuangan tersebut berguna bagi para pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi. Karakteristik kualitatif laporan keuangan ini meliputi karakteristik yang dapat dipahami, relevan, keandalan dan dapat diperbandingkan.

a. Dapat Dipahami

Kualitas penting informasi yang ditampung dalam laporan keuangan adalah kemudahannya untuk segera dapat dipahami oleh para pemakai.

b. Relevan

Informasi harus relevan untuk memenuhi kebutuhan para pemakai dalam proses pengambilan keputusan. Informasi memiliki kualitas relevan apabila informasi tersebut dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakai dengan membantu mereka mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini atau masa depan, menegaskan atau mengoreksi, hasil evaluasi mereka di masa lalu.

c. Keandalan

Informasi mempunyai kualitas andal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material dan dapat diandalkan pemakainya sebagai penyajian yang tulus dan jujur dari yang seharusnya disajikan atau yang secara wajar diharapkan dapat disajikan. Agar dapat diandalkan, informasi yang disajikan dalam laporan keuangan harus lengkap dalam batasan materialitas dan biaya. Kesengajaan tidak mengungkapkan dapat mengakibatkan informasi menjadi tidak benar dan menyesatkan.

d. Dapat Dibandingkan

Para pemakai laporan keuangan harus dapat memperbandingkan laporan keuangan perusahaan antarperiode untuk mengidentifikasi kecenderungan posisi keuangan dan kinerja perusahaan.

2.2.3 Jenis dan Bentuk Laporan Keuangan

1. Neraca

Neraca, disebut juga laporan kondisi atau laporan posisi keuangan, menyediakan informasi yang berharga tentang bisnis perusahaan, khususnya bilamana diteliti dalam periode beberapa tahun dan di evaluasi dengan laporan keuangan lainnya. Neraca menunjukkan kondisi keuangan atau posisi keuangan suatu perusahaan pada suatu tanggal tertentu.

Laporan ini adalah suatu ikhtisar tentang apa yang dimiliki perusahaan (aktiva) dan apa yang merupakan kewajiban perusahaan kepada pihak luar (hutang) dan kepada pemilik perusahaan.

Menurut definisi, saldo akun pada suatu neraca haruslah seimbang, jadi, total semua aktiva harus sama dengan jumlah kewajiban dan modal. Ketiga hal tersebut (aktiva, kewajiban dan modal) menjadi tiga unsur neraca dan masing-masing unsur tersebut dapat disubklasifikasikan sebagai berikut :

a. Aktiva, yang merupakan sumber daya yang dikuasai perusahaan (harta atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan), baik pada saat tertentu maupun periode tertentu. Adapun subklasifikasi aktiva antara lain:

- ✓ Aktiva lancar, yaitu aktiva yang manfaat ekonominya diharapkan akan diperoleh dalam waktu satu tahun atau kurang (atau siklus operasi normal), misalnya kas, piutang dan persediaan.
- ✓ Aktiva tetap, aktiva yang memiliki substansi (wujud) fisik, digunakan dalam operasi normal perusahaan (tidak dimaksudkan untuk dijual) dan memberikan manfaat ekonomi lebih dari satu tahun. Misalnya tanah, gedung, kendaraan, dan mesin serta peralatan.

b. Kewajiban, yang merupakan hutang perusahaan masa kini dan dapat disubklasifikasikan sebagai berikut :

- ✓ Kewajiban (Hutang) Lancar, yaitu kewajiban yang penyelesaiannya diharapkan mengakibatkan arus keluar dari sumber daya perusahaan (yang memiliki manfaat ekonomi) dalam jangka waktu satu tahun atau kurang (siklus operasi normal). Termasuk dalam kategori kewajiban ini misalnya hutang dagang, hutang gaji dan upah, hutang pajak, dan hutang biaya atau beban lainnya yang belum dibayar.

- ✓ Kewajiban (Hutang) Jangka Panjang, yaitu kewajiban yang penyelesaiannya diharapkan akan mengakibatkan arus keluar dari sumber daya perusahaan (yang memiliki manfaat ekonomi) dalam jangka waktu lebih dari satu tahun. Termasuk dalam kategori kewajiban ini misalnya hutang obligasi, hutang hipotik dan hutang bank atau kredit investasi.
- a. Modal, yaitu merupakan bagian hak pemilik dalam perusahaan yang merupakan selisih antara aktiva dan kewajiban yang ada. Dan dalam perusahaan modal merupakan modal yang dimiliki pemilik.

Tabel 2.1 Contoh neraca
PT. X
Neraca
Per 31 Desember

Keterangan	Tahun	
	2001	2002
Aktiva Lancar		
Kas	2.550	2.380
Surat berharga	0.500	0.500
Piutang	14.450	17.000
Persediaan barang	19.210	20.400
Total Aktiva Lancar	36.210,5	39.780,5
Aktiva Tetap		
Tanah	3.400	3.400
Gedung dan mesin	19.040	20.910
Penyusutan gedung dan mesin	(11.560)	(12.410)
Total Aktiva Tetap	7.480	8.500
Total Aktiva	43.690,5	48.280,5
Utang Lancar		
Utang dagang	5.440	5.100
Wesel bayar	1.530	5.780

Gaji yang akan dibayar	6.460	5.270
Utang lain - lain	0.850	0.850
Total Utang Lancar	13.430,85	16.150,85
Modal		
Modal saham	15.828,8	16.064,65
Laba ditahan	14.430,85	16.065
Total Modal	30.259,65	32.129,65
Total Utang dan Modal	43.690,5	48.280,5

2. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi juga disebut “laporan pendapatan”, menyajikan pendapatan, beban, laba bersih, dan laba per saham untuk suatu periode akuntansi, biasanya setahun atau satu triwulan. Laporan laba rugi merupakan salah satu dari banyak bagian suatu paket laporan keuangan dan seperti bagian lainnya, laporan laba rugi merupakan bagian dari produk berbagai pilihan, estimasi, pertimbangan akuntansi luas yang mempengaruhi hasil yang dilaporkan, seperti halnya kebijakan bisnis, kondisi ekonomi, dan banyak variabel yang mempengaruhi hasil yang dilaporkan.

Untuk dapat menggambarkan informasi mengenai potensi (kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu), laporan laba rugi mempunyai dua unsur, yaitu penghasilan dan beban, yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Penghasilan, yang diartikan sebagai kenaikan manfaat ekonomi dalam bentuk pemasukan atau peningkatan aktiva atau penurunan kewajiban (yang menyebabkan kenaikan modal selain yang berasal dari kontribusi pemilik) perusahaan selama periode tertentu dapat disubklasifikasikan menjadi :

- ✓ Pendapatan, yaitu penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas yang biasa dan yang dikenal dengan sebutan yang

berbeda, seperti misalnya penjualan barang dagang, penghasilan jasa, pendapatan bunga, pendapatan dividen, royalti, dan sewa.

- ✓ Keuntungan, yaitu pos lain yang memenuhi definisi penghasilan dan mungkin timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang rutin misalnya pos yang timbul dalam pengalihan aktiva lancar, revaluasi sekuritas, kenaikan jumlah aktiva jangka panjang.
- b. Beban, yang diartikan sebagai penurunan manfaat ekonomi dalam bentuk arus kas keluar, penurunan aktiva, atau kewajiban (yang menyebabkan penurunan ekonomis yang tidak menyangkut pembagian kepada pemilik perusahaan selama periode tertentu, dapat disubklasifikasikan menjadi :
- ✓ Beban yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa (yang berbentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva seperti kas, persediaan, aktiva tetap), yang meliputi misalnya harga pokok penjualan, gaji dan upah, serta penyusutan.
 - ✓ Kerugian, yang mencerminkan pos lain yang memenuhi definisi beban yang timbul atau tidak timbul dari aktivitas perusahaan yang jarang terjadi, seperti misalnya rugi karena bencana kebakaran, banjir atau pelepasan aktiva tidak lancar.
 - ✓ Selisih antara total penghasilan dan beban disebut penghasilan bersih (laba). Di dalam laporan laba rugi, keuntungan dan kerugian biasanya disajikan secara terpisah, sehingga akan memberikan informasi yang lebih baik dalam pengambilan keputusan ekonomi.

**Tabel 2.2 Contoh Laporan Laba Rugi
PT. X**

Laporan Laba Rugi
Per 31 Desember

	Keterangan	Tahun	
		2001	2002
	Penjualan	81.600	86.700
	Harga Pokok Penjualan	(60.790)	(64.600)
	Laba Kotor	20.810	22.100
	Biaya Penjualan	(4.900)	(5.100)
	Biaya Penyusutan	(800)	(850)
	Biaya Administrasi dan Umum	(9.200)	(9.350)
	Laba Operasi Bersih	5.910	6.800
2.3.	Biaya Bunga	-	-
Pe	Pendapatan Sebelum Pajak	5.910	6.800
ngertian	Pajak Pendapatan	591	680
Biaya	Laba Bersih	5.319	6.120

Menurut Bustami dan Nurlela (2007:4), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Kuswadi (2005:19), biaya didefinisikan sebagai semua pengeluaran untuk mendapatkan barang atau jasa dari pihak ketiga. Pada dasarnya, perhitungan biaya mempunyai empat tujuan pokok, yaitu menilai persediaan, menghitung laba, dan maksud untuk perencanaan dan pengendalian. Dengan adanya informasi biaya yang lengkap, maka pimpinan perusahaan dapat lebih menyempurnakan lagi prosedur dan kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan untuk masa yang akan datang.

2.4. Penggolongan Biaya

Penggolongan adalah proses mengelompokkan secara sistematis atas keseluruhan elemen yang ada ke dalam golongan-golongan tertentu

yang lebih ringkas untuk dapat memberikan informasi yang lebih punya arti atau lebih penting.

