

**PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK MENENTUKAN HARGA
JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING*
PADA PT MENSA MEGA COMPANY**

TUGAS AKHIR/SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

Nama : Palupi Arkani

NIM : 1711010

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

JAKARTA

2015

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Penetapan Harga Pokok Produksi Untuk Menentukan Harga Jual Dengan Metode *Cost Plus Pricing* pada PT Mensa Mega Company” dapat terselesaikan.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, tidak lepas dari dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, yang tentunya tidak dapat disebutkan satu persatu. Untuk itu penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- Bapak Drs. Achmad Zawawi, MA, MM. selaku Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Industri, sekaligus dosen pembimbing tugas akhir ini, yang dengan segala kesediaan ditengah kesibukan bersedia memberikan saran dan koreksi bagi penyempurnaan penulisan tugas akhir ini. Terima kasih yang tak terhingga untuk ilmu, motivasi, dan juga dorongan semangat bagi Penulis.
- Bapak Drs. P. Immanuel Bangun, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Industri, terima kasih untuk bantuan, dorongan dan bimbingan serta motivasi pada saya dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
- Bapak Teddy Mensa dan Ibu Arsiska Mahardika, selaku pemilik PT. Mensa Mega Company yang telah memberikan kesempatan pada penulis dan atas data dan informasi yang telah diberikan pada penulis.
- Kedua orang tua saya tercinta Sugeng Riyadi dan Wiwik Purwanti selaku motivator utama penulisan tugas akhir ini. Terima kasih atas semua cinta yang diberikan dan semua do'a yang dihaturkan dan dipanjatkan.
- Kakak-kakak saya tercinta Bachtiar Insani, Randi Ikhwan, S. Ap, Nisa Hamidah, A.Md, serta Isarah Pralampita Sharirah, S. Pd yang selalu memberikan motivasi dan mendo'akan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
- Teman-teman terkasih Efi Listia Yuni, Ayu Rahmawati, Eka Pratiwi, Grace Haydi Damayanti, Chintya Putri Arista dan Christina Lumban Gaol yang

selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.

- Teman-teman seperjuangan MBI 2011 khususnya Shinta Soniya Oktaviani, Kartiningsih, Ayu Wulandari, Hanifah Chairana, Mardiana Ulfa, Ario Prawira, Bagus Nandang Prasajo, Nanda Putri Riezki, Faradhiba Mutmainah, dan Ninit Nalaratih.
- Seluruh pihak yang turut mendukung dan membantu penulis baik moril maupun materil, namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan. Namun penyusun berusaha untuk memberikan terbaik. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menambah pengetahuan.

Jakarta, Agustus 2015
Penulis,

Palupi Arkani

ABSTRAK

Harga Pokok Produksi salah satu bagian yang berperan penting untuk menentukan harga jual produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penerapan harga pokok produksi dan 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 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*. Setelah dilakukan perhitungan pada harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* maka didapatkan biaya penuh pada produk busana muslim tahun 2014 Rp 1.775.892.000,- dan harga pokok produksi menggunakan metode *full costing* didapatkan biaya penuh pada produk jilbab tahun 2014 Rp 1.304.749.500,-. Untuk menentukan harga jual dengan metode *cost-plus pricing* pada produk busana muslim didapatkan hasil pada tahun 2014 Rp 261.400,- dan harga jual dengan metode *cost-plus* pada produk jilbab didapatkan hasil pada tahun 2014 Rp 150.100,-. Selisih antara harga jual perusahaan dengan metode *cost-plus pricing* untuk produk busana muslim sebesar Rp 16.400,- sedangkan selisih harga jual perusahaan dengan metode *cost-plus pricing* untuk produk jilbab Rp 10.100,-. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga pokok produksi yang diterapkan oleh perusahaan belum tepat, karena perusahaan tidak memperhitungkan gaji kepala produksi dan biaya non produksi sehingga harga pokok produksi perusahaan 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 pokok produksi, harga jual, *full costing*, *cost-plus pricing*.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Manfaat Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Bidang Keuangan.....	6
2.1.1 Akuntansi Biaya.....	6
2.1.2 Harga Pokok Produksi	14
2.1.3 Harga	16
2.1.4 Harga Jual.....	17
2.1.5 Laporan Keuangan	19
2.2 Bidang Produksi.....	25
2.2.1 Pengertian Produksi	25
2.2.2 Fungsi Produksi	26
2.3 Bidang Personalia	27
2.3.1 Manajemen Sumber Daya Manusia	27
2.3.2 Produktivitas Tenaga Kerja.....	28
2.4 Bidang Pemasaran.....	28

2.4.1	Pengertian Pemasaran	28
2.4.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	29
2.4.3	Daur Hidup Produk	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		33
3.1	Jenis Data yang Digunakan.....	33
3.2	Sumber Data.....	33
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4	Metode Pengolahan dan Analisis Data	35
3.5	Teknik Analisis	35
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		37
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	37
4.1.1	Profil Perusahaan	37
4.1.2	Visi dan Misi.....	37
4.1.3	Sejarah Perusahaan	38
4.1.4	Lokasi Perusahaan.....	40
4.1.5	Struktur Organisasi	40
4.1.6	Deskripsi Jabatan	42
4.1.7	<i>Layout</i> Perusahaan	46
4.2	Aspek Pemasaran	47
4.2.1	Produk yang Dipasarkan	47
4.2.2	Wilayah Pemasaran.....	47
4.2.3	Segmentasi Pasar.....	48
4.2.4	Saluran Distribusi.....	48
4.2.5	Fungsi Pemasaran	50
4.2.6	Biaya Pemasaran	54
4.3	Aspek Produksi	56
4.3.1	Uraian Produk	56
4.3.2	Bahan Baku dan Bahan Penolong	58
4.3.3	Mesin dan Peralatan.....	58
4.3.4	Proses Produksi	60

4.4	Aspek Personalia.....	62
4.4.1	Sistem Perekrutan Karyawan	62
4.4.2	Produktivitas Tenaga Kerja.....	64
4.5	Aspek Keuangan	65
4.5.1	Laporan Keuangan Perusahaan.....	85
4.5.2	Laporan Keuangan Hasil Perhitungan	95
BAB V PEMBAHASAN		105
5.1	Selisih Harga Pokok Produksi Perusahaan dengan Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i>	105
5.2	Harga Jual Perusahaan	106
5.3	Harga Jual dengan Metode <i>Cost-Plus Pricing</i>	107
5.4	Selisih Harga Jual Perusahaan dengan Harga Jual <i>Cost-Plus Pricing</i>	108
5.5	Selisih Penjualan Sesudah dan Sebelum <i>Cost-Plus Pricing</i>	109
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		111
6.1	Kesimpulan	111
6.2	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN.....		115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh Perhitungan Harga Pokok Produksi	15
Tabel 2.2 Contoh Neraca	23
Tabel 2.3 Contoh Laba Rugi.....	24
Tabel 2.4 Contoh Perubahan Modal	25
Tabel 4.5 Data Produk Jual.....	47
Tabel 4.6 Segmentasi Pasar PT Mensa Mega Company.....	48
Tabel 4.7 Media Promosi <i>Online</i> PT Mensa Mega Company	52
Tabel 4.8 Biaya Pemasaran (dalam rupiah)	55
Tabel 4.9 Penjualan dengan Harga Perusahaan	56
Tabel 4.10 Daftar Mesin	59
Tabel 4.11 Biaya Investasi.....	66
Tabel 4.12 Jumlah Produksi.....	67
Tabel 4.13 Total Biaya Bahan Baku	67
Tabel 4.14 Biaya Bahan Penolong.....	72
Tabel 4.15 Biaya Tenaga Kerja (dalam rupiah).....	74
Tabel 4.16 Penyusutan	83
Tabel 4.17 Biaya Overhead Pabrik (dalam rupiah).....	83
Tabel 4.18 Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Busana Muslim (dalam rupiah).....	85
Tabel 4. 19 Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Jilbab (dalam rupiah)	89
Tabel 4.20 Harga Jual Perusahaan	92
Tabel 4.21 Laporan Laba Rugi Perusahaan Busana Muslim (dalam rupiah).....	93
Tabel 4.22 Laporan Laba Rugi Perusahaan Jilbab (dalam rupiah)	94
Tabel 4.24 Harga Pokok Penjualan Jilbab Metode <i>Full Costing</i> (dalam rupiah)	99
Tabel 4.25 Laporan Laba Rugi Busana Muslim <i>Cost-Plus Pricing</i> (dalam rupiah).....	103
Tabel 4.26 Laporan Laba Rugi Jilbab <i>Cost-Plus Pricing</i> (dalam rupiah).....	104
Tabel 5.28 Selisih Harga Pokok Produksi dengan Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i> Busana Muslim.....	105

Tabel 5.29 Selisih Harga Pokok Produksi dengan Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i> Jilbab	105
Tabel 5.30 Harga Jual Perusahaan Busana Muslim.....	106
Tabel 5.31 Harga Jual Perusahaan Jilbab.....	106
Tabel 5.32 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi Busana Muslim	107
Tabel 5.33 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi Jilbab	107
Tabel 5.34 Selisih Harga Busana Muslim.....	108
Tabel 5.35 Selisih Harga Jilbab	108
Tabel 5.37 Data Penjualan Sebelum <i>Cost-Plus Pricing</i> Busana Muslim	109
Tabel 5.38 Data Penjualan Sebelum <i>Cost-Plus Pricing</i> Jilbab.....	109
Tabel 5.39 Data Penjualan Sesudah <i>Cost Plus Pricing</i> Busana Muslim	110
Tabel 5.40 Data Penjualan Sesudah <i>Cost-Plus Pricing</i> Jilbab.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Proses Penelitian	35
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Mensa Mega Company.....	41
Gambar 4.3 <i>Layout</i> Lantai 1 PT Mensa Mega Company.....	46
Gambar 4.4 <i>Layout</i> Lantai 2 PT Mensa Mega Company.....	46
Gambar 4.5 Busana Muslim.....	57
Gambar 4.6 Jilbab	57
Gambar 4.7 Proses Produksi	60
Gambar 4.8 Proses Penjahitan	61
Gambar 4.9 Skema Harga Pokok Produksi.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor industri kini telah maju begitu pesat seiring dengan berkembangnya teknologi, baik di Indonesia maupun dalam lingkup internasional. Banyak usaha kecil pada saat sekarang ini saling bersaing, terutama pada usaha yang memproduksi produk sejenis. Hal tersebut bagi usaha kecil merupakan ancaman yang harus segera ditindak lanjuti karena secara langsung akan mempengaruhi kelangsungan hidup usahanya, mengingat penjualan dari produk yang dihasilkan merupakan sumber pendapatan utama bagi badan usaha atau usaha kecil tersebut. Untuk mengatasi hal itu, badan usaha dituntut untuk antisipatif terhadap segala kemungkinan yang terjadi dalam persaingan, yaitu dengan cara penentuan harga jual.

Apabila perhitungan harga pokok produksi kurang tepat, maka akan berakibat terjadinya kesalahan dalam penentuan harga jual produk. Jika nantinya harga produk terlalu tinggi untuk dijual maka produk tidak diminati oleh konsumen. Sebaliknya, jika harga produk 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.

Umumnya dalam menentukan harga jual yang menjadi tolak ukur adalah harga pokok produk. Harga pokok produksi adalah bagaimana memperhitungkan biaya kepada suatu produk atau pesanan, yang dapat dilakukan dengan cara memasukkan seluruh biaya produksi.

PT Mensa Mega Company merupakan perusahaan yang bergerak di bidang garment, khususnya produksi busana muslim dan jilbab dengan merek dagang Alaidrous. 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. Maka, 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.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan di atas dalam sebuah penulisan ilmiah dengan judul “PENETAPAN HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK MENENTUKAN HARGA JUAL DENGAN METODE *COST PLUS PRICING* PADA PT MENSA MEGA COMPANY”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalahnya adalah:

- 1). Apakah harga pokok produksi busana muslim dan jilbab pada PT Mensa Mega Company sudah tepat ?
- 2). Apakah harga jual busana muslim dan jilbab pada PT Mensa Mega Company sudah tepat?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui apakah perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan selama ini sudah tepat.
2. Untuk mengetahui apakah perhitungan harga jual yang dilakukan oleh perusahaan selama ini sudah tepat.

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 periode kegiatan tahun 2010-2014.
2. Metode penelitian bersifat deskriptif, artinya hanya menggambarkan keadaan yang terjadi.
3. Perhitungan harga pokok produksi dilakukan dengan metode *full costing*.

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 Penulis

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi penulis adalah sebagai tambahan pengalaman, dan dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Pembaca

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi pembaca adalah sebagai sumber informasi tambahan dan bahan referensi bagi para akademisi dalam menyusun tugas akhir.

4. Bagi STMI

Dapat menambah referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai analisis perhitungan harga pokok produksi.

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

Berisi langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam memecahkan masalah yang ada

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data sesuai dengan metode yang dipilih, pengolahan data tersebut akan digunakan dalam analisa data.

BAB V : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Berisikan analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran yang diperlukan perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bidang Keuangan

2.1.1 Akuntansi Biaya

2.1.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Menurut Bastian Bustami (2013:4), akuntansi biaya adalah bidang ilmu akuntansi yang mempelajari bagaimana cara mencatat, mengukur dan pelaporan informasi biaya yang digunakan. Disamping itu akuntansi biaya juga membahas tentang penentuan harga pokok dari “suatu produk” yang diproduksi dan dijual kepada pemesan maupun untuk pasar, serta untuk persediaan produk yang akan dijual.

Menurut Supriyono (1983:12), akuntansi biaya adalah salah satu cabang akuntansi yang merupakan alat manajemen dalam memonitor dan merekam transaksi biaya secara sistimatis, serta menyajikan informasi biaya dalam bentuk laporan biaya. Pada awal timbulnya akuntansi biaya mula-mula hanya ditujukan untuk penentuan harga pokok produk atau jasa yang dihasilkan, akan tetapi dengan semakin pentingnya biaya non produksi, yaitu biaya pemasaran dan administrasi umum, akuntansi biaya saat ini ditujukan untuk menyajikan informasi biaya bagi manajemen baik biaya produksi maupun non produksi.

2.1.1.2 Pengertian Biaya

Menurut Lili M. Sadeli (2006:24), biaya adalah pengeluaran atau beban yang timbul akibat digunakannya sumber dana dalam rangka usaha memperoleh penghasilan.

Menurut Bastian Bustami (2013:7), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.

2.1.1.3 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 dalam penggolongan biaya tergantung untuk apa biaya tersebut digolongkan, untuk tujuan yang berbeda diperlukan cara penggolongan biaya yang berbeda pula, atau tidak ada satu cara penggolongan biaya yang dapat dipakai untuk semua tujuan menyajikan informasi biaya.

Berikut ini akan dibahas beberapa cara penggolongan biaya yang sering dilakukan.

1. Penggolongan Biaya sesuai dengan Fungsi Pokok dari Kegiatan/Aktivitas 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.

a. Biaya produksi

Biaya produksi adalah semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi dapat digolongkan ke dalam:

1). 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 atau diikuti jejaknya atau merupakan bagian integral pada produk tertentu. Biaya bahan baku adalah harga perolehan dari bahan baku yang dipakai di dalam pengolahan produk.

Bahan penolong adalah bahan yang akan diolah menjadi bagian produk selesai tetapi pemakaiannya tidak dapat diikuti jejak atau manfaatnya pada produk selesai tersebut, atau nilainya relatif 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.

2). 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 manfaatnya dapat diidentifikasikan atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.

Biaya tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*) adalah balas jasa yang diberikan kepada karyawan pabrik, akan tetapi manfaatnya tidak dapat diidentifikasikan atau diikuti jejaknya pada produk tertentu yang dihasilkan perusahaan.

3). 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.

b. 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, pengarahan, 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 Tendensi Perubahannya terhadap Aktivitas atau Kegiatan atau Volume

Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahan biaya terhadap kegiatan dapat dikelompokkan menjadi:

a. Biaya tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.

b. Biaya variabel (*variable cost*)

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara proporsional dengan perubahan volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel.

c. Biaya Semi Variabel

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

3. Penggolongan Biaya sesuai dengan Obyek 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 terjadinya atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada obyek atau pusat biaya tertentu.

b. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada obyek atau pusat biaya tertentu, atau biaya yang manfaatnya dinikmati oleh beberapa obyek atau pusat biaya.

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.

6. Penggolongan Biaya untuk Tujuan Pengendalian Biaya

Untuk pengendalian biaya informasi biaya yang ditujukan kepada manajemen dikelompokkan ke dalam:

a. Biaya Terkendalikan (*Controllable Cost*)

Biaya terkendalikan adalah biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu.

b. Biaya Tidak Terkendalikan (*Uncontrollable Cost*)

Biaya tidak terkendalikan adalah biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan/pejabat tertentu berdasar wewenang yang dia miliki atau tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pejabat dalam jangka waktu tertentu.

2.1.2 Harga Pokok Produksi

2.1.2.1 Pengertian Harga Pokok Produksi

Menurut Batian Bustami (2013:49), 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.

Harga pokok produksi merupakan jumlah dari biaya produksi yang terdiri dari bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Penentuan harga pokok yang tepat bagi perusahaan akan mempengaruhi penentuan laba yang layak bagi perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berhubungan dengan produksi dan harus dikeluarkan untuk mengolah dan membuat bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual.

