

**ANALISIS PENERAPAN METODE *COST PLUS PRICING*
DENGAN PENDEKATAN *FULL COSTING* SEBAGAI DASAR
PENETAPAN HARGA JUAL *PART 53208K59A10WRD* PADA PT
GAYA MOTOR**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Penyelesaian
Program Studi Diploma IV Administrasi Bisnis Otomotif
Pada Politeknik STMI Jakarta



Disusun Oleh :

Nadyatika Bukasari

NIM : 1715044

POLITEKSI STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

2019

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR

**“ANALISIS PENERAPAN METODE COST PLUS PRICING DENGAN
PENDEKATAN FULL COSTING SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA JUAL
PART 53208K59A10WRD PADA PT GAYA MOTOR”
DISUSUN OLEH**

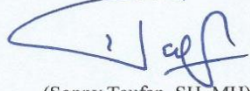
**NAMA : NADYATIKA BUKASARI
NIM : 1715044
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF**

**Telah Diuji oleh Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif
Politeknik STMI Jakarta pada Hari Senin Tanggal 2 September 2019**

Jakarta, 2 September 2019

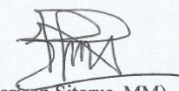
Menyetujui,

Penguji 1,



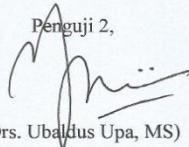
(Sonny Taufan, SH, MH)

Penguji 3,



(Drs. Marison Sitorus, MM)

Penguji 2,



(Drs. Ubaldus Upa, MS)

Penguji 4,



(Dr. Sadar Sukma Adnan, SE, MPd)

**POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I
JAKARTA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR :

**“ANALISIS PENERAPAN METODE *COST PLUS PRICING* DENGAN PENDEKATAN
FULL COSTING SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA JUAL *PART*
53208K59A10WRD PADA PT. GAYA MOTOR”**

DISUSUN OLEH :

NAMA : NADYATIKA BUKASARI

NIM : 1715044

PROGRAM STUDI : ADMINITRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah diperiksa dan Disetujui untuk
Diajukan dan Dipertahankan dalam Ujian Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta

Menyetujui
Jakarta, 12 Agustus 2019
Dosen Pembimbing

Dr. Sadar Sukma Adnan, SE, MPd
NIP : 195703211984031005

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif Politeknik STMI Jakarta
Kementerian Perindustrian RI

Nama : Nadyatika Bukasari

NIM : 1715044

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

**“ANALISIS PENERAPAN METODE *COST PLUS PRICING* DENGAN PENDEKATAN
FULL COSTING SEBAGAI DASAR PENETAPAN HARGA JUAL *PART*
53208K59A10WRD PADA PT GAYA MOTOR”**

Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survey lapangan,
dosen pembimbing, melalui tanya jawab maupun asistensi serta buku – buku jurnal acuan yang
tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir ini.

- Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah diublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana sains terapan/ sarjana di Politeknik STMI Jakarta atau di Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali pada bagian – bagian tertentu digunakan sebagai referensi yang semestinya dan sumber informasi dengan dicantumkan melalui referensi yang semestinya.
- Bukan merupakan karya tulis terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

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

Jakarta, 12 Agustus 2019
Yang Membuat
Pernyataan

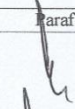




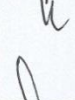
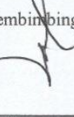



(Nadyatika Bukasari)


POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI

LEMBAR BIMBINGAN PENYUSUNAN LAPORAN TA

Nama : Nadyahita Butarani
 NIM : 1715044
 Judul TA : Analisis Penerapan Metode Cost Plus Pricing dengan Penerapan Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Part 52208E50A/Duara Pada PT Gaja Motor
 Pembimbing : Dr. Sadar Sukma Athan SE.MPd

Tanggal	Bab	Keterangan	Paraf
5 Juni 19	Bab I	Penyerahan Bab I	
18 Juni 19	Bab I & II & III	Revisi bab I dan penyerahan bab II & III	
8 Juli 19	Bab II, III & IV	Revisi bab II & III & penyerahan bab IV	
23 Juli 19	Bab IV	Revisi bab IV	
30 Juli 19	Bab IV	Revisi bab IV	
5 Agst 19	Bab V & VI	Penyerahan bab V & VI	
8 Agst 19	Bab V & VI	Revisi bab V & VI	
12 Ags 19	Bab V & VI	ACC Bab 5 dan bab 6	

Mengetahui,
 Ka Prodi Administrasi Bisnis Otomotif
 a.n. 
 Julius Jatiniko Nuryatro SE, MM
 NIP: 1986072620140210001

Pembimbing

 NIP: 195703211984031005

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur serta terimakasih kepada semua pihak yang terlibat atas penulisan ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini berjudul “Analisis Penerapan Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual *Part 53208K59A10WRD* Pada PT. Gaya Motor. ”. Adapun Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan jenjang D-IV jurusan Administrasi Bisnis Otomotif pada Politeknik STMI Jakarta.

Keberhasilan Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dukungan serta dorongan dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini tidak lupa juga Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini diantaranya:

1. Bapak Dr. Mustofa, S.T, M.T selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri (STMI).
2. Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Otomotif (ABO) .
3. Bapak Drs Mulyono, MM selaku dosen Perwalian saat awal perkuliahan dan bapak Bambang Gunadi, SH, M.Si selaku dosen Perwalian saat akhir perkuliahan Penulis.
4. Bapak Dr. Sadar Sukma Adnan, SE, M.Pd selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih untuk bantuan, dorongan, bimbingan, motivasi, dan waktu yang telah diluangkan untuk penulis dalam proses penulisan laporan ini.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah membimbing dan memberikan pengajaran kepada penulis selama berkuliah di Politeknik STMI Jakarta, sehingga ilmu tersebut dapat penulis terapkan pada penulisan Tugas Akhir ini.

6. Kepada bapak Hery Hartono selaku Head Departemen PPIC PT GAYA MOTOR yang telah memberikan banyak pengetahuan baru dan memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
7. Kepada Pak Erwin, Pak Rian dan Pak Triyono, selaku mentor pembimbing PKL PT. Gaya Motor, yang telah membantu dalam memberikan pengetahuan baru mengenai dunia industri dan membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Administrasi Bisnis Otomotif.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis
Nadyatika Bukasari

LEMBAR PERSEMBAHAN

Sebuah karya tulis ini penulis persembahkan kepada :

1. Ayahanda Bambang Dwi Setyo Raharjo dan Ibunda Neneng Indraningsih tercinta yang selalu mendukung penulis untuk selalu semangat dan berdoa agar dilancarkan dan dimudahkan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

ABSTRAK

PT Gaya Motor merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang general assembling (perakitan). Perusahaan ini menggunakan sistem make to order, dimana perusahaan akan memproduksi sesuai dengan pesanan. Salah satu produk rakitan yang diproses oleh PT Gaya Motor bagian Honda ialah painting plastic part Honda OEM (Original Equipment Manufacture). Salah satu part yang banyak di produksi ialah Cover Handle Front K59 dengan warna Winning Red. Cover Handle Front K59 dan warna Winning Red merupakan bahan dasar Part 53208K59A10WRD. Akan tetapi, selama ini dalam menentukan harga jual perusahaan belum memasukkan semua unsur biaya overhead yang dikeluarkan secara terperinci. Maka sebab itu, dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Penerapan Metode Cost Plus Pricing dengan Pendekatan Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Part 53208K59A10WRD Pada PT Gaya Motor”. Cost plus pricing merupakan metode penentuan harga jual yang ditemukan dengan menambahkan persentase mark up. Pada tahun 2017 perusahaan memproduksi sebanyak 5000 unit dan tahun 2018 sebanyak 5500 unit. Untuk harga jual per unit menurut perusahaan sebesar Rp 559.000 dan tahun 2018 sebesar Rp 564.000. Setelah dianalisis menggunakan metode cost plus pricing, dihasilkan harga jual per unit tahun 2017 sebesar Rp 550.000 dan tahun 2018 sebesar Rp 551.000. Perbedaan harga tersebut disebabkan dari harga pokok penjualan menurut metode lebih besar dibandingkan perhitungan perusahaan.

Kata kunci: cost plus pricing, full costing

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
KATA PENGANTAR.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Tugas Akhir	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORI.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Konsep Akuntansi Biaya & Biaya	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Manfaat Akuntansi Biaya bagi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Pengertian Biaya.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Penggolongan Biaya.....	Error! Bookmark not defined.

2.1.6	Klasifikasi Biaya	Error! Bookmark not defined.
2.2	Biaya Produksi	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Elemen Biaya Produksi	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Metode Pengumpulan Biaya Produksi	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Pengertian Harga Pokok Produksi	Error! Bookmark not defined.
2.2.4	Metode Penentuan Biaya Produksi.....	Error! Bookmark not defined.
2.3	Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Pengertian Harga Jual.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Tujuan Penetapan Harga Jual	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga	Error! Bookmark not defined.
2.3.4	Metode Penentuan Harga Jual	Error! Bookmark not defined.

BAB III METODOLOGI PEMECAHAN MASALAH**Error! Bookmark not defined.**

3.1	Pengertian Metodologi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.1	Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.2	Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Instrumen Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.

BAB IV **Error! Bookmark not defined.**

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.. **Error! Bookmark not defined.**

4.1	Data Umum Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Profil Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4	Waktu Kerja dan Jumlah Karyawan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Pengumpulan data.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Aspek Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Aspek Produksi.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.1	Proses Produksi	Error! Bookmark not defined.

Peralatan dan Alat Pelindung Diri	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Aspek Sumber Daya Manusia	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Aspek Keuangan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Biaya Bahan Baku	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Biaya Bahan Penolong	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	Error! Bookmark not defined.
4.3.5 Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.6 Biaya Penyusutan	Error! Bookmark not defined.
4.3.7 Biaya Administrasi dan Umum	Error! Bookmark not defined.
4.3.8 Biaya Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
4.3.9 Harga Jual Menurut Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.10 Harga Jual Menurut <i>Cost Plus Pricing</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Analisis Penentuan Harga Jual dan Laporan Laba/Rugi Menurut PT GAYA MOTOR dan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> tahun 2017 - 2018	Error! Bookmark not defined.
5.1.1 Harga Jual Menurut Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
5.1.2 Laporan Laba /Rugi Menurut Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
5.1.3 Harga Jual Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> ...	Error! Bookmark not defined.
5.1.4 Laporan Laba / Rugi Menurut Pendekatan <i>Full Costing</i>	Error! Bookmark not defined.
5.2 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.1 Perbandingan Harga Jual Perunit Menurut Perusahaan dan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Error! Bookmark not defined.
5.2.2 Perbandingan Laporan Laba/Rugi Menurut Perusahaan dan <i>Full Costing</i> .	Error! Bookmark not defined.
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
6.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
6.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 2.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PPIC 2018	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 5 Laporan Harga Pokok Pejualan.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Laporan Laba/Rugi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Laporan Neraca PT. Gaya Motor	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Biaya Bahan Baku.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Biaya Bahan Penolong.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Biaya Overhead Pabrik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Biaya Administrasi dan Umum.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Biaya Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 16 Biaya Produksi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17 Laporan Biaya Non Produksi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 18 Biaya Penuh Menurut Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 19 Biaya Produksi <i>Cost Plus Pricing</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 20 Biaya Non Produksi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 21 Biaya Penuh menurut <i>Cost Plus Pricing</i> ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5. 1 Harga Jual Menurut Perusahaan tahun 2017-2018	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5. 2 Laporan Laba/Rugi Perusahaan tahun 2017-2018	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5. 3 Harga Jual dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5. 4 Laporan Laba/Rugi Menurut Pendekatan Full Costing 2017-2018....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5. 5 Perbandingan Harga Jual Per unit.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 NPWP Perusahaan

Lampiran 2 *Layout* Perusahaan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya industri di dunia, suatu lembaga konsultan *Pricewaterhousecoopers (PwC)* memprediksi setidaknya ada lima sektor industri yang akan berkembang pesat di Indonesia pada tahun 2018 seiring dengan kemajuan teknologi. Salah satu diantaranya ialah industri di bidang manufaktur, yang mana 60% merupakan industri berteknologi rendah – menengah. Industri otomotif di Indonesia menjadi sebuah pilar penting dalam sektor industri manufaktur karena banyak perusahaan otomotif yang terkenal di dunia membuka pabrik – pabrik manufaktur mobil dan motor atau meningkatkan kapasitas produksinya di Indonesia. Setiap perusahaan khususnya perusahaan manufaktur sebelum melakukan aktivitas terutama aktivitas produksi membutuhkan informasi yang berhubungan dengan proses produksi, seperti total biaya yang dibutuhkan, jumlah produksi serta alat yang digunakan. Setelah proses produksi selesai perusahaan harus dapat menjual produk yang sudah di produksi. Dalam hal ini perusahaan harus bisa menentukan harga yang tepat untuk produk yang berkualitas. Menurut (Kotler dan Keller) harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Perubahan harga yang sangat kecil maupun

yang sangat besar akan menyebabkan dampak serta perubahan yang sangat signifikan bagi penjualan dalam kuantitas yang cukup besar. Maka jika ada kesalahan dalam penentuan harga jual, perusahaan akan rugi atau kehilangan pelanggan karena harga jual yang ditentukan terlalu rendah atau terlalu tinggi.

Penetapan harga jual sesungguhnya ialah yang sesuai dengan semua biaya produksi. Dalam suatu perusahaan, untuk memberikan keputusan mengenai penetapan harga jual merupakan hal yang sangat penting dan tidaklah mudah untuk dilakukan. Penetapan harga harus ditetapkan secara cermat, tepat dan akurat. Hal ini dilakukan agar suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang memproduksi produk sejenis dalam kurun waktu yang relative lama.