Akuntansi biaya bertujuan untuk menyajikan informasi biaya yang akurat dan tepat bagi manajemen dalam mengelola perusahaan atau divisi secara efektif. Oleh karena itu, biaya perlu digolongkan sesuai dengan tujuan apa informasi biaya tersebut digunakan, sehingga dalam penggolongan biaya dapat digunakan suatu konsep “*Different Cost Different Purposes*”, artinya berbeda biaya berbeda tujuan.

Menurut Supriyono (2013:18), penggolongan biaya yang sering dilakukan adalah:

1. Penggolongan biaya sesuai dengan fungsi pokok dari kegiatan perusahaan.

Fungsi pokok dari kegiatan perusahaan-perusahaan dapat digolongkan ke dalam biaya produksi dan biaya non-produksi. Biaya produksi terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Sedangkan biaya non-produksi terdiri dari biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, dan biaya keuangan. Adapun penjelasan lebih rinci adalah sebagai berikut.

- 1.1. Biaya produksi

Biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.

- a. Biaya bahan baku

Bahan adalah barang yang akan diproses atau diolah menjadi produk selesai, atau barang yang akan merupakan bagian dari produk selesai. Bahan dapat digolongkan ke dalam bahan baku (*direct material*) dan bahan penolong (*indirect material*).

Bahan baku adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk selesai dan pemakaiannya dapat diidentifikasi pada produk

tersebut. Biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai di dalam pengolahan produk.

Biaya Bahan Baku adalah harga perolehan (harga pokok) seluruh substansi / materi pokok yang terdapat pada barang jadi. Bahan baku merupakan bagian Barang jadi yang dapat ditelusur keberadaannya. Bahan baku pada sebuah pabrik dapat berasal dari Barang jadi pabrik yang lain. Biaya bahan baku langsung adalah semua biaya bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk.

Bahan penolong adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk selesai tetapi pemakaiannya tidak dapat diikuti jejaknya pada produk selesai tersebut, atau nilainya relative kecil sehingga meskipun dapat diikuti jejak pemakaiannya menjadi tidak praktis atau bermanfaat. Biaya bahan penolong adalah harga perolehan bahan penolong yang dipakai di dalam pengolahan produk. Dalam menghitung harga pokok produk, biaya bahan penolong diperlakukan sebagai elemen biaya *overhead* pabrik.

b. Biaya tenaga kerja langsung

Tenaga kerja adalah semua karyawan perusahaan yang memberikan jasa kepada perusahaan. Biaya tenaga kerja adalah semua balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada semua karyawan. Biaya tenaga kerja di pabrik digolongkan ke dalam biaya tenaga kerja langsung dan biaya tenaga kerja tidak langsung.

Biaya tenaga kerja langsung (*direct labor*) adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang digunakan dalam mengubah atau mengkonversi bahan baku menjadi produk selesai dan dapat ditelusuri secara langsung kepada produk selesai.

Biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*) adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik yang membantu

dalam pengolahan produk selesai, tetapi tidak dapat ditelusuri kepada produk selesai.

c. Biaya *overhead* pabrik (*factory overhead cost*)

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja tidak langsung, yang elemennya dapat digolongkan ke dalam biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, penyusutan dan amortisasi aktiva tetap pabrik, reparasi dan pemeliharaan aktiva tetap pabrik, biaya listrik dan air pabrik, biaya asuransi atas asset tetap pabrik, dan biaya *overhead* lain-lain.

Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya *overhead* pabrik :

- a. Biaya tenaga kerja tidak langsung, seperti Upah pengawas, mandor, mekanik, bagian reparasi, dll.
- b. Biaya bahan penolong, yaitu macam-macam bahan yang digunakan dalam proses pengolahan, tetapi kuantitasnya sangat kecil dan tidak dapat ditelusur keberadaannya pada barang jadi.
- c. Biaya penyusutan gedung pabrik, biaya penyusutan mesin, dll.

1.2. Biaya non-produksi

Biaya non-produksi adalah biaya yang tidak berhubungan dengan proses produksi. Biaya non-produksi ini disebut dengan biaya komersial atau biaya operasi, yang terdiri dari biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum, dan biaya keuangan.

a. Biaya pemasaran

Biaya pemasaran atau biaya penjualan adalah biaya yang dikeluarkan apabila produk selesai dan siap dipasarkan ke tangan konsumen. Contohnya yaitu biaya iklan, promosi, pengiriman barang, gaji bagian penjualan, dll.

b. Biaya administrasi dan umum

Biaya administrasi dan umum adalah biaya yang dikeluarkan dalam hubungan dengan kegiatan penentu kebijakan, pengarahannya, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan agar dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Contohnya yaitu gaji pimpinan, gaji administrasi kantor, sewa kantor, penyusutan kantor, biaya alat tulis, dll.

c. Biaya keuangan

Biaya keuangan adalah biaya yang muncul dalam melaksanakan fungsi-fungsi keuangan. Contohnya yaitu biaya bunga.

2. Penggolongan biaya sesuai dengan perubahannya terhadap volume produksi.

Penggolongan biaya sesuai dengan perubahannya terhadap volume produksi dapat dikelompokkan menjadi elemen:

a. Biaya tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap selama periode waktu tertentu meskipun terjadi perubahan besar dalam total kegiatan atau volume yang berkaitan dengan biaya tetap tersebut.

b. Biaya variabel (*variable cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang totalnya berubah secara proporsional terhadap perubahan total kegiatan atau volume yang berkaitan dengan biaya variabel tertentu.

c. Biaya Semi Variabel

Biaya semi variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, tetapi sifat perubahannya tidak sebanding.

3. Penggolongan biaya sesuai dengan objek atau pusat biaya yang dibiayai.

Penggolongan biaya atas dasar objek biaya atau pusat biaya dapat digolongkan menjadi:

a. Biaya langsung (*direct cost*)

Biaya langsung adalah biaya yang langsung dibebankan kepada objek atau produk tertentu.

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang sulit atau tidak dapat dibebankan secara langsung dengan unit produksi.

4. Penggolongan biaya sesuai dengan periode waktu.

Penggolongan biaya sesuai dengan periode waktu, biaya dapat digolongkan ke dalam elemen berikut ini:

a. Biaya pengeluaran modal

Biaya pengeluaran modal adalah biaya yang dikeluarkan untuk memberikan manfaat di masa depan dan dalam jangka waktu yang panjang dan dilaporkan sebagai aktiva. Contohnya yaitu pembelian mesin dan peralatan.

b. Biaya pengeluaran pendapatan

Biaya pengeluaran pendapatan adalah biaya yang memberikan manfaat untuk periode sekarang dan dilaporkan sebagai beban. Contohnya yaitu mesin atau peralatan yang dibeli apabila dikonsumsi akan kehilangan kegunaan dan akan menimbulkan apa yang disebut dengan penyusutan. Penyusutan ini disebut sebagai pengeluaran pendapatan yang akan dilaporkan sebagai beban.

5. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan.

Untuk tujuan pengambilan keputusan oleh manajemen, biaya dapat dikelompokkan di dalam:

a. Biaya relevan

Biaya relevan adalah biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, biaya tersebut harus diperhitungkan di dalam pengambilan keputusan.

b. Biaya tidak relevan

Biaya tidak relevan adalah biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, biaya ini tidak perlu diperhitungkan dalam proses pengambilan keputusan.

2.5. Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu dari empat variable *marketing mix* perusahaan yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Harga suatu barang atau jasa itu mencerminkan nilai moneterinya, tetapi jumlah yang harus dibayar oleh pembeli tidak terlalu sebanyak nilai tersebut (menurut nilai intrinsiknya). Dari tinjauan ekonomi, nilai barang atau jasa hanya dapat diukur menurut apa yang akan dibayar orang atau pemasaran *tersebut*.

Penetapan harga (*pricing*) merupakan suatu kategori pemasaran yang tidak harus dicampur-adukan dengan istilah harga. Penetapan harga adalah seni menerjemahkan nilai produk ke dalam istilah-istilah kuantitatif (rupiah) kepada pembeli pada suatu saat.

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kali mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Dalam perekonomian harga pasar sebuah barang dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, dan laba atas pembayaran faktor-faktor produksi (tenaga kerja, tanah, modal, dan kewiraswastaan). Dalam cara tersebut harga menjadi suatu pengatur dasar pada system perekonomian secara keseluruhan, karena mempengaruhi alokasi sumber-sumber yang ada. Suatu tingkat dapat menarik tenaga kerja lebih banyak. Begitu pula pada tingkat bunga yang tinggi, akan menarik modal lebih besar.

Dalam perusahaan harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan

perusahaan dan juga mempengaruhi *market share*-nya. Bagi perusahaan harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih. Harga suatu barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan. Dalam perencanaan barang misalnya, manajemen ingin selalu meningkatkan kualitas barang yang dihasilkannya. Keputusan itu hanya dibenarkan hanya apabila pasarnya dapat menerima suatu tingkat harga yang cukup tinggi menurut biaya-biaya dalam meningkatkan kualitasnya.

Pada umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga produknya. Tujuan tersebut antara lain:

- a. Mendapatkan laba maksimum
- b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih
- c. Mencegah atau mengurangi persaingan
- d. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

Bilamana tujuan penetapan harga sudah ditentukan, maka manajemen dapat mengalihkan pada prosedur penentuan harga barang atau jasa yang ditawarkan. Tidak semua perusahaan menggunakan prosedur yang sama. Prosedur penentuan harga yang dipakai disini meliputi enam tahap, yaitu:

- a. Mengestimasi permintaan untuk barang tersebut
- b. Mengetahui lebih dulu reaksi dalam persaingan
- c. Menentukan *market share* yang dapat diharapkan
- d. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar
- e. Mempertimbangkan kebijakan pemasaran perusahaan, dan
- f. Memilih harga tertentu

Penetapan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi justru harga yang menentukan biaya dari perusahaan. Penjual dapat menentukan harga

sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut dalam persaingan atau dapat pula ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.