Tabel 2.1 Contoh Perhitungan Harga Pokok Produksi

Rincian	Tahun	
	2010	2011
A. Pemakaian Bahan Baku		
1. Persediaan Awal Bahan Baku	9.500.000	8.125.000
2. Pembelian Bahan Baku	683.622.000	747.930.000
3. Persediaan Bahan Baku Siap Pakai	693.122.000	756.055.000
4. Persediaan Akhir Bahan Baku	(8.125.000)	(6.534.000)
Total Pemakaian Bahan Baku	684.997.000	749.521.000
B. Biaya Upah Pekerja Langsung	142.200.000	169.440.000
C. Biaya Overhead Pabrik		
1. Biaya Listrik dan Telepon	43.000.000	45.500.000
2. Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	1.000.000	1.000.000
3. Biaya Penyusutan	42.920.000	42.920.000
4. Biaya Bahan Baku Penolong	76.977.500	114.958.000
Total Biaya Overhead Pabrik	163.897.500	204.378.000
Biaya Produksi	991.094.500	1.123.339.000
1. Persediaan Awal Barang dalam Proses	19.550.000	17.600.000
2. Barang dalam Proses Tahun Berjalan	1.010.644.500	1.140.939.000
3. Persediaan Akhir Barang dalam Proses	(17.600.000)	(14.970.000)
Harga Pokok Produksi	993.044.500	1.125.969.000

2.1.2.2 Metode Penentuan Harga Pokok Produksi

Metode penentuan harga pokok produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam harga produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam harga produksi terdapat dua pendekatan yaitu *full costing* dan *variabel costing* (Mulyadi, 2005:17).

a. Full Costing

Menurut Mulyadi (2005:17), *full costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku,

biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik variabel, dan biaya *overhead* pabrik tetap ditambah dengan dengan biaya non produksi (biaya pemasaran, biaya administrasi dan umum).

Rumusan perhitungan harga pokok produksi *full costing*:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx +</u>
Harga pokok produksi	xxx

b. Variabel Costing

Menurut Mulyadi (2005:17), *variabel costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang bersifat variabel yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel.

Rumus perhitungan harga pokok produksi *variabel costing*:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx +</u>
Harga pokok produksi	xxx

2.1.3 Harga

2.1.3.1 Pengertian Harga

Menurut Michael J. Etzel (2012:130), harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang (dolar = \$) atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Menurut Kotler

(2012:131), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Kotler (2012:132), tujuan penetapan harga antara lain:

1. Perusahaan menyusun tujuan pemasarannya, misalnya meningkatkan laba, memenangkan bagian pasar atau kualitas produk
2. Perusahaan menentukan kurva permintaan yang memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan terjual per periode.
3. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda-beda.
4. Perusahaan mengamati harga-harga para pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri.
5. Perusahaan memilih metode penetapan harga.
6. Perusahaan memilih harga akhir.

2.1.4 Harga Jual

2.1.4.1 Pengertian Harga Jual

Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah *Mark-up*.

Harga jual adalah nilai tukar suatu barang atau jasa, yaitu jumlah uang yang pembeli sanggup membayar kepada penjual untuk suatu barang tertentu. Selain itu harga jual adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya sedangkan harga jual dalam pengertian lain adalah satuan moneter atau

ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa yang akan berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

2.1.4.2 Metode Penetapan Harga Jual Produk

Metode penentuan harga jual ada 4 yaitu:

- *Cost-Plus Pricing*

Metode penentuan harga jual normal sering kali disebut *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, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *markup* yang dihitung dengan formula tertentu.

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

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini yaitu taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan.

- Perhitungan Harga Jual per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh 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 perhitungan persentase *markup*.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan sebagai berikut :

Harga Jual per unit = Total Biaya yang berhubungan + persentase *mark up* langsung

Persentase *markup* dihitung dengan rumus :

$$\text{Persentase } \textit{markup} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang tidak dipengaruhi langsung oleh volume produk}}{\text{Biaya yang dipengaruhi langsung oleh volume produk}}$$

2.1.5 Laporan Keuangan

2.1.5.1 Pengertian Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah laporan tertulis yang memberikan informasi kuantitatif tentang posisi keuangan dan perubahan-perubahannya, serta hasil yang dicapai selama periode tertentu.

Posisi keuangan memberikan gambaran tentang bagaimana susunan kekayaan yang dimiliki perusahaan dan sumber-sumber kekayaan itu didapat. Perubahan posisi keuangan menunjukkan kemajuan perusahaan, memberikan gambaran tentang apakah perusahaan memperoleh laba dalam

melaksanakan kegiatannya, dan apakah perusahaan mengalami perkembangan yang menunjukkan manajemen telah mengelola perusahaan dengan berhasil.

2.1.5.2 Jenis Laporan Keuangan

a. Neraca

Neraca adalah suatu daftar keuangan yang memuat ikhtisar tentang harta, utang dan modal suatu unit usaha atau perusahaan pada suatu saat tertentu, biasanya pada penutupan hari terakhir dari suatu bulan atau suatu tahun.

Neraca merupakan laporan keuangan utama yang memberikan informasi tentang keuangan pada suatu saat, menyajikan dua bagian pokok yaitu: aktiva (*assets*) dan passiva (*liabilities and capital*).

Yang dimaksud dengan aktiva adalah jumlah harta/kekayaan yang dimiliki perusahaan, sedangkan passiva adalah jumlah kewajiban-kewajiban perusahaan atau sumber yang digunakan untuk memperoleh aktiva tersebut.

Pada kebanyakan perusahaan jasa dan dagang, aktiva dibagi dalam dua kelompok, yaitu aktiva lancar dan aktiva tetap. Adapun passiva dibagi dalam tiga kelompok, yaitu utang lancar, utang jangka panjang, dan modal.

Aktiva lancar (*current assets*) adalah uang tunai dan aktiva lainnya yang dalam jangka waktu normal akan menjadi uang tunai. Aktiva lancar suatu perusahaan, antara lain meliputi perkiraan-perkiraan tersebut.

1. Kas (*cash*)

2. Surat berharga (*marketable securities*)
3. Wesel tagih (*notes receivable*)
4. Piutang dagang (*account receivable*)
5. Pendapatan yang masih harus diterima (*accrued receivable*)
6. Bahan habis dipakai
 - a. Perlengkapan toko (*store supplies*)
 - b. Perlengkapan kantor (*office supplies*)
7. Persediaan barang dagangan (*merchandise inventory*)
8. Biaya dibayar di muka (*prepaid expense*)
9. Aktiva lancar lain-lain

Aktiva tetap berwujud (*tangible fixed assets*) adalah kekayaan yang dimiliki perusahaan yang fisiknya konkret dan digunakan dalam operasi perusahaan secara permanen (lebih dari satu periode akuntansi/tahun). Aktiva ini mencakup, antara lain sebagai berikut.

1. Kendaraan (*delivery equipment*)
2. Peralatan toko (*store equipment*)
3. Peralatan toko (*office equipment*)
4. Peralatan pabrik (*factory equipment*)
5. Bangunan/gedung (*building*)
6. Tanah (*land*)
7. Aktiva tetap lain-lain

Utang lancar (*current liabilities*) adalah kewajiban keuangan perusahaan yang harus dibayar dalam waktu kurang dari satu tahun. Utang lancar ini antara lain terdiri dari perkiraan-perkiraan berikut.

1. Utang dagang (*account payable*)
2. Utang wesel (*notes payable*)

3. Utang pajak (*tax payable*)
4. Biaya yang masih harus dibayar (*accrued payable*)
 - a. Rekening listrik dan air
 - b. Telepon
 - c. Honorarium
 - d. Lain-lain
5. Utang jangka panjang yang telah jatuh tempo
6. Utang lain-lain

Utang jangka panjang (*long term liabilities*) adalah kewajiban keuangan perusahaan yang jangka waktu pembayarannya lebih dari satu tahun. Yang termasuk utang jangka panjang antara lain:

1. Wesel bayar jangka panjang
2. Utang hipotek (*mortgage payable*)
3. Utang obligasi
4. Utang jangka panjang lainnya.

Modal (*equity*) adalah merupakan hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan. Di dalam perusahaan perseorangan yang termasuk modal hanyalah modal pribadi. Dalam perseroan terbatas yang termasuk dalam modal, antara lain:

1. Modal saham
2. Laba yang ditahan
3. Cadangan

Tabel 2.2 Contoh Neraca

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

b. Laporan Rugi/Laba

Laporan rugi/laba adalah suatu daftar yang memuat ikhtisar tentang penghasilan, biaya, serta hasil neto suatu perusahaan pada suatu periode tertentu, misalnya untuk satu bulan atau satu tahun.

Laporan rugi/laba merupakan laporan keuangan utama di samping neraca, memberikan informasi tentang perubahan posisi keuangan dari kegiatan operasi

perusahaan selama satu periode tertentu yang menyajikan dua unsur pokok, yaitu penghasilan (*revenue*) dan biaya (*expense*).

Rugi/laba akibat transaksi operasional yang dilaporkan dalam laporan rugi/laba ini akan mempengaruhi besarnya modal atau kapital. Laba akan menambah modal, sedangkan rugi akan mengurangi modal. Dengan demikian, laporan rugi/laba memberikan informasi tentang kemajuan perusahaan yang disebabkan oleh transaksi operasi.

Tabel 2.3 Contoh Laba Rugi

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
Biaya Bunga	-	-
Pendapatan Sebelum Pajak	5.910	6.800
Pajak Pendapatan	591	680
Laba Bersih	5.319	6.120

c. Laporan Perubahan Modal

Informasi tentang perubahan neto dalam modal yang terjadi selama periode tertentu, umumnya dilaporkan dalam suatu daftar yang disebut laporan perubahan modal. Laporan tersebut berfungsi sebagai mata rantai antara laporan neraca dan laporan rugi/laba.

Laporan perubahan modal adalah suatu daftar yang memuat ikhtisar terperinci tentang perubahan modal suatu perusahaan pada suatu periode tertentu, misalnya satu bulan atau satu tahun.

Di dalam laporan perubahan modal, selain memberi gambaran mengenai perubahan neto dalam modal juga unsur-unsurnya yang menyebabkan terjadinya perubahan itu sendiri.

Dua unsur penting yang dapat menyebabkan perubahan modal, yaitu:

1. Transaksi operasi
2. Transaksi modal

Tabel 2.4 Contoh Perubahan Modal

Keterangan	Tahun	
	2001	2002
Modal Awal	8.490	9.610
Laba Setelah Pajak	3.380	4.520
Penambahan	11.870	14.130
Prive	(4.000)	(8.500)
Modal Akhir	7.870	5.630

2.2 Bidang Produksi

2.2.1 Pengertian Produksi

Secara umum produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (input) menjadi hasil keluaran (output). Pengertian produksi dalam arti luas sebagai kegiatan yang mentransformasikan masukan (input) menjadi keluaran

(output), tercakup semua aktivitas atau kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau menunjang usaha untuk menghasilkan produk tersebut. Dalam arti sempit pengertian produksi hanya dimaksud sebagai kegiatan yang menghasilkan barang baik barang jadi maupun barang setengah jadi, bahan industri dan suku cadang atau spareparts dan komponen. Dengan pengertian ini, produksi dimaksudkan sebagai kegiatan pengolahan dalam pabrik. Hasil produksinya dapat berupa barang-barang konsumsi maupun barang-barang industri.

Menurut Sofjan Assauri (1999) Pengertian produksi dan operasi dalam ekonomi adalah merupakan kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan dan menambah kegunaan atau utilitas suatu barang atau jasa.

Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen produksi dan operasi merupakan proses pencapaian dan pengutilisasian sumber-sumber daya untuk memproduksi atau menghasilkan barang-barang atau jasa-jasa yang berguna sebagai usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi.

2.2.2 Fungsi Produksi

Menurut Sofjan Assauri (1999) dalam pelaksanaan fungsi produksi dan operasi ada lima tanggung jawab keputusan utama yang harus dilakukan yaitu proses, kapasitas, persediaan, tenaga kerja dan mutu atau kualitas.

Secara umum fungsi produksi terkait dengan pertanggung jawaban dalam pengolahan dan pentransformasian masukan (inputs) menjadi keluaran (outputs) berupa barang atau jasa yang akan dapat memberikan hasil pendapatan bagi perusahaan.

Menurut Sofjan Assauri (1999) ada empat fungsi terpenting dalam fungsi produksi dan operasi adalah :

- a. Proses pengolahan, merupakan metode atau teknik yang digunakan untuk pengolahan masukan (inputs).
- b. Jasa-jasa penunjang, merupakan sarana yang berupa pengorganisasian yang perlu untuk penetapan teknik dan metode yang akan dijalankan, sehingga proses pengolahan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.
- c. Perencanaan, merupakan penetapan keterkaitan dan pengorganisasian dari kegiatan produksi dan produksi yang akan dilakukan dalam suatu dasar waktu atau periode tertentu.
- d. Pengendalian atau pengawasan, merupakan fungsi untuk menjamin terlaksananya kegiatan sesuai dengan yang direncanakan, sehingga maksud dan tujuan untuk penggunaan dan pengolahan masukan (inputs) pada kenyataannya dapat dilaksanakan.

2.3 Bidang Personalia

2.3.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Simamora (1997), manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja.

Sementara itu, Schuler, et al. (1992), mengartikan manajemen sumber daya manusia (MSDM), merupakan pengakuan tentang pentingnya tenaga kerja organisasi sebagai sumber daya manusia yang sangat penting dalam memberikan kontribusi bagi tujuan-tujuan organisasi dan menggunakan beberapa fungsi dan kegiatan untuk memastikan bahwa SDM tersebut digunakan secara efektif dan adil bagi kepentingan individu, organisasi dan masyarakat.

Jadi, MSDM dapat juga merupakan kegiatan perencanaan, pengadaan, pengembangan, pemeliharaan, serta penggunaan SDM untuk mencapai tujuan baik secara individu maupun organisasi.

Menurut DR. Edy Sutrisno, M.SI manajemen personalia memiliki pengertian bahwa personalia atau karyawan itu hanya dianggap sebagai salah satu faktor produksi saja, yang tenaganya harus digunakan secara produktif bagi pencapaian tujuan perusahaan.

2.3.2 Produktivitas Tenaga Kerja

Di bidang industri, produktivitas mempunyai arti ukuran yang relatif nilai atau ukuran yang ditampilkan oleh daya produksi, yaitu sebagai campuran dari produksi dan aktivitas; sebagai ukuran yaitu seberapa baik kita menggunakan sumber daya dalam mencapai hasil yang diinginkan (Ravianto,1991).

Tohardi (2002), mengemukakan bahwa produktivitas kerja merupakan sikap mental. Sikap mental yang selalu mencari perbaikan terhadap apa yang telah ada. Suatu keyakinan bahwa seseorang dapat melakukan pekerjaan lebih baik hari ini daripada hari kemarin dan hari esok lebih baik hari ini.

2.4 Bidang Pemasaran

2.4.1 Pengertian Pemasaran

Inti dari pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

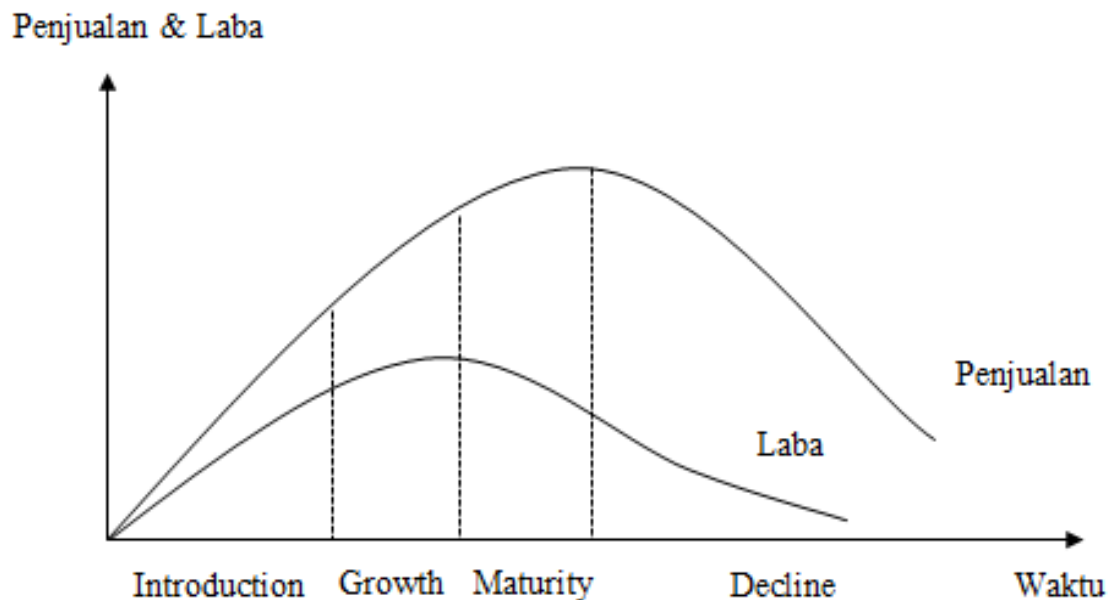
Menurut American Marketing Association (AMA) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada

pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

2.4.2 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berpikir tentang cara-cara untuk mencapai respons yang diinginkan pihak lain. Manajemen pemasaran (marketing management) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

2.4.3 Daur Hidup Produk



1. Waktu Pengenalan Produk (introduction)

Produsen memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas dengan bermacam cara, seperti promosi, iklan, pameran, personal selling, spanduk, sponsor, televisi, radio, media masa atau bauran promosi (promotiom mix). Dengan cara-cara seperti

diatas, produsen mempunyai harapan bahwa produknya dikenal oleh masyarakat dan tertarik untuk membelinya. Namun konsekuensi dari pengenalan produk tersebut pihak produsen harus mengeluarkan relatif banyak biaya-biaya, yaitu biaya produksi dan biaya promosi, sementara dari segi penjualan belum ada atau masih sedikit volume penjualan produknya. Disamping itu juga produk belum banyak dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga adanya biaya yang besar dan belum ada atau masih sedikit volume penjualan produk berakibat pada kondisi saldo pada neraca yang negatif atau rugi.