Salah satu metode penetapan harga jual ialah metode *cost plus pricing*, dimana dalam metode ini terdapat dua pendekatan yaitu pendekatan *full costing* dan pendekatan *variabel costing*. Metode *full costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik (tetap dan variabel). Sedangkan *variabel costing* merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel kedalam kos produksi. Biaya produksi tersebut sangat berpengaruh terhadap harga jual produk. Dengan memperoleh informasi mengenai

produksi dan biaya operasional dari tiap – tiap unit produksi, pihak manajemen akan mengambil jumlah seluruh biaya sehingga diperoleh harga jual.

PT Gaya Motor merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang *general assembling* (perakitan) yang didirikan pada tahun 1969. Perusahaan ini menggunakan sistem *make to order*, dimana perusahaan akan memproduksi sesuai dengan pesanan. Salah satu produk rakitan yang diproses oleh PT Gaya Motor bagian Honda ialah *painting plastic part* Honda OEM (*Original Equipment Manufacture*). Proses *painting plastic part* Honda OEM adalah salah satu produk yang nantinya akan dikirim ke ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek) untuk dirakit dan dijadikan unit sepeda motor. Salah satu *part* yang banyak di produksi ialah *Cover Handle Front K59* dengan warna *Winning Red*. *Cover Handle Front K59* dan warna *Winning Red* merupakan bahan baku dalam pembuatan *Part 53208K59A10WRD*.

Pada Tahun 2017 perusahaan memproduksi sebanyak 5000 unit part sedangkan tahun 2018 memproduksi sebanyak 5500 unit. Berikut merupakan rincian harga jual part menurut perusahaan.

Tabel 1.1 Pendapatan Penjualan *Part 53208K59A10WRD*

Tahun	Harga Jual (dalam rupiah)	Produk (dalam unit)	Pendapatan Penjualan (dalam rupiah)
2017	559,000	5000	2,795,000,000
2018	564,000	5500	3,102,000,000

Pada tahun 2017 harga jual menurut perusahaan sebesar Rp 559.000 sedangkan tahun 2018 sebesar Rp 564.000 dengan pendapatan penjualan pada tahun 2017 sebesar Rp 2.795.000.000 dan tahun 2018 sebesar Rp 3.102.000.000.

Harga jual yang perusahaan tetapkan selama ini belum memasukkan semua unsur biaya *overhead* yang dikeluarkan secara terperinci. PT Gaya Motor hanya memperhitungkan laba dengan menggunakan persentase keuntungan dari biaya penuh yang dikeluarkan perusahaan tanpa memperhitungkan biaya *overhead* pabrik yang bersifat tetap secara terperinci. Dengan menggunakan pendekatan *full costing* informasi biaya – biaya yang dikeluarkan bisa lebih terperinci, agar perusahaan mendapatkan laba yang maksimal.

Perhitungan harga pokok produksi yang matang akan menjadi penentu harga jual yang akurat. Apabila harga jual yang dihasilkan tinggi akan mengalihkan konsumen kepada perusahaan lain yang memiliki kualitas yang sama.

Berdasarkan hal tersebut penulis melakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis Penerapan Metode *Cost Plus Pricing* dengan Pendekatan *Full Costing* Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual *Part 53208K59A10WRD* Pada PT. Gaya Motor”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah hasil perhitungan harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan sudah tepat jika dibandingkan dengan hasil perhitungan yang menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* ?
2. Bagaimana analisis perbandingan harga antara harga jual menurut perusahaan dengan harga menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*?
3. Bagaimana analisis perbandingan laporan laba/rugi menurut perusahaan dengan laporan laba/rugi menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis akan membatasi masalah mengenai metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* sebagai berikut :

1. Aspek Keuangan, yaitu mengenai perhitungan harga pokok produksi, perhitungan penetapan harga jual produk berupa *Part 53208K59A10WRD*, dan data keuangan yang dipakai data tahun 2017 dan 2018
2. Adapun aspek lain seperti aspek produksi, aspek pemasaran, dan aspek manajemen sumber daya akan dibahas penulis namun tidak secara mendalam.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan sudah tepat atau belum jika dibandingkan dengan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.
2. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan antara harga pokok produksi yang ditentukan oleh perusahaan dibandingkan dengan hasil perhitungan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.
3. Untuk mengetahui seberapa besar perbedaan laba yang diperoleh perusahaan dengan hasil perhitungan menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Penulis : Dapat mengetahui bagaimana penentuan harga pokok produksi dan keuntungan yang ingin dicapai dalam menetapkan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing* di PT. Gaya Motor.
2. Perusahaan : Sebagai bahan masukan serta acuan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai penentuan harga pokok produksi untuk penetapan harga jual. Serta dapat dijadikan sebagai gambaran dalam perhitungan harga pokok produksi yang tepat sehingga PT GAYA MOTOR dapat menetapkan harga jual produk yang tepat.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengkajian, penulisan, pembahasan, dan penyusunan laporan tugas akhir ini, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

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

BAB III : METODOLOGI PEMECAHAN MASALAH

Berisikan 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

Berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, dan memuat saran-saran yang diperlukan bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Akuntansi Biaya & Biaya

2.1.1 Pengertian Akuntansi Biaya

Pada awalnya akuntansi biaya hanya dianggap berlaku untuk operasi pabrikase, tetapi dalam dunia ekonomi saat ini, setiap jenis organisasi dari berbagai ukuran dapat mengambil manfaat dari penggunaan konsep dan teknik akuntansi biaya.

Abdul Halim (2015) mengemukakan definisi akuntansi biaya, yaitu “akuntansi yang membicarakan penentuan harga pokok (cost) dari suatu produk yang diproduksi (atau dijual di pasar), baik untuk memenuhi pesanan dan pemesan maupun untuk menjadi persediaan barang dagangan yang akan dijual.”

Menurut Mulyadi (2016), akuntansi biaya adalah proses pencatatan, penggolongan, peringkasan dan penyajian biaya pembuatan dan penjualan produk jasa dengan cara – cara tertentu serta penafsiran terhadapnya.”

2.1.2 Tujuan Akuntansi Biaya

Menurut Mulyadi (2016 : 7), akuntansi biaya bertujuan untuk :

a. Penentuan kos produk;

Untuk memenuhi kebutuhan kos produk, akuntansi biaya mencatat, menggolongkan dan meringkas biaya – biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa. Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi dimasa yang lalu atau biaya historis.

b. Pengendalian biaya;

Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk. Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas

untuk memantau apakah pengeluaran biaya yang sesungguhnya sesuai dengan biaya yang seharusnya tersebut.

c. Pengambilan keputusan khusus

Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang. Oleh karena itu informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan datang. Akuntansi biaya untuk pengambilan keputusan khusus menyajikan biaya masa yang akan datang.

Menurut Neneng Hartati (2017:49) Akuntansi biaya bukanlah tujuan, melainkan alat dari manajemen untuk berbagai tujuan dan keperluan yang dibutuhkan manajemen, termasuk pengawasan dan penekanan biaya produk yang dihasilkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa akuntansi biaya memiliki tiga tujuan pokok berikut. :

a. Penentuan Harga Pokok Produk

Kinerja akuntansi biaya dalam penentuan harga pokok persatuan produk atau jasa, meliputi :

- 1) Mencatat, menggolongkan, dan meringkas biaya – biaya pembuatan produk atau penyerahan jasa;
- 2) Biaya yang dikumpulkan dan disajikan adalah biaya yang telah terjadi pada masa yang lalu atau biaya historis;
- 3) Ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pihak luar perusahaan;
- 4) Karena ditujukan untuk kebutuhan pihak luar, akuntansi biaya untuk penentuan harga pokok produk tunduk pada prinsip – prinsip akuntansi yang lazim.

b. Pengendalian Biaya

Kinerja akuntansi biaya dalam pengendalian biaya, meliputi :

- 1) Pengendalian biaya harus didahului dengan penentuan biaya yang seharusnya dikeluarkan untuk memproduksi satu satuan produk;
- 2) Jika biaya yang seharusnya ini telah ditetapkan, akuntansi biaya bertugas untuk memantau pengeluaran biaya sesungguhnya sesuai dengan yang seharusnya;

- 3) Melakukan analisis penyimpangan sehingga manajer dapat mencari penyebabnya dan dilakukan tindakan koreksi, jika perlu;
 - 4) Untuk memenuhi pihak dalam perusahaan sehingga merupakan bagian dari akuntansi manajemen.
- c. Pengambilan Keputusan Khusus
- Kinerja akuntansi biaya dalam pengambilan keputusan biaya meliputi:
- 1) Pengambilan keputusan khusus menyangkut masa yang akan datang karena informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan khusus selalu berhubungan dengan informasi masa yang akan datang;
 - 2) Akuntansi biaya untuk pengambilan keputusan khusus bertugas untuk menyediakan biaya masa yang akan datang (future costs);
 - 3) Informasi biaya ini tidak dicatat dalam catatan akuntansi biaya, tetapi hasil dari suatu proses peramalan;
 - 4) Karena keputusan khusus merupakan sebagian besar kegiatan manajemen perusahaan, laporan akuntansi biaya untuk memenuhi tujuan pengambilan keputusan adalah bagian dari akuntansi manajemen.

2.1.3 Manfaat Akuntansi Biaya bagi Perusahaan

Menurut Neneng Hartati dalam buku Akuntansi Biaya (2017;51) Yanuardi menyatakan manfaat akuntansi biaya adalah menyediakan informasi yang diperlukan oleh manajemen dalam mengelola perusahaan, yaitu sebagai berikut :

- d. Perencanaan dan Pengendalian Laba
Akuntansi biaya menyediakan informasi atau data biaya masa lalu yang diperlukan untuk menyusun perencanaan. Selanjutnya, atas dasar perencanaan tersebut, biaya dapat dikendalikan. Pengendalian ini dipakai sebagai umpan untuk perbaikan pada masa yang akan datang.
- e. Penentuan Harga Pokok Produk atau Jasa
Penetapan harga pokok akan dapat membantu dalam penilaian persediaan, baik persediaan barang jadi maupun barang dalam proses

penetapan harga jual, terutama harga jual yang didasarkan kontrak, walaupun tidak selamanya harga jual berdasarkan harga pokok.

f. Penetapan Laba

Akuntansi biaya membantu manajer dalam pengambilan keputusan yang lebih baik.

2.1.4 Pengertian Biaya

Salah satu data penting yang diperlukan oleh perusahaan dalam menentukan harga pokok adalah biaya. Biaya mengandung dua pengertian, yaitu dalam beban (*expenses*) dan dalam pengertian biaya (*cost*). Menurut Neneng Hartati dalam buku Akuntansi Biaya (2017:99) Masiyah Kholmi dan Yuningsih menyatakan, biaya (*cost*) merupakan pengorbanan sumber daya ekonomi perusahaan yang digunakan untuk memperoleh barang atau jasa. Biaya dapat diartikan pula sebagai pengorbanan, sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva yang disebut dengan istilah harga pokok. Istilah ini sering digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengelolaan bahan baku.

Menurut Neneng Hartati dalam buku Akuntansi Biaya (2017:99) Bastian Bustami menyatakan bahwa “(1) biaya atau *cost* 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, dan (2) beban atau *expenses* adalah biaya yang telah memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Biaya yang belum dinikmati dan dapat memberikan manfaat dan sekarang telah habis. Biaya yang belum dinikmati dan dapat memberikan manfaat pada masa akan datang dikelompokkan sebagai harta. Beban ini dimasukkan ke dalam laba/rugi sebagai pengurangan dari pendapatan.”

Biaya didefinisikan sebagai waktu atau sumber daya yang dibutuhkan menurut konvensi diukur dengan suatu mata uang. Menurut Wiwik Lestari dan Dhyka Bagus (2017) biaya (*cost*) adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapat barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi. Menurut Mulyadi (2010) dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Biaya adalah semua pengorbanan yang secara langsung ataupun tidak langsung dikeluarkan untuk melakukan kegiatan tertentu, misalnya kegiatan produksi atau membeli asset tetap (Slamet Sugiri,2015).

2.1.5 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.

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

Menurut Mulyadi (2016:13), terdapat berbagai macam cara penggolongan biaya:

1. Penggolongan biaya menurut objek pengeluaran.

Dalam cara penggolongan ini, nama objek pengeluaran merupakan dasar penggolongan biaya. Misalnya nama objek pengeluaran adalah bahan bakar, maka semua pengeluaran yang berhubungan dengan bahan

bakar disebut “biaya bahan bakar”. Contoh penggolongan biaya atas dasar objek pengeluaran dalam perusahaan kertas adalah sebagai berikut : biaya merang, biaya jerami, biaya gaji dan upah, biaya soda, biaya depresiasi mesin, biaya asuransi, biaya bunga, biaya zat warna.

2. Penggolongan biaya menurut fungsi pokok dalam perusahaan (*functional cost classification*).

Dalam perusahaan manufaktur, ada tiga fungsi pokok, yaitu fungsi produksi, fungsi pemasaran, dan fungsi administrasi dan umum. Oleh karena itu dalam perusahaan manufaktur, biaya dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok :

1. Biaya produksi.
2. Biaya pemasaran.
3. Biaya administrasi dan umum.

Biaya produksi. Merupakan biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi siap untuk dijual. Contohnya adalah biaya depresiasi mesin dan ekuipmen, biaya bahan baku; biaya bahan penolong; biaya gaji karyawan yang bekerja dalam bagian – bagian, baik yang langsung maupun yang tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Menurut objek pengeluarannya, secara garis besar biaya produksi ini dibagi menjadi : biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik. Biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung disebut pula dengan istilah biaya utama, sedangkan biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik sering pula disebut dengan istilah biaya konversi, yang merupakan biaya untuk mengkonversi (mengubah) bahan baku menjadi produk jadi.

Biaya pemasaran. Merupakan biaya – biaya yang terjadi untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk. Contohnya adalah biaya iklan; biaya promosi, biaya angkutan dari gudang perusahaan ke gudang pembeli; gaji karyawan bagian – bagian yang melaksanakan kegiatan pemasaran; biaya contoh (*sample*).