2.6. Pengetian Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi adalah kumpulan biaya produksi yang terdiri dari bahan baku langsung, tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik ditambah persediaan produk dalam proses awal dan dikurang persediaan produk dalam proses akhir. Harga pokok produksi akan sama dengan biaya produksi apabila tidak ada persediaan produk dalam proses awal dan akhir.

Penetapan harga pokok produksi yang tepat sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Terdapat dua kemungkinan yang akan ditemui oleh perusahaan jika tidak teliti dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi, yaitu:

1. Harga pokok yang diperhitungkan terlalu rendah.

Rendahnya harga pokok yang ditetapkan dapat merugikan perusahaan itu sendiri karena harga pokok yang rendah akan menyebabkan harga jualnya pun menjadi rendah. Walaupun perusahaan dapat menjual dengan cepat karena harga jualnya yang terlalu rendah, tetapi perusahaan dapat merugi karena keuntungan yang didapat tidak menutupi biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk tersebut.

2. Harga pokok yang diperhitungkan terlalu tinggi.

Tingginya harga pokok akan menimbulkan masalah bagi perusahaan karena harga pokok yang tinggi akan menyebabkan harga jual produk menjadi mahal, sehingga akan sulit bagi perusahaan untuk memasarkan produknya dan kalah dalam bersaing dengan perusahaan lain.

2.7. Manfaat Informasi Harga Pokok Produksi

Menurut Mulyadi (2005:65), informasi harga pokok produksi atas suatu produk yang dihitung untuk jangka waktu tertentu bermanfaat bagi manajemen untuk:

1. Menentukan harga jual produk.

Perusahaan yang memproduksi massa memproses produknya untuk memenuhi persediaan di gudang. Dengan demikian biaya produksi dihitung untuk jangka waktu tertentu untuk menghasilkan informasi biaya produksi per satuan produk. Dalam penetapan harga jual produk, biaya produksi per unit merupakan salah satu informasi yang dipertimbangkan disamping informasi biaya lain serta informasi non-biaya.

2. Memantau realisasi biaya produksi.

Akuntansi biaya digunakan untuk mengumpulkan informasi biaya produksi yang dikeluarkan dalam jangka waktu tertentu untuk memantau apakah proses produksi mengkonsumsi total biaya produksi sesuai dengan yang diperhitungkan sebelumnya.

3. Menghitung laba atau rugi bruto periode tertentu.

Informasi laba atau rugi bruto periodik diperlukan untuk mengetahui kontribusi produk dalam menutup biaya non-produksi dan menghasilkan laba atau rugi.

4. Menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca.

Di dalam neraca, manajemen harus menyajikan harga pokok persediaan produk jadi dan harga pokok produk yang dalam tanggal neraca masih dalam proses. Untuk tujuan tersebut manajemen perlu menyiapkan catatan biaya produksi tiap periode. Berdasarkan catatan biaya produksi tiap periode tersebut manajemen dapat menentukan

biaya produksi yang melekat pada produk jadi yang belum terjual pada tanggal neraca.

2.8. Metode Pengumpulan Harga Pokok Produksi

Menurut Supriyono (2013:36), secara ekstrim pola pengumpulan harga pokok dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Metode harga pokok pesanan (*job order cost method*)

Metode harga pokok pesanan adalah metode pengumpulan harga pokok produk di mana biaya dikumpulkan untuk setiap pesanan atau kontrak atau jasa secara terpisah, dan setiap pesanan atau kontrak dapat dipisahkan identitasnya. Atas dasar pesanan penjualan akan dibuat perintah produksi untuk melaksanakan kegiatan produksi sesuai yang dipesan oleh pembeli.

Pada harga pokok pesanan, harga pokok dikumpulkan untuk setiap pesanan sesuai dengan biaya yang dinikmati oleh setiap pesanan, jumlah biaya produksi setiap pesanan akan dihitung pada saat pesanan selesai.

2. Metode harga pokok proses (*process cost method*)

Metode harga pokok proses adalah metode pengumpulan harga pokok produk di mana biaya dikumpulkan untuk setiap satuan waktu tertentu, misalnya bulan, triwulan, semester, dan tahun. Pada metode harga pokok proses perusahaan menghasilkan produk yang homogen, bentuk produk bersifat standar, dan tidak tergantung dengan spesifikasi yang diminta oleh pembeli, sehingga produksi dapat dilakukan secara terus-menerus. Kegiatan produksi perusahaan ditentukan oleh *budget* produksi atau *schedule* produksi untuk satuan waktu tertentu yang sekaligus dipakai dasar oleh bagian produksi untuk melaksanakan produksi.

Tujuan produksinya yaitu untuk mengisi persediaan yang selanjutnya akan dijual kepada pembeli. Jumlah biaya pada harga pokok proses dihitung setiap akhir periode dengan menjumlah semua elemen biaya yang dinikmati produk dalam satuan waktu yang bersangkutan.

2.9. Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Menurut Bustami & Nurlela (2007:48), penentuan harga pokok adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan atau jasa, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi atau hanya memasukkan unsur biaya produk variabel saja. Dalam penentuan harga pokok tersebut dapat digunakan dengan dua cara yaitu:

1. Metode kalkulasi biaya penuh (*full costing*)

Kalkulasi biaya penuh adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk dengan memperhitungkan semua biaya produksi. Pada metode ini, biaya *overhead* pabrik dibebankan kepada produk jadi atau harga pokok penjualan berdasarkan tarif yang ditentukan pada aktivitas normal atau aktivitas yang sesungguhnya terjadi. Metode *full costing* memperhitungkan biaya tetap karena biaya ini dianggap melekat pada harga pokok persediaan barang jadi maupun persediaan barang dalam proses yang belum terjual dan dianggap harga pokok penjualan jika produk tersebut sudah habis terjual. Dengan demikian, biaya produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur-unsur biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* tetap. Sebagai ilustrasi, di bawah ini disajikan contoh.

Biaya bahan baku	Rp	500
Biaya tenaga kerja langsung	Rp	350
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Rp	200
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp	100 +
Biaya produksi	Rp	1150

2. Metode kalkulasi biaya variabel (*variable costing*)

Kalkulasi biaya variabel adalah suatu metode dalam penentuan harga pokok suatu produk, hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel saja. Dalam metode ini, biaya *overhead* tetap tidak diperhitungkan sebagai biaya produksi, tetapi biaya *overhead* tetap akan diperhitungkan sebagai biaya periode yang akan dibebankan dalam laporan laba-rugi

tahun berjalan. Dengan demikian, biaya produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari unsur-unsur biaya produksi berikut ini.

Biaya bahan baku	Rp	500
Biaya tenaga kerja langsung	Rp	350
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	Rp	200 +
Biaya produksi	Rp	<u>1050</u>

2.10. Kelebihan dan Kelemahan Metode *Full Costing* dan Metode *Variable Costing*

1. Kelebihan dan kelemahan metode *full costing*.

Adapun kelebihan metode *full costing* adalah:

- Metode *full costing* mampu menyajikan laporan keuangan sesuai dengan prinsip akuntansi Indonesia yang menghendaki kewajaran laporan keuangan kepada pihak eksternal perusahaan. Prinsip akuntansi Indonesia mengikuti konsep penentuan harga pokok penuh, karena harga pokok berarti jumlah pengeluaran langsung atau tidak langsung untuk menghasilkan barang/jasa di dalam kondisi dan tempat di mana barang/jasa tersebut dijual.
- Metode *full costing* lebih mudah dan sederhana dalam penghitungannya karena memasukkan semua biaya tanpa harus memisahkan biaya ke dalam biaya tetap dan biaya variable.

Sedangkan kelemahan metode *full costing* adalah:

- Metode *full costing* tidak layak digunakan untuk keputusan jangka pendek karena metode *full costing* ini memasukkan seluruh elemen biaya dalam penghitungan harga pokok produk, baik biaya variable, maupun biaya tetap atau *period cost*. Sedangkan dalam pembuatan keputusan jangka pendek yang menyangkut perubahan volume kegiatan *period cost* tidak relevan karena tidak berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan.
- Data biaya yang disajikan oleh konsep penentuan harga pokok *full costing* sering tidak relevan untuk tujuan pengendalian manajemen

jangka pendek. Dalam *full costing*, biaya *overhead* pabrik tetap diperhitungkan dalam tariff biaya *overhead* pabrik dan dibebankan sebagai unsur biaya produksi. Oleh karena itu manajemen kehilangan perhatian terhadap *period cost* atau biaya *overhead* pabrik tetap tertentu yang dapat dikendalikan karena *full costing* tidak memperhatikan elemen biaya *overhead* pabrik yang dapat dikendalikan dan tidak dapat dikendalikan.

2. Kelebihan dan kelemahan metode *variable costing*.

Adapun kelebihan penggunaan metode *variable costing* dalam penentuan harga pokok produksi, antara lain:

- a. Metode *variable costing* mampu menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi manajemen dalam perencanaan laba jangka pendek. Hal ini dimungkinkan karena dalam jangka pendek biaya tetap tidak relevan karena tidak terpengaruh oleh pengambilan keputusan yang dilakukan manajemen.
- b. Metode *variable costing* mampu menyajikan dampak pengambilan keputusan jangka pendek apabila keputusan tersebut berpengaruh terhadap biaya tetap, yaitu dapat menunjukkan dampak tersebut terhadap biaya tetap dan laba.

Selain memberikan keuntungan seperti di atas, dalam pelaksanaannya metode *variable costing* juga memiliki kelemahan sebagai berikut:

- a. Pemisahan biaya ke dalam biaya variabel dan biaya tetap sebenarnya sulit untuk dilaksanakan, karena jarang sekali suatu biaya benar-benar variabel atau benar-benar tetap.
- b. Penentuan harga pokok variabel terutama ditujukan untuk kepentingan internal manajemen dalam jangka pendek, sedangkan untuk kepentingan eksternal diperlukan penyesuaian ke dalam metode *full costing*. Cara penyesuaian tersebut umumnya sulit dipahami oleh pihak eksternal.