Tahap atau waktu pengenalan produk secara garis besar mempunyai ciri sebagai berikut:

- Biaya tinggi.
- Volume penjualan rendah.
- Merugi dan saluran distribusi terbatas.
- Penuh risiko.
- Program promosi dirancang untuk merangsang permintaan primer.
- Tipe produk yang ditawarkan bukan merek pabrik.

2. Waktu pertumbuhan produk (growth)

Setelah dikenalkan melalui berbagai macam media promosi, produk mulai dikenal masyarakat dan dengan “bujuk rayu” promosi akhirnya mulai tertarik untuk membelinya. Dengan memanfaatkan kegunaan produk yang sudah dibelinya, calon-calon konsumen baru banyak tertarik untuk membeli juga, sehingga memengaruhi volume penjualan produk yang semakin lama semakin meningkat. Melonjaknya hasil penjualan merupakan tanda berlangsungnya tahap atau waktu pertumbuhan produk. Seiring dengan penjualan yang semakin meningkat, pihak

produsen ada kecendrungan untuk mengurangi frekuensi promosi dengan asumsi produknya sudah banyak dikenal para konsumen. Konsekuensi mengurangi frekuensi promosi berarti efisiensi biaya promosi. Jika biaya promosi saat itu dibandingkan dengan volume penjualan yang terus meningkat dari waktu ke waktu, maka keuntungan semakin besar pula, bahkan mencapai keuntungan maksimum.

Tahap atau waktu pertumbuhan produk secara garis besar mempunyai ciri sebagai berikut:

- Penjualan dan laba meningkat dengan cepat.
- Promosi mulai ditekankan pada merek bukan pada tipe produk.
- Distribusi meningkat.

3. Waktu kematangan/kejenuhan produk (maturity)

Akan tiba waktunya laju pertumbuhan penjualan produk mulai menurun dan produk mulai menurun dan produk tersebut mulai memasuki waktu kematangan atau konsumen sudah ada rasa kejenuhan terhadap produk. Tahap ini biasanya berlangsung lebih lama dibandingkan tahap atau waktu-waktu sebelumnya serta menghadapi tantangan-tantangan besar dalam manajemen pemasaran. Menurunnya laju pertumbuhan penjualan mengakibatkan kelebihan kapasitas industri. Hal ini menyebabkan persaingan menjadi ketat dan intensif. Para pesaing sering menurunkan harga atau obral harga. Disamping itu para pesaing juga meningkatkan promosi penjualan. Sehingga strategi yang dijalankan oleh para pesaing akan berakibat menyusutnya jumlah keuntungan.

Tahap atau waktu kematangan/kejenuhan produk secara garis besar mempunyai ciri sebagai berikut:

- Volume penjualan tetap naik akan tetapi sudah menurun.

- Laba juga mengalami penurunan.
- Persaingan harga mulai tajam.
- Upaya promosi harus intensif.

4. Waktu penurunan produk (decline)

Pada akhirnya hasil penjualan hampir semua bentuk produk dan merek akan bergerak menurun. Penjualan dapat jatuh sampai titik nol. Mungkin biaya terbesar adalah penelitian untuk mencari produk pengganti yang disenangi konsumen. Perusahaan secara sadar harus menciptakan bauran produk untuk memperoleh keuntungan di masa datang.

Tahap atau waktu kematangan/kejenuhan produk secara garis besar mempunyai ciri sebagai berikut:

- Permintaan produk merosot.
- Para pesaing mulai mundur dari pasar.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Data yang Digunakan

Untuk menghitung Harga Pokok Produksi pada perusahaan PT Mensa Mega Company penulis memerlukan data laporan keuangan yang terdiri dari pembelian bahan baku, pembelian bahan penolong, biaya untuk tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik.

3.2 Sumber Data

Data yang penulis gunakan di dalam penelitian ini diambil dari perusahaan berupa:

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh penulis selama waktu penelitian.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari perusahaan.

3.3 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 PT Mensa Mega Company.

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 dilakukan yaitu :

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:

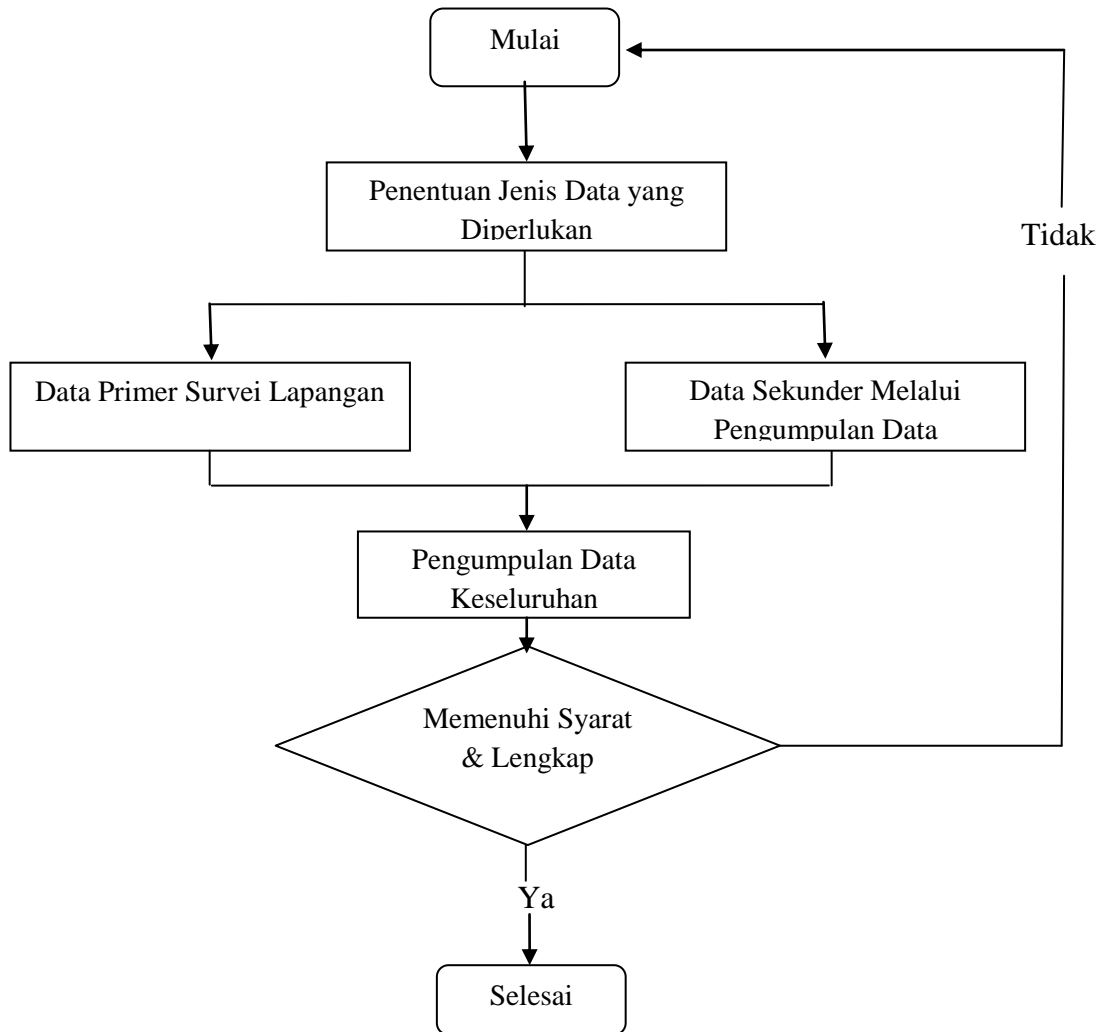
- Wawancara (*Interview*)

Interview atau wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan maupun karyawan di PT Mensa Mega Company.

- Observasi (*observation*)

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

Gambar 3.1 Proses Penelitian



3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis mengolah data keuangan yang diperoleh ke dalam 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.

3.5 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. Menghitung biaya produksi selama periode penelitian, dengan metode *full costing*, Adapun rumus yaitu:

Biaya bahan baku	xxx
Biaya tenaga kerja langsung	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	xxx
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u> +
Harga pokok produksi	xxx

3. Menentukan harga jual per unit, dengan rumus :

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

4. Menghitung biaya non produksi meliputi biaya pemasaran, biaya umum dan administrasi.
5. Membuat Laporan Laba Rugi dengan harga jual yang telah dihitung oleh penulis.
6. Membuat Laporan Neraca sesuai dengan laporan laba rugi yang telah dibuat

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Profil Perusahaan

- Nama Perusahaan : PT. Mensa Mega Company
- Merek Dagang : Alaidrous
- Nama Pemilik : Tn. Teddy Mensa
- Tahun berdiri : 2005
- Jenis usaha : Produk Busana Muslim dan Jilbab
- Daerah Kerja : Jakarta dan Bandung
- Alamat : Jl. Cempaka Putih Timur VIII/8
Kel. Cempaka Putih, Jakarta Pusat
10510
- Telepon/Fax : 021-4249374
- Email : alaidrous.hijab@yahoo.com
- Situs e-commerce : alaidrousstore.com/
- NPWP : 02.651.947.0-409.000
- Nomor SIUP : 510/03813/10-10/PK/VI/2010
- Nomor TDP : 10.09.16400589
- Jumlah karyawan : 29 Orang

4.1.2 Visi dan Misi

- **Visi Perusahaan**

"Menerima ekspektasi, kebutuhan dan aspirasi konsumen melalui kewirausahaan inovatif dan kreatif yang membentuk industri global yang bertanggung jawab untuk

membantu mencapai Indonesia baru dalam fashion khususnya busana muslim dan jilbab.”

- **Misi Perusahaan**

- Menjadikan busana muslim dan jilbab Indonesia *trendsetter* dunia.
- Terus berinovasi dan memberikan nilai tambah bagi seluruh produk Busana Muslim dan Jilbab.
- Memberikan pelayanan yang lebih baik kepada seluruh konsumen.
- Membangun *relationship business* yang baik dengan para pemasok, investor, dan mitra bisnis.
- Menjaga akuntabilitas sosial terhadap karyawan kami dengan menciptakan lingkungan kerja yang ramah, nyaman dan sadar kesehatan.
- Memberikan makna bagi semua orang yang terhubung dengan kami.
- Menjadi produsen busana muslim dan jilbab untuk area Jakarta dan Bandung.

4.1.3 Sejarah Perusahaan

PT Mensa Mega Company merupakan perusahaan yang bergerak di bidang garment, khususnya produksi busana muslim dan jilbab dengan merek dagang Alaidrous. Busana muslim dan jilbab Alaidrous diproduksi dengan bahan kain Premium kualitas *Grade A* dengan konsep syar'i.

Busana muslim dan jilbab ini bukan merupakan bisnis pertama yang dilakukan oleh Bapak Teddy Mensa. Pada tahun 2003, Bapak Teddy Mensa bergabung dengan sahabat-sahabatnya menjalankan perusahaan multibisnis yang bergerak di bidang Multimedia, Property,

General Trading, Manufacturing, dan Contactor. Namun seiring berjalannya waktu, bisnis tersebut mengalami pasang surut.

Pada tahun 2004 Bapak Teddy Mensa dan Ibu Arsiska Mahardika mulai mengerjakan makloon pembuatan produk fashion baik itu pesanan perseorangan, perusahaan skala kecil dan besar, juga instansi-instansi pemerintahan, brand-brand baru hingga brand terkenal di Indonesia.

Mengingat Industri fashion yang tak lekang oleh waktu, terlebih busana muslim dan jilbab yang akhir-akhir ini menjadi *trend setter* di Indonesia bahkan di dunia terbukti dengan produk busana muslim dan jilbab yang mendominasi pesanan serta adanya dorongan dari berbagai pihak maka pada pertengahan tahun 2005 PT MensaMCo menjadi perusahaan yang statusnya berbadan hukum dan lebih berkonsentrasi dibidang garment.

Sejak saat itulah PT MensaMCo memproduksi busana muslim dan jilbab yang di *design* sendiri oleh Ibu Arsiska Mahardika dengan merek dagang Alaidrous. Merek dagang tersebut tidak didapat dengan mudah. PT MensaMCo kurang lebih sampai 10 kali harus mengganti nama merek dagangnya untuk dipatenkan, itu pun membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Pada akhirnya tahun 2011 ditetapkanlah Alaidrous sebagai merek dagang yang sah dari PT MensaMCo.

Dan kini Alaidrous menjadi salah satu produsen busana muslim dan jilbab grosir terbesar di Indonesia. Dengan *design* yang tidak pasaran, dan karakter bahan kain berkualitas Premium namun dengan harga yang murah membuat produk-produk kami mampu bersaing, hal ini dibuktikan dengan produk-produk kami yang mudah ditemukan dan tersebar di seluruh pasar grosir besar diseluruh Indonesia.

4.1.4 Lokasi Perusahaan

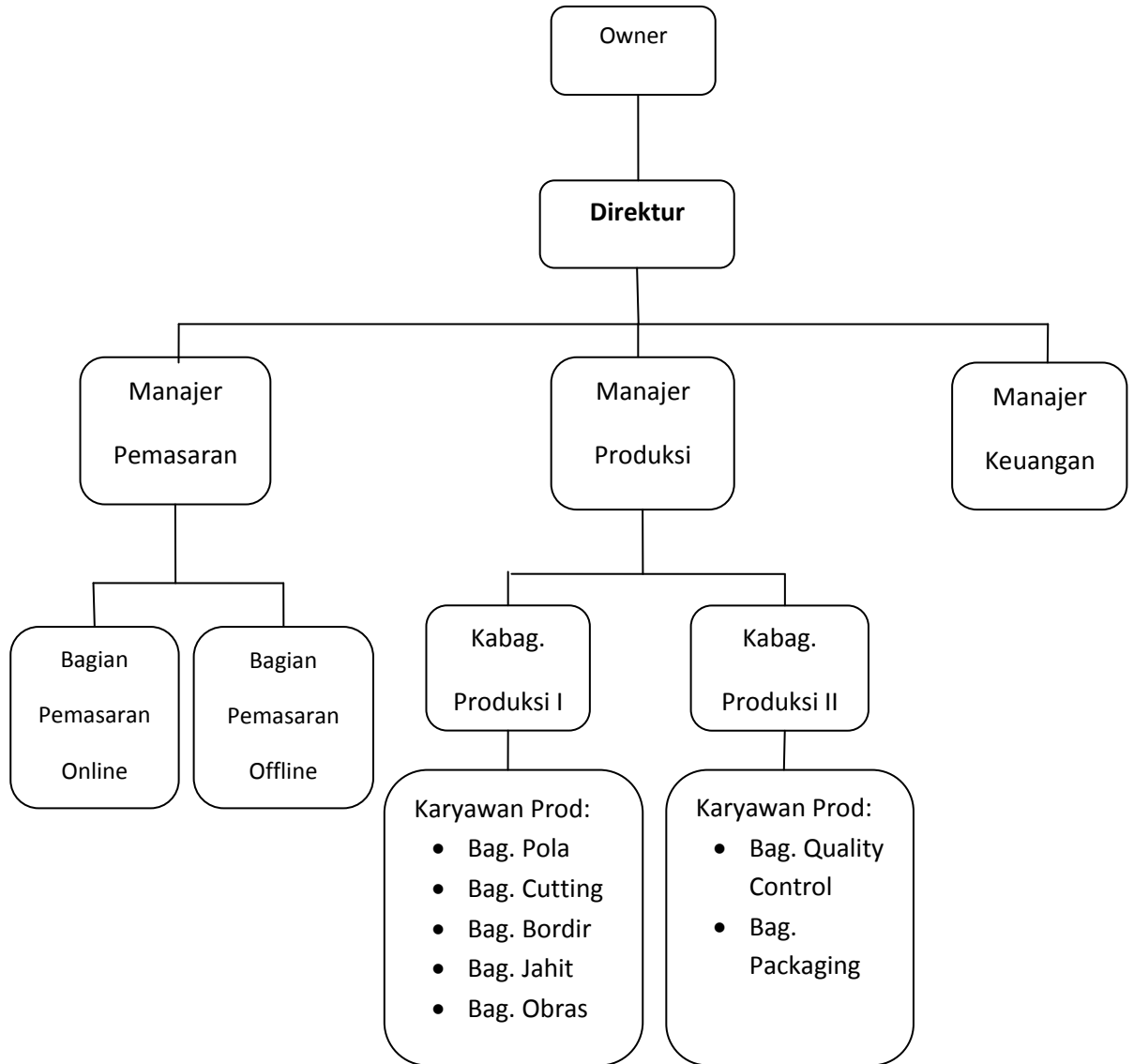
PT Mensa Mega Company merupakan sebuah perusahaan yang berada di Jalan Cempaka Putih Timur VIII/8 Cempaka Putih, Jakarta Pusat.

4.1.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang digunakan dalam perusahaan PT. Mensa Mega Company 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.

Berikut ini adalah struktur organisasi PT. Mensa Mega Company:

Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Mensa Mega Company



Sumber: PT. Mensa Mega Company

4.1.6 Deskripsi Jabatan

1. Owner / Pemilik Usaha

Tugas dan wewenang pemilik usaha adalah:

- a. Merumuskan rencana tujuan, sasaran dan kebijakan umum perusahaan secara keseluruhan.
- b. Bertanggung jawab terhadap kegiatan eksternal perusahaan.
- c. Menjaga hubungan baik dengan *client* / rekan kerja dan pemasok.
- d. Menerima laporan menyangkut kegiatan operasional perusahaan secara keseluruhan.