Biaya administrasi dan umum. Merupakan biaya – biaya untuk mengkoordinasi kegiatan produksi dan pemasaran produk. Contoh biaya ini adalah biaya gaji karyawan bagian keuangan, akuntansi, personalia dan bagian hubungan masyarakat, biaya pemeriksaan akuntan, biaya photocopy.

Jumlah biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum sering pula disebut dengan istilah biaya komersial.

3. Penggolongan biaya menurut hubungan biaya dengan sesuatu yang dibiayai.

Sesuatu yang dibiayai dapat berupa produk atau departemen. Dengan hubungannya dengan sesuatu yang dibiayai, biaya dapat dikelompokkan menjadi dua golongan :

1. Biaya langsung (*direct cost*)
2. Biaya tidak langsung (*indirect cost*)

Dalam hubungannya dengan produk, biaya produksi dibagi menjadi dua : biaya produksi langsung dan biaya produksi tidak langsung. Dalam hubungannya dengan departemen, biaya dibagi menjadi dua golongan: biaya langsung departemen dan biaya tidak langsung departemen.

Biaya langsung. Biaya langsung adalah biaya yang terjadi, yang penyebab satu – satunya adalah karena adanya sesuatu yang dibiayai. Jika sesuatu yang dibiayai tersebut tidak ada, maka biaya langsung ini tidak akan terjadi. Dengan demikian biaya langsung akan mudah diidentifikasi dengan sesuatu yang dibiayai. Biaya produksi langsung terdiri dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Biaya langsung departemen adalah semua biaya yang terjadi didalam departemen tertentu. Contohnya adalah biaya tenaga kerja yang bekerja dalam departemen pemeliharaan merupakan biaya langsung departemen bagi departemen pemeliharaan dan biaya

depresiasi mesin yang dipakai dalam departemen tersebut, merupakan biaya langsung bagi departemen tersebut.

Biaya tidak langsung. Biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadinya tidak hanya disebabkan oleh sesuatu yang dibiayai. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk disebut dengan istilah biaya produksi tidak langsung atau biaya *overhead* pabrik. Biaya ini tidak mudah diidentifikasi dengan produk tertentu. Gaji mandor yang mengawasi pembuatan produk A,B, dan C merupakan biaya langsung bagi baik produk A,B, dan C, karena gaji mandor tersebut bukan hanya karena perusahaan memproduksi salah satu produk tersebut, melainkan karena memproduksi ketiga jenis produk tersebut. Jika perusahaan hanya memproduksi satu macam produk (misalnya perusahaan semen, pupuk urea, gula) maka semua biaya merupakan biaya langsung dalam hubungannya dengan produk. Biaya tidak langsung dalam hubungannya dengan produk sering disebut dengan istilah biaya *overhead* pabrik. Dalam hubungannya dengan departemen, biaya tidak langsung adalah biaya yang terjadi disuatu departemen, tetapi manfaatnya dinikmati oleh lebih dari satu departemen. Contohnya adalah biaya yang terjadi di departemen pembangkit tenaga listrik. Biaya ini dinikmati oleh departemen – departemen lain dalam perusahaan, baik untuk penerangan maupun untuk menggerakkan mesin dan ekuipmen yang mengkonsumsi listrik. Bagi departemen pemakai listrik, biaya listrik yang diterima dari alokasi biaya departemen pembangkit tenaga listrik merupakan biaya tidak langsung departemen.

4. Penggolongan biaya menurut perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas

Dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas, biaya dapat digolongkan menjadi :

1. Biaya variabel

2. Biaya semivariabel

3. Biaya tetap

Biaya variabel. Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung. Sebagai contoh, di perusahaan garmen upah tukang jahit sebesar Rp 10.000 untuk setiap unit celana jeans yang dihasilkan. Bila memproduksi 5 unit jeans maka upahnya adalah Rp 50.000. upah menjadi Rp 100.000 bila 10 unit yang di produksi. Perhatikan bila upah total berubah-ubah sesuai jumlah produk yang dihasilkan, akan tetapi upah per unitnya konstan. Biaya Upah Tukang Jahit @Rp 10.000

Tabel 2.1 Contoh Biaya Variabel

Unit Produk	Biaya Unit	Biaya Total
1	Rp 10.000	Rp 10.000
5	Rp 10.000	Rp 50.000
10	Rp 10.000	Rp 100.000
100	Rp 10.000	Rp 1000.000

Biaya semivariabel. Biaya semivariabel adalah biaya yang berubah tidak sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Biaya semivariabel mengandung unsur biaya tetap dan unsur biaya variabel. Biaya ini mengalami perubahan tapi tidak sebanding dengan perubahan tingkat kegiatan.

Biaya tetap. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam kisar volume kegiatan tertentu. Perlu diingat bahwa tidak berubahnya biaya tersebut tetap dibatasi oleh rentang relevan (*relevant range*). Contoh biaya tetap adalah gaji direktur produksi. Sebagai contoh, pada produksi garmen tersebut membutuhkan supervisor dan digaji tetap sebesar Rp 3 juta per bulan. Gaji ini akan tetap, tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa tahun berikutnya akan naik. Jadi

biaya tetap tidak selamanya tetap. Biaya gaji supervisor @Rp 3.000.000

Tabel 2.2 Contoh Biaya Tetap

Unit Produk	Biaya Unit	Biaya Total
1	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000
100	Rp 30.000	Rp 3.000.000
200	Rp 15.000	Rp 3.000.000
300	Rp 10.000	Rp 3.000.000

5. Penggolongan biaya atas dasar jangka waktu manfaatnya

Atas dasar jangka waktu manfaatnya, biaya dapat dibagi menjadi dua: pengeluaran modal dan pengeluaran pendapatan.

Pengeluaran modal (*capital expenditures*). Pengeluaran modal adalah biaya yang mempunyai manfaat lebih dari satu periode akuntansi (biasanya periode akuntansi adalah satu tahun kalender). Pengeluaran modal ini pada saat terjadinya dibebankan sebagai kos aktiva, dan dibebankan dalam tahun – tahun yang menikmati manfaatnya dengan cara didepresiasi, diamortisasi, atau didepleksi. Contoh pengeluaran modal adalah pengeluaran untuk pembelian aktiva tetap, untuk reparasi besar terhadap aktiva tetap, untuk promosi besar – besaran, dan pengeluaran untuk riset dan pengembangan suatu produk. Karena pengeluaran untuk keperluan tersebut biasanya melibatkan jumlah yang besar dan memiliki masa manfaat lebih dari satu tahun, maka pada saat pengeluaran tersebut dilakukan, pengorbanan tersebut diperlakukan sebagai pengeluaran modal dan dicatat sebagai kos aktiva (misalnya sebagai kos aktiva tetap atau beban yang ditangguhkan). Periode akuntansi yang menikmati manfaat pengeluaran modal tersebut dibebani sebagian pengeluaran modal tersebut berupa biaya depresiasi, biaya amortisasi, atau biaya depleksi.

Pengeluaran pendapatan (revenue expenditures). Pengeluaran pendapatan adalah biaya yang hanya mempunyai manfaat dalam periode akuntansi terjadinya pengeluaran tersebut. Pada saat terjadinya, pengeluaran pendapatan ini dibebankan sebagai biaya dan dipertemukan dengan pendapatan yang diperoleh dari pengeluaran biaya tersebut. Contoh pengeluaran pendapatan antara lain adalah biaya iklan, biaya telex, dan biaya tenaga kerja.

2.1.6 Klasifikasi Biaya

1) Klasifikasi Biaya Berdasar Fungsi Perusahaan

Pada kegiatan perusahaan manufaktur, kegiatan dibagi dalam fungsi produksi dan fungsi perusahaan. Fungsi produksi bertugas dan bertanggung jawab untuk memproduksi barang dengan kualitas tertentu. Fungsi nonproduksi, yang disebut juga fungsi komersial terdiri atas fungsi administrasi dan fungsi pemasaran. Fungsi administrasi melakukan kegiatan – kegiatan akuntansi, personalia, penggajian, dan lain sebagainya. Fungsi pemasaran bertugas melakukan kegiatan dalam rangka memasarkan hasil produksi, seperti mengiklankan hasil produksi, melakukan promosi penjualan, melakukan penjualan barang dan menentukan saluran distribusi. Ditilik dari fungsi – fungsi yang ada pada perusahaan manufaktur, biaya dikelompokkan menjadi biaya produksi, biaya administrasi dan biaya pemasaran.

Biaya produksi adalah biaya yang diperlukan untuk memperoleh bahan baku (mentah) dari pemasok dan mengubahnya menjadi produk selesai yang siap dijual. Elemen biaya produksi terdiri atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan produk selesai, termasuk biaya iklan, biaya gaji para pramuniaga, dan biaya angkutbarang – barang yang dijual. Biaya administrasi adalah biaya yang diperlukan untuk administrasi secara umum, seperti gaji para eksekutif,

biaya penyelenggaraan akuntansi, gaji pegawai bagian administrasi, dan biaya bahan habis pakai.

2) Klasifikasi Biaya Berdasar Periode Penandingan

Biaya produk adalah biaya untuk memperoleh atau membuat barang/produk. Biaya ini dipertemukan dengan pendapatan pada periode penjualan produk. Biaya produk pada perusahaan manufaktur adalah biaya langsung maupun tidak langsung yang dikeluarkan untuk membuat barang /produk.

Biaya periode adalah biaya yang diidentifikasi dengan interval waktu tertentu karena tidak diperlukan untuk memperoleh barang /produk yang akan dijual. Biaya periode diakui sebagai beban atau *expense* pada periode terjadinya. Artinya, ia ditandingkan dengan pendapatan ketika biaya itu terjadi.

3) Klasifikasi Biaya Berdasar Dapat Ditelusuri Ke Objek Biaya

Objek biaya adalah apa pun yang menjadi sasaran biaya. Objek biaya dapat berupa produk, departemen, atau kegiatan.

Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang dapat ditelusuri atau diidentifikasi ke suatu objek biaya tertentu karena hanya dikeluarkan untuk manfaat objek biaya itu sendiri. Sedangkan biaya tak langsung (*indirect cost*) ada biaya yang dikeluarkan lebih dari satu objek biaya dan tidak dapat ditelusur secara langsung ke salah satu objek biaya tertentu.

4) Klasifikasi Biaya Berdasar Perubahan Volume Kegiatan

Ditinjau dari hubungannya dengan perubahan volume kegiatan, biaya dapat dibagi menjadi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya tetap, tidak berubah untuk suatu periode tertentu. Biaya ini tidak akan naik atau turun meskipun volume kegiatannya bervariasi. Biaya variabel (*variabel cost*) adalah biaya yang jumlah totalnya bervariasi secara proporsional dengan variasi volume kegiatan, tetapi jumlah per unit nya tetap.

5) Klasifikasi Biaya Berdasar Kemampuan Manajer Untuk Mengendalikannya

Dipandang dari sudut dapat atau tidaknya biaya dikendalikan oleh seorang manajer, biaya digolongkan menjadi biaya terkendali (*controllable cost*) dan biaya tak terkendali (*uncontrollable cost*). Biaya terkendali adalah biaya yang secara signifikan dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh manajer tertentu pada periode tertentu. Biaya tak terkendali adalah biaya yang secara signifikan tidak dapat dipengaruhi atau dikendalikan oleh manajer tertentu pada periode tertentu.

6) Klasifikasi Biaya Berdasar Pengambilan Keputusan

Klasifikasi lain yang penting adalah perbedaan ke dalam biaya relevan (*relevant cost*) dan biaya tak relevan (*irrelevant cost*). Biaya relevan adalah biaya yang akan terjadi di masa mendatang dan berbeda diantara berbagai alternatif keputusan. Biaya tak relevan adalah biaya yang tidak memenuhi salah satu atau kedua – duanya dari kriteria biaya relevan. Oleh karena itu biaya tak relevan tidak perlu dipertimbangkan di dalam pengambilan keputusan.

7) Klasifikasi Biaya Berdasar Dampak Keputusan Terhadap Kas Keluar

Klasifikasi biaya yang lebih spesifik lagi adalah *sunk cost* dan *out-of-pocket cost*. *Sunk cost* adalah biaya yang telah dikeluarkan dan tidak dapat diubah oleh keputusan sekarang atau masa yang akan datang. Biaya tunai (*out-of-pocket cost*) adalah biaya yang membutuhkan pengeluaran kas di masa mendatang akibat keputusan sekarang atau keputusan yang akan datang.

8) Klasifikasi Lain : Biaya Kesempatan

Biaya kesempatan (*opportunity cost*) adalah manfaat potensial yang hilang atau dikorbankan karena dipilihnya satu alternative keputusan tertentu. Manfaat potensial ini dapat berupa pendapatan

(*revenue*), laba bersih (*net income*), ataupun penghematan biaya (*cost saving*).

2.2 Biaya Produksi

2.2.1 Elemen Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya – biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap untuk dijual. Berdasarkan objek pengeluarannya, biaya produksi terbagi atas tiga elemen biaya, yaitu sebagai berikut :

g. Biaya Bahan Baku

Biaya bahan baku adalah biaya atas bahan yang digunakan untuk menghasilkan produk jadi dan secara fisik menjadi bagian dari produk jadi. Contohnya, biaya pembelian dan pemakaian bahan berupa kulit, benang, paku, lem, dan cat perusahaan.

Bahan (*materials*) dibedakan menjadi bahan baku dan bahan penolong (*indirect materials*). Bahan baku adalah semua bahan yang dapat diidentifikasi dengan produk jadi, yang dapat ditelusur ke produk jadi, dan yang merupakan bagian terbesar dari biaya produksi. Bahan penolong adalah semua bahan yang bukan termasuk bahan baku.

h. Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung adalah biaya yang dibayarkan kepada tenaga kerja langsung. Tenaga kerja langsung digunakan untuk menunjuk tenaga kerja (karyawan) yang terlihat langsung dalam proses pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Contohnya, upah yang dibayar kepada karyawan bagian pemotongan atau bagian perakitan atau bagian pengecatan di perusahaan mabel.