- c. Tidak diperhitungkannya biaya *overhead* pabrik tetap dalam harga pokok persediaan akan mengakibatkan nilai persediaan lebih rendah sehingga akan mengurangi modal kerja yang dilaporkan untuk tujuan analisis keuangan.

2.11. Keputusan Harga Jual

Masalah kebijaksanaan penetapan harga merupakan hal yang kompleks dan rumit. Untuk itu dibutuhkan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penentuan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga yang tepat. Karenanya akan dibahas terlebih dahulu pengertian mengenai harga. Sebutan/istilah mengenai harga untuk berbagai produk tidak selalu sama dan dengan berbagai nama, Menurut (Kotler : 2002) bahwa harga ada di sekeliling kita. Anda membayar sewa untuk apartemen, uang kuliah dan uang jasa untuk dokter atau dokter gigi. Perusahaan penerbangan, kereta api, taxi dan bis mengenakan ongkos, perusahaan pelayanan umum mengenakan tarif, dan bank mengenakan bunga atas uang yang anda pinjam.

Dari definisi tentang harga tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa berikut pelayanannya. Dalam menyusun kebijakan penetapan harga, perusahaan mengikuti prosedur enam tahap penetapan harga yaitu, (Kotler : 2002)

1. Perusahaan memilih tujuan penetapan harga.
2. Perusahaan memperkirakan kurva permintaan, probabilitas kuantitas yang akan terjual pada tiap kemungkinan harga.
3. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya bervariasi pada berbagai level produksi dan pada berbagai level akumulasi pengalaman produksi.
4. Perusahaan menganalisa biaya, harga, dan tawaran pesaing.
5. Perusahaan menyeleksi metode penetapan harga

6. Perusahaan memilih harga akhir.

Menurut Supriyono (1989:332), harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Penentuan harga jual berhubungan dengan kebijakan penentuan harga jual (*pricing policies*) dan keputusan penentuan harga jual (*pricing decisions*).

Kebijakan penentuan harga jual adalah pernyataan sikap manajemen terhadap penentuan harga jual produk atau jasa. Kebijakan tersebut tidak menentukan harga jual, tetapi menetapkan factor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan aturan dasar yang perlu diikuti dalam penentuan harga jual.

Sedangkan keputusan penentuan harga jual adalah penentuan harga jual produk atau jasa suatu organisasi yang umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan penentuan harga jual biasanya harus dibuat berulang-ulang karena harga jual dipengaruhi oleh perubahan lingkungan eksternal dan internal. Perubahan harga jual bertujuan agar harga jual yang baru dapat mencerminkan biaya saat ini (*current cost*) atau biaya masa depan (*future cost*), kondisi pasar, reaksi pesaing, laba atau *return* yang diinginkan, dan sebagainya.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Strategi secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga jual, yaitu faktor internal perusahaan dan lingkungan eksternal.

1. Faktor Internal Perusahaan

- a. Tujuan Pemasaran Perusahaan Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga jual adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab social dan lain-lain.

- b. Strategi Bauran Pemasaran Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.
- c. Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.
- d. Organisasi Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

a. Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar memperhatikan sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.

b. Persaingan

Kekuatan pokok yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri.

c. Unsur-Unsur Lingkungan Eksternal lainnya.

Selain faktor-faktor tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan faktor kondisi ekonomi (inflasi, dan tingkat bunga), kebijakan dan peraturan Pemerintah dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).

2.12. Metode Penentuan Harga Jual

Pada dasarnya, dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan

total pengeluaran pengorbanan sumber ekonomi untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa.

Menurut Mulyadi (1992:262), terdapat empat metode penentuan harga jual, yaitu penentuan harga jual dalam keadaan normal, penentuan harga jual waktu dan bahan, penentuan harga jual dalam *cost-type contract*, dan penentuan harga jual pesanan khusus.

1. Penentuan harga jual normal (*normal pricing*)

Metode penentuan harga jual normal sering kali 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.

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

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

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua, yaitu biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya 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 penghitungan persentase *mark-up*.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

Harga jual per unit =	Biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit)	+	Persentase <i>mark-up</i>
Persentase <i>mark-up</i> =	$\frac{\text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$	+	$\frac{\text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{volume produk}}$

Terdapat perbedaan konsep langsung dan tidak langsungnya biaya dengan volume antara metode *full costing* dan *variable costing*. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume produk menurut pendekatan *full costing* adalah berupa biaya produksi, sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume produk adalah berupa biaya non-produksi.

Berbeda dengan *full costing*, dalam pendekatan *variable costing* biaya penuh yang dipengaruhi langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel, sedangkan biaya penuh yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya tetap.

2. Penentuan harga jual waktu dan bahan (*time and material pricing*)

Penentuan harga jual waktu dan bahan ini pada dasarnya merupakan *cost-plus pricing*. Harga jual ditentukan dengan sebesar biaya penuh ditambah dengan laba yang diharapkan. Metode penentuan harga jual ini biasanya digunakan oleh perusahaan yang menjual jasa reparasi bahan dan 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.

Sedangkan volume bahan dan suku cadang yang diperlukan sebagai pelengkap penyerahan jasa dihitung berdasarkan kuantitas bahan dan suku cadang yang diserahkan kepada konsumen, sehingga perlu dihitung harga jual per satuan bahan dan suku cadang yang dijual kepada konsumen.

3. 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 yang sesungguhnya terjadi.

Jika dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa yang akan dijual di masa yang akan datang ditentukan dengan metode *cost-plus pricing* berdasarkan taksiran biaya penuh yang dijadikan sebagai dasar, dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

4. Penentuan harga jual pesanan khusus (*special order pricing*)

Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga di bawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta berada di bawah biaya penuh.

Oleh karena itu, manajer penentu harga jual harus dapat mempertimbangkan hal mengenai pesanan reguler. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran. Manajer penentu harga jual harus yakin apakah seluruh biaya tetap dapat ditutup oleh pesanan reguler atau tidak untuk menentukan besarnya biaya melakukan pesanan khusus.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Data Yang Dibutuhkan

Untuk menghitung harga jual PO Bethayu penulis memerlukan data laporan keuangan untuk dijadikan sebagai bahan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang diperlukan dilakukan dengan melakukan penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun metode yang dipakai adalah sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti penulis adalah usaha kecil menengah yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan.

2. Data Variabel

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan keuangan PO Bethayu

3. Teknik Pengumpulan Data/Variabel

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif analitis yang merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan yang lain.

Langkah- langkah yang dilakukanyaitu :

a. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Pengumpulan data diambil dari hasil buku-buku bahan kuliah yang memuat teori-teori yang berhubungan dengan teknik dan metode pengendalian kualitas, serta penerapannya dalam perusahaan. Hal ini dilakukan sebagai bekal untuk memperkuat landasan teori dari Tugas Akhir ini.

b. Penelitian lapangan (*field research*)

Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan penelitian langsung dengan pihak perusahaan, yaitu dengan cara sebagai berikut:

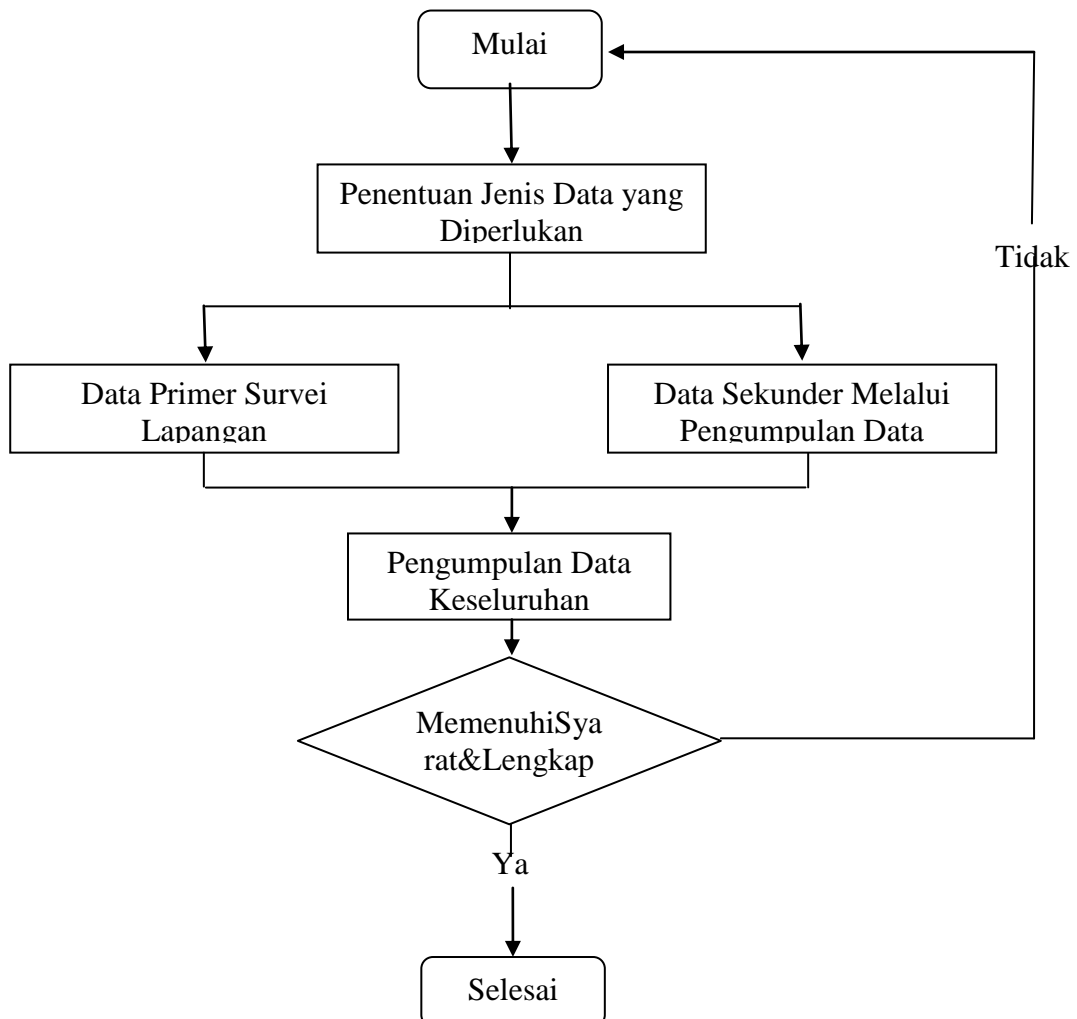
- Wawancara (*Interview*)

Interview atau wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara Tanya jawab dengan pimpinan maupun karyawan di PO Bethayu.