2. Direktur

Tugas dan wewenang direktur adalah:

- a. Mengkoordinasikan kegiatan operasional perusahaan.
- b. Melakukan pengawasan secara menyeluruh atas semua kegiatan operasional perusahaan.
- c. Bertanggung jawab penuh terhadap jalannya kegiatan operasional perusahaan dan memperhatikan kondisi perusahaan secara internal.
- d. Memeriksa keuangan perusahaan dan membuat keputusan untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang.
- e. Melaporkan kegiatan operasional secara rutin.
- f. Menerima laporan dari masing-masing bagian.

3. Manajer Pemasaran

Tugas dan wewenang manajer pemasaran:

- a. Merencanakan strategi pemasaran produk.
- b. Memperluas daerah pemasaran dengan mengadakan analisis pasar.
- c. Mengatur strategi untuk bersaing.

- d. Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pemasaran.
- e. Menerima laporan penjualan.
- f. Memberikan laporan penjualan secara keseluruhan (*online* dan *offline*).
- g. Memberikan hasil penjualan kepada Manajer Keuangan.

4. Bagian Pemasaran *Online*

Tugas dan wewenang bagian pemasaran *online*:

- a. Mencatat barang yang siap dijual.
- b. Memasarkan / menjual produk secara *online*.
- c. Mengatur jumlah produk yang keluar.
- d. Melayani pedagang besar, pengecer dan konsumen secara *online*.

5. Bagian Pemasaran *Offline*

Tugas dan wewenang bagian pemasaran *offline*:

- a. Mencatat barang yang siap dijual di *stokist*.
- b. Memasarkan / menjual produk secara *offline*.
- c. Mengatur jumlah produk yang keluar dari *stokist*.
- d. Melayani pedagang besar, pengecer, dan konsumen secara *offline*.

6. Manajer Produksi

Tugas dan wewenang manajer produksi:

- a. Menangani masalah ketersediaan bahan baku, bahan pelengkap produksi, serta hasil produksi.
- b. Mengatur dan mengontrol jalannya seluruh kegiatan produksi.
- c. Bertanggung jawab terhadap kegiatan produksi secara keseluruhan.
- d. Menerima laporan hasil produksi.

e. Melaporkan dan mendistribusikan produk ke bagian pemasaran.

7. Kepala Bagian Produksi I dan Kepala Bagian Produksi II

Tugas dan wewenang kepala bagian produksi:

- a. Mengatur dan mengawasi pemakaian bahan baku.
- b. Menangani masalah penyimpanan bahan baku, bahan penolong, alat- alat produksi, serta hasil produksi.
- c. Mendapatkan tugas/perintah langsung dari manajer produksi untuk mengatur dan mengawasi kerja seluruh karyawan agar bekerja dengan baik.
- d. Bertanggung jawab terhadap proses dan hasil produksi baik kualitas maupun kontinuitasnya.
- e. Harus mampu menguasai semua proses produksi.
- f. Membantu proses produksi.
- g. Memberikan laporan kepada manajer produksi.

8. Karyawan Produksi

a) Bagian Pola

Tugas dari pekerja bagian pola adalah membuat pola busana muslim dan jilbab yang akan di produksi. Membuat pola merupakan proses awal setelah dibuatnya desain di dalam menghasilkan produk. Tugas ini tidak mudah karena dapat mempengaruhi keberhasilan produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, dibutuhkan *skill* khusus pada proses ini.

b) Bagian *Cutting*

Tugas dari pekerja bagian *cutting* adalah memotong gulungan kain yang akan digunakan untuk membuat boneka sesuai dengan ukuran yang telah ditetapkan. Setelah gulungan kain di potong maka selanjutnya di

gambar sesuai pola dan di potong dengan mesin *cutting* mengikuti pola yang ada, setelah terpotong kain akan dipisahkan sesuai dengan jenis polanya dan siap dipindahkan ke tempat penjahitan dan tempat bordir.

c) Bagian Bordir

Tugas dari pekerja bagian bordir adalah membordir logo pada bagian pola yang sudah ditentukan.

d) Bagian Jahit

Tugas dari pekerja bagian penjahitan adalah melakukan proses penjahitan bahan yang telah terbentuk pola untuk menggabungkan seluruh bagian hingga berbentuk busana muslim dan jilbab sesuai desain.

e) Bagian Obras

Tugas dari pekerja bagian obras adalah mengobras dengan tujuan untuk menguatkan pinggiran kain yang sudah di jahit.

f) Bagian *Quality Controll*

Tugas dari pekerja bagian *quality controll* adalah memastikan kualitas produk yang dihasilkan dan merapikan apabila masih ada benang jahit yang tersisa pada busana muslim dan jilbab.

g) Bagian *Packaging*

Tugas dari pekerja bagian *packaging* adalah menambahkan label, *hangtag*, dan *barcode* pada setiap produk serta mengemas busana muslim dan jilbab pada plastik dengan rapi.

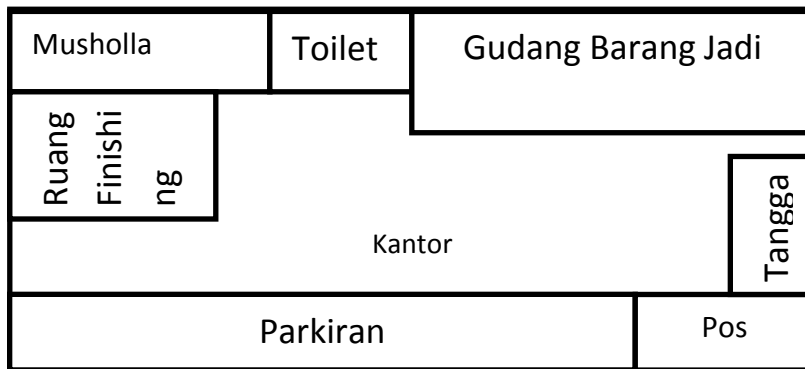
9. Manajer Keuangan

Tugas dan wewenang manajer keuangan:

- a. Bertanggung jawab penuh terhadap keuangan perusahaan.
- b. Mengatur dan mencatat keluar masuknya uang.
- c. Mencatat dan melaksanakan pembayaran gaji dan upah karyawan.
- d. Mengumpulkan bukti-bukti pembayaran.
- e. Menerima laporan hasil penjualan.
- f. Membuat laporan keuangan.

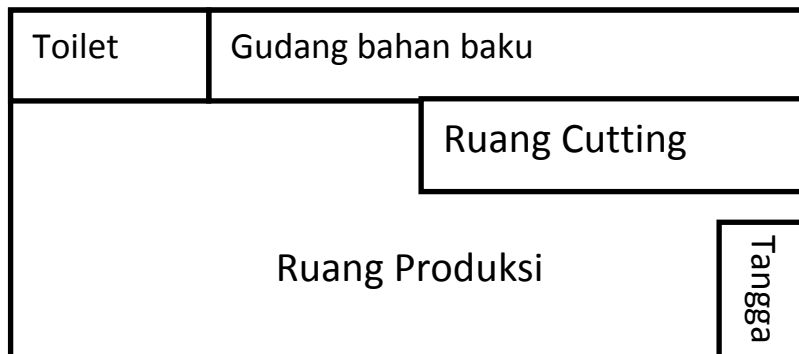
4.1.7 Layout Perusahaan

Gambar 4.3 Layout Lantai 1 PT Mensa Mega Company



Sumber: PT Mensa Mega Company

Gambar 4.4 Layout Lantai 2 PT Mensa Mega Company



Sumber: PT. Mensa Mega Company

4.2 Aspek Pemasaran

4.2.1 Produk yang Dipasarkan

Produk yang dihasilkan oleh PT Mensa Mega Company adalah busana muslim dan jilbab, dengan merek dagang Alaidrous. Busana muslim dan jilbab Alaidrous diproduksi dengan bahan kain Premium kualitas Grade A dengan konsep syar'i.

Tabel 4.5 Data Produk Jual

No	Jenis Produk	Keterangan
1	Busana Muslim (gamis dan jilbab)	Merupakan pakaian yang dikenakan seorang muslimah untuk menutup auratnya, terdiri dari gamis dan ada juga busana muslim set yaitu gamis dan jilbab. Busana muslim ini memiliki ukuran S, M, L, dan XL.
2	Jilbab	Merupakan kain yang digunakan muslimah untuk menutupi kepala, dada, dan punggung. Produk ini terdiri dari 3 (tiga) jenis yaitu kerudung sekolah anak, khimar, dan scarf.

4.2.2 Wilayah Pemasaran

Wilayah Pemasaran busana muslim dan jilbab yang telah dijangkau hingga saat ini oleh Alaidrous sudah mencapai Pusat Pasar Grosir Busana Muslim dan Jilbab seperti Tanah Abang, Thamrin City,

Pasar Mayestik, Mangga Dua, Jembatan Lima dan Tiga (Jakarta), Pasar Baru (Bandung), Tegalgubug (Cirebon), Semarang, Surabaya, dan hampir seluruh kota besar se-Indonesia.

4.2.3 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah suatu proses membagi pasar ke dalam segmen-segmen pelanggan potensial dengan kesamaan karakteristik yang menunjukkan adanya kesamaan perilaku pembeli dan sebagai suatu proses pembagian pasar keseluruhan menjadi kelompok-kelompok pasar yang terdiri dari orang-orang yang secara relatif memiliki kebutuhan produk yang serupa. Dalam hal ini segmen pasar yang dituju oleh Alaidrous dalam menjual produknya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Segmentasi Pasar PT Mensa Mega Company

Variabel	Keterangan
Usia	7-60 Tahun
Jenis Kelamin	Perempuan
Agama	Islam
Pendidikan	Tidak mengenal batas pendidikan
Kelas Sosial	Menengah ke atas

Sumber: PT. Mensa Mega Company

4.2.4 Saluran Distribusi

Distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan sehari-hari. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa adanya

distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumen pun harus bersusah payah mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan pertimbangan yang baik dalam menentukan saluran distribusi yang akan dilaksanakan.

Berikut adalah tiga jenis saluran distribusi yang digunakan PT Mensa Mega Company dalam memasarkan produknya:

Produsen → Konsumen

1.

Saluran distribusi ini merupakan saluran distribusi yang paling pendek dan sederhana karena tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang diproduksi langsung kepada konsumen. Oleh karena itu, saluran distribusi ini disebut saluran distribusi langsung.

Produsen → Pengecer → Konsumen

2.

Pada saluran distribusi ini pengecer langsung melakukan pembelian barang pada produsen dan menjual lagi barang tersebut kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi.

Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

3.

Pada saluran distribusi ini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual barang kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi seperti ini banyak digunakan oleh produsen dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional.

4.2.5 Fungsi Pemasaran

Fungsi – fungsi pemasaran yang diterapkan dalam perusahaan ini adalah:

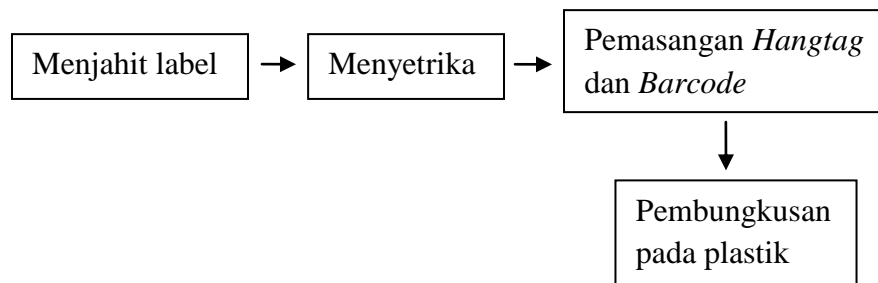
A. Penyimpanan

Setelah melakukan pembelian bahan baku, maka perusahaan perlu melakukan penyimpanan. Yaitu suatu usaha untuk melindungi barang dari kerusakan dengan cara menyimpan pada suatu tempat sampai barang dibutuhkan. Selain itu penyimpanan mempunyai peranan penting dalam suatu produksi. Karena dengan adanya penyimpanan, perusahaan akan mempunyai suatu stock produk sehingga jika permintaan akan suatu produk meningkat dan produksi yang dihasilkan kurang mencukupi, maka kekurangan tersebut mampu ditutupi oleh stock yang tersedia.

Dimana gudang penyimpanan bahan baku perusahaan terdapat pada lantai 2 dari tempat produksi karena sebagian besar proses produksi terletak di lantai 2. Sedangkan gudang penyimpanan barang jadi terdapat pada lantai 1 sehingga memudahkan dalam peletakan produk yang sudah siap jual sehingga lebih cepat dan efisien.

B. Pembungkusan

Sebelum produk dibungkus ke dalam kemasan plastik beberapa aktivitas yang harus dilakukan, yaitu :



Oleh karena itu, sebelum dilakukan proses pembungkusan harus dipastikan bahwa label, *hangtag*, dan *barcode* produk terpasang dengan baik dan benar. Dalam proses pembungkusan, perusahaan membungkus busana muslim yang terdiri dari gamis dan jilbab ke dalam satu kemasan plastik. Sedangkan untuk produk jilbab sendiri perusahaan membungkusnya ke dalam kemasan plastik satu persatu.

Setelah pembungkusan selesai, maka busana muslim dan jilbab tersebut disimpan didalam ruang penyimpanan barang jadi dan siap dikirim ke pembeli.

C. Penjualan

Penjualan busana muslim dan jilbab Alaidrous dapat dilakukan dengan menjual langsung ke konsumen, menjual ke pedagang besar dan menjual ke pengecer secara online maupun offline. Untuk penjualan secara online dapat melalui BBM, WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, dan Website. Sedangkan untuk penjualan secara offline dapat mengunjungi stokist yang ada di ITC Cempaka Mas.

D. Periklanan

Promosi/periklanan sering digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan akan produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan. Berikut adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh PT Mensa Mega Company:

1. Promosi dari mulut ke mulut

Promosi dengan cara ini merupakan cara promosi yang paling sederhana dan efisien. Biasa dilakukan pemilik perusahaan atau karyawan bagian pemasaran kepada rekan

atau kerabat yang mempunyai bisnis penjualan busana muslim dalam skala besar atau kecil.

2. Promosi *Online*

Salah satu cara mempromosikan produk adalah secara *online*, hal ini merupakan cara promosi yang paling mudah, efektif dan tidak mengeluarkan banyak biaya. Dimana saja dan kapan saja semua orang dapat mengakses internet untuk mendapatkan informasi karena jaman sekarang sudah banyak orang yang menggunakan *smartphone* yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan untuk mengakses berbagai informasi. Oleh karena itu, Alaidrous memilih promosi secara *online*.

Berikut media promosi *online* yang digunakan oleh Alaidrous:

Tabel 4.7 Media Promosi *Online* PT Mensa Mega Company

Media	Alamat Resmi
Facebook	Grosir Baju Hijab Chic Alaidrous
Instagram	@alaidrous
E-commerce	http://alaidrousstore.com/index.php?desktop=1

Sumber: PT Mensa Mega Company, Bag. Pemasaran

3. Promosi *Offline*

Selain melakukan promosi secara *online*, PT Mensa Mega Company juga melakukan promosi secara *offline*. Promosi *offline* PT Mensa Mega Company dilakukan dengan cara menyewa toko di ITC Cempaka Mas Lantai 1 Blok I / No 706 F, Jakarta Pusat. Hal ini dilakukan dengan

tujuan untuk meningkatkan penjualan dan untuk melayani konsumen yang ingin melihat produk secara langsung.

4. Pameran UKM

PT Mensa Mega Company pernah mengikuti kegiatan pameran yang diadakan oleh beberapa instansi baik di Jakarta maupun diluar kota (misalnya dikota Lampung dalam acara Lampung Fair). Dengan begitu, PT Mensa Mega Company dapat lebih mengenalkan produknya ke masyarakat.

5. Catalog dan Kartu Nama

PT Mensa Mega Company juga menggunakan catalog dan kartu nama sebagai media promosi. Catalog dan kartu nama ini selalu diberikan kepada konsumen pada saat membeli produk, selain itu untuk dibagikan kepada masyarakat pada saat pameran berlangsung. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan produknya dan memudahkan masyarakat untuk menghubungi pihak PT Mensa Mega Company.

E. Pengiriman Produk

PT Mensa Mega Company melakukan pengiriman produk kepada pedagang besar, pengecer, dan konsumen dengan menggunakan jasa pengiriman ekspedisi. Hal ini dilakukan karena pedagang besar, pengecer, dan konsumen Alaidrous tersebar di kota-kota besar di seluruh Indonesia. Selain itu, dengan menggunakan jasa pengiriman ekspedisi dirasa lebih efektif karena produk dapat dikirim ke berbagai kota secara bersamaan, waktu pengiriman dapat diperhitungkan, serta dapat mengurangi biaya distribusi yang harus ditanggung oleh perusahaan.

Pengiriman ini dilakukan secara langsung dan cepat (dimana setiap ada pesanan untuk dikirim atau pembelian, PT Mensa Mega Company langsung melakukan pengiriman) sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku di perusahaan serta kesepakatan antara perusahaan dengan pembeli (konsumen) mengenai pembayaran maupun pengiriman itu sendiri.