Tenaga kerja dapat dibedakan menjadi tenaga kerja langsung (*direct labor*) dan tenaga kerja tidak langsung (*indirect labor*). Tenaga kerja langsung adalah semua tenaga kerja yang melaksanakan proses produksi yang dapat ditelusur ke produk jadi dan merupakan bagian terbesar dari biaya

tenaga kerja. Tenaga kerja tidak langsung adalah semua tenaga kerja yang tidak dapat dipertimbangkan sebagai biaya tenaga kerja langsung.

i. Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik adalah biaya produksi selain biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Contohnya, bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, biaya reparasi dan pemeliharaan mesin, gaji mandor, biaya listrik pabrik, dan biaya penyusunan peralatan pabrik. Oleh karena itu, biaya *overhead* pabrik terdiri atas biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung, dan biaya produksi tidak langsung lainnya.

2.2.2 Metode Pengumpulan Biaya Produksi

Metode pengumpulan biaya produksi tergantung dari sifat pengolahan produk. Pada dasarnya sifat pengolahan produk dapat dibedakan ke dalam dua golongan; pengolahan produk yang didasarkan atas pesanan dan pengolahan produk yang merupakan produksi massa. Oleh karena itu, metode pengumpulan biaya produksi pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua; metode harga pokok pesanan dan metode harga pokok proses.

a) Metode Harga Pokok Pesanan

Metode harga pokok pesanan adalah cara penentuan harga pokok produk di mana biaya – biaya produksi dikumpulkan untuk sejumlah produk tertentu, atau suatu jasa yang dapat dipisahkan identitasnya, dan yang perlu ditentukan harga pokoknya secara individual.

b) Metode Harga Pokok Proses

Metode harga pokok proses adalah cara penentuan harga pokok produk yang membebankan biaya produksi selama periode tertentu kepada proses atau kegiatan produksi dan membagikannya sama rata kepada produk yang dihasilkan dalam periode tersebut.

2.2.3 Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga pokok merupakan pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva. Harga pokok digunakan untuk menunjukkan pengorbanan sumber ekonomi dalam pengolahan bahan baku menjadi produk. Dengan kata lain, harga pokok merupakan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang. Untuk memperoleh aktiva maka akan membentuk harga pokok produksi.

Menurut Neneng Hartati dalam buku Akuntansi Biaya (2017:101) Sunarto menyatakan, harga pokok adalah nilai pengorbanan untuk memperoleh barang atau jasa yang diukur dengan nilai mata uang. Besarnya biaya diukur dengan berkurangnya kekayaan atau timbulnya utang.

Menurut Neneng Hartati dalam buku Akuntansi Biaya (2017:101) Hansen & Mowen menyatakan harga pokok produksi mencerminkan total biaya barang yang diselesaikan selama periode berjalan. Biaya yang hanya akan dibebankan ke barang yang diselesaikan adalah biaya manufaktur bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead*.

Perincian dari biaya ini diuraikan dalam daftar pendukung yang disebut sebagai laporan harga pokok produksi. Penetapan harga pokok produksi yang tepat sangat penting bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Terdapat dua kemungkinan yang akan ditemui oleh perusahaan jika tidak teliti dalam melakukan perhitungan harga pokok produksi, yaitu :

a. Harga pokok yang diperhitungkan terlalu rendah.

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

- b. Harga pokok yang diperhitungkan terlalu tinggi.

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

2.2.4 Metode Penentuan Biaya Produksi

Metode penentuan kos produksi adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi. Dalam memperhitungkan unsur-unsur biaya ke dalam kos produksi, terdapat dua pendekatan : *full costing* dan *variabel costing*.

a. Full Costing

Full costing merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsure biaya produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik, baik yang berperilaku *variabel* maupun tetap. Dengan demikian kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

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

b. Variabel Costing

Variabel costing merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik variabel. Dengan demikian kos produksi menurut metode *variabel costing* terdiri dari unsur biaya produksi berikut ini :

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

2.3 Harga

Harga merupakan unsur satu – satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukkan atau pendapatan bagi perusahaan dibandingkan dengan unsur bauran pemasaran lainnya (produk, promosi, dan distribusi).

Pengertian harga dalam arti sempit, harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa. Sedangkan dalam arti luas, harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukar nya dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Secara historis, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli. Menurut, (Kotler dan Keller) harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; unsur – unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk atau mereknya. Sebuah produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat menentukan premium harga dan mendapatkan laba besar.

2.3.1 Pengertian Harga Jual

Penetapan harga jual merupakan salah satu poin penting di dalam manajemen harga. Pada prinsipnya, harga jual merupakan angka yang sudah menutupi biaya produksi secara utuh dan ditambahkan dengan laba atau keuntungan dalam jumlah yang wajar.

Harga merupakan cerminan pemahaman yang mendalam pihak perusahaan mengenai konsumen, competitor dan biaya perusahaan itu sendiri (Horngern, et al., 2015:516). Beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga jual di pasaran sebagai bagian dari manajemen harga diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan.
2. Kualitas dan inovasi produk
3. Harga pesaing
4. Ketersediaan serta jumlah harga dari produk pengganti

Harga juga bisa menjadi sebuah cerminan kualitas produk manakala pelanggan sulit mengevaluasi produk yang kompleks. Di dalam proses penetapan harga jual suatu produk, perusahaan hendaknya mengikuti prosedur yang terdiri dari enam langkah pokok, yaitu (1) memilih sasaran harga, (2) menentukan permintaan, (3) memperkirakan biaya, (4) menganalisis pesaing, (5) memilih metode harga, dan (6) memilih harga akhir.

1. Memilih Sasaran Harga

Langkah pertama adalah memilih sasaran harga, seperti misalnya bertahan hidup, maksimalisasi keuntungan jangka pendek, volume penjualan, permintaan pasar, unggul dalam pangsa pasar, persaingan atau prestise. perusahaan bertujuan bertahan hidup akan berusaha dengan menurunkan harga. Laba tidak begitu dipentingkan, selama harga dapat menutupi biaya variabel dan sebagian biaya tetap. Sasaran ini hanya untuk jangka pendek dan diharapkan dalam jangka panjang perusahaan.

2. Menentukan Permintaan

Langkah kedua, perusahaan menentukan permintaan yang akan memperlihatkan jumlah produk yang akan dibeli di pasar dalam periode tertentu, pada berbagai tingkat harga. Makin inelastic permintaan makin mampu perusahaan menaik-turunkan harganya. Menentukan permintaan dimulai dengan menentukan faktor – faktor yang mempengaruhi kepekaan harga.

3. Memperkirakan Biaya

Langkah ketiga ialah perusahaan memperkirakan perilaku biaya pada berbagai tingkat produksi dan perilaku biaya dalam kurva

pengalamannya. Perusahaan harus mengetahui bagaimana biaya bervariasi dengan berbagai tingkat produksi agar dapat menetapkan harga yang tepat.

4. **Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran**

Perusahaan dapat menggunakan analisis biaya, permintaan pasar, biaya pesaing, harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing sebagai dasar penetapan harga. Dengan mengetahui biaya, harga dan kualitas pesaing, perusahaan dapat menggunakan sebagai titik orientasi untuk menetapkan harga.

5. **Memilih Metode Penetapan Harga**

Kelima, perusahaan memilih salah satu dari berbagai metode harga, yaitu : maksimalisasi laba, tingkat pengembalian atas modal yang digunakan, biaya konversi, margin kontribusi dan biaya standar.

6. **Memilih Harga Akhir**

Harga merupakan keputusan penting perusahaan yang menyangkut banyak hal antara lain : kemampuan menutup biaya, kemampulabaan, kinerja dan kemampuan penetrasi pasar.

2.3.2 Tujuan Penetapan Harga Jual

Menurut Wiratna dalam buku akuntansi biaya (Kotler dan Keller, 2015 : 73) menyatakan bahwa tujuan penetapan harga, yaitu :

1. **Kelangsungan hidup**

Perusahaan dapat mengejar kelangsungan hidup sebagai tujuan utamanya, jika mengalami kapasitas lebih, persaingan ketat, atau perubahan keinginan konsumen. Untuk menjaga agar pabrik tetap beroperasi dan persediaan dapat terus berputar, mereka sering melakukan penurunan harga. Laba kurang penting dibanding kelangsungan hidup. Selama harga dapat menutup biaya variabel dan sebagian biaya tetap, perusahaan dapat terus berjalan. Tetapi kelangsungan hidup hanyalah tujuan jangka pendek. Dalam jangka panjang, perusahaan harus dapat meningkatkan nilainya.

2. Laba sekarang maksimum

Banyak perusahaan yang menetapkan harga yang memaksimalkan labanya sekarang. Mereka memperkirakan bahwa permintaan dan biaya sesungguhnya sebagai alternative harga dan memilih harga yang akan menghasilkan laba, arus kas, atau pengembalian investasi yang maksimum.

3. Pendapatan sekarang maksimum

Beberapa perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan pendapatan dari penjualan. Maksimalisasi pendapatan hanya membutuhkan perkiraan fungsi permintaan. Banyak manajer percaya bahwa maksimalisasi pendapatan akan menghasilkan maksimalisasi laba jangka panjang dan pertumbuhan pangsa pasar.

4. Pertumbuhan penjualan maksimum

Perusahaan lainnya ingin memaksimalisasi unit penjualan. Mereka percaya bahwa volume penjualan yang lebih tinggi akan menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah dan laba jangka panjang yang lebih tinggi. Mereka menetapkan harga terendah dengan mengasumsikan bahwa pasar sensitive terhadap harga ini disebut penetapan harga penetrasi pasar.

5. *Skimming* pasar maksimum

Skimming pasar hanya mungkin dalam kondisi adanya sejumlah pembeli yang memiliki permintaan tinggi, biaya per unit untuk memproduksi volume kecil tidaklah sedemikian tinggi, sehingga dapat mengurangi keuntungan penetapan harga maksimal yang dapat diserap pasar, harga yang tinggi tidak menarik lebih banyak pesaing, harga tinggi menyatakan citra produk superior.

6. Kepemimpinan mutu produk

Perusahaan mungkin mengarahkan untuk menjadi pemimpin dalam hal mutu produk dipasar, dengan membuat produk yang bermutu tinggi dan menetapkan harga yang lebih tinggi dari pesaingnya. Mutu dan harga yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari rata – rata industrinya.

2.3.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Menurut Wiratna dalam buku akuntansi biaya (Kotlet dan Keller, 2015 : 74) menyatakan, keputusan penetapan harga sebuah perusahaan dipengaruhi baik dari faktor internal maupun dari faktor eksternal, yaitu :

1. Faktor internal. Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi :
 - a. Tujuan perusahaan
 - b. Strategi bauran pemasaran
 - c. Biaya
 - d. Pertimbangan organisasi
2. Faktor eksternal. Faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga meliputi :
 - a. Pasar dan permintaan
 - b. Biaya, harga dan penawaran pesaing
 - c. Keadaan perekonomian

2.3.4 Metode Penentuan Harga Jual

Berikut ini akan diuraikan tiga metode penentuan harga jual : penentuan harga jual dalam keadaan normal, penentuan harga jual dalam cost – type contract, dan penentuan harga jual pesanan khusus.

1. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal Pricing*)

Metode penentuan harga jual normal sering kali disebut dengan istilah *cost-plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase mark-up (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

$$\text{Harga Jual} = \text{Taksiran Biaya Penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Cost -Plus Pricing. Cost – plus pricing adalah penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini : taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan : *full costing* dan *variabel costing*.

Gambar 2. 1

Unsur Biaya Penuh dengan Pendekatan *Full Costing*

Unsur Biaya Penuh dengan Pendekatan <i>Full Costing</i>	
<u>Biaya bahan baku</u>	<u>Rpxxx</u>
<u>Biaya tenaga kerja langsung</u>	<u>xxx</u>
<u>Biaya overhead pabrik (variabel+tetap)</u>	<u>xxx</u>
<u>Taksiran total biaya produksi</u>	<u>Rpxxx</u>
<u>Biaya administrasi dan umum</u>	<u>Rpxxx</u>
<u>Biaya pemasaran</u>	<u>xxx</u>
<u>Taksiran total biaya komersial</u>	<u>xxx</u>
<u>Taksiran biaya penuh</u>	<u>xxx</u>

Dalam pendekatan variabel costing, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur seperti disajikan pada gambar.

Gambar 2. 2

Unsur Biaya Penuh dengan Pendekatan *Variabel Costing*

Unsur Biaya Penuh dengan Pendekatan <i>Variabel Costing</i>		
Biaya variabel :		
Biaya bahan baku	Rpxxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya overhead pabrik variabel	xxx	
Taksiran total biaya produksi variabel		Rpxxx
Biaya administrasi dan umum variabel		
Biaya pemasaran variabel	Rpxxx	
	xxx	
Taksiran total biaya komersial		xxx
Biaya tetap :		
Biaya overhead tetap	Rpxxx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx	
Biaya pemasaran tetap	xxx	
Taksiran total biaya tetap		xxx
Taksiran biaya penuh		Rpxxx

Rumus Perhitungan Harga Jual per Unit. Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variabel 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 ditambah kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *markup*.

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

Gambar 2.3 Perhitungan Harga Jual

$$\text{Harga Jual per Unit} = \text{Biaya yang Berhubungan Langsung Dengan Volume (per Unit)} + \text{Persentase Markup}$$

Persentase *markup* dihitung dengan rumus :

Gambar 2.4 Persentase *Mark-up*

$$\text{Persentase Markup} = \frac{\text{Laba yang Diharapkan} + \text{Biaya yang Tidak Dipengaruhi Langsung oleh Volume Produk}}{\text{Biaya yang Dipengaruhi Langsung oleh Volume Produk}}$$

Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi, sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah berupa biaya non produksi.