- Observasi (*observation*)

Merupakan Kegiatan memperhatikan, mencatat kejadian - kejadian yang terjadi, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam kejadian tersebut.

Gambar 3.1. Proses Penelitian



3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah data keuangan yang diperoleh kedalam rincian biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan penolong, biaya overhead pabrik dan laopran keuangan (laporan laba/ rugi) melalui Microsoft Excel dan untuk perhitungan alokasi biaya overhead pabrik produk, penetapan harga jual melalui perhitungan manual.

3.4 Teknik Analisis

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan oleh penulis yaitu :

- 1) Mengumpulkan dan menghitung biaya tentang biaya produksi dalam periode penelitian, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.
- 2) Menentukan harga jual per unit, dengan rumus :

$$\text{Harga jual per unit} = \frac{\text{Biaya yang berhubungan langsung dengan volume (per unit)}}{\text{Volume}} + \text{Persentase mark-up}$$

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

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Profil perusahaan

Perusahaan ini merupakan sebuah perusahaan perseorangan yang memproduksi pakaian jadi wanita khususnya *blus* (kemeja) yang berdiri pada tahun 2001, didirikan oleh seorang penjahit bernama Muhammad Tubagus. Adapun profil usaha lebih rinci sebagai berikut :

Profil perusahaan

Nama Perusahaan : PO Bethayu
Nama Pemilik : Muhammad Tubagus
Jabatan : Pimpinan (Pemilik)
Jenis Produk : Kemeja lengan pendek dan lengan panjang
Alamat Usaha : Komplek PIK No. 12 Penggilingan, Cakung
Jakarta Timur
Telepon : 0821-1212-7700
Mulai Berdiri : Tahun 2001
Jumlah Tenaga Kerja : 20 orang
No. SIUP : 14.064-01/1.824.271
No. SKDP : 466/1.824.5/VI/2014
No. NPWP : 58.487.180.0-004.00

Visi dan Misi Perusahaan

VISI

“Menjadi produsen pakaian jadi wanita yang mengutamakan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik untuk memberikan manfaat berkelanjutan bagi seluruh konsumen”.

MISI

1. Meningkatkan kualitas produk agar selalu diminati konsumen.
2. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen.

3. Memperluas pasar dan selalu memenuhi kebutuhan konsumen.

4.1.2. Sejarah Singkat Perusahaan

Bethayu Konveksi adalah salah satu pelopor produsen pakaian jadi wanita kemeja di Indonesia. Bethayu memiliki pengalaman dalam memproduksi pakaian jadi wanita khususnya kemeja selama lebih dari 10 tahun. Pada tahun 2001 silam seorang penjahit asal Bukit Tinggi, Padang memulai ide dan menciptakan gagasan untuk membuat kemeja yang terinspirasi dari istrinya yang suka memakai kemeja.

Usaha ini berawal dari hobi menjahit pakaian dan membuka usaha jahit pakaian wanita, seiring berjalannya waktu sedikit demi sedikit usaha ini mulai dikembangkan dan akhirnya membuka usaha di Jakarta.

Bethayu sendiri itu mengandung arti “*beth*” rumah dan “*ayu*” cantik sehingga dapat digabungkan dalam satu arti yaitu rumah cantik yang identik dengan wanita. Kemeja ini khusus dibuat untuk para wanita kisaran 20 tahun sampai 40 tahun. Bapak Tubagus ini memberanikan diri untuk membuka usahanya di Jakarta dengan modal nekad dan keberaniannya dalam berwirausaha. Bapak Tubagus mencoba meningkatkan kapasitas produksi dengan memperkerjakan tiga orang tukang jahit. Produksinya pun meningkat dalam waktu kurun yang tidak lama. Hingga tukang jahitnya bertambah sampai sekarang dan produksipun meningkat.

4.2. Aspek Produksi

Produksi adalah kegiatan yang menciptakan, mengolah, mengupayakan pelayanan, menghasilkan barang dan jasa atau usaha untuk meningkatkan suatu benda agar menjadi lebih berguna bagi kebutuhan manusia yang mempunyai nilai tambah dan memiliki hubungan timbal balik dengan teknologi.

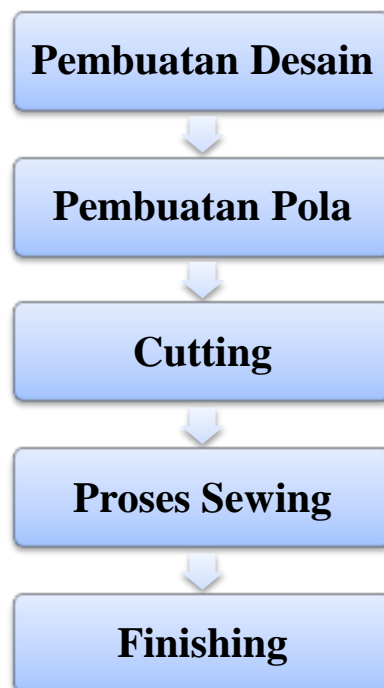
Proses produksi yang dilakukan PO Bethayu berlokasi di Komplek PIK Penggilingan Cakung, Jakarta Timur. Mulai dari (*input*)/pengolahan bahan baku hingga terakhir (*output*) produk.

4.2.1. Jenis produksi

Bethayu Konveksi memproduksi pakaian jadi wanita yaitu kemeja lengan pendek dan lengan panjang. Produk ini menggunakan bahan TC (*Tetron Cotton*) yaitu kain yang terbuat dari dua bahan yang berbeda *tetron*(65%) dan *cotton* (35%). *Tetron* merupakan bahan turunan dari polyester, bahan dasar material ini adalah biji plastik, bukan kapas seperti pada katun. Baju yang terbuat dari bahan TC tidak akan menyusut jika dibandingkan dengan bahan kaos yang terbuat dari 100% katun.

4.2.2. Proses produksi

Proses produksi PO Bethayu yaitu sebagai berikut.



Gambar 4.1. Proses produksi kemeja

Penjelasan proses produksi PO Bethayu

✓ Pembuatan Desain

Pembuatan desain merupakan tahapan awal pada proses produksi pembuatan kemeja. Desain disesuaikan oleh perkembangan zaman. Pada tahap ini desain kemeja yang ingin diproduksi terlebih dahulu dibuat polanya di atas kertas karton dan memotong pola tersebut sesuai bagiannya.



Gambar 4.2. Pembuatan Desain

✓ Pembuatan Pola

Setelah melalui tahap desain produk, manajer produksi membagi tugas untuk membuat pola khusus berbagai macam jenis kemeja. Pembuatan pola dimaksudkan untuk memudahkan proses cutting pada bagian pola yang telah digambar.



Gambar 4.3. Pembuatan Pola

✓ *Cutting*

Setelah kain di gambar sesuai pola maka kain akan di potong dengan *mesin cutting* mengikuti pola yang telah ada, setelah terpotong kain akan dipisahkan sesuai dengan jenis polanya dan siap dipindahkan ke *Tempat Penjahitan Pertama* untuk melalui proses *Sewing*.



Gambar 4.4. *Cutting*

✓ Proses *Sewing* (Penjahitan)

Sebelum dilakukan proses penjahitan bahan yang telah terbentuk pola dilakukan proses penghitungan ukuran kemeja dilanjutkan dengan proses penjahitan untuk penggabungan pola kemejabagian depan, belakang, dan penggabungan obras, Setelah proses tersebut diatas telah selesai pola bahan yang telah terbentuk menjadi kemejasiap untuk dibawa ke Tempat penjahitan kedua. Di tempat penjahitan kedua terjadi proses pemasangan merek dan pembuatan lubang kancing.



Gambar 4.5. Proses *Sewing* (Penjahitan)

✓ *Finishing*

Proses yang dilakukan pada bagian finishing terbagi atas beberapa langkah sebagai berikut :

- Pemasangan Kancing
- Akuisi (Pembersihan Benang-benang yang tidak rapih)
- Pemasangan *Hang Tag*
- Penggosokan kemeja

- Melipat blus kemeja
- Packing* (memasukkan pakaian yang sudah rapih ke plastik transparan)



Gambar 4.6. Proses *Finishing*

4.2.3. Bahan baku dan penolong

Bahan baku dan penolong yang digunakan dalam produksi kemejayaitu:

a. Bahan Baku

- Bahan TC (*Tetron Cotton*)



Gambar 4.7. Bahan TC (Teteron Cotton)

b. Bahan Baku Penolong

- Kancing



Gambar 4.8. Kancing

- Kain Kerah



Gambar 4.9. Bahan Kerah

-Benang Jahit



Gambar 4.10. Benang Jahit

-Benang Obras



Gambar 4.11. Benang Obras

4.2.4. Mesin dan peralatan

Mesin yang digunakan dalam proses produksi di antaranya sebagai berikut.