4.2.6 Biaya Pemasaran

Dalam melakukan kegiatan pemasarannya PT Mensa Mega Company melakukan kegiatan pemasaran yang mengeluarkan biaya seperti berikut:

Tabel 4.8 Biaya Pemasaran (dalam rupiah)

Biaya Pemasaran	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
A. Gaji/upah Div. Pemasaran:					
1. Sales	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000
Total Biaya Gaji	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000
B. Biaya Kemasan Produk:					
1. Label	380.000	380.000	500.000	500.000	750.000
2. Hangtag	750.000	750.000	1.000.000	1.000.000	1.500.000
3. Barcode	73.000	84.000	90.000	107.000	140.000
4. Plastik Kemasan	55.000	70.000	70.000	110.000	110.000
Total Biaya Kemasan Produk	1.258.000	1.284.000	1.660.000	1.717.000	2.500.000
C. Biaya Promosi:					
1. Pulsa Modem	800.000	800.000	1.080.000	1.200.000	2.400.000
2. Kartu Nama	100.000	100.000	150.000	150.000	300.000
3. Catalog	450.000	450.000	600.000	900.000	1.000.000
4. Pameran	-	-	-	700.000	700.000
5. Website	-	-	-	21.000.000	5.900.000
Total Biaya Promosi	1.350.000	1.350.000	1.830.000	23.950.000	10.300.000
D. Biaya Pemasaran Offline					
1. Sewa Toko	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000	20.000.000
2. Service Charge	10.200.000	10.200.000	10.200.000	10.200.000	10.200.000
Total Biaya Pemasaran Offline	30.200.000	30.200.000	30.200.000	30.200.000	30.200.000
Total Biaya Pemasaran	41.208.000	41.234.000	42.090.000	64.267.000	51.400.000

Sumber: PT Mensa Mega Company

Sesuai dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan berikut adalah pendapatan perusahaan sesuai dengan total penjualan per tahun:

Tabel 4.9 Penjualan dengan Harga Perusahaan

Tahun	Jumlah Produk		Harga Produk		Total Penjualan	
	Busana Muslim	Jilbab	Busana Muslim (Rp)	Jilbab (Rp)	Busana Muslim (Rp)	Jilbab (Rp)
2010	5868 pcs	8232 pcs	220.000	120.000	1.290.960.000	987.840.000
2011	6420 pcs	9024 pcs	228.000	125.000	1.463.760.000	1.128.000.000
2012	7512 pcs	9780 pcs	235.000	130.000	1.765.320.000	1.271.400.000
2013	8196 pcs	10632 pcs	240.000	135.000	1.967.040.000	1.435.320.000
2014	8832 pcs	11304 pcs	245.000	140.000	2.163.840.000	1.582.560.000

Sumber : PT Mensa Mega Company

4.3 Aspek Produksi

4.3.1 Uraian Produk

Produk yang dihasilkan oleh PT Mensa Mega Company adalah busana muslim dan jilbab, dengan merek dagang Alaidrous. Busana muslim dan jilbab Alaidrous diproduksi dengan bahan kain Premium kualitas *Grade A* dengan konsep syar'i. Gambaran dan penjelasan mengenai busana muslim dan jilbab yang diproduksi adalah sebagai berikut:

1. Busana Muslim (gamis dan jilbab)

Busana muslim merupakan pakaian yang dikenakan seorang muslimah untuk menutup auratnya. Produk ini terdiri dari sepasang gamis dan jilbab yang serasi, sehingga konsumen tidak perlu repot-repot lagi mencari jilbab yang cocok untuk gamis yang dibeli, begitupun sebaliknya. Busana muslim ini memiliki berbagai ukuran yaitu S, M, L, dan XL.

Gambar 4.5 Busana Muslim



2. Jilbab

Jilbab merupakan kain yang digunakan muslimah untuk menutupi aurat bagian kepala, dada, dan punggung. Produk ini terdiri dari 3 (tiga) jenis yaitu kerudung sekolah anak, khimar, dan scarf. Masing-masing jenis memiliki berbagai model dan warna yang dapat dipadukan dengan baju atau gamis yang sudah dimiliki sebelumnya.

Gambar 4.6 Jilbab



4.3.2 Bahan Baku dan Bahan Penolong

Untuk menghasilkan produk yang berkualitas, maka diperlukan bahan baku yang berkualitas dan memenuhi standar mutu. Bahan baku dan bahan penolong berperan penting dalam berjalannya proses produksi. Berikut adalah bahan baku dan bahan penolong yang digunakan PT Mensa Mega Company:

- Jenis kain yang digunakan:
 - Kain Wolpeach
 - Kain Poly 4 Premium
- Benang jahit
- Benang obras
- Kapur pola
- Kancing dan resleting
- Jarum

4.3.3 Mesin dan Peralatan

Berikut mesin yang digunakan PT. Mensa Mega Company dalam memproduksi busana muslim dan jilbab:

- Mesin Potong
Mesin ini digunakan untuk memotong bahan yang telah dibuat pola celana dengan berbagai ukuran.
- Mesin Bordir
Mesin ini digunakan untuk membentuk hiasan atau penambahan ornamen disetiap model baju.
- Mesin Jahit
Mesin ini digunakan untuk penggabungan antara bagian depan, belakang dan lengan baju.
- Mesin Obras, Mesin Neci, dan Mesin *Overdeck*

Mesin ini berfungsi untuk merapikan dan menguatkan pinggiran kain yang sudah di jahit.

- **Mesin Pembuat Kancing**

Mesin ini berfungsi untuk membuat kancing dari kain itu sendiri.

Peralatan yang digunakan dalam proses produksi:

- Gunting besar dan kecil
- Mistar
- Meteran jahit
- Karton (digunakan untuk mencetak pola)

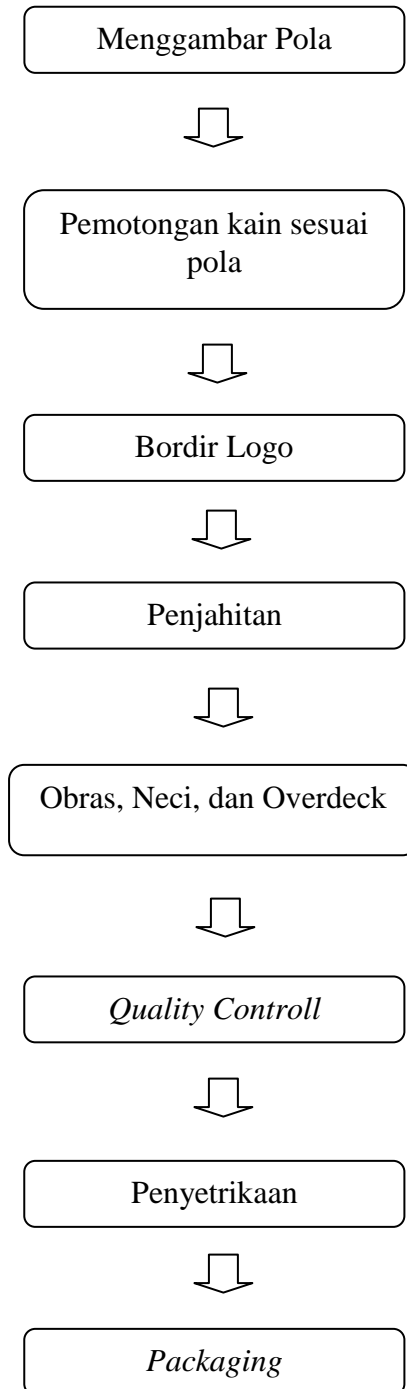
Tabel 4.10 Daftar Mesin

No	Nama Mesin	Jumlah Mesin	Jumlah Karyawan
1.	Mesin Potong	1 Mesin	1 Orang
2.	Mesin Jahit	5 Mesin	5 Orang
3.	Mesin Bordir	1 Mesin	1 Orang
4.	Mesin Obras	2 Mesin	2 Orang
5.	Mesin Neci	1 Mesin	1 Orang
6.	Mesin <i>Overdeck</i>	1 Mesin	1 Orang
7.	Mesin Pembuat Kancing	1 Mesin	1 Orang

Sumber: PT Mensa Mega Company, Bag. Produksi

4.3.4 Proses Produksi

Gambar 4.7 Proses Produksi



Sumber: PT Mensa Mega Company, Bag. Produksi

Berdasarkan gambar proses produksi diatas, dapat dijelaskan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Menggambar pola

Pekerja menggambar pola sesuai dengan model baju yang akan dibuat di atas karton. Setelah pola yang digambar diatas karton selesai, kemudian digunting sesuai dengan pola yang terbentuk.

2. Pemotongan kain sesuai pola

Pola yang terbentuk dari karton tadi kemudian dipakai untuk menjiplak diatas bahan kain. Selain itu, pada tahap ini juga diberikan tanda yang berfungsi untuk tanda jahitan atau bagian yang akan ditumpangi. Setelah pola sudah terjiplak pada bahan kain, kemudian kain tersebut dipotong

3. Bodir Logo

Logo dibordir hanya pada bagian jilbab saja. Potongan kain untuk bagian jilbab dibordir terlebih dahulu sebelum dijahit dengan bagian lainnya.

4. Penjahitan

Dilakukan untuk menjahit dan menggabungkan semua bagian yang telah di potong seperti bagian depan, belakang, lengan, dan lain-lain.

Gambar 4.8 Proses Penjahitan



5. Obras, Neci, dan *Overdeck*

Obras, neci, dan *overdeck* berfungsi untuk merapihkan jahitan-jahitan yang masih kasar agar disetiap sisi baju terlihat lebih rapih dan tidak ada benang jahitan yang berantakan.

6. *Quality Controll*

Setelah semua bahan sudah dijahit, diobras, neci, dan *overdeck* maka selanjutnya yaitu *quality controll*. Pada proses ini dillakukan untuk menyeleksi produk yang telah dihasilkan.

7. Penyetrikaan

Penyetrikaan ini dilakukan agar busana muslim dan jilbab lebih terlihat rapih dan mudah dalam proses pembungkusan. Untuk penyetrikaan baju, perusahaan mempunyai 1 (satu) setrika uap yang berbahan bakar gas yaitu memakai gas elpiji berukuran 12 kg.

8. *Packaging*

Setelah semua proses selesai, setiap busana muslim dan jilbab diberi *hangtag* dan *barcode* kemudian siap dikemas.

4.4 Aspek Personalia

Dalam bidang personalia di PT Mensa Mega Company, pengelolaannya dilakukan oleh direktur perusahaan, karena perusahaan tidak memiliki karyawan khusus yang bertugas menangani bagian personalia.

4.4.1 Sistem Perekrutan Karyawan

PT Mensa Mega Company mendapatkan calon karyawan yang dibutuhkan dari rekomendasi yang diberikan oleh para karyawan yang sudah terlebih dahulu bekerja di perusahaan tersebut. Adapun proses-proses perekrutan karyawan yang dilakukan perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Pendaftaran Calon Karyawan

Perusahaan tidak mempunyai kriteria khusus dalam menerima calon karyawannya. Yang terpenting adalah tekad dan motivasi yang kuat dalam bekerja. Selain itu, perusahaan juga memberitahukan hak-hak dan kewajiban yang akan mereka dapatkan agar tidak terjadi konflik dikemudian hari. Adapun klasifikasi pendidikan hanya terbatas pada bagian manajer keuangan dan manajer pemasaran yaitu pendidikan minimal Diploma, sedangkan untuk bagian produksi perusahaan tidak memberikan klasifikasi pendidikan.

2. Seleksi Calon Karyawan

Setelah menerima pendaftaran calon karyawan, maka perusahaan melakukan penyeleksian terhadap calon karyawannya, yaitu dengan memberikan test bagi karyawan sesuai dengan posisi yang diharapkan dan melakukan wawancara. Tetapi jika calon karyawan sebelumnya sudah berpengalaman bekerja di bagian produksi di perusahaan pakaian, maka karyawan tersebut tidak perlu ikut test dan akan langsung ditempatkan sesuai pengalaman dibidang sebelumnya.

3. Pengenalan dan Orientasi

Pengenalan dan orientasi dilakukan pada hari pertama pekerja baru masuk dengan melakukan pengenalan kepada para pegawai yang telah lebih dahulu bekerja kemudian dilanjutkan dengan pengenalan mesin – mesin yang digunakan dalam proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan.

4. Training Karyawan Baru

Perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan pada saat permulaan kerja sampai karyawan benar-benar mengerti, memahami, dan mampu melaksanakan pekerjaannya dengan baik. Dan bentuk pelatihan ini hanya diperuntukkan untuk bidang

pekerjaan yang tidak membutuhkan keahlian khusus. Untuk jenis pekerjaan yang memerlukan keahlian khusus, perusahaan hanya menerima karyawan yang dapat langsung siap kerja dan memiliki keahlian serta pengalaman yang baik dalam bidang tersebut.

5. Masa Evaluasi

Masa evaluasi karyawan baru berkisar antara 3 bulan. Pemilik perusahaan bekerja sama dengan kepala produksi memantau perkembangan karyawan baru tersebut. Jika pekerjaannya bagus, maka karyawan tersebut akan terus bekerja. Tetapi jika tidak, maka kepala produksi yang akan menegurnya. Tetapi jika pekerjaannya terus mengalami penurunan, maka karyawan tersebut akan ditegur langsung oleh pemilik.

6. Penempatan

Proses terakhir adalah penempatan karyawan di bagian mana dia akan bekerja, apakah menjahit, memotong atau ditempatkan di bagian proses produksi lainnya. Hal ini bertujuan agar karyawan mempunyai berbagai kemampuan. Tetapi jika calon karyawan sudah berpengalaman bekerja di bagian pemotongan, menjahit ataupun bordir di perusahaan lain, maka karyawan tersebut akan langsung ditempatkan sesuai dengan pengalaman di bidangnya.

4.4.2 Produktivitas Tenaga Kerja

Produktivitas Kerja = Input : Output

a. Tahun 2010

Produktivitas Kerja = $14.100 \text{ pcs} : 29 \text{ orang} = 486,2069$
pcs/orang.

b. Tahun 2011

Produktivitas Kerja = $15.444 \text{ pcs} : 29 \text{ orang} = 532,5517$
pcs/orang

c. Tahun 2012

Produktivitas Kerja = $17.292 \text{ pcs} : 29 \text{ orang} = 596,2759$
pcs/orang

d. Tahun 2013

Produktivitas Kerja = $18.828 \text{ pcs} : 29 \text{ orang} = 649,2414$
pcs/orang

e. Tahun 2014

Produktivitas Kerja = $20.136 \text{ pcs} : 29 \text{ orang} = 694,3448$
pcs/orang

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 oleh perusahaan.

Tabel 4.11 Biaya Investasi

Rincian	Jumlah	Harga Satuan	Jumlah	Total
1. Aktiva Berwujud				
Tanah			Rp262.500.000	
Bangunan			Rp487.500.000	
Total Tanah & Bangunan				Rp750.000.000
Mesin:				
Mesin Potong	1	Rp550.000	Rp550.000	
Mesin Jahit	5	Rp3.800.000	Rp19.000.000	
Mesin Bordir	1	Rp9.000.000	Rp9.000.000	
Mesin Obras	2	Rp3.000.000	Rp6.000.000	
Mesin Neci	1	Rp3.300.000	Rp3.300.000	
Mesin Overdeck	1	Rp4.150.000	Rp4.150.000	
Mesin Pembuat Kancing	1	Rp490.000	Rp490.000	
Setrika Uap	1	Rp4.000.000	Rp4.000.000	
Total Mesin				Rp46.490.000
Inventarisasi Kantor dan Pabrik :				
AC	2	Rp2.500.000	Rp5.000.000	
Meja Kerja	4	Rp1.200.000	Rp4.800.000	
Kipas Angin	2	Rp100.000	Rp200.000	
Bangku	10	Rp300.000	Rp3.000.000	
Dispenser	2	Rp200.000	Rp400.000	
Printer	1	Rp500.000	Rp500.000	
Telepon	1	Rp350.000	Rp350.000	
Komputer	1	Rp3.000.000	Rp3.000.000	
Total Inventarisasi Kantor				Rp17.250.000
Total Aktiva Berwujud				Rp813.740.000
2. Aktiva Tidak Berwujud				
biaya perizinan				Rp7.000.000
Total Aktiva Tidak Berwujud				Rp7.000.000
Total Modal Investasi				Rp820.740.000

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 ini:

Tabel 4.12 Jumlah Produksi

Tahun	Jumlah Produk	
	Busana Muslim	Jilbab
2010	5868 pcs	8232 pcs
2011	6420 pcs	9024 pcs
2012	7512 pcs	9780 pcs
2013	8196 pcs	10632 pcs
2014	8832 pcs	11304 pcs

Sumber : PT Mensa Mega Company

Dalam harga pokok produksi terdapat 3 komponen utama yaitu:

1. Biaya Bahan Baku dan Penolong

Bahan baku yang digunakan untuk membuat busana muslim dan jilbab yaitu kain wolpeach dan kain poly 4 premium. Dan untuk bahan penolong adalah benang jahit, benang obras, resleting, kepala resleting, kapur pola, kancing dan busa.