2. Penentuan Harga Jual dalam *Cost -type Contract (Cost-type Contract Pricing)*

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Jika dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa yang akan dijual di masa yang akan datang ditentukan dengan metode *cost-plus pricing*, berdasarkan taksiran biaya penuh sebagai dasar, dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan kepada *customer* dihitung berdasarkan biaya

penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

3. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus (*Special Order Pricing*)
Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Yang perlu dipertimbangkan oleh manajer penentu harga jual adalah :
 - a. Pesanan reguler adalah pesanan yang dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya tetap yang akan terjadi dalam tahun anggaran.
 - b. Perusahaan diperkirakan tidak hanya mengeluarkan biaya variabel saja, namun memerlukan biaya tetap, karena harus beroperasi diatas kapasitas yang tersedia, maka harga jual pesanan khusus harus di atas biaya variabel ditambah dengan kenaikan biaya tetap karena pesanan khusus tersebut.

Dalam pertimbangan penerimaan pesanan khusus, informasi akuntansi differensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual.

2.4 Laporan Laba Rugi

A. Kegunaan Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi (*income statement*) adalah laporan yang menyajikan ukuran keberhasilan operasi perusahaan selama periode aktu tertentu. Lewat laporan laba rugi, investor dapat mengetahui besarnya tingkat profitabilitas yang dihasilkan investee. Lewat laporan laba rugi, kreditor juga dapat mempertimbangkan kelayakan kredit debitor. Penetapan pajak yang nantinya akan disetorkan ke kas negara juga diperoleh berdasarkan jumlah laba bersih yang ditunjukkan lewat laporan laba rugi.

Ukuran laba menggambarkan kinerja manajemen dalam menghasilkan profit untuk membayar bunga kreditor, deviden

investor dan pajak pemerintah. Informasi laba juga dapat dipakai untuk mengestimasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba di masa yang akan datang.

Tujuan keseluruhan dari pelaporan keuangan adalah memberikan informasi yang berguna bagi investor dan kreditor dalam pengambilan keputusan investasi dan pemberian kredit. Dengan mengkaji pendapatan dan beban, investor dapat mengetahui bagaimana kinerja perusahaan dan membandingkannya dengan kinerja investee lain.

B. Keterbatasan Laporan Laba Rugi

Penggunaan laporan laba rugi juga menyadari keterbatasan – keterbatasan yang ada dalam laporan laba rugi. Laba bersih, sebagai hasil penanding antara beban dan pendapatan, merupakan suatu estimasi dan mencerminkan sejumlah asumsi. Beberapa keterbatasan dari laporan laba rugi tersebut di antaranya adalah :

1. Pos – pos yang tidak dapat diukur secara akurat tidak dilaporkan.
2. Laba dipengaruhi oleh metode akuntansi yang digunakan.
3. Laba juga dipengaruhi oleh faktor estimasi (melibatkan pertimbangan subjektif manajemen).

C. Pengakuan Pendapatan dan Keuntungan

Berdasarkan akuntansi akrual, pengakuan pendapatan tidak harus menunggu sampai kas diterima. Kerangka kerja konseptual akuntansi telah mengidentifikasi dua criteria yang seharusnya dipertimbangkan dalam menentukan kapan pendapatan seharusnya diakui, yaitu : (1) telah direalisasi atau dapat direalisasi dan (2) telah dihasilkan atau telah terjadi. Pendapatan dikatakan telah terjadi jika barang atau jasa telah dipertukarkan dengan kas.

Pendapatan dikatakan dapat direalisasi apabila asset yang diterima dapat segera dikonversi menjadi kas. Pendapatan dianggap telah dihasilkan atau telah terjadi apabila perusahaan telah melakukan apa yang seharusnya dilakukan untuk mendapatkan hak atas pendapatan tersebut.

D. Pengakuan Beban dan Kerugian

Untuk menentukan laba, tidak hanya criteria pengakuan pendapatan dan keuntungan saja yang harus ditetapkan, tetapi juga criteria pengakuan beban dan kerugian harus didefinisikan secara jelas.

Beberapa beban secara langsung terkait dengan pendapatan dan harus dapat diakui dalam periode yang sama sebagaimana pendapatan tersebut diakui. Secara garis besar, pengakuan beban dapat dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu penanding langsung, alokasi secara sistematis dan rasional, dan pengakuan segera.

E. Format Laporan Laba Rugi

Definisi yang lebih resmi untuk pos – pos yang berhubungan dengan laba, yang dikenal sebagai unsur – unsur utama laporan laba rugi, adalah sebagai berikut.

Pendapatan adalah arus masuk asset atau peningkatan lainnya atas asset atau penyelesaian kewajiban entitas dari pengiriman barang, pemberian jasa, atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.

Beban adalah arus keluar asset atau penggunaan lainnya atas asset atau terjadinya kewajiban entitas yang disebabkan oleh pengiriman atau pembuatan barang, pemberian jasa atau aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi sentral perusahaan.

Keuntungan adalah kenaikan dalam keuitas entitas yang ditimbulkan oleh transaksi peripheral atau transaksi insidental dan dari seluruh transaksi lainnya serta peristiwa maupun keadaan – keadaan lainnya yang mempengaruhi entitas, tidak termasuk yang bersal dari pendapatan atau investasi oleh pemilik.

Kerugian adalah penurunan dalam ekuitas entitas yang ditimbulkan oleh transaksi peripheral atau transaksi insidental dan dari seluruh transaksi lainnya serta peristiwa maupun keadaan – keadaan lainnya yang mempengaruhi entitas, tidak termasuk yang berasal dari beban atau distribusi kepada pemilik.

F. Komponen Laporan Laba Rugi

Jika perusahaan menggunakan laporan laba rugi bentuk bertahap maka perusahaan akan menyajikan semua bagian berikut ini :

1. Pendapatan Penjualan (*Sales Revenue*)
2. Harga Pokok Penjualan (*Cost of Goods Sold*)
3. Beban Operasional (*Operating Expenses*)
4. Pendapatan dan Keuntungan lain-lain (*Other Revenue and Gains*)
5. Beban dan Kerugian lain-lain (*Other Expenses and Losses*)
6. Laba per Lembar Saham Biasa (*Earnings per Share*)

G. Laporan Laba Ditahan

Laba ditahan timbul sebagai hasil dari kegiatan perusahaan, yaitu laba bersih. Sebagian dari laba bersih ini akan ditahan atau diinvestasikan kembali ke dalam perusahaan. Pada setiap akhir periode akuntansi, laba bersih yang dihasilkan selama periode berjalan akan ditutup ke akun laba ditahan.

H. Laba Komprehensif

Laba komprehensif adalah perubahan dalam ekuitas entitas sepanjang suatu periode sebagai akibat dari transaksi dan peristiwa serta keadaan – keadaan lainnya yang bukan bersumber dari pemilik. ini meliputi seluruh perubahan ekuitas yang terjadi sepanjang suatu periode, tidak termasuk perubahan yang diakibatkan oleh investasi pemilik dan distribusi kepada pemilik. Dengan demikian, laba komprehensif mencerminkan keseluruhan ukuran perubahan kekayaan bersih perusahaan sepanjang periode.

BAB III

METODOLOGI PEMECAHAN MASALAH

3.1 Pengertian Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan tahap – tahap penelitian yang harus ditetapkan terlebih dahulu sebelum melakukan pemecahan masalah sehingga penelitian dapat dilakukan secara terarah, terencana, sistematis dan memudahkan dalam menganalisa masalah yang ada. Adapun tahapan – tahapan metodologi penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut :

3.1.1 Jenis dan Sumber Data

Data adalah catatan atas kumpulan fakta. Data merupakan bentuk jamak dari datum, berasal dari bahasa Latin yang berarti “sesuatu yang diberikan”. Dalam penggunaan sehari – hari data berarti sesuatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Pernyataan ini adalah hasil pengukuran atau pengamatan suatu variabel yang bentuknya dapat berupa angka, kata – kata atau citra.

Dalam keilmuan (ilmiah), fakta dikumpulkan untuk menjadi data. Data kemudian diolah sehingga dapat diutarakan secara jelas dan tepat sehingga dapat dimengerti oleh orang lain yang tidak langsung mengalaminya sendiri, hal ini dinamakan deskripsi. Pemilahan banyak data yang sesuai dengan persamaan atau perbedaan yang dikandungnya dinamakan klasifikasi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ditinjau menurut sifatnya antara lain :

a Data Kuantitatif

Data yang berupa angka – angka atau jumlah dengan satuan ukur yang dapat diukur secara sistematis. Data kuantitatif yang digunakan adalah data keuangan PT GAYA MOTOR priode 2017 – 2018.

b Data Kualitatif

Data yang tidak dapat diitung atau diukur dengan angka – angka, namun mampu memberikan informasi tambahan berupa uraian atau keterangan seperti aspek pemasaran, aspek produksi dan aspek sumber daya manusia.

Penelitian berdasarkan jenis data kuantitatif yang diperoleh dari perusahaan. Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dengan angka.

1. Harga jual produk (2017-2018)
2. Biaya bahan baku (2017-2018)
3. Biaya tenaga kerja langsung (2017-2018)
4. Biaya overhead pabrik (2017-2018)
5. Biaya administrasi dan umum (2017-2018)

Sumber Data

1. Data dari dalam perusahaan

Agar penelitian mengenai penerapan informasi akuntansi biaya penuh pada PT GAYA MOTOR ini dapat dipertanggung jawabkan keakuratan dan kebenarannya maka dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk penelitian, penulis mengumpulkan data berdasarkan hasil wawancara langsung dengan Supervisor Keuangan dan observasi langsung ke lapangan.

2. Data dari luar perusahaan

Yaitu data yang diperoleh dari berbagai sumber diantaranya adalah penelitian kepustakaan.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Sesuai dengan pendekatan penelitian kuantitatif dan kualitatif sumber data yang akan digunakan maka teknik pengambilan data yang akan digunakan adalah analisis dokumen, observasi dan wawancara. Untuk mengumpulkan data dalam kegiatan penelitian diperlukan cara – cara atau teknik tertentu, sehingga proses penelitian berjalan lancar. Dibawah ini adalah uraiannya :

Metode penelitian yang digunakan untuk menyusun laporan ini adalah pendekatan yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

1) Riset Perpustakaan

Penulis mengadakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan teori – teori dari berbagai buku, literatur – literatur yang berhubungan dengan bahan penulisan ini, catatan kuliah dan lain – lain sehingga dapat digunakan sebagai pedoman guna membahas masalah yang ada.

2) Riset Laporan

Penulis mengadakan pendekatan dengan penelitian langsung atau meninjau perusahaan PT GAYA MOTOR guna memperoleh data yang menunjang penulisan. Adapun pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan beberapa cara yaitu :

a. Berdasarkan Observasi (Pengamatan)

Penulis mengadakan pengamatan secara langsung dengan objek yang menjadi permasalahan guna mengumpulkan data yang diperlukan dan langsung mencatatnya.

b. Berdasarkan Wawancara (Interview)

Penulis melakukan tanya jawab kepada pihak yang bertanggung jawab di dalam perusahaan PT GAYA MOTOR mengenai hal yang berhubungan dengan topik yang diambil maupun masalah yang ada.

3.2.1 Instrumen Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data yang diperlukan di lapangan, penulis melakukan observasi dan interview dengan pihak manajemen.

3.2.2 Teknik Analisis Data

Data yang telah diolah penulis kemudian dianalisis lebih lanjut lagi, sebagai berikut :

- a) Perhitungan harga pokok produksi akan dilakukan dengan menggunakan metode *full costing*, yaitu menjumlahkan seluruh biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik. Selanjutnya, harga pokok produksi (HPP) per unit dapat di hitung dengan rumus sebagai berikut

$$\text{HPP per Unit} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Unit yang diproduksi}}$$

- b) Perhitungan harga jual akan dilakukan dengan metode *cost plus pricing* dengan rumus sebagai berikut

$$\text{Harga Jual per Unit} = \frac{\text{Biaya yang Berhubungan Langsung Dengan Volume (per Unit)}}{\text{Volume}} + \text{Persentase Markup}$$

- c) Penilaian ini akan dilakukan dengan cara membandingkan yang ditetapkan oleh perusahaan dengan hasil perhitungan dalam penelitian ini, baik untuk harga pokok produksi maupun harga jual produk.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Sebelum menjadi PT Gaya Motor sudah ada beberapa perusahaan yang berbeda yang merakit berbagai model diantaranya adalah :

- Tahun 1927 – 1942

NV. General Motor Java Handels Matsciple, merupakan perusahaan swasta milik Amerika yang bergerak dalam bidang assembling mobil merek Chevrolet jenis truk dan kendaraan komersial.

- Tahun 1942 – 1945

Gusenkaï Bujidosa Kogya pada jaman Jepang General Motor tersebut diatas kekuasaan Jepang.

- c Tahun 1945 – 1955

Setelah Jepang kalah perang, pemerintah mengambil alih kembali perusahaan ini yang kemudian bernama General Overseas Corp Jakarta, Branch, yang bergerak dalam bidang perakitan mobil buatan Amerika serta membuat ban (Subur Ban)

- Tahun 1955 – 1961

Pada awal tahun 1955 General Overseas Corp. Jakarta Branch, dibeli oleh pemerintah Republik Indonesia lengkap dengan inventarisnya.

Selanjutnya pemerintah Indonesia menyerahkan perusahaan ini dan diberi nama PT Gaya Motor, dengan aktivitas antara lain :

- 1) Sebagai importir dengan agen tunggal untuk agen seluruh Indonesia dari hasil produksi General motor.
- 2) Complete Knock Down Assembler dari kendaraan Chevrolet, GMC jenis truk dan komersial.
- 3) Manufacturing untuk subur ban.