Tabel 4.1. Mesin yang digunakan

No.	Nama Mesin	Jumlah	Kondisi
1	Mesin Jahit Jarum Tunggal	10	Baik
2	Mesin Obras Benang 4	1	Baik
3	Mesin Obras Benang 5	1	Baik
4	Mesin <i>Opnesel</i>	1	Baik
5	Mesin Zig Zag	1	Baik
6	Mesin Sulaman	1	Baik
7	Mesin Potong	1	Baik
8	Mesin Lubang Kancing	1	Baik

9	Mesin Kancing	1	Baik
10	Mesin Setrika	1	Baik

1. Mesin jahit jarum tunggal untuk menyambung atau menyatukan bahan yang telah dipotong



Gambar 4.12.Mesin Jahit Jarum Tunggal

2. Mesin obras benang 4 digunakan untuk bahan street.



Gambar 4.13.Mesin Obras Benang 4

3. Mesin Obras Benang 5 digunakan untuk membuat kemeja yang sudah dibuat pola sebelumnya



Gambar 4.14. Mesin Obras Benang 5

4. Mesin *Opnesel* digunakan untuk membuat lipatan-lipatan kecil memanjang yang dujahit diluar.



Gambar 4.15. Mesin *Opnesel*

5. Mesin Zig Zag yaitu untuk menjahit zig zag atau berkelok kelok dibagian pinggir kemeja.



Gambar 4.16. Mesin Zig Zag

6. Mesin Sulaman, mesin digunakan untuk membuat sulam (bordir) dibagian kemeja.



Gambar 4.17. Mesin Sulaman

7. Mesin Potong yaitu untuk memotong bahan dalam jumlah banyak dan menggunakan kumparan tembaga sebagai dinamanya dan pisau melingkar sebagai mata pisaunya.



Gambar 4.18. Mesin Potong

8. Mesin Lubang Kancing digunakan untuk membuat lubang kancing sekaligus memotong sisa benang yang tersisa dari proses tersebut.



Gambar 4.19. Mesin Lubang Kancing

9. Mesin Kancing, mesin ini digunakan untuk memasang kancing secara otomatis di titik baju.



Gambar 4.20. Mesin Kancing

10. Mesin Setrika menghasilkan panas yang lebih kuat dibandingkan dengan setrika biasa. Setrika sangat dibutuhkan untuk menyetrika kerah kemeja dan melipat baju dalam jumlah banyak.



Gambar 4.21. Mesin Setrika

Adapun daftar peralatan yang digunakan adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2. Daftar peralatan pada proses produksi

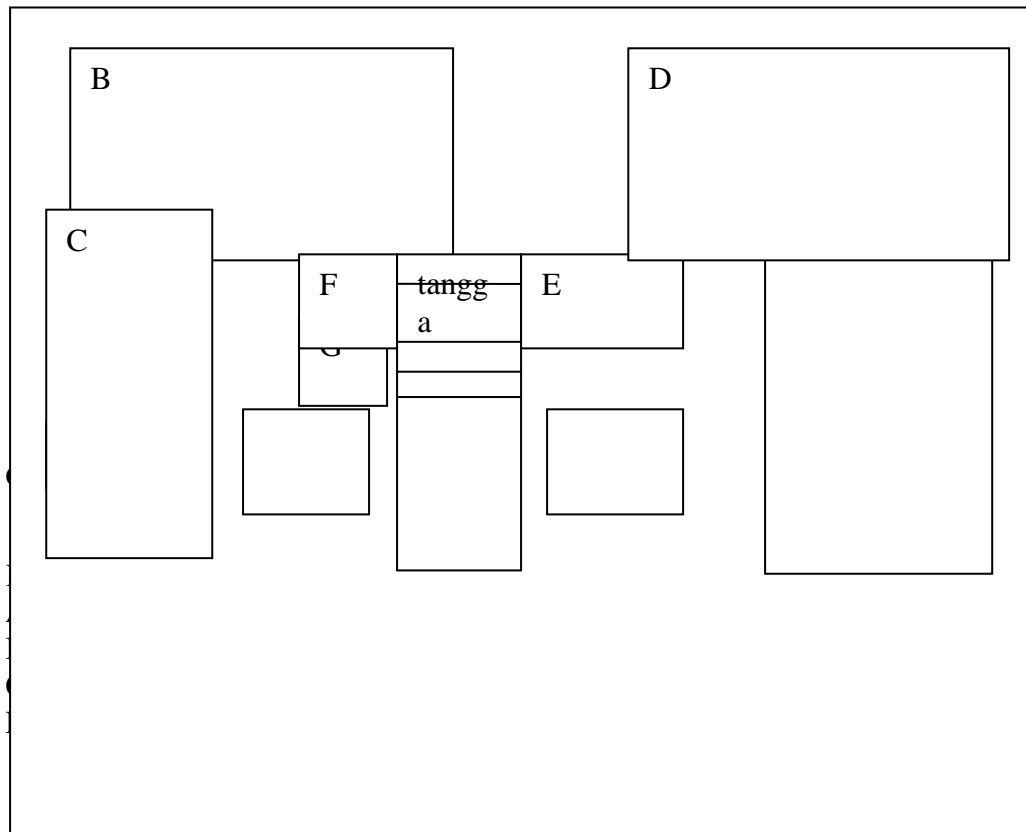
No.	Nama Peralatan	Jumlah	Kondisi
1	Meja <i>Cutting</i>	1	Baik

2	Gunting Kain Manual	20	Baik
3	Penggaris <i>stainlees</i>	2	Baik
4	Meteran Kain	3	Baik

Sumber: PO Bethayu

1. Meja *Cutting*, digunakan sebagai alas memotong bahan baku menjadi pola yang dibutuhkan untuk proses produksi.
2. Gunting Kain Manual, digunakan untuk menggunting bahan baku (kain).
3. Penggaris *Stainless*, digunakan untuk mengukur .
4. Meteran Kain, berfungsi untuk mengukur bahan baku yang akan dibuat pola, diukur sesuai kebutuhan kain yang akan digunakan.

4.2.5. Layout perusahaan



4.3. Aspek Pemasaran

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada yang dapat memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Dapat didefinisikan bahwa kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem yang mencakup usaha perusahaan yang diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menentukan produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran harus dikoordinasikan dan dikelola secara baik atau diperlukan manajemen yang baik, yang dikenal dengan manajemen pemasaran.

4.3.1. Wilayah pemasaran PO Bethayu

Wilayah pemasaran produk PO Bethayu hanya meliputi sekitar Jakarta. Dan PO Bethayu akan memperluas wilayah pemasarannya agar produknya lebih dikenal oleh masyarakat.

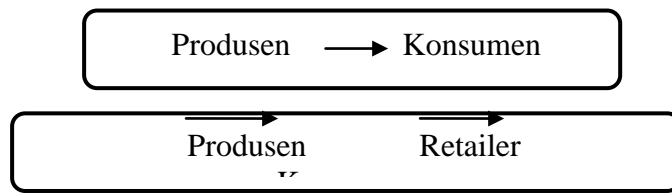
4.3.2. Segmen pasar PO Bethayu

Segmen pasar dari produksi PO Bethayu adalah wanita kantor dan anak kuliah. Hal ini dikarenakan harga jual produk yang diberikan terjangkau oleh semua konsumen.

4.3.3. Saluran distribusi PO Bethayu

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam menentukan dan melaksanakan saluran distribusi harus berdasarkan pertimbangan yang baik.

Berikut ini adalah saluran distribusi yang digunakan PO Bethayu dalam menyalurkan produknya.



Gambar 4.23. Saluran distribusi PO Bethayu

Untuk memenuhi permintaan dan memudahkan konsumen dalam memperoleh produk kemeja maka PO Bethayu menjual produknya secara langsung kepada konsumen agar tercapainya target penjualan yang diinginkan. PO Bethayu juga menjual produk-produknya melalui retailer.

4.3.4. Kegiatan promosi PO Bethayu

Bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh PO Bethayu antara lain sebagai berikut.

✓ *Banner*

PO Bethayu melakukan promosinya dengan menggunakan banner yaitu salah satu media promosi yang dicetak dengan print digital yang umum berbentuk potrait atau vertikal. Banner adalah bentuk penyederhanaan dari baliho. Banner sering digunakan karena mudah dipindah-pindahkan posisinya, mudah digulung, awet dan praktis. Banner diletakkan didepan atau samping toko.

✓ *Brosur*

PO Bethayu dalam melakukan kegiatan periklanan/promosi dalam memperkenalkan produknya kepada para konsumen, salah satunya melakukan pemasaran dengan menggunakan media brosur. Brosur adalah alat promosi yang terbuat dari kertas yang didalamnya terdapat sejumlah informasi dan penawaran mengenai suatu produk. Brosur dibagikan kepada para pengunjung agar lebih mengetahui produk apa yang dijual.

✓ *Kartu Nama*

Bethayu juga memperkenalkan produknya dengan cara membagikan kartu nama ke konsumen karena kartu nama adalah sebuah kartu yang menyampaikan informasi mengenai nama, alamat, dan telepon.

4.4. Aspek Personalia

4.4.1. Ketenagakerjaan

Data tenaga kerja yang ada pada PO Bethayu dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.3. Data tenaga kerja PO Bethayu

No.	Bagian	Jumlah
1	Keuangan	1
2	Pemasaran	1
3	Produksi	18
Total		20

Sumber: Hasil wawancara, diolah.

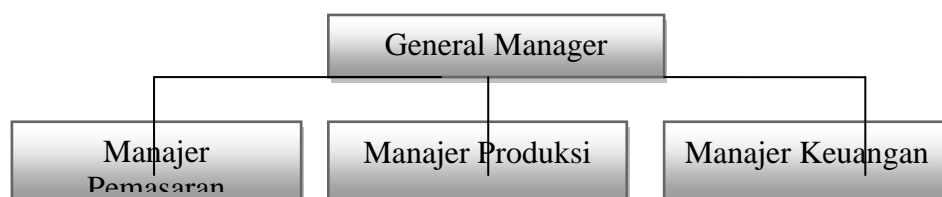
Tabel 4.4. Data jam kerja operasional PO Bethayu

Hari	Jam	
	Kerja	Istirahat
Senin-Kamis	09.00 - 17.00 WIB	12.00 - 13.00 WIB
Jumat	09.00 - 17.00 WIB	11.00 - 13.00 WIB
Sabtu	08.00 - 12.00 WIB	---

Sumber: Hasil wawancara, diolah.