Tabel 4.13 Total Biaya Bahan Baku

Tahun	Total Biaya Bahan Baku		Total (Rp)
	Busana Muslim (Rp)	Jilbab (Rp)	
2010	683.622.000	486.106.000	1.169.728.000
2011	747.930.000	532.864.000	1.280.794.000
2012	948.390.000	625.920.000	1.574.310.000
2013	1.034.745.000	680.455.000	1.715.200.000
2014	1.229.856.000	798.058.500	2.027.914.500

Sumber : PT Mensa Mega Company

➤ Pembelian Bahan Baku Tahun 2010

1. Busana Muslim

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 5 meter
- Jumlah unit produksi 5.868 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 5.868 pcs x 5 meter
= 29.340 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 1,5 meter
- Jumlah unit produksi 5.868 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 5.868 pcs x 1,5 meter
= 8.802 meter

2. Jilbab

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 2,5 meter
- Jumlah unit produksi 8.232 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 8.232 pcs x 2,5 meter
= 20.580 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 0,8 meter
- Jumlah unit produksi 8.232 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 8.232 pcs x 0,8 meter
= 6.586 meter

➤ Pembelian Bahan Baku Tahun 2011

1. Busana Muslim

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 5 meter
- Jumlah unit produksi 6.420 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 6.420 pcs x 5 meter
= 32.100 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 1,5 meter
- Jumlah unit produksi 6.420 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 6.420 pcs x 1,5 meter
= 9.630 meter

2. Jilbab

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 2,5 meter
- Jumlah unit produksi 9.024 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 9.024 pcs x 2,5 meter
= 22.560 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 0,8 meter
- Jumlah unit produksi 9.024 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 9.024 pcs x 0,8 meter
= 7.219 meter

➤ Pembelian Bahan Baku Tahun 2012

1. Busana Muslim

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 5 meter
- Jumlah unit produksi 7.512 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 7.512 pcs x 5 meter
= 37.560 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 1,5 meter
- Jumlah unit produksi 7.512 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 7.512 pcs x 1,5 meter
= 11.268 meter

2. Jilbab

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 2,5 meter
- Jumlah unit produksi 9.780 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 9.780 pcs x 2,5 meter
= 24.450 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 0,8 meter
- Jumlah unit produksi 9.780 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 9.780 pcs x 0,8 meter
= 7.824 meter

➤ Pembelian Bahan Baku Tahun 2013

1) Busana Muslim

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 5 meter
- Jumlah unit produksi 8.196 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 8.196 pcs x 5 meter
= 40.980 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 1,5 meter
- Jumlah unit produksi 8.196 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 8.196 pcs x 1,5 meter
= 12.294 meter

2) Jilbab

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 2,5 meter
- Jumlah unit produksi 10.632 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 10.632 pcs x 2,5 meter
= 26.580 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 0,8 meter
- Jumlah unit produksi 10.632 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 10.632 pcs x 0,8 meter
= 8.506 meter

➤ Pembelian Bahan Baku Tahun 2014

1. Busana Muslim

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 5 meter
- Jumlah unit produksi 8.832 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 8.832 pcs x 5 meter
= 44.160 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 1,5 meter
- Jumlah unit produksi 8.832 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 8.832 pcs x 1,5 meter
= 13.248 meter

2. Jilbab

a. Kain Wolpeach

- Untuk 1 pcs = 2,5 meter
- Jumlah unit produksi 11.304 pcs = x
- Kain wolpeach yang dibutuhkan = 11.304 pcs x 2,5 meter
= 28.260 meter

b. Kain Poly 4 Premium

- Untuk 1 pcs = 0,8 meter
- Jumlah unit produksi 11.304 pcs = x
- Kain poly 4 premium yang dibutuhkan = 11.304 pcs x 0,8 meter
= 9.043 meter

Tabel 4.14 Biaya Bahan Penolong

Biaya Bahan Penolong Tahun 2010						
Keterangan	Busana Muslim			Jilbab		
	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
Benang Jahit	2.600	10.500	27.300.000	4.110	10.500	43.155.000
Benang Obras	187	12.000	2.244.000	560	12.000	6.720.000
Resleting	4.150	2.500	10.375.000	-	-	-
Kepala resleting	4.150	1.350	5.602.500	-	-	-
Kapur	101	1.000	101.000	40	1.000	40.000
Kancing	1.450	21.600	31.320.000	-	-	-
Jarum	14	2.500	35.000	10	2.500	25.000
Busa	-	-	-	20	16.500	330.000
Total Biaya Bahan Penolong			76.977.500	Total Biaya Bahan Penolong		50.270.000

Sumber : PT Mensa Mega Company

Biaya Bahan Penolong Tahun 2011						
Keterangan	Busana Muslim			Jilbab		
	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
Benang Jahit	4.720	10.500	49.560.000	6.940	10.500	72.870.000
Benang Obras	378	12.000	4.536.000	890	12.000	10.680.000
Resleting	4.800	2.700	12.960.000	-	-	-
Kepala resleting	4.800	1.350	6.480.000	-	-	-
Kapur	82	1.000	82.000	40	1.000	40.000
Kancing	1.795	23.000	41.285.000	-	-	-
Jarum	22	2.500	55.000	15	2.500	37.500
Busa	-	-	-	28	18.000	504.000
Total Biaya Bahan Penolong			114.958.000	Total Biaya Bahan Penolong		83.590.000

Sumber: PT Mensa Mega Company

Biaya Bahan Penolong Tahun 2012						
Keterangan	Busana Muslim			Jilbab		
	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
Benang Jahit	4.873	11.000	53.603.000	6.586	11.000	72.446.000
Benang Obras	567	13.000	7.371.000	910	13.000	11.830.000
Resleting	4.500	3.500	15.750.000	-	-	-
Kepala resleting	4.500	1.450	6.525.000	-	-	-
Kapur	105	1.000	105.000	53	1.000	53.000
Kancing	1.950	24.500	47.775.000	-	-	-
Jarum	30	3.000	90.000	20	3.000	60.000
Busa	-	-	-	35	18.000	630.000
Total Biaya Bahan Penolong			131.219.000	Total Biaya Bahan Penolong		84.329.000

Sumber: PT Mensa Mega Company

Biaya Bahan Penolong Tahun 2013						
Keterangan	Busana Muslim			Jilbab		
	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
Benang Jahit	6.626	11.000	72.886.000	10.066	11.000	110.726.000
Benang Obras	746	13.000	9.698.000	1.950	13.000	25.350.000
Resleting	6.350	3.500	22.225.000	-	-	-
Kepala resleting	6.350	2.000	12.700.000	-	-	-
Kapur	115	1.000	115.000	169	1.000	169.000
Kancing	2.567	24.500	62.891.500	-	-	-
Jarum	42	4.000	168.000	35	4.000	140.000
Busa	-	-	-	42	19.500	819.000
Total Biaya Bahan Penolong			180.683.500	Total Biaya Bahan Penolong		137.204.000

Sumber: PT Mensa Mega Company

Biaya Bahan Penolong Tahun 2014						
Keterangan	Busana Muslim			Jilbab		
	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
Benang Jahit	4.217	11.000	46.387.000	9.504	11.000	104.544.000
Benang Obras	860	13.000	11.180.000	879	13.000	11.427.000
Resleting	5.100	3.500	17.850.000	-	-	-
Kepala resleting	5.100	2.000	10.200.000	-	-	-
Kapur	120	1.000	120.000	161	1.000	161.000
Kancing	1.352	24.500	33.124.000	-	-	-
Jarum	50	4.000	200.000	43	4.000	172.000
Busa	-	-	-	48	20.500	984.000
Total Biaya Bahan Penolong			119.061.000	Total Biaya Bahan Penolong		117.288.000

Sumber: PT Mensa Mega Company

2. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Pada kegiatan produksi, perusahaan mengeluarkan biaya untuk memberi upah atas jasa kerja karyawannya. Berikut total biaya tenaga kerja yaitu:

Tabel 4.15 Biaya Tenaga Kerja (dalam rupiah)

Biaya Tenaga Kerja					
Keterangan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Pembuatan Desain	12.600.000	19.320.000	24.000.000	30.240.000	36.000.000
Pemotongan Pola	7.200.000	9.000.000	10.080.000	10.800.000	11.520.000
Bordir	9.720.000	10.800.000	11.520.000	12.600.000	13.320.000
Jahit	64.800.000	77.400.000	81.000.000	84.600.000	90.000.000
Obras	19.440.000	21.600.000	23.040.000	25.200.000	26.640.000
Overdeck	9.720.000	10.800.000	11.520.000	12.600.000	13.320.000
Neci	9.720.000	10.800.000	11.520.000	12.600.000	13.320.000
Pembuatan Kancing	9.000.000	9.720.000	10.800.000	11.520.000	12.600.000
Total	142.200.000	169.440.000	183.480.000	200.160.000	216.720.000

Sumber : data diolah

➤ Biaya Tenaga Kerja Tahun 2010

a. Pembuat desain

- Biaya per desain = Rp 210.000,00
- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 210.000,00 x 5 desain
= Rp 1.050.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 1.050.000,00 x 12 bulan
= Rp 12.600.000,00

b. Pemotongan pola

- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 600.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 600.000,00 x 12 bulan
= Rp 7.200.000,00

c. Bordir

- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 810.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 810.000,00 x 12 bulan
= Rp 9.720.000,00

d. Jahit

- Jumlah karyawan = 5 orang
- Gaji per bulan = Rp 1.080.000,00 x 5 orang
= Rp 5.400.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 5.400.000,00 x 12 bulan
= Rp 64.800.000,00

e. Obras

- Jumlah karyawan = 2 orang
- Gaji per bulan = Rp 810.000,00 x 2 orang
= Rp 1.620.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 1.620.000,00 x 12 bulan
= Rp 19.440.000,00

f. Neci

- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 810.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 810.000,00 x 12 bulan
= Rp 9.720.000,00

g. Overdeck

- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 810.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 810.000,00 x 12 bulan
= Rp 9.720.000,00

h. Pembuatan kancing

- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 750.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 750.000,00 x 12 bulan
= Rp 9.000.000,00

➤ Biaya Tenaga Kerja Tahun 2011

a. Pembuat desain

- Biaya per desain = Rp 230.000,00
- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 230.000,00 x 6 desain
= Rp 1.610.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 1.610.000,00 x 12 bulan
= Rp 19.320.000,00

b. Pemotongan pola

- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 750.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 750.000,00 x 12 bulan
= Rp 9.000.000,00

- c. Bordir
- Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 900.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 900.000,00 x 12 bulan
= Rp 10.800.000,00
- d. Jahit
- Jumlah karyawan = 5 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.290.000,00 x 5 orang
= Rp 6.450.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 6.450.000,00 x 12 bulan
= Rp 77.400.000,00
- e. Obras
- Jumlah karyawan = 2 orang
 - Gaji per bulan = Rp 900.000,00 x 2 orang
= Rp 1.800.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 1.800.000,00 x 12 bulan
= Rp 21.600.000,00
- f. Neci
- Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 900.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 900.000,00 x 12 bulan
= Rp 10.800.000,00
- g. Overdeck
- Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 900.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 900.000,00 x 12 bulan
= Rp 10.800.000,00
- h. Pembuatan kancing
- Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 810.000,00

- Biaya gaji per tahun = Rp 810.000,00 x 12 bulan
= Rp 9.720.000,00
- Biaya Tenaga Kerja Tahun 2012
 - a. Pembuat desain
 - Biaya per desain = Rp 250.000,00
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 250.000,00 x 8 desain
= Rp 2.000.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 2.000.000,00 x 12 bulan
= Rp 24.000.000,00
 - b. Pemotongan pola
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 840.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 840.000,00 x 12 bulan
= Rp 10.080.000,00
 - c. Bordir
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 960.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 960.000,00 x 12 bulan
= Rp 11.520.000,00
 - d. Jahit
 - Jumlah karyawan = 5 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.350.000,00 x 5 orang
= Rp 6.750.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 6.450.000,00 x 12 bulan
= Rp 81.000.000,00
 - e. Obras
 - Jumlah karyawan = 2 orang
 - Gaji per bulan = Rp 960.000,00 x 2 orang
= Rp 1.920.000,00

- Biaya gaji per tahun = Rp 1.920.000,00 x 12 bulan
= Rp 23.040.000,00
- f. Neci
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 960.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 960.000,00 x 12 bulan
= Rp 11.520.000,00
- g. Overdeck
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 960.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 960.000,00 x 12 bulan
= Rp 11.520.000,00
- h. Pembuatan kancing
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 900.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 900.000,00 x 12 bulan
= Rp 9.720.000,00
- Biaya Tenaga Kerja Tahun 2013
 - a. Pembuat desain
 - Biaya per desain = Rp 280.000,00
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 280.000,00 x 9 desain
= Rp 2.520.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 2.520.000,00 x 12 bulan
= Rp 30.240.000,00
 - b. Pemotongan pola
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 900.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 900.000,00 x 12 bulan
= Rp 10.800.000,00

- c. Bordir
- Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.050.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 1.050.000,00 x 12 bulan
= Rp 12.600.000,00
- d. Jahit
- Jumlah karyawan = 5 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.410.000,00 x 5 orang
= Rp 7.050.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 7.050.000,00 x 12 bulan
= Rp 84.600.000,00
- e. Obras
- Jumlah karyawan = 2 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.050.000,00 x 2 orang
= Rp 2.100.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 2.100.000,00 x 12 bulan
= Rp 25.200.000,00
- f. Neci
- Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.050.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 1.050.000,00 x 12 bulan
= Rp 12.600.000,00
- g. Overdeck
- Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.050.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 1.050.000,00 x 12 bulan
= Rp 12.600.000,00
- h. Pembuatan kancing
- Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 960.000,00

- Biaya gaji per tahun = Rp 960.000,00 x 12 bulan
= Rp 11.520.000,00
- Biaya Tenaga Kerja Tahun 2014
 - a. Pembuat desain
 - Biaya per desain = Rp 300.000,00
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 300.000,00 x 10 desain
= Rp 3.000.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 3.000.000,00 x 12 bulan
= Rp 36.000.000,00
 - b. Pemotongan pola
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 960.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 960.000,00 x 12 bulan
= Rp 11.520.000,00
 - c. Bordir
 - Jumlah karyawan = 1 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.110.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 1.110.000,00 x 12 bulan
= Rp 13.320.000,00
 - d. Jahit
 - Jumlah karyawan = 5 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.500.000,00 x 5 orang
= Rp 7.500.000,00
 - Biaya gaji per tahun = Rp 7.500.000,00 x 12 bulan
= Rp 90.000.000,00
 - e. Obras
 - Jumlah karyawan = 2 orang
 - Gaji per bulan = Rp 1.110.000,00 x 2 orang
= Rp 2.220.000,00

- Biaya gaji per tahun = Rp 2.220.000,00 x 12 bulan
= Rp 26.640.000,00

f. Neci

- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 1.110.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 1.110.000,00 x 12 bulan
= Rp 13.320.000,00

g. Overdeck

- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 1.110.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 1.110.000,00 x 12 bulan
= Rp 13.320.000,00

h. Pembuatan kancing

- Jumlah karyawan = 1 orang
- Gaji per bulan = Rp 1.050.000,00
- Biaya gaji per tahun = Rp 1.050.000,00 x 12 bulan
= Rp 12.600.000,00

Harta tetap yang dimiliki perusahaan akan mengalami penyusutan pada tiap tahun. Rumus penyusutan:

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Nilai Beli} - \text{Nilai Residu}}{\text{Umur ekonomis}}$$

Tabel 4.16 Penyusutan

Biaya Penyusutan					
No	Aktiva Tetap	Nilai Beli (Rp)	Nilai Residu (Rp)	Umur Ekonomis	Nilai Penyusutan (Rp)
1	Bangunan	487.500.000	100.000.000	10	38.750.000
2	Mesin dan Peralatan	46.490.000	4.790.000	10	4.170.000
3	Inventaris Kantor	17.250.000	3.450.000	5	2.760.000
4	Surat Perizinan	7.000.000	0	5	1.400.000
Total Biaya Penyusutan					47.080.000

Sumber : data diolah

3. Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik terdiri ada dua yaitu biaya overhead pabrik tetap dan biaya overhead pabrik variabel. Biaya overhead pabrik tetap terdiri dari biaya listrik, air dan telepon, biaya perawatan mesin dan peralatan, biaya penyusutan bangunan pabrik, dan biaya penyusutan mesin dan peralatan. Sedangkan biaya overhead pabrik variabel terdiri dari biaya bahan penolong.