- Tahun 1961 – 1968

PT Gaya Motor dialihkan menjadi PN. Gaya Motor dalam pembinaan badan pimpinan umum industri alat-alat pengangkutan dibawah naungan Departemen Industri Dasar dan Pertambangan.

- Tahun 1968 – 1969

PN. Gaya Motor dilebur menjadi PT Gaya Motor dengan Akte Notaris Eliza Pondaag No. 29 tanggal 25 Pebruari 1969, diumumkan dalam berita negara 13 tambahan 54 tanggal 15 Pebruari 1970. PT Gaya Motor yang waktu itu berlokasi di jalan Sulawesi No. 22 Tanjung Priok Jakarta Utara menghentikan aktivitasnya karena dalam keadaan likuidasi, dan kebetulan sekali pada waktu itu PT. Astra Internasional (Inc) tidak mempunyai fasilitas *assembling* yang semula belum banyak bergerak dalam bidang *automotive bussines* lalu bertekad untuk terjun lebih dalam lagi pada bidang ini.

Kemudian dimulailah proses pembicaraan antara Departemen Perindustrian dan PT. Astra International Inc yang menghasilkan konsensus untuk meningkatkan kerjasama dalam bidang *automotive bussines*, khususnya dalam bidang kendaraan bermotor.

Selanjutnya konsesus tersebut dituangkan dalam suatu Basic Agreement yang memuat antara lain :

- a. Departemen Perindustrian Dasar akan menyerahkan sebagian dari Plant PT Gaya Motor berikut perakitanannya.
 - b. PT. Astra International Inc, akan mengadakan pengembangan dengan penyetoran uang cash berikut jaminan loading perusahaan secara kontinyu atas konsensus tersebut diatas, maka lahirlah PT Gaya Motor dimana permodalannya masing-masing 40 % dari pihak Pemerintah sedangkan 60 % pihak PT. Astra International.
- d Tahun 1976 PT Gaya Motor pindah ke lokasi di Jalan Gaya Motor Raya No. 3 Sunter II, Tanjung Priok Jakarta Utara. Pada mulanya PT Gaya Motor berkedudukan di Jalan Sulawesi Ujung No. 22 Tanjung Priok (dilokasi pelabuhan Tanjung Priok). Semenjak berdirinya PT Gaya Motor mulai memproduksi untuk komersil di bulan April 1970, sejumlah merk dan jenis kendaraan yang dirakit oleh PT Gaya Motor adalah sebagai berikut :
- 1970 – 1975 : TOYOTA
(Land Cruiser, Truk, Corolla, Corona, Corwn)
 - 1972 – 1979 : ALFA ROMEO
(Giulia 1300 S, Alfasud, Alfetta)
 - 1973 – Sekarang : PEUGEOT
(504, 304, 604, 505, 405, 605, 306, 406)
 - 1973 – 1994 : RENAULT
(Seri: 12 TL, 12 TS, R-5,, 18 TL, 21

GTX)

- 1973 – 1998 : DAIHATSU
(Hi-jet, Zebra, Truk, Delta, Fellow-
Max, Charmant)
- 1973 – Sekarang : DAIHATSU (Espass, Taft, Rocky)
- 1973 – 1977 : SEDDON
(Bus Chassis & Dumpt Truk)
- 1981 – 1982 : TOYOTA KIJANG
(Pick Up KF 10 dan KF 20)
- 1985 – Sekarang : NISSAN DIESEL
(Truk, Bus, Logging Truk)
- 1988 – 1993 : FIAT (Uno)
- 1990 – 1998 : ISUZU (Panther)
- 1990 – Sekarang : ISUZU (Pick Up, P160)
- 1993 – Sekarang : BMW (Seri 3, 5 dan 7)
- 1993 – 1998 : FORD (Laser, Gala, Champ, Brilliant,
Challenge)
- 1994 – 1998 : MERCEDES
BENZ (Pengecatan) (C 200, E 220, E
320)

4.1.2 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT Gaya Motor
Nama Pendiri	: Wayan Putraka
Jenis Usaha	: <i>Assembling</i> (Perakitan kendaraan bermotor)
Alamat Usaha	: Jl. Gaya Motor Raya No.3 RW 008 Sungai Bambu, Tanjung Priok, Kota Jakarta Utara 14330
Tahun Berdiri	: 25 Februari 1969
Jumlah Tenaga Kerja	: 710 Karyawan
Telepon	: (021) 6504848
Perizinan	: NPWP No:01.003.208.4.048.000
Sertifikasi	: ISO 9001 ISO 14001 OHSAS 18001



Gambar 4.1 Lambang Perusahaan PT Gaya Motor

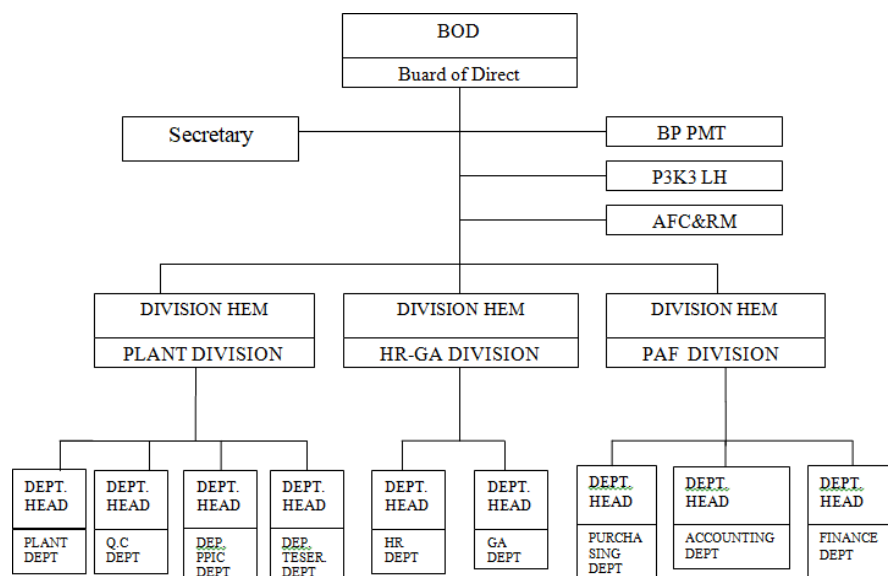
- Visi & Misi Perusahaan
 1. VISI
Menjadi pelopor industri yang efisien dan produktif untuk menunjang Pembangunan Nasional.
 2. MISI
 - a. Unggul dalam mutu
 - b. Bersaing dalam harga
 - c. Harmonis dalam bekerja

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

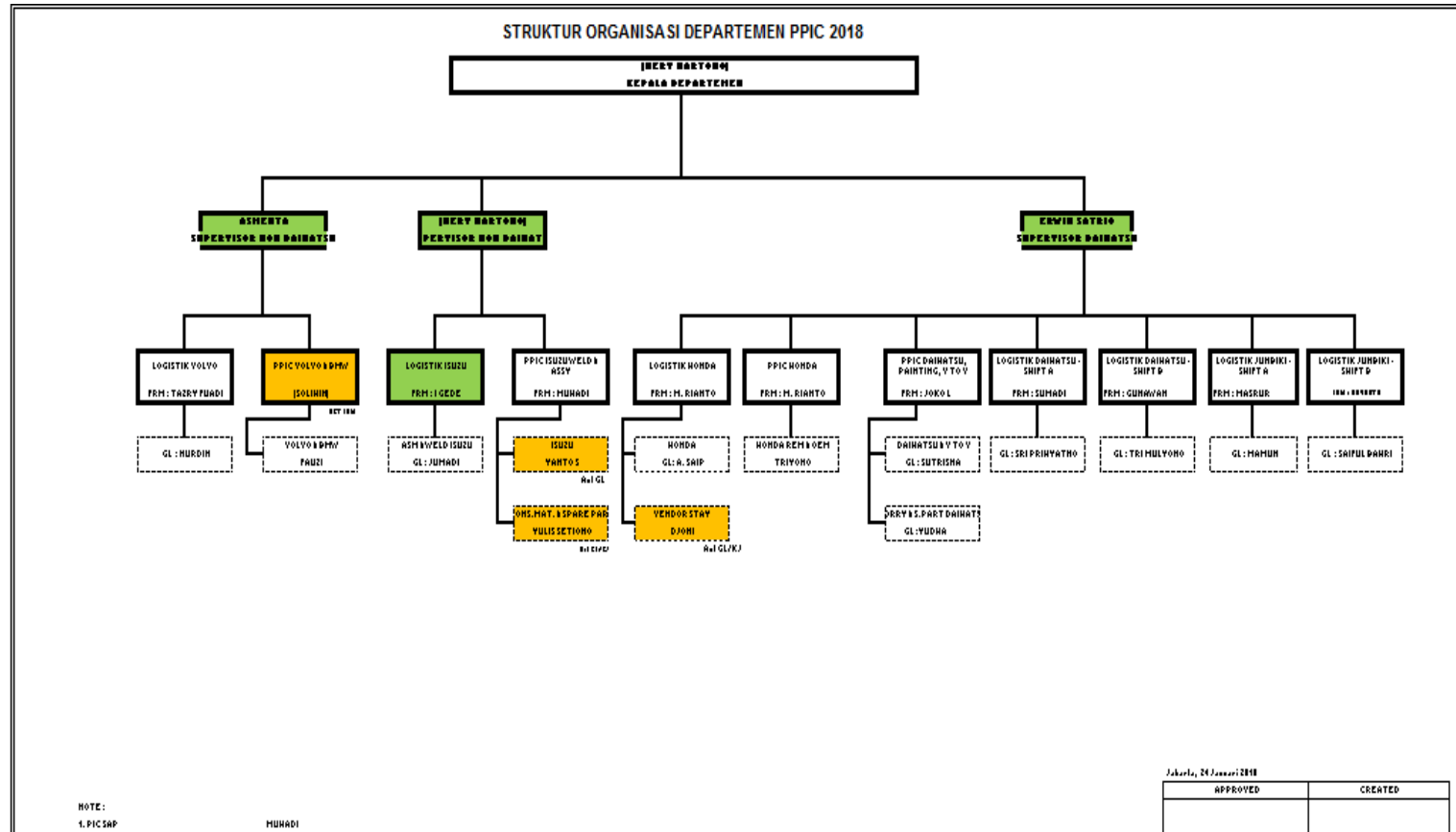
Dalam menunjang segala aktivitas yang terdapat pada suatu perusahaan, diperlukan sebuah struktur yang terdiri dari bagian – bagian suatu pekerjaan sesuai dengan job desk masing – masing, sehingga perusahaan dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang diinginkan perusahaan.

Gambar 4. 2 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi General



Gambar 4. 3 Struktur Organisasi PPIC 2018



- Uraian Jabatan (*Job description*) Departemen PPIC

Job description merupakan bagian penting dari sistem pengembangan SDM. *Job description* dapat dikatakan sebagai peta yang memberikan arah kepada organisasi, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai. Dari struktur organisasi diatas, maka *job description* dari masing - masing pekerjaan adalah:

 1. Kepala Departemen
 - a. Mengelola dan membimbing tim untuk melakukan *improvement*.
 - b. Merencanakan kapasitas dan produksi sesuai kebutuhan APM.
 - c. Mampu menginformasikan dan berkoordinasi dengan departemen terkait.
 - d. Membuat rencana material kebutuhan produksi untuk jangka pendek dan jangka panjang.
 - e. Melakukan analisa *flow* proses produksi.
 2. *Supervisor*
 - a. Mengetahui prinsip *warehouse* dan sistem produksi.
 - b. Melakukan koordinasi dengan APM untuk menentukan MPP dan budget tahunan.
 - c. Melakukan analisa flow setiap awal bulan untuk mengantisipasi fluktuasi jumlah produksi.
 - d. Merencanakan kapasitas dan produksi setiap bulan sesuai dengan kebutuhan dan mengkoordinasi dengan pihak yang terkait.
 - e. Melakukan evaluasi pencapaian produksi setiap jam kerja.
 - f. Mengontrol kesesuaian produksi dan ketersediaan barang.
 - g. Mengatur alokasi *manpower* untuk setiap jalur.
 - h. Membuat *schedule* kedatangan pengiriman dan produksi.
 - i. Mampu menghitung *buffer* dan *safety stock* serta WIP.

3. *Foreman*

- a. Mampu berkoordinasi dengan bagian terkait.
- b. Mampu melakukan *kaizen* dan *problem solving*.
- c. Mengetahui dan memahami prinsip *warehouse*.
- d. Mengontrol pengiriman dan kedatangan barang.
- e. Menjaga dan mengelola area penempatan.

4. *Grup Leader*

- a. Menguasai jenis-jenis pekerjaan dibawah pengawasannya.
- b. Mampu membuat, memperbaiki dan menjaga standar operation *prosedure*.
- c. Mampu melakukan ojt.
- d. Mampu memimpin operator.
- e. Menjaga agar tidak terjadi *line stop*.

5. *Admin*

- a. Merekap data lembur karyawan yang akan digunakan untuk *review Departemen Head*.
- b. Mengatur kegiatan surat menyurat dari dan ke departemen PPIC.
- c. Mengkoordinasikan jadwal *training* dari bagian HR untuk karyawan baru.
- d. Mempersiapkan data yang dibutuhkan departemen *head* untuk *review*.
- e. Mengkordinir kebutuhan seragam dan topi karyawan dan mengajukannya
- f. Membuat *form* permintaan pembelian barang yang menunjang kebutuhan administrasi produksi dan asset expense dari karyawan ke departemen *head* lalu ke PGA.

6. Operator

- a. Mampu menjalankan standar operasional *prosedure*.
- b. Mampu meningkatkan *skill* dan menguasai beberapa pekerjaan.
- c. Giat dan disiplin.