Jam kerja pada PO Bethayu tetap berdasarkan aturan ketenagakerjaan, dimana waktu kerja efektif adalah 7 jam kerja, yaitu dimulai dari pukul 09.00 sampai pukul 17.00 pada hari Senin sampai dengan Jumat. Sedangkan waktu istirahatnya dimulai pada pukul 12.00 sampai pukul 13.00 dan pada hari jumat pada pukul 11.00-12.00. Untuk hari Sabtu, waktu kerja PO Bethayu hanya pukul 08.00-12.00.

4.4.2. Struktur Organisasi PO Bethayu



Gambar 4.24. Struktur Organisasi PO Bethayu

Struktur organisasi yang digunakan dalam perusahaan PO Bethayu adalah jenis organisasi garis, dimana kepemimpinan hanya terdapat pada satu orang dan pimpinan tersebut berhubungan langsung dengan para bawahannya, begitu juga sebaliknya karyawan akan bertanggung jawab secara langsung terhadap pimpinan. Organisasi garis memiliki ciri yaitu organisasinya masih dalam lingkup kecil, jumlah karyawan sedikit dan saling mengenal serta spesialisasi kerja belum tinggi.

4.4.3. Deskripsi jabatan PO Bethayu

1. General Manager

- ✓ Bertanggungjawab terhadap berlangsungnya sistem kerja struktur organisasi perusahaan.
- ✓ Berperan terhadap komunikator antar tingkat manajemen perusahaan.
- ✓ Pembuat keputusan.

2. Manajer Pemasaran

- ✓ Mengidentifikasi produk yang dibutuhkan konsumen dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan.
- ✓ Melakukan riset pemasaran melalui survey tentang keinginan konsumen, sehingga perusahaan mampu mendapatkan informasi mengenai produk yang sesungguhnya dibutuhkan oleh konsumen.
- ✓ Melakukan kegiatan dalam proses penyampaian produk kepada konsumen.

3. Manager Produksi

- ✓ Mengkoordinir proses produksi.
- ✓ Memproses bahan secara efisien.
- ✓ Bertanggung jawab dan memastikan pembelian bahan mentah, bahan yang sedang diproses dan barang yang telah selesai diproses.

4. Manajer Keuangan

- ✓ Bertanggung jawab dan memastikan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan mampu mencapai tujuannya secara ekonomis.

- ✓ Merencanakan sumber pembiayaan bisnis.
- ✓ Dengan cara seperti apa dana dialokasikan.

4.5. Aspek Keuangan

Keuangan adalah kegiatan yang berhubungan dengan penentuan investasi jangka panjang sebuah perusahaan, mendapatkan dana untuk membayar, dan memimpin kegiatan keuangan harian sebuah perusahaan.

Aspek keuangan ini meliputi penjelasan tentang biaya investasi dan laporan keuangan perusahaan. Pada dasarnya, perusahaan belum membuat pembukuan yang sesuai dengan standar akuntansi. Data tertulis yang tersedia hanya sebatas data penjualan. Namun, dari hasil wawancara penulis mencoba membuat laporan keuangan seperti berikut:

Tabel 4.5. Data Produksi PO Bethayu (dalam unit)

Jenis Produk	Tahun 2014
Kemeja Lengan Panjang	4.590

Sumber: PO Bethayu

Tabel 4.6. Biaya Produksi PO Bethayu Tahun 2014

No.	Jenis Biaya	Jenis Produk
		Kemeja Lengan Panjang
1	Bahan TC (Tetron Cotton)	Rp 175,000,000
2	Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp 245,000,400
3	Biaya Bahan Penolong	
	- Kancing	Rp 880,000
	- Kain Kerah	Rp 5,000,000
	- Benang Jahit	Rp 375,000
	- Benang Obras	Rp 450,000
4	Biaya Listrik dan Air	Rp 13,200,000
6	Biaya Penyusutan Mesin	Rp 6,345,000
7	Biaya Penyusutan Peralatan	Rp 450,000
	Total Biaya Produksi	Rp 446,700,400

Sumber: Pengolahan Data

**Tabel 4.7. Upah Tenaga Kerja Langsung
PO Bethayu Tahun 2014**

Keterangan	Jumlah (orang)	Upah (per bulan)	Total (1 bulan)	Total (1 tahun)
Bagian Pemotongan Pola	2	Rp 1,150,000	Rp 2,300,000	Rp 27,600,000
Bagian Sewing	11	Rp 1,266,000	Rp 13,926,000	Rp 167,112,000
Bagian Finishing	3	Rp 1,048,000	Rp 3,144,000	Rp 37,728,000
Bagian Setrika	1	Rp 1,047,000	Rp 1,047,000	Rp 12,564,000
Total	17		Rp 19,370,000	Rp 245,000,400

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 4.8. Biaya penyusutan pada aktiva tetap

Aktiva	Harga Beli	Umur Ekonmis (tahun)	Takiran Nilai Sisa	Nilai Sisa (Rp)	Tarif Penyusutan (pertahun)	Biaya Penyusutan (Rp)
Mesin	70.500.000	10	10%	7.050.000	10%	6.345.000
Peralatan	2.500.000	5	10%	250.000	20%	450.000

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 4.9. Hasil perhitungan biaya *overhead* pabrik pada PO Bethayu

Keterangan	Tahun 2014
Upah Tenaga Kerja Langsung	Rp 245,000,400
Biaya Bahan Penolong	Rp 6,705,000
Biaya Listrik dan Air	Rp 13,200,000
Biaya Penyusutan mesin	Rp 6,345,000
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp 450,000
Total	Rp 271,700,400

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 4.10. Biaya Pemasaran PO Bethayu (dalam Rupiah)

No	Keterangan	Tahun 2014	
		Budget Pemasaran	Realisasi Pemasaran

1	Banner	420,000	400,000
2	Brosur	200,000	150,000
3	Kartu Nama	300,000	250,000
4	Plastik kemasan	100,000	45,900
5	Hangtag	100,000	91,800
6	Ka. Pemasaran	18,000,000	18,000,000
	Total	19,120,000	18,937,700

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 4.11. Biaya administrasi dan umum PO Bethayu

No.	Keterangan	Tahun 2014
1	Biaya Gaji Bagian Keuangan	Rp 15,000,000
2	Biaya Gaji ka. Produksi	Rp 13,349,812
	Total	Rp 28,349,812

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 4.12. Laporan Harga Pokok Produksi PO Bethayu

Keterangan	2014
Biaya Bahan Baku	
Persd Bahan Baku Awal	Rp 10.000.000,00
Pembelian Bahan Baku	Rp 175.000.000,00
Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp 185.000.000,00
Persd Bahan Baku Akhir	Rp 5.000.000,00
Total Biaya Bahan Baku	Rp 180.000.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp 245.000.400,00
Biaya Overhead Pabrik (BOP)	
BOP	
Biaya Bahan Penolong	Rp 6.705.000,00
Biaya Listrik dan Air	Rp 13.200.000,00
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp 19.905.000,00
HARGA POKOK PRODUKSI	Rp 449.905.400,00
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp 1.500.000,00
Barang Jadi Siap Jual	Rp 448.405.400,00
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp 1.200.000,00
HARGA POKOK PENJUALAN	Rp 447.205.400,00

BAB V
ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1. Perhitungan Biaya Produksi per Unit Menurut Perusahaan

- Perhitungan biaya produksi per unit menurut perusahaan, dengan rumus:

$$\text{Biaya Produk per Unit} = \frac{\text{Total Harga Pokok Produksi}}{\text{Total Unit Produksi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Produk Tahun 2014} &= \frac{\text{Rp}449.905.400}{4.590} \\ &= \text{Rp}98.000 \end{aligned}$$

5.2. Menentukan Harga Jual per Unit Menurut Perusahaan

- Menentukan harga jual per unit menurut perusahaan

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp}98.000 \times 20\%) + \text{Rp}98.000 \\ &= \text{Rp}118.000 \end{aligned}$$

5.3. Menentukan Penjualan Menurut Perusahaan

- Menentukan penjualan menurut perusahaan

$$\begin{aligned} \text{Penjualan Tahun 2014} &= \text{Jumlah Produksi} \times \text{Harga Jual} \\ &= 4.590 \text{ unit} \times \text{Rp}118.000 \\ &= \text{Rp}541.620.000 \end{aligned}$$

Tabel 4.13. Laporan Laba Rugi PO Bethayu

Keterangan	Tahun 2014
Penjualan	Rp 541.620.000,00
Harga Pokok Penjualan	Rp 449.000.400,00
Laba Kotor	Rp 92.619.600,00
Biaya Bunga Pinjaman	
Laba Sebelum Pajak	Rp 92.619.600,00
Pajak 10%	Rp 9.261.960,00
Laba Bersih	Rp 83.357.640,00

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 4.14. Laporan Neraca PO Bethayu

Keterangan	Tahun 2014
Aktiva Lancar	
Kas	Rp 268.437.700,00
Persediaan Bahan Baku	Rp 5.500.000,00
Total Aktiva Lancar	Rp 273.937.700,00
Aktiva Tetap	
Gedung	Rp 150.000.000,00
Mesin	Rp 70.500.000,00
Peralatan	Rp 2.500.000,00
Total Aktiva Tetap	Rp 223.000.000,00
Passiva	
Hutang Lancar	
Modal	Rp 223.000.000,00
Total Passiva	Rp 223.000.000,00

Sumber: Pengolahan Data

**Tabel 4.15. Laporan Perubahan Modal
PO Bethayu**

Keterangan	Tahun 2014
Modal Awal	Rp 300.000.000,00
Penambahan	
Laba Setelah Pajak	Rp 21.763.710,00
Modal Setelah Penambahan	Rp 321.763.710,00
Pengurangan	
Prive	Rp 15.000.000,00
Modal Akhir	Rp 306.763.710,00

Sumber: Pengolahan Data

**Tabel 4.16. Laporan Harga Pokok Penjualan
dengan Metode Full Costing**

Keterangan	2014
Biaya Bahan Baku	
Persd Bahan Baku Awal	Rp 10.000.000,00
Pembelian Bahan Baku	Rp 175.000.000,00