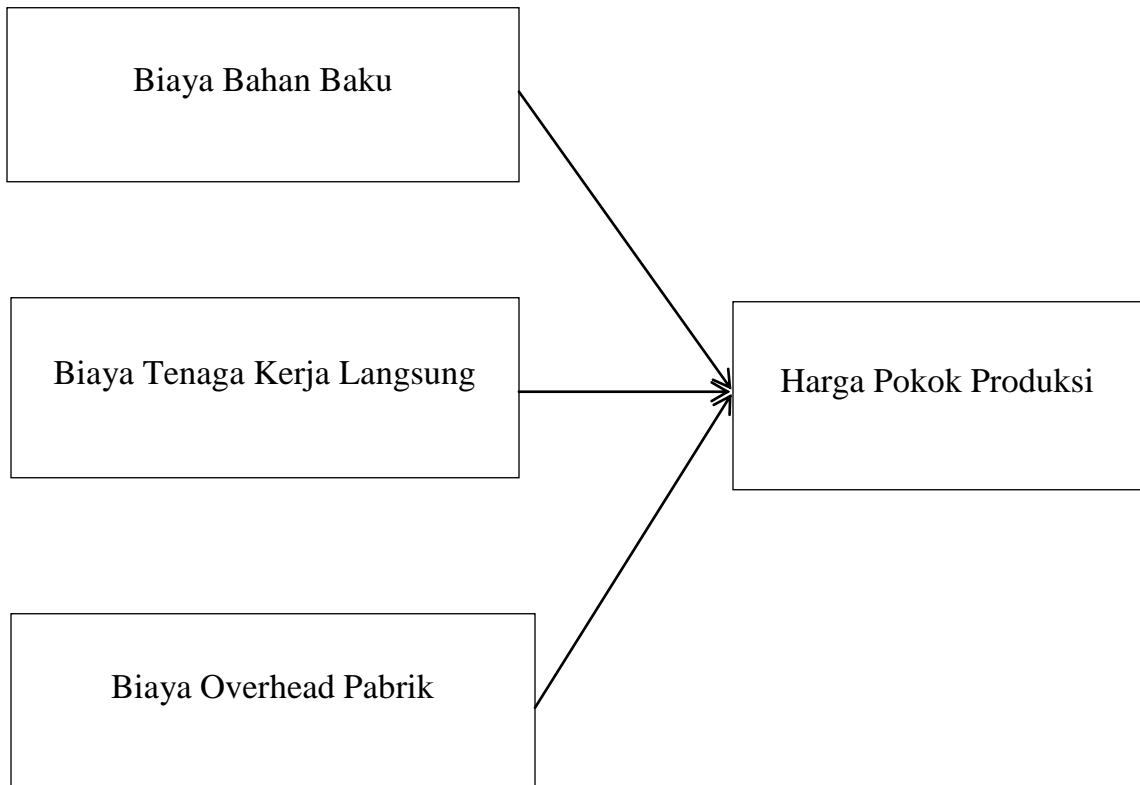
Tabel 4.17 Biaya Overhead Pabrik (dalam rupiah)

Keterangan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Biaya Listrik dan Telepon	43.000.000	45.500.000	48.000.000	51.000.000	52.500.000
Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Biaya Penyusutan Bangunan	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000
Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000
Biaya Bahan Baku Penolong	127.247.500	198.548.000	215.548.000	317.887.500	236.349.000
Total Biaya Overhead Pabrik	214.167.500	287.968.000	307.468.000	412.807.500	332.769.000

Sumber : data diolah

Skema Harga Pokok Produksi dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.9 Skema Harga Pokok Produksi



4.5.1 Laporan Keuangan Perusahaan

Tabel 4.18 Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Busana Muslim (dalam rupiah)

Rincian	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
A. Pemakaian Bahan Baku					
1. Persediaan Awal Bahan Baku	9.500.000	8.125.000	6.534.000	5.217.000	4.175.000
2. Pembelian Bahan Baku	683.622.000	747.930.000	948.390.000	1.034.745.000	1.229.856.000
3. Persediaan Bahan Baku Siap Pakai	693.122.000	756.055.000	954.924.000	1.039.962.000	1.234.031.000
4. Persediaan Akhir Bahan Baku	8.125.000	6.534.000	5.217.000	4.175.000	3.500.000
Total Pemakaian Bahan Baku	684.997.000	749.521.000	949.707.000	1.035.787.000	1.230.531.000
B. Biaya Upah Pekerja Langsung	142.200.000	169.440.000	183.480.000	200.160.000	216.720.000
C. Biaya Overhead Pabrik					
1. Biaya Listrik dan Telepon	43.000.000	45.500.000	48.000.000	51.000.000	52.500.000
2. Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
3. Biaya Penyusutan Bangunan	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000
4. Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000
5. Biaya Bahan Baku Penolong	76.977.500	114.958.000	131.219.000	180.683.500	119.061.000
Total Biaya Overhead Pabrik	163.897.500	204.378.000	223.139.000	275.603.500	215.481.000
Biaya Produksi	991.094.500	1.123.339.000	1.356.326.000	1.511.550.500	1.662.732.000
1. Persediaan Awal Barang dalam Proses	19.550.000	17.600.000	14.970.000	13.360.000	11.800.000
2. Barang dalam Proses Tahun Berjalan	1.010.644.500	1.140.939.000	1.371.296.000	1.524.910.500	1.674.532.000

3. Persediaan Akhir Barang dalam Proses	17.600.000	14.970.000	13.360.000	11.800.000	10.040.000
Harga Pokok Produksi	993.044.500	1.125.969.000	1.357.936.000	1.513.110.500	1.664.492.000
1. Persediaan Awal Barang Jadi	25.600.000	23.180.000	22.340.000	21.190.000	20.600.000
2. Barang Jadi Siap dijual	1.016.694.500	1.146.519.000	1.378.666.000	1.532.740.500	1.683.332.000
3. Persediaan Akhir Barang jadi	23.180.000	22.340.000	21.190.000	20.600.000	19.000.000
Harga Pokok Penjualan	993.514.500	1.124.179.000	1.357.476.000	1.512.140.500	1.664.332.000

Sumber : data diolah

Dari data diatas maka dapat diketahui :

1. Perhitungan biaya produksi per unit, dengan rumus :

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

- a. Harga Produk Tahun 2010 = $\frac{\text{Rp } 993.044.500}{5.868 \text{ pcs}}$
= Rp 169.230
- b. Harga Produk Tahun 2011 = $\frac{\text{Rp } 1.125.969.000}{6.420 \text{ pcs}}$
= Rp 175.385
- c. Harga Produk Tahun 2012 = $\frac{\text{Rp } 1.357.936.000}{7.512 \text{ pcs}}$
= Rp 180.769
- d. Harga Produk Tahun 2013 = $\frac{\text{Rp } 1.513.110.500}{8.196 \text{ pcs}}$
= Rp 184.616
- e. Harga Produk Tahun 2014 = $\frac{\text{Rp } 1.664.492.000}{8.832 \text{ pcs}}$
= Rp 188.462

Menentukan harga jual per unit :

a. Tahun 2010

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 169.230 \times 30\%) + \text{Rp } 169.230 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 220.000}\end{aligned}$$

b. Tahun 2011

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 175.385 \times 30\%) + \text{Rp } 175.3845 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 228.000}\end{aligned}$$

c. Tahun 2012

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 180.769 \times 30\%) + \text{Rp } 180.769 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 235.000}\end{aligned}$$

d. Tahun 2013

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 184.616 \times 30\%) + \text{Rp } 184.616 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 240.000}\end{aligned}$$

e. Tahun 2014

$$\begin{aligned}\text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 188.462 \times 30\%) + \text{Rp } 188.462 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 245.000}\end{aligned}$$

Tabel 4. 19 Laporan Harga Pokok Penjualan Perusahaan Jilbab (dalam rupiah)

Rincian	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
A. Pemakaian Bahan Baku					
1. Persediaan Awal Bahan Baku	6.700.000	4.850.000	3.970.000	2.670.000	1.850.000
2. Pembelian Bahan Baku	486.106.000	532.864.000	625.920.000	680.455.000	798.058.500
3. Persediaan Bahan Baku Siap Pakai	492.806.000	537.714.000	629.890.000	683.125.000	799.908.500
4. Persediaan Akhir Bahan Baku	4.850.000	3.970.000	2.670.000	1.850.000	1.287.000
Total Pemakaian Bahan Baku	487.956.000	533.744.000	627.220.000	681.275.000	798.621.500
B. Biaya Upah Pekerja Langsung	133.200.000	159.720.000	172.680.000	188.640.000	204.120.000
C. Biaya Overhead Pabrik					
1. Biaya Listrik dan Telepon	43.000.000	45.500.000	48.000.000	51.000.000	52.500.000
2. Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
3. Biaya Penyusutan Bangunan	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000
4. Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000
5. Biaya Bahan Baku Penolong	50.270.000	83.590.000	84.329.000	137.204.000	117.288.000
Total Biaya Overhead Pabrik	137.190.000	173.010.000	176.249.000	232.124.000	213.708.000
Biaya Produksi	758.346.000	866,474.000	976.149.000	1.102.039.000	1.216.449.500
1. Persediaan Awal Barang dalam Proses	15.650.000	14.120.000	12.900.000	11.050.000	9.000.000
2. Barang dalam Proses Tahun Berjalan	773.996.000	880.594.000	989.049.000	1.113.089.000	1.225.449.500
3. Persediaan Akhir Barang dalam Proses	14.120.000	12.900.000	11.050.000	9.000.000	8.100.000

Harga Pokok Produksi	759.876.000	867.694.000	977.999.000	1.104.089.000	1.217.349.500
1. Persediaan Awal Barang Jadi	20.000.000	17.500.000	16.700.000	14.200.000	13.000.000
2. Barang Jadi Siap dijual	778.346.000	883.974.000	992.849.000	1.116.239.000	1.229.449.500
3. Persediaan Akhir Barang jadi	17.500.000	16.700.000	14.200.000	13.000.000	11.500.000
Harga Pokok Penjualan	760.846.000	867.274.000	978.649.000	1.103.239.000	1.217.949.500

Sumber: data diolah

Dari data diatas maka dapat diketahui :

1. Perhitungan biaya produksi per unit, dengan rumus :

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

$$\begin{aligned} \text{a. Harga Produk Tahun 2010} &= \frac{\text{Rp } 759.876.000}{8.232 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 92.308 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{b. Harga Produk Tahun 2011} &= \frac{\text{Rp } 867.694.000}{9.024 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 96.154 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{c. Harga Produk Tahun 2012} &= \frac{\text{Rp } 977.999.000}{9.780 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 100.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{d. Harga Produk Tahun 2013} &= \frac{\text{Rp } 1.104.089.000}{10.632 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 103.846 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{e. Harga Produk Tahun 2014} &= \frac{\text{Rp } 1.217.349.500}{11.304 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 107.692 \end{aligned}$$

Menentukan harga jual per unit :

a. Tahun 2010

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 92.308 \times 30\%) + \text{Rp } 92.308 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 120.000} \end{aligned}$$

b. Tahun 2011

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 96.154 \times 30\%) + \text{Rp } 96.154 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 125.000} \end{aligned}$$

c. Tahun 2012

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang Diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 100.000 \times 30\%) + \text{Rp } 100.000 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 130.000} \end{aligned}$$

d. Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 103.846 \times 30\%) + \text{Rp } 103.846 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 135.000} \end{aligned}$$

e. Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Harga Produk} \times \text{Laba yang diharapkan}) + \text{Harga Produk} \\ &= (\text{Rp } 107.692 \times 30\%) + \text{Rp } 107.692 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 140.000} \end{aligned}$$

Tabel 4.20 Harga Jual Perusahaan

Tahun	Jumlah Produk		Harga Produk	
	Busana Muslim	Jilbab	Busana Muslim (Rp)	Jilbab (Rp)
2010	5868 pcs	8232 pcs	220.000	120.000
2011	6420 pcs	9024 pcs	228.000	125.000
2012	7512 pcs	9780 pcs	235.000	130.000
2013	8196 pcs	10632 pcs	240.000	135.000
2014	8832 pcs	11304 pcs	245.000	140.000

Sumber : data diolah

Tabel 4.21 Laporan Laba Rugi Perusahaan Busana Muslim (dalam rupiah)

Keterangan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Penjualan	1.290.960.000	1.463.760.000	1.765.320.000	1.967.040.000	2.163.840.000
Harga Pokok Penjualan	993.514.500	1.124.179.000	1.357.476.000	1.512.140.500	1.664.332.000
Laba Kotor	297.445.500	339.581.000	407.844.000	454.899.500	499.508.000
D .Biaya Usaha:					
1. Biaya Administrasi Umum	110.760.000	110.760.000	128.760.000	128.760.000	128.760.000
3. Biaya Pemasaran	41.208.000	41.234.000	42.090.000	64.267.000	51.400.000
4. Biaya Pengurusan Dokumen HAKI	-	-	25.000.000	-	-
Total Biaya Usaha	151.968.000	151.994.000	195.850.000	193.027.000	180.160.000
Laba Usaha	145.477.500	187.587.000	211.994.000	261.872.500	319.348.000
Pajak (10%)	14.547.750	18.758.700	21.199.400	26.187.250	31.934.800
Laba Bersih	130.929.750	168.828.300	190.794.600	235.685.250	287.413.200

Sumber : data diolah

Tabel 4.22 Laporan Laba Rugi Perusahaan Jilbab (dalam rupiah)

Keterangan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Penjualan	987.840.000	1.128.000.000	1.271.400.000	1.435.320.000	1.582.560.000
Harga Pokok Penjualan	760.846.000	867.274.000	978.649.000	1.103.239.000	1.217.949.500
Laba Kotor	226.994.000	260.726.000	292.751.000	332.081.000	364.610.500
D .Biaya Usaha:					
1. Biaya Administrasi Umum	74.760.000	74.760.000	92.760.000	92.760.000	92.760.000
3. Biaya Pemasaran	41.208.000	41.234.000	42.090.000	64.267.000	51.400.000
4. Biaya Pengurusan Dokumen HAKI	-	-	25.000.000	-	-
Total Biaya Usaha	115.968.000	115.994.000	159.850.000	157.027.000	144.160.000
Laba Usaha	111.026.000	144.732.000	132.901.000	175.054.000	220.450.500
Pajak (10%)	11.102.600	14.473.200	13.290.100	17.505.400	22.045.050
Laba Bersih	99.923.400	130.258.800	119.610.900	157.548.600	198.405.450

Sumber: data diolah

4.5.2 Laporan Keuangan Hasil Perhitungan

Table 4.1 Harga Pokok Penjualan Busana Muslim Metode *Full Costing* (dalam rupiah)

Rincian	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
A. Pemakaian Bahan Baku					
1. Persediaan Awal Bahan Baku	9.500.000	8.125.000	6.534.000	5.217.000	4.175.000
2. Pembelian Bahan Baku	683.622.000	747.930.000	948.390.000	1.034.745.000	1.229.856.000
3. Persediaan Bahan Baku Siap Pakai	693.122.000	756.055.000	954.924.000	1.039.962.000	1.234.031.000
4. Persediaan Akhir Bahan Baku	8.125.000	6.534.000	5.217.000	4.175.000	3.500.000
Total Pemakaian Bahan Baku	684.997.000	749.521.000	949.707.000	1.035.787.000	1.230.531.000
B. Biaya Upah Pekerja Langsung					
1. Gaji Pekerja Langsung	142.200.000	169.440.000	183.480.000	200.160.000	216.720.000
2. Gaji Kepala Produksi	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000	42.000.000
Total Biaya Upah Pekerja Langsung	184.200.000	211.440.000	225.480.000	242.160.000	258.720.000
C. Biaya Overhead Pabrik					
1. Biaya Overhead Pabrik Tetap					
a. Biaya Listrik dan Telepon	43.000.000	45.500.000	48.000.000	51.000.000	52.500.000
b. Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
c. Biaya Penyusutan Bangunan	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000
d. Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000
Total Biaya Overhead Pabrik Tetap	86.920.000	89.420.000	91.920.000	94.920.000	96.420.000
2. Biaya Overhead Pabrik Variabel					

a. Biaya Bahan Baku Penolong	76.977.500	114.958.000	131.219.000	180.683.500	119.061.000
Total Biaya Overhead Pabrik Variabel	76.977.500	114.958.000	131.219.000	180.683.500	119.061.000
Biaya Produksi	1.033.094.500	1.165.339.000	1.398.326.000	1.553.550.500	1.704.732.000
1. Persediaan Awal Barang dalam Proses	19.550.000	17.600.000	14.970.000	13.360.000	11.800.000
2. Barang dalam Proses Tahun Berjalan	1.052.644.500	1.182.939.000	1.413.296.000	1.566.910.500	1.716.532.000
3. Persediaan Akhir Barang dalam Proses	17.600.000	14.970.000	13.360.000	11.800.000	10.040.000
Harga Pokok Produksi	1.035.044.500	1.167.969.000	1.399.936.000	1.555.110.500	1.706.492.000
1. Persediaan Awal Barang Jadi	25.600.000	23.180.000	22.340.000	21.190.000	20.600.000
2. Barang Jadi Siap dijual	1.060.644.500	1.191.149.000	1.422.276.000	1.576.300.500	1.727.092.000
3. Persediaan Akhir Barang jadi	23.180.000	22.340.000	21.190.000	20.600.000	19.000.000
Harga Pokok Penjualan	1.037.464.500	1.168.809.000	1.401.086.000	1.555.700.500	1.708.092.000

Sumber : data diolah

Perhitungan harga jual per unit menggunakan metode *cost-plus pricing*, dengan laba yang diinginkan perusahaan sebesar 30% adalah sebagai berikut :

a. Tahun 2010

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 1.035.044.500 + (30\% \times \text{Rp } 1.035.044.500)}{5.868 \text{ pcs}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 1.035.044.500 + \text{Rp } 310.513.350}{5.868 \text{ pcs}} \\
 &= \text{Rp } 229.304,34 \\
 &= \mathbf{\text{Rp } 229.400}
 \end{aligned}$$

b. Tahun 2011

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 1.167.969.000 + (30\% \times \text{Rp } 1.167.969.000)}{6.420 \text{ pcs}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 1.167.969.000 + \text{Rp } 350.390.700}{6.420 \text{ pcs}} \\
 &= \text{Rp } 236.504,63 \\
 &= \mathbf{\text{Rp } 236.600}
 \end{aligned}$$

c. Tahun 2012

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 1.399.936.000 + (30\% \times \text{Rp } 1.399.936.000)}{7.512 \text{ pcs}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 1.399.936.000 + \text{Rp } 419.980.800}{7.512 \text{ pcs}} \\
 &= \text{Rp } 242.267,94 \\
 &= \mathbf{\text{Rp } 242.300}
 \end{aligned}$$

d. Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.555.110.500 + (30\% \times \text{Rp } 1.555.110.500)}{8.196 \text{ pcs}} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.555.110.500 + \text{Rp } 466.533.150}{8.196 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 246.662,23 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 246.700} \end{aligned}$$

e. Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.706.492.000 + (30\% \times \text{Rp } 1.706.492.000)}{8.832 \text{ pcs}} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.706.492.000 + 511.947.600}{8.832 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 251.182,02 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 251.200} \end{aligned}$$

Tabel 4.23 Harga Pokok Penjualan Jilbab Metode *Full Costing* (dalam rupiah)

Rincian	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
A. Pemakaian Bahan Baku					
1. Persediaan Awal Bahan Baku	6.700.000	4.850.000	3.970.000	2.670.000	1.850.000
2. Pembelian Bahan Baku	486.106.000	532.864.000	625.920.000	680.455.000	798.058.500
3. Persediaan Bahan Baku Siap Pakai	492.806.000	537.714.000	629.890.000	683.125.000	799.908.500
4. Persediaan Akhir Bahan Baku	4.850.000	3.970.000	2.670.000	1.850.000	1.287.000
Total Pemakaian Bahan Baku	487.956.000	533.744.000	627.220.000	681.275.000	798.621.500
B. Biaya Upah Pekerja Langsung					
1. Gaji Pekerja Langsung	133.200.000	159.720.000	172.680.000	188.640.000	204.120.000
2. Gaji Kepala Produksi	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
Total Biaya Upah Pekerja Langsung	157.200.000	183.720.000	196.680.000	212.640.000	228.120.000
C. Biaya Overhead Pabrik					
1. Biaya Overhead Pabrik Tetap					
a. Biaya Listrik dan Telepon	43.000.000	45.500.000	48.000.000	51.000.000	52.500.000
b. Biaya Pemeliharaan Mesin & Peralatan	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
c. Biaya Penyusutan Bangunan	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000	38.750.000
d. Biaya Penyusutan Mesin & Peralatan	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000	4.170.000
Total Biaya Overhead Pabrik Tetap	86.920.000	89.420.000	91.920.000	94.920.000	96.420.000
2. Biaya Overhead Pabrik Variabel					
a. Biaya Bahan Baku Penolong	50.270.000	83.590.000	84.329.000	137.204.000	117.288.000

Total Biaya Overhead Pabrik Variabel	50.270.000	83.590.000	84.329.000	137.204.000	117.288.000
Biaya Produksi	782.346.000	890.474.000	1.000.149.000	1.126.039.000	1.240.449.500
1. Persediaan Awal Barang dalam Proses	15.650.000	14.120.000	12.900.000	11.050.000	9.000.000
2. Barang dalam Proses Tahun Berjalan	797.996.000	904.594.000	1.013.049.000	1.137.089.000	1.249.449.500
3. Persediaan Akhir Barang dalam Proses	14.120.000	12.900.000	11.050.000	9.000.000	8.100.000
Harga Pokok Produksi	783.876.000	891.694.000	1.001.999.000	1.128.089.000	1.241.349.500
1. Persediaan Awal Barang Jadi	20.000.000	17.500.000	16.700.000	14.200.000	13.000.000
2. Barang Jadi Siap dijual	803.876.000	909.194.000	1.018.699.000	1.142.289.000	1.254.349.500
3. Persediaan Akhir Barang jadi	17.500.000	16.700.000	14.200.000	13.000.000	11.500.000
Harga Pokok Penjualan	786.376.000	892.494.000	1.004.499.000	1.129.289.000	1.242.849.500

Sumber: data diolah

Perhitungan harga jual per unit menggunakan metode *cost-plus pricing*, dengan laba yang diinginkan perusahaan sebesar 30% adalah sebagai berikut :

a. Tahun 2010

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 783.876.000 + (30\% \times \text{Rp } 783.876.000)}{8.232 \text{ pcs}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 783.876.000 + 235.162.800}{8.232 \text{ pcs}} \\
 &= \text{Rp } 123.789,94 \\
 &= \mathbf{\text{Rp } 123.800}
 \end{aligned}$$

b. Tahun 2011

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 891.694.000 + (30\% \times \text{Rp } 891.694.000)}{9.024 \text{ pcs}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 891.694.000 + 267.508.200}{9.024 \text{ pcs}} \\
 &= \text{Rp } 128.457,70 \\
 &= \mathbf{\text{Rp } 128.500}
 \end{aligned}$$

c. Tahun 2012

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 1.001.999.000 + (30\% \times \text{Rp } 1.001.999.000)}{9.780 \text{ pcs}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 1.001.999.000 + 300.599.700}{9.780 \text{ pcs}} \\
 &= \text{Rp } 133.190,05 \\
 &= \mathbf{\text{Rp } 133.200}
 \end{aligned}$$

d. Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.128.089.000 + (30\% \times \text{Rp } 1.128.089.000)}{10.632 \text{ pcs}} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.128.089.000 + 338.426.700}{10.632 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 137.934,13 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 138.000} \end{aligned}$$

e. Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Harga pokok produksi} + (\% \text{ laba} \times \text{harga pokok produksi})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.241.349.500 + (30\% \times \text{Rp } 1.241.349.500)}{11.304 \text{ pcs}} \\ &= \frac{\text{Rp } 1.241.349.500 + 372.404.850}{11.304 \text{ pcs}} \\ &= \text{Rp } 142.759,58 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 142.800} \end{aligned}$$

Tabel 4.24 Laporan Laba Rugi Busana Muslim *Cost-Plus Pricing* (dalam rupiah)

Keterangan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Penjualan	1.346.119.200	1.518.972.000	1.820.157.600	2.021.953.200	2.218.598.400
Harga Pokok Penjualan	1.037.464.500	1.168.809.000	1.401.086.000	1.555.700.500	1.708.092.000
Lab Kotor	308.654.700	350.163.000	419.071.600	466.252.700	510.506.400
D .Biaya Usaha:					
1. Biaya Tetap					
a. Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	2.760.000	2.760.000	2.760.000	2.760.000	2.760.000
b. Biaya Penyusutan Surat Perizinan	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
Total Biaya Tetap	4.160.000	4.160.000	4.160.000	4.160.000	4.160.000
2. Biaya Variabel					
a. Biaya Listrik dan Telepon	43.000.000	45.500.000	48.000.000	51.000.000	52.500.000
Total Biaya Variabel	43.000.000	45.500.000	48.000.000	51.000.000	52.500.000
Total Biaya Usaha	47.160.000	49.660.000	52.160.000	55.160.000	56.660.000
Lab Usaha	261.494.700	300.503.000	366.911.600	411.092.700	453.846.400
Pajak (10%)	26.149.470	30.050.300	36.691.160	41.109.270	45.384.640
Lab Bersih	235.345.230	270.452.700	330.220.440	369.983.430	408.461.760

Sumber : data diolah

Tabel 4.25 Laporan Laba Rugi Jilbab *Cost-Plus Pricing* (dalam rupiah)

Keterangan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Penjualan	1.019.121.600	1.159.584.000	1.302.696.000	1.467.216.000	1.614.211.200
Harga Pokok Penjualan	786.376.000	892.494.000	1.004.499.000	1.129.289.000	1.242.849.500
Laba Kotor	232.745.600	267.090.000	298.197.000	337.927.000	371.361.700
D .Biaya Usaha:					
1. Biaya Tetap					
a. Biaya Penyusutan Inventaris Kantor	2.760.000	2.760.000	2.760.000	2.760.000	2.760.000
b. Biaya Penyusutan Surat Perizinan	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000
Total Biaya Tetap	4.160.000	4.160.000	4.160.000	4.160.000	4.160.000
2. Biaya Variabel					
a. Biaya Listrik dan Telepon	43.000.000	45.500.000	48.000.000	51.000.000	52.500.000
Total Biaya Variabel	43.000.000	45.500.000	48.000.000	51.000.000	52.500.000
Total Biaya Usaha	47.160.000	49.660.000	52.160.000	55.160.000	56.660.000
Laba Usaha	185.585.600	217.430.000	246.037.000	282.767.000	314.701.700
Pajak (10%)	18.558.560	21.743.000	24.603.700	28.276.700	31.470.170
Laba Bersih	167.027.040	195.687.000	221.433.300	254.490.300	283.231.530

Sumber: data diolah

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Selisih Harga Pokok Produksi Perusahaan dengan Harga Pokok Produksi *Full Costing*

Pada bagian ini akan dibandingkan harga pokok produksi (HPP) menurut perhitungan perusahaan dan menurut perhitungan dengan metode *full costing*.

Tabel 5.26 Selisih Harga Pokok Produksi dengan Harga Pokok Produksi *Full Costing* Busana Muslim

Tahun	Harga Pokok Produksi Perusahaan	Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i>	Selisih (%)
2010	993.044.500	1.035.044.500	4%
2011	1.125.969.000	1.167.969.000	4%
2012	1.357.936.000	1.399.936.000	3%
2013	1.513.110.500	1.555.110.500	3%
2014	1.664.492.000	1.706.492.000	3%

Sumber: data diolah

Tabel 5.27 Selisih Harga Pokok Produksi dengan Harga Pokok Produksi *Full Costing* Jilbab

Tahun	Harga Pokok Produksi Perusahaan	Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i>	Selisih (%)
2010	759.876.000	783.876.000	3%
2011	867.694.000	891.694.000	3%
2012	977.999.000	1.001.999.000	2%
2013	1.104.089.000	1.128.089.000	2%
2014	1.217.349.500	1.241.349.500	2%

Sumber: data diolah

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa harga pokok produksi (HPP) yang dihitung oleh perusahaan lebih rendah dibanding dengan hasil perhitungan berdasarkan metode *full costing*. Hal tersebut terjadi karena dalam perhitungan harga pokok produksi, perusahaan tidak menghitung biaya non produksi seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi umum. Perusahaan juga tidak memasukkan gaji kepala produksi ke dalam biaya tenaga kerja langsung pada perhitungan harga pokok produksi. Rendahnya hasil perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut memiliki dampak terhadap harga jual produk yang juga menjadi lebih rendah.

5.2 Harga Jual Perusahaan

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

Tabel 5.28 Harga Jual Perusahaan Busana Muslim

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk (Rp)
2010	5868 pcs	220.000
2011	6420 pcs	228.000
2012	7512 pcs	235.000
2013	8196 pcs	240.000
2014	8832 pcs	245.000

Sumber : data diolah

Tabel 5.29 Harga Jual Perusahaan Jilbab

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk (Rp)
2010	8232 pcs	120.000
2011	9024 pcs	125.000
2012	9780 pcs	130.000
2013	10632 pcs	135.000
2014	11304 pcs	140.000

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa harga jual perusahaan atau harga jual sebelum melakukan perhitungan dengan *cost plus pricing* mempunyai pengaruh yang besar terhadap laba yang diharapkan oleh perusahaan, ini dikarenakan jumlah produksi yang juga mengalami peningkatan yang stabil.

5.3 Harga Jual dengan Metode *Cost-Plus Pricing*

Sesuai dengan perhitungan harga pokok penjualan dengan menggunakan metode *full costing* dan melakukan perhitungan dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, berikut adalah hasilnya:

Tabel 5.30 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi Busana Muslim

Tahun	Harga Pokok Produksi (Rp)	Harga Jual (Rp)
2010	1.035.044.500	229.400
2011	1.167.969.000	236.600
2012	1.399.936.000	242.300
2013	1.555.110.500	246.700
2014	1.706.492.000	251.200

Sumber : data diolah

Tabel 5.31 Harga Jual dan Harga Pokok Produksi Jilbab

Tahun	Harga Pokok Produksi (Rp)	Harga Jual (Rp)
2010	783.876.000	123.800
2011	891.694.000	128.500
2012	1.001.999.000	133.200
2013	1.128.089.000	138.000
2014	1.241.349.500	142.800

Sumber : data diolah

5.4 Selisih Harga Jual Perusahaan dengan Harga Jual *Cost-Plus Pricing*

Setelah menghitung harga jual dengan metode cost-plus pricing dan menetapkan keuntungan yang diharapkan (% mark-up) sebesar 30%, maka selanjutnya adalah menghitung selisih antara harga jual hasil perhitungan dengan harga jual perusahaan, berikut adalah hasilnya:

Tabel 5.32 Selisih Harga Busana Muslim

Tahun	Harga Jual Perusahaan	Harga Jual <i>Cost-Plus Pricing</i>	Selisih Harga	Selisih (%)
2010	220.000	229.400	9.400	4%
2011	228.000	236.600	8.600	4%
2012	235.000	242.300	7.300	3%
2013	240.000	246.700	6.700	3%
2014	245.000	251.200	6.200	3%

Sumber : data diolah

Tabel 5.33 Selisih Harga Jilbab

Tahun	Harga Jual Perusahaan	Harga Jual <i>Cost-Plus Pricing</i>	Selisih Harga	Selisih (%)
2010	120.000	123.800	3.800	3%
2011	125.000	128.500	3.500	3%
2012	130.000	133.200	3.200	2%
2013	135.000	138.000	3.000	2%
2014	140.000	142.800	2.800	2%

Sumber : data diolah

5.5 Selisih Penjualan Sesudah dan Sebelum *Cost-Plus Pricing*

Tabel 5.34 Data Penjualan Sebelum *Cost-Plus Pricing* Busana Muslim

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk (Rp)	Total Penjualan (Rp)
2010	5868 pcs	220.000	1.290.960.000
2011	6420 pcs	228.000	1.463.760.000
2012	7512 pcs	235.000	1.765.320.000
2013	8196 pcs	240.000	1.967.040.000
2014	8832 pcs	245.000	2.163.840.000

Sumber : data diolah

Tabel 5.35 Data Penjualan Sebelum *Cost-Plus Pricing* Jilbab

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk (Rp)	Total Penjualan (Rp)
2010	8232 pcs	120.000	987.840.000
2011	9024 pcs	125.000	1.128.000.000
2012	9780 pcs	130.000	1.271.400.000
2013	10632 pcs	135.000	1.435.320.000
2014	11304 pcs	140.000	1.582.560.000

Sumber: data diolah

Tabel 5.36 Data Penjualan Sesudah *Cost Plus Pricing* Busana Muslim

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk (Rp)	Total Penjualan (Rp)
2010	5868	229.400	1.346.119.200
2011	6420	236.600	1.518.972.000
2012	7512	242.300	1.820.157.600
2013	8196	246.700	2.021.953.200
2014	8832	251.200	2.218.598.400

Sumber : data diolah

Tabel 5.37 Data Penjualan Sesudah *Cost-Plus Pricing* Jilbab

Tahun	Jumlah Produk	Harga Produk (Rp)	Total Penjualan (Rp)
2010	8232	123.800	1.019.121.600
2011	9024	128.500	1.159.584.000
2012	9780	133.200	1.302.696.000
2013	10632	138.000	1.467.216.000
2014	11304	142.800	1.614.211.200

Sumber: data diolah

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti di PT. Mensa Mega Company, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga pokok produksi belum tepat karena perusahaan tidak memperhitungkan gaji kepala produksi serta biaya non produksi seperti biaya pemasaran dan biaya administrasi umum. Harga Pokok Produksi yang dihitung oleh perusahaan pada produk busana muslim tahun 2010 Rp. 993.044.500, tahun 2011 Rp. 1.125.969.000, tahun 2012 Rp. 1.357.936.000, tahun 2013 Rp. 1.513.110.500, dan tahun 2014 Rp. 1.664.492.000. Harga Pokok Produksi yang dihitung oleh perusahaan pada produk jilbab tahun 2010 Rp. 759.876.000, tahun 2011 Rp. 867.694.000, tahun 2012 Rp. 977.999.000, tahun 2013 Rp. 1.104.089.000, dan tahun 2014 Rp. 1.217.349.500. Sedangkan hasil perhitungan berdasarkan metode *full costing* pada produk busana muslim tahun 2010 Rp. 1.090.652.500, tahun 2011 Rp. 1.223.603.000, tahun 2012 Rp. 1.456.426.000, tahun 2013 Rp. 1.637.377.500, dan pada tahun 2014 Rp. 1.775.892.000. Hasil perhitungan berdasarkan metode *full costing* pada produk jilbab tahun 2010 Rp. 834.684.000, tahun 2011 Rp. 942.528.000, tahun 2012 Rp. 1.053.689.000, tahun 2013 Rp. 1.204.356.000, dan tahun 2014 Rp. 1.304.749.500. Dampak dari perhitungan harga pokok produksi perusahaan, lebih rendah dibandingkan dengan perhitungan harga pokok produksi yang berdasarkan metode *full costing* akan memberikan pengaruh terhadap harga jual produk perusahaan.

2. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan pada produk busana muslim tahun 2010 Rp. 220.000, tahun 2011 Rp. 228.000, tahun 2012 Rp. 235.000, tahun 2013 Rp. 240.000, dan tahun 2014 Rp. 245.000. Harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan pada produk jilbab tahun 2010 Rp. 120.000, tahun 2011 Rp. 125.000, tahun 2012 Rp. 130.000, tahun 2013 Rp. 135.000, dan tahun 2014 Rp. 140.000. Sedangkan hasil perhitungan berdasarkan metode *cost-plus pricing* pada produk busana muslim tahun 2010 Rp. 241.700, tahun 2011 Rp. 247.800, tahun 2012 Rp. 252.100, tahun 2013 Rp. 259.800, dan tahun 2014 Rp. 261.400. Hasil perhitungan berdasarkan metode *cost-plus pricing* pada produk jilbab tahun 2010 Rp. 131.900, tahun 2011 Rp. 135.800, tahun 2012 Rp. 140.100, tahun 2013 Rp. 147.300, dan tahun 2014 Rp. 150.100. Akibat dari harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan perhitungan harga jual yang berdasarkan metode *cost-plus pricing* akan memberikan dampak terhadap tingkat penjualan dan laba yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

6.2 Saran

Hasil penelitian memberikan saran-saran untuk perusahaan, diantaranya :

1. Perusahaan sebaiknya menerapkan perhitungan harga pokok produksi dengan menggunakan metode *full costing*, karena biaya keseluruhan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat tertutup dengan menggunakan metode ini. Serta laba yang di dapat perusahaan pun juga sesuai dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan.
2. Jika perusahaan ingin mendapatkan laba sesuai yang diharapkan, sebaiknya perusahaan menaikkan harga jual produk busana muslim dan jilbab karena akan memberikan dampak positif pada tingkat penjualan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, Budiyono Haris, 2004. *Pengantar Manajemen*, Edisi 2. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Assauri, Sofjan. 1999. *Manajemen Produksi Dan Operasi*. Jakarta, PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Bustami, Batian & Nurlela. 2013. *Akuntansi Biaya Edisi 4*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media
- Mulyadi. 2014. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Sadeli, Lili M. 2006. *Dasar-Dasar Akuntansi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Supriyono, RA. 1983. *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*. Yogyakarta: BPFE
- Sutrisno, Edy. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta, Kencana.
- Warindrani, Armila Krisna. 2006. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu

LAMPIRAN