4.1.4 Waktu Kerja dan Jumlah Karyawan

Jam kerja pada PT Gaya Motor adalah sebagai berikut :

Hari Kerja : Senin – Jumat

Jam Kerja : 07.15 s.d 16.00 WIB (Senin – Kamis)

07.17 s.d 16.30 WIB (Jumat)

Istirahat : 09.50 s.d 10.00 WIB

11.50 s.d 12.30 WIB

Hari kerja efektif PT Gaya Motor adalah hari Senin - Jum'at dengan jam sesuai dengan jadwal tersebut dan untuk waktu lembur PT Gaya Motor memberikan pada hari kerja efektif s.d jam 20.00 dan juga hari Sabtu dengan jam kerja 07.15 s.d. 15.00 WIB.

PT Gaya Motor memiliki jumlah karyawan sebanyak 710 karyawan. Perusahaan ini memiliki 3 divisi yang terdiri dari *Plant Division*, *HRGA Division* dan *PFA Division* serta mencakup 9 departemen diantaranya departemen produksi, PPIC, *quality*, teknik dan *service*, *finance*, *accounting*, *purchasing*, *Human Resource*, *General Affair*. Departemen PPIC sendiri memiliki 130 karyawan, yang terdiri atas Kepala Departemen, *Supervisor*, *Foreman Logistic* dan PPIC, GL (*Grup Leader*), dan *Vendor Stay*.


4.2 Pengumpulan data

4.2.1 Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu fungsi bisnis yang memegang peran penting dalam perusahaan. Pemasaran yang dilakukan PT Gaya Motor tidak dilakukan secara langsung kepada masyarakat. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan ini ialah *vendor to vendor*.

4.2.2 Aspek Produksi

4.2.2.1 Proses Produksi

No	Gambar	Keterangan
1		Tempat kedatangan <i>Raw Material</i>

2		<p>Tempat sementara <i>Raw Material</i></p>
3		<p><i>Raw Material</i> dari AHM di letakkan di lantai 2 Logistik</p>
4		<p>Raw Material yang dimiliki oleh PT Gaya Motor diletakkan di Gudang Simplifikasi lantai 3 Logistik</p>
5		<p>Zona ini dinamakan Zona Transit karena merupakan tempat transit dari Logistik dan Simplifikasi ke ruang Produksi</p>

6		Ruang <i>Buffing</i>
7		Ruang <i>Packaging</i>
8		Area <i>Entry Data</i> dan Surat Jalan
9		Area <i>Finished Goods</i>

10		<i>Area Delivery</i>
----	---	----------------------

Proses produksi plastic *part* Honda OEM diawali dengan pengiriman *raw material* ke *Knock Down Supply* (KDS), persiapan, *base coat*, *clear coat*, oven, *touch up*, dan dikirim kembali ke KDS untuk disimpan.

Peralatan dan Alat Pelindung Diri

Peralatan pendukung adalah peralatan yang membantu dalam kegiatan proses produksi agar lebih mengefesienkan waktu dan memberikan kemudahan bagi para pekerja dalam melakukan kegiatan produksi, adapun beberapa peralatan pendukung :

1. *Pallet Hand Hydraulic*

Yaitu berfungsi sebagai alat bantu pekerja dalam mengangkat suatu barang didalam tempat kegiatan produksi.

2. *Forklift Hydraulic*

Yaitu berfungsi sebagai alat transportasi yang mengangkat suatu barang yang memiliki beban yang berat, yang berada diluar tempat kegiatan produksi.

3. *Trolley*

Ialah kereta dorong yang berfungsi untuk membawa bagasi atau membawa koper.

4. *Herness*

Yaitu alat pelindung diri yang bentuknya seperti sabuk pengaman yang umumnya digunakan oleh orang yang pekerjaannya berhubungan dengan ketinggian.

5. *Doly box*

Yaitu berfungsi sebagai alat penyimpanan *Raw Material*.

6. *Snapper*

7. *Lori*

Yaitu berfungsi sebagai alat transportasi yang mengangkut seluruh *Raw Material Part Honda* yang akan dimasukkan ke dalam *Oven Top Coat*.

8. *Subjig*

Yaitu berfungsi sebagai alat pembantu pemasangan *Raw Material* ke alat transportasi *Lori*.

9. *Rak supply*

10. *Jelly box*

- Alat Pelindung Diri

Beberapa alat pelindung diri ini wajib di gunakan pada saat berada dijalur, diantaranya sebagai berikut :

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. Helm / Topi <i>Assembling</i> | 3. <i>Ear Plug</i> |
| 2. Masker kain busa | 4. Sepatu <i>safety</i> pendek |
| 5. Sepatu <i>safety</i> panjang | |
| 6. Rompi kuning | |
| 7. Sarung tangan katun | |
| 8. Pelindung lengan / pelindung nadi tangan | |
| 9. Baju lengan pendek / panjang (<i>welding</i>) | |

10. Penutup kepala (*Sebo*)
11. Kaca mata putih (*Goggles*)
12. Kaca mata hitam
13. *Face Shield*
14. Kedok Las
15. Masker *Fume*
16. Masker *Catridg*

4.2.3 Aspek Sumber Daya Manusia

PT Gaya Motor memiliki jumlah karyawan sebanyak 710 karyawan. Perusahaan ini memiliki 3 divisi yang terdiri dari *Plant Division*, *HRGA Division* dan *PFA Division* serta mencakup 9 departemen diantaranya departemen produksi, PPIC, *quality*, teknik dan *service*, *finance*, *accounting*, *purchasing*, *Human Resource*, *General Affair*. Departemen PPIC sendiri memiliki 130 karyawan, yang terdiri atas Kepala Departemen, *Supervisor*, *Foreman Logistic* dan PPIC, *GL (Grup Leader)*, dan *Vendor Stay*.

4.2.4 Aspek Keuangan

- Sumber Dana

PT Gaya Motor adalah salah satu anak perusahaan dari PT. Astra International Tbk yang bergerak dibidang perakitan kendaraan roda empat. Seluruh data keuangan perusahaan Akan diinput kedalam suatu sistem yaitu SAP (*System, Application & Product in data processing*), bertujuan agar memudahkan karyawan dalam mengelola sistem keuangan PT. Gaya Motor.

Tabel 4.1 Persentase Kepemilikan Saham

	Number of shares	Percentage of ownership
PT Astra International Tbk	183,615	99.95%
PT Arya Kharisma	100	0.05%
	183,715	100.00%

(Sumber : PT. Gaya Motor)

- Harga Pokok Penjualan

Tabel 4. 2 Laporan Harga Pokok Pejualan

PT Gaya Motor

Periode 2017 - 2018

Keterangan	Tahun (Rp)	
	2017	2018
A. Pemakaian Bahan Baku		
1. Persediaan Awal Bahan Baku	20.000.000	20.700.000
2. Pembelian Bahan	86.700.000	111.100.000
3. Persediaan Bahan Baku tersedia (1+2)	106.700.000	131.800.000
4. Persediaan Akhir Bahan	20.700.000	24.200.000
Total Pemakaian Bahan Baku	86.000.000	107.600.000
B. Tenaga Kerja Langsung	1.080.000.000	1.152.000.000
C. Biaya Overhead Pabrik		
Biaya Bahan Penolong	186.401.000	287.798.000
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	168.000.000	175.200.000
Biaya Listrik Pabrik	50.000.000	52.000.000
Biaya Air Pabrik	20.000.000	22.000.000
Biaya Telepon Pabrik	8.000.000	10.000.000
Biaya Pemeliharaan Mesin	60.000.000	62.000.000
Total Biaya Overhead Pabrik	492.401.000	608.998.000
Total Biaya Produksi (A+B+C)	1.658.401.000	1.868.598.000
Persediaan Barang Dalam Proses		
Persediaan Awal Barang Dalam Proses	600.000.000	800.000.000
Total Biaya Dalam Proses Tahun Berjalan	2.258.401.000	2.668.598.000
Persediaan Akhir Barang Dalam Proses	600.000.000	800.000.000
Harga Pokok Produksi	1.658.401.000	1.868.598.000
Persediaan Barang Jadi		
Persediaan Awal Barang Jadi	620.000.000	840.000.000
Barang Jadi Siap Dijual	2.278.401.000	2.708.598.000
Persediaan Akhir Barang Jadi	620.000.000	840.000.000
Harga Pokok Penjualan	1.658.401.000	1.868.598.000

- Laporan Laba Rugi

Tabel 4. 3Laporan Laba/Rugi

PT Gaya Motor

Periode 2017 – 2018

Keterangan	Menurut Perusahaan (Rp)	
	2017	2018
Pendapatan		
Penjualan	2.795.000.000	3.102.000.000
Biaya Produksi		
Harga Pokok Penjualan	1.658.401.000	1.868.598.000
Laba Kotor	1.136.599.000	1.233.402.000
Biaya Operasional :		
Gaji Bag. Pemasaran/ <i>Engineering</i>	72.000.000	75.600.000
Biaya Listrik	20.000.000	21.000.000
Biaya Telepon	16.000.000	20.000.000
Biaya Transportasi	20.000.000	20.000.000
Gaji Bag. Administrasi	72.000.000	75.600.000
Gaji Bag. Keuangan	72.000.000	75.600.000
Biaya Perbaikan dan Perawatan	10.000.000	11.000.000
Biaya Keamanan	180.000.000	192.000.000
Biaya Penyusutan	105.000.000	105.000.000
Biaya Perlengkapan Kantor	10.000.000	12.000.000
Total Biaya Operasional	577.000.000	607.800.000
Laba Sebelum Pajak	559.599.000	625.602.000
Pajak (15%)	83.939.850	93.840.300
Laba Bersih	475.659.150	531.761.700

- Laporan Neraca

Tabel 4. 4 Laporan Neraca PT Gaya Motor
Periode 2017 - 2018

ASET LANCAR	2017	2018	LIABILITAS	2017	2018
Kas dan Setara Kas	6.471.920.000	7.471.920.000	Utang usaha	4.328.530.000	5.328.030.000
Bank	1.275.560.000	1.275.560.000	Utang dividen	436.953.000	326.953.000
Deposito Berjangka dan <i>call deposit</i>	175.059.000	175.059.000	Deposito pelanggan	236.684.000	228.684.000
Piutang Dagang	838.435.000	838.435.000	Beban terutang	328.968.000	330.968.000
Persediaan	62.293.000	62.293.000	Utang pajak	590.889.000	477.689.000
Pajak dibayar dimuka	10.985.000	10.985.000	Laba yang ditangguhkan atas	524.758.000	524.758.000
Beban dibayar dimuka	8.968.000	8.968.000	Transaksi Jual dan Sewa Balik		
Total Aset Lancar	8.843.220.000	9.843.220.000	TOTAL LIABILITAS	6.446.782.000	7.217.082.000
ASET TETAP			EKUITAS		
Aset Tetap	2.350.000.000	2.350.000.000	Ekuitas Pemegang Saham	4.094.780.000	4.094.480.000
Akumulasi Penyusutan	260.000.000	520.000.000	Laba ditahan	391.658.000	361.658.000
Total Aset Tidak Lancar	2.090.000.000	1.830.000.000	TOTAL EKUITAS	4.486.438.000	4.456.138.000
TOTAL ASET	10.933.220.000	11.673.220.000	TOTAL LIABILITAS DAN EKUITAS	10.933.220.000	11.673.220.000

4.3 Pengolahan Data

4.3.1 Biaya Bahan Baku

Berikut ini adalah data pembelian bahan baku yang dilakukan oleh perusahaan pada tahun 2017 dan 2018.

Tabel 4. 5 Biaya Bahan Baku

No	Nama Bahan Baku	2017				2018			
		Jumlah Kebutuhan	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	Jumlah Kebutuhan	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
1	RM Cover Handle Front K59	5.000	unit	6.000	30.000.000	5500	unit	7.000	38.500.000
2	N/S F/C R258 Winning Red	630	liter	90.000	56.700.000	660	liter	110.000	72.600.000
Total					86.700.000				111.100.000

Pada tahun 2017 perusahaan mengeluarkan biaya bahan baku sebesar Rp 86.000.000 sedangkan tahun 2018 perusahaan mengeluarkan biaya bahan baku sebesar Rp 111.100.000,.

4.3.2 Biaya Bahan Penolong

Data bahan penolong yang digunakan oleh perusahaan pada tahun 2017 dan 2018.

Tabel 4. 6 Biaya Bahan Penolong

No	Bahan Penolong	Tahun 2017			Tahun 2018		
		Permintaan	Harga/Unit	Biaya (Rp/Tahun)	Permintaan	Harga/Unit	Biaya (Rp/Tahun)
1	N/S T/C Clear Base	271	80.000	21.680.000	300	120.000	36.000.000
2	Nax Superio Base AHM Thinner (New)	1024	40.000	40.960.000	1050	60.000	63.000.000
3	Wip Up Solvent	1021	40.000	40.840.000	1050	60.000	63.000.000
4	SGL F/C Thinner	417	40.000	16.680.000	500	60.000	30.000.000
5	U/C NH-A 30M Digital Silver	104	80.000	8.320.000	120	120.000	14.400.000
6	Masking Tape 2 X 30 ' ANCO '	156	4.000	624.000	164	6.000	984.000
7	Sand Paper 800	104	2.000	208.000	110	2.000	220.000
8	Nippe Acryl HM NH / 103	1042	50.000	52.100.000	1050	70.000	73.500.000
9	Sarung Tangan Nylon	500	5.000	2.500.000	500	8.000	4.000.000
10	Sarung Tangan Katun 6 Benang	300	2.000	600.000	300	2.000	600.000
11	Majun B	158	5.000	790.000	188	5.000	940.000
12	Sarung Tangan Karet	300	500	150.000	300	500	150.000
13	Kertas Koran Bekas	200	100	20.000	200	100	20.000
14	Scotch Brite	19	11.000	209.000	24	11.000	264.000
15	Masker kain	2000	360	720.000	2000	360	720.000
Total Biaya		7616		186.401.000	7856		287.798.000

Biaya bahan penolong yang dikeluarkan perusahaan pada tahun 2017 sebesar Rp 186.401.000 dan tahun 2018 sebesar Rp 287.798.000.

4.3.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja langsung perusahaan pada tahun 2017 dan 2018 dapat dilihat pada table.

Tabel 4. 7 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya Tenaga Kerja Langsung				
Tahun	Jabatan	Gaji per bulan	Jumlah pekerja	Total gaji per tahun
2017	Operator	4.500.000	20	1.080.000.000
2018	Operator	4.800.000	20	1.152.000.000
Total				2.232.000.000

Pada tahun 2017 perusahaan mengeluarkan biaya untuk biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 1.080.000.000 dan tahun 2018 mengeluarkan sebesar Rp 1.152.000.000.

4.3.4 Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung

Tabel 4. 8 Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung

Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung				
Tahun	Jabatan	Gaji per bulan	Jumlah pekerja	Total gaji per tahun
2017	Ka. Produksi	7.500.000	1	90.000.000
	Supervisor	6.500.000	1	78.000.000
	Bag. <i>Engineering</i>	6.000.000	1	72.000.000
	Bag. Administrasi	6.000.000	1	72.000.000
	Bag. Keuangan	6.000.000	1	72.000.000
	Total			384.000.000
2018	Ka. Produksi	7.800.000	1	93.600.000
	Supervisor	6.800.000	1	81.600.000
	Bag. <i>Engineering</i>	6.300.000	1	75.600.000
	Bag. Administrasi	6.300.000	1	75.600.000
	Bag. Keuangan	6.300.000	1	75.600.000
	Total			402.000.000
Total				786.000.000

Data biaya tenaga kerja tak langsung pada tahun 2017 dan 2018 dapat dilihat pada table. Dimana pada tahun 2017 perusahaan mengeluarkan biaya tenaga kerja tak langsung sebesar Rp 168.000.000 dan tahun 2018 mengeluarkan sebesar Rp 175.200.000.

4.3.5 Biaya Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik perusahaan pada tahun 2017 dan 2018

Tabel 4. 9 Biaya Overhead Pabrik

Laporan Biaya Overhead Pabrik		
Jenis Bahan	Nilai per tahun (Rp)	
	2017	2018
Biaya Bahan Penolong	186.401.000	287.798.000
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	168.000.000	175.200.000
Biaya Listrik Pabrik	50.000.000	52.000.000
Biaya Air Pabrik	20.000.000	22.000.000
Biaya Telepon Pabrik	8.000.000	10.000.000
Biaya Pemeliharaan Mesin	60.000.000	62.000.000
Total Biaya Overhead Pabrik	492.401.000	608.998.000

Dapat dilihat pada tahun 2017 perusahaan mengeluarkan biaya overhead pabrik sebesar Rp 492.401.000 dan tahun 2018 perusahaan mengeluarkan biaya sebesar Rp 608.998.000.

4.3.6 Biaya Penyusutan

Dalam akuntansi penyusutan diperlukan karena pemakaian aktiva tetap dalam perusahaan, misalnya bangunan, mesin, peralatan dan lain – lain memiliki nilai susut barang dari harga perolehan masing – masing. Metode penyusutan yang akan dipakai oleh penulis ialah metode penyusutan garis lurus, dimana metode ini merupakan metode perhitungan penyusutan yang paling sederhana yang sering digunakan untuk menghitung penyusutan aktiva. Berikut adalah data penyusutan aktiva tetap pada PT Gaya Motor tahun 2017 dan 2018.

Gambar 4.5 Rumus Penyusutan Garis Lurus

$$\text{Penyusutan per tahun} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Taksiran nilai residu}}{\text{Umur ekonomis}}$$

Tabel 4.10 Penyusutan Bangunan

Tahun	Harga Perolehan (Rp)	Umur Ekonomis	Penyusutan(Rp)	Akumulasi Penyusutan (Rp)	Nilai Buku (Rp)
2017	1.000.000.000	10 tahun	100.000.000	100.000.000	900.000.000
2018	1.000.000.000	10 tahun	100.000.000	200.000.000	800.000.000

Tabel 4.11 Penyusutan Mesin

Tahun	Harga Perolehan (Rp)	Umur Ekonomis	Penyusutan(Rp)	Akumulasi Penyusutan (Rp)	Nilai Buku (Rp)
2017	450.000.000	10 tahun	45.000.000	45.000.000	405.000.000
2018	450.000.000	10 tahun	45.000.000	90.000.000	360.000.000

Tabel 4.12 Penyusutan Peralatan

Tahun	Harga Perolehan (Rp)	Umur Ekonomis	Penyusutan(Rp)	Akumulasi Penyusutan (Rp)	Nilai Buku (Rp)
2017	100.000.000	10 tahun	10.000.000	10.000.000	90.000.000
2018	100.000.000	10 tahun	10.000.000	20.000.000	80.000.000

Tabel 4.13 Penyusutan Tahun 2017 - 2018

Keterangan	Tahun	
	2017	2018
Penyusutan Bangunan	100.000.000	100.000.000
Penyusutan Mesin	45.000.000	45.000.000
Penyusutan Peralatan	10.000.000	10.000.000

4.3.7 Biaya Administrasi dan Umum

Berikut adalah biaya administrasi dan umum pada tahun 2017 dan 2018 dapat dilihat pada table

Tabel 4. 14 Biaya Administrasi dan Umum

Biaya Administrasi dan Umum		
Gaji Bag. Administrasi	72.000.000	75.600.000
Gaji Bag. Keuangan	72.000.000	75.600.000
Biaya Perbaikan dan Perawatan	10.000.000	11.000.000
Biaya Listrik	20.000.000	21.000.000
Biaya Telepon	8.000.000	10.000.000
Biaya Transportasi	20.000.000	20.000.000
Biaya Keamanan	180.000.000	192.000.000
Beban Penyusutan	105.000.000	105.000.000
Biaya Perlengkapan Kantor	10.000.000	12.000.000
Total Biaya Administrasi dan Umum	497.000.000	522.200.000

4.3.8 Biaya Pemasaran

Berikut adalah biaya pemasaran pada tahun 2017 dan 2018 dapat dilihat pada table .

Tabel 4. 15 Biaya Pemasaran

Keterangan	Jumlah per tahun (Rp)	
	2017	2018
Biaya Pemasaran		
Gaji Bagian <i>Engineering</i>	72.000.000	75.600.000
Biaya Telepon	8.000.000	10.000.000
Total Biaya Pemasaran	80.000.000	85.600.000

(Sumber : Data diolah)

4.3.9 Harga Jual Menurut Perusahaan

a. Biaya Produksi

Diketahui biaya produksi menurut perusahaan pada tahun 2017 dan 2018 dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 4. 16 Biaya Produksi

Biaya Produksi	Tahun	
	2017	2018
Keterangan		
Biaya Bahan Baku	86.700.000	111.100.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	1.080.000.000	1.152.000.000
Biaya Overhead Pabrik	492.401.000	608.998.000
Total Biaya Produksi	1.659.101.000	1.872.098.000

(Sumber : Data Diolah)

b. Biaya Non Produksi

Berikut adalah biaya non produksi perusahaan yang didapat dari penjumlahan biaya pemasaran dan biaya administrasi dan umum.

Tabel 4. 17 Laporan Biaya Non Produksi

Laporan Biaya Non Produksi		
Keterangan	Jumlah per tahun (Rp)	
	2017	2018
Biaya Pemasaran	80.000.000	85.600.000
Biaya Administrasi dan Umum	497.000.000	522.200.000
Total Biaya Non Produksi	577.000.000	607.800.000

c. Biaya Penuh Menurut Perusahaan

Biaya penuh perusahaan diperoleh dari penjumlahan biaya produksi dengan biaya non produksi. Berikut adalah biaya penuh perusahaan pada tahun 2017 dan 2018.

Tabel 4. 18 Biaya Penuh Menurut Perusahaan

Keterangan	Tahun	
	2017	2018
Biaya Produksi	1.659.101.000	1.872.098.000
Biaya Non Produksi	577.000.000	607.800.000
Total Biaya Penuh	2.236.101.000	2.479.898.000

(Sumber : Data diolah)

d. Perhitungan Harga Jual Menurut Perusahaan

Perusahaan tidak mempunyai metode khusus untuk menentukan harga jual. Perusahaan hanya menghitung harga produk dikali laba yang diharapkan.

2017

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Biaya Penuh} \times \% \text{Laba yang diharapkan}) + \\ &\quad \text{Biaya Penuh} \\ &= (\text{Rp } 2.236.101.000 \times 25 \%) + \text{Rp } 2.236.101.000 \\ &= \text{Rp } 559.025.250 \quad + \text{Rp } 2.236.101.000 \end{aligned}$$

$$\text{Jumlah} = \text{Rp } 2.795.126.250$$

$$\text{Volume Produk} = 5000 \text{ unit}$$

$$\text{Harga Jual perunit} = \text{Rp } 559.025$$

$$\text{Pembulatan} = \text{Rp } 559.000$$

2018

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= (\text{Biaya Penuh} \times \% \text{Laba yang diharapkan}) + \\ &\quad \text{Biaya Penuh} \\ &= (\text{Rp } 2.479.898.000 \times 25 \%) + \text{Rp } 2.479.898.000 \\ &= \text{Rp } 619.974.500 \quad + \text{Rp } 2.479.898.000 \end{aligned}$$

Jumlah	= Rp 3.099.872.500
Volume Produk	= 5500 unit
Harga Jual perunit	= Rp 563.613
Pembulatan	= Rp 564.000

4.3.10 Harga Jual Menurut *Cost Plus Pricing*

Pada penentuan harga jual menurut metode *cost plus pricing* semua total biaya produksi dijumlah dengan total biaya non produksi. Dimana dalam total biaya produksi tersebut terdapat biaya *overhead* pabrik. Dalam metode ini semua biaya overhead pabrik harus diperhitungkan, yaitu biaya overhead pabrik tetap dan 65variable.

a. Biaya Produksi Menurut *Cost Plus Pricing*

Biaya produksi sendiri terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang bersifat variable maupun tetap.

Tabel 4.19 Biaya Produksi

Biaya Produksi	Tahun	
	2017	2018
Keterangan		
Biaya Bahan Baku	86.700.000	111.100.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	1.080.000.000	1.152.000.000
Biaya Overhead Pabrik	647.401.000	763.998.000
Total Biaya Produksi	1.814.101.000	2.027.098.000

Tabel 4.20 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya Tenaga Kerja Langsung				
Tahun	Jabatan	Gaji per bulan	Jumlah pekerja	Total gaji per tahun
2017	Operator	4.500.000	20	1.080.000.000
2018	Operator	4.800.000	20	1.152.000.000
Total				2.232.000.000

Tabel 4.21 Biaya Overhead Pabrik *Cost Plus Pricing*

Biaya Overhead Pabrik			
Variabel	Bahan Penolong	186.401.000	287.798.000
	Pemeliharaan Mesin	60.000.000	62.000.000
	Listrik dan Air	50.000.000	54.000.000
	Telepon	6.000.000	8.000.000
Tetap	Tenaga Kerja tak langsung	168.000.000	175.200.000
	Penyusutan Bangunan	100.000.000	100.000.000
	Penyusutan Mesin	45.000.000	45.000.000
	Penyusutan Peraltan	10.000.000	10.000.000
	Abodemen	20.000.000	20.000.000
	Listrik dan Air		
	Abodemen	2.000.000	2.000.000
	Telepon		
Total		647.401.000	763.998.000

Pada biaya overhead pabrik terdapat biaya yang bersifat tetap dan variabel. Dalam biaya tersebut terdapat biaya abodemen, abodemen sendiri berarti langganan, artinya biaya yang tidak dipengaruhi oleh banyaknya pemakaian adalah biaya langganan. Dimana perusahaan tetap harus membayar sejumlah uang tertentu kepada PLN walaupun perusahaan tidak memakai listrik dan air.

b. Laporan Harga Pokok Penjualan Menurut Metode

Tabel 4.22 Laporan Harga Pokok Penjualan

Keterangan	Tahun (Rp)	
	2017	2018
A. Pemakaian Bahan Baku		
1. Persediaan Awal Bahan Baku	20.000.000	20.700.000
2. Pembelian Bahan	86.700.000	111.100.000
3. Persediaan Bahan Baku tersedia (1+2)	106.700.000	131.800.000
4. Persediaan Akhir Bahan	20.700.000	24.200.000
Total Pemakaian Bahan Baku	86.000.000	107.600.000
B. Tenaga Kerja Langsung	1.080.000.000	1.152.000.000
C. Biaya Overhead Pabrik		
Biaya Bahan Penolong	186.401.000	287.798.000
Biaya Tenaga Kerja Tak Langsung	168.000.000	175.200.000
Biaya Listrik Pabrik	50.000.000	52.000.000
Biaya Air Pabrik	20.000.000	22.000.000
Biaya Telepon Pabrik	8.000.000	10.000.000
Biaya Pemeliharaan Mesin	60.000.000	62.000.000
Biaya Penyusutan Bangunan	100.000.000	100.000.000
Biaya Penyusutan Mesin	45.000.000	45.000.000
Biaya Penyusutan Peralatan	10.000.000	10.000.000
Total Biaya Overhead Pabrik	647.401.000	763.998.000
Total Biaya Produksi (A+B+C)	1.813.401.000	2.023.598.000
Persediaan Barang Dalam Proses		
Persediaan Awal Barang Dalam Proses	600.000.000	800.000.000
Total Biaya Dalam Proses Tahun Berjalan	2.413.401.000	2.823.598.000
Persediaan Akhir Barang Dalam Proses	600.000.000	800.000.000
Harga Pokok Produksi	1.813.401.000	2.023.598.000
Persediaan Barang Jadi		
Persediaan Awal Barang Jadi	620.000.000	840.000.000
Barang Jadi Siap Dijual	2.433.401.000	2.863.598.000
Persediaan Akhir Barang Jadi	620.000.000	840.000.000
Harga Pokok Penjualan	1.813.401.000	2.023.598.000

c. Biaya Non Produksi

Biaya non