Persd Bahan Baku Siap Produksi	Rp	185.000.000,00
Persd Bahan Baku Akhir	Rp	5.000.000,00
Total Biaya Bahan Baku	Rp	180.000.000,00
Biaya Tenaga Kerja Langsung	Rp	245.000.400,00
Biaya Overhead Pabrik (BOP)		
BOP Variabel		
Biaya Bahan Penolong	Rp	6.705.000,00
Biaya Listrik dan Air	Rp	13.200.000,00
BOP Tetap		
Biaya administrasi dan umum	Rp	28.349.812,00
Biaya Penyusutan Mesin	Rp	6.345.000,00
Biaya Penyusutan Peralatan	Rp	450.000,00
Total Biaya Overhead Pabrik	Rp	26.700.000,00
Biaya Pemasaran	Rp	18.937.700,00
HARGA POKOK PRODUKSI	Rp	467.938.100,00
Persediaan Awal Barang Jadi	Rp	1.500.000,00
Barang Jadi Siap Jual	Rp	466.438.100,00
Persediaan Akhir Barang Jadi	Rp	1.200.000,00
HARGA POKOK PENJUALAN	Rp	465.238.100,00

Sumber: Pengolahan Data

Dari data diatas maka diketahui:

5.4. Menentukan Harga Jual per Unit dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

- Menentukan harga jual per unit dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

$$\text{Tahun 2014} = \frac{\text{Total Biaya Penuh} + (\% \text{ Laba} \times \text{Total Biaya Penuh})}{\text{Jumlah Unit Produksi}}$$

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Rp}467.938.100 + (20\% \times \text{Rp}467.938.100)}{4.590 \text{ Unit}} \\ &= \text{Rp}120.000 \end{aligned}$$

5.5. Menentukan Penjualan dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

- Menentukan Penjualan dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

$$\begin{aligned} \text{Penjualan Tahun 2014} &= \text{Jumlah Produksi} \times \text{Harga Jual} \\ &= 4.590 \text{ unit} \times \text{Rp}120.000 \\ &= \text{Rp}561.525.720 \end{aligned}$$

**Tabel 4.17. Laporan Laba Rugi dengan
Metode *Cost-Plus Pricing***

Keterangan	Tahun 2014
Penjualan	Rp 561.525.720,00
Harga Pokok Penjualan	Rp 465.238.100,00
Laba Kotor	Rp 96.287.620,00
Biaya Usaha	
Biaya Pemasaran	Rp 18.937.700,00
Biaya Administrasi dan umum	Rp 28.349.812,00
Laba Usaha	Rp 33.361.900,00
Biaya Bunga Pinjaman	
Laba Sebelum Pajak	Rp 62.925.720,00
Pajak 10%	Rp 6.292.572,00
Laba Bersih	Rp 56.633.148,00

Sumber: Pengolahan Data

5.6. Perbandingan Harga Jual Perusahaan dan Harga Jual dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

Menurut perusahaan penetapan harga jual berdasarkan perhitungan harga pokok penjualan yang dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1. Harga Jual Perusahaan

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk
2014	4.590 Unit	Rp 118.000

Sumber: Pengolahan Data

Perhitungan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* adalah sebagai berikut:

**Tabel 5.2. Harga Jual dengan
Metode *Cost-Plus Pricing***

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk
2014	4.590 Unit	Rp 120.000

Sumber: Pengolahan Data

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa harga jual produk per unit Yang ditetapkan oleh perusahaan lebih rendah dibanding dengan hasil perhitungan berdasarkan metode *cost-plus pricing*. Keadaan tersebut terjadi karena dalam menetapkan harga jual produknya perusahaan tidak ikut memperhitungkan biaya non-produksi, seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi & umum dan biaya penyusutan ke dalam komponen perhitungan presentase *mark-up* pada perhitungan harga jual produk. Rendahnya harga jual produk yang ditetapkan perusahaan akan memiliki dampak terhadap total penjualan yang diterima perusahaan menjadi kurang maksimal, begitu juga dengan laba yang diterima oleh perusahaan.

5.7. Selisih Harga Jual Perusahaan dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

Setelah menghitung harga jual dengan metode *cost-plus pricing* dan menetapkan keuntungan yang diharapkan (% *mark-up*) sebesar 20%, maka selanjutnya adalah menghitung selisih antara harga jual hasil perhitungan perusahaan dengan metode *cost-plus pricing* adalah sebagai berikut:

Tabel 5.3. Selisih Harga Jual

Tahun	Harga Jual Perusahaan	Harga Jual Cost-Plus Pricing	Selisih Harga Jual
2014	Rp 118.000	Rp 120.000	Rp 2.000

Sumber: Pengolahan Data

5.3 Data Penjualan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Metode *Cost-Plus Pricing*

Tabel 5.4. Data Penjualan Sebelum Menggunakan

Metode *Cost-Plus Pricing*

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk	Total Penjualan
2014	4.590 Unit	Rp 118.000,00	Rp 541.620.000,00

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 5.5. Data Penjualan Sesudah Menggunakan

Metode *Cost-Plus Pricing*

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk	Total Penjualan
2014	4.590 Unit	Rp 120.000,00	Rp 561.525.720,00

Sumber: Pengolahan Data

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa terdapat kenaikan penjualan pada tahun 2014 sebesar Rp19.905.720. keadaan tersebut terjadi karena harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan pada produk lengan panjang lebih rendah dibanding dengan harga jual berdasarkan metode *cost-plus pricing*, sehingga berdampak terhadap total penjualan yang diperoleh perusahaan menjadi kurang optimal. Namun hal itu dapat diatasi jika perusahaan menetapkan harga jual sesuai dengan prinsip akuntansi sehingga perusahaan dapat memperoleh penjualan yang optimal, begitu juga dengan laba yang dihasilkan nantinya akan mencapai keuntungan yang diharapkan.

5.4. Perbandingan Laporan Laba / Rugi

Laporan laba / rugi tahun 2014 menurut perusahaan sebesar Rp83.357.640 sedangkan menurut metode *cost-plus pricing* sebesar Rp56.633.148 menunjukkan adanya penurunan laba pada tahun 2014 sebesar Rp26.724.492. Keadaan tersebut terjadi karena perusahaan tidak memperhitungkan biaya non-produksi kedalam laporan harga pokok produksi.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Harga jual yang diterapkan perusahaan pada tahun 2014 pada produk lengan panjang sebesar Rp118.000 lebih rendah dibanding dengan metode *cost-plus pricing* sebesar Rp120.000
2. Rendahnya harga jual tersebut membawa dampak terhadap tingkat penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan. Jika perusahaan menggunakan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan, maka tingkat penjualannya pada tahun 2014 sebesar Rp541.620.000 sedangkan penjualan berdasarkan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* akan mencapai Rp561.525.720.
3. Tingkat laba berdasarkan harga jual yang ditetapkan perusahaan pada tahun 2014 sebesar Rp83.357.640 sedangkan tingkat laba berdasarkan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* akan mencapai Rp56.663.148. Keadaan tersebut terjadi karena perusahaan tidak memperhitungkan biaya non-produksi kedalam laporan harga pokok produksi.

6.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat disampaikan kepada perusahaan adalah:

1. Perusahaan sebaiknya menerapkan metode *full costing* untuk perhitungan harga pokok produksi karena mencakup seluruh biaya yang diperlukan untuk proses produksi sehingga harga pokok yang dihasilkan nantinya dapat menutup seluruh pengeluaran perusahaan untuk kegiatan produksi dan menjadi dasar yang optimal untuk menentukan harga jual produk.

2. Perusahaan sebaiknya menggunakan metode cost-plus pricing dalam menghitung harga jual produk agar mendapat harga jual yang optimal, karena biaya non-produksi juga ikut dimasukkan ke dalam komponen perhitungannya sehingga hal itu memberikan dampak positif terhadap tingkat penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bustami, Bastian dan Nurlela. 2007. *Akuntansi Biaya: Kajian, Teori, dan Aplikasi*. Yogyakarta: GrahaIlmu.
- Kuswadi. 2005. *Meningkatkan Laba Melalui Akuntansi Keuangan dan Akuntansi Biaya*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Matz, Adolph, Milton F. Usry, dan Lawrence H. Hammer. 1991. *Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengendalian Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. 1992. *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Supriyono, R.A. 2013. *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta: BPFE.
- Swasta, Basu. 1987. *Manajemen Pemasaran*. Karunika Jakarta: Universitas Terbuka.

1. Tabel pembelian bahan baku (Tetron Cotton)

Tahun 2014	
Jumlah (yard)	2935
Harga Satuan (Rp)	17.717
Jumlah Biaya (Rp)	52.000.000

Sumber: hasil wawancara, diolah.

2. Tabel pembelian bahan penolong

Tahun 2014				
Keterangan Bahan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
Kancing	36.700	pcs	239	880.000
Kain Kerah	500	yard	10.000	5.000.000
Benang Jahit	250	pcs	1500	375.000
Benang Obras	300	pcs	1500	450.000
Total				6.705.000

Sumber: Hasil wawancara, diolah.

3. Tabel pembelian plastik kemasan dan hangtag

Tahun 2014				
Keterangan	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Biaya (Rp)
Plastik Kemasan	4590	pcs	10	45.900
Hangtag	4590	pcs	20	91.800
Total				137.700

Sumber: Hasil wawancara, diolah.

Harga Pokok Penjualan

Keterangan	Tahun 2014	
	Menurut Perusahaan	Menurut <i>Full Costing</i>
Harga pokok produksi	Rp 342.809.000	Rp 363.100.400
Persediaan awal barang jadi	Rp 18.000.000	Rp 18.100.000
Barang jadi yang tersedia u/ dijual	Rp 360.809.000	Rp 381.200.400
Persediaan akhir barang jadi	Rp 24.000.000	Rp 24.900.000
Harga pokok penjualan	Rp 336.809.000	Rp 356.300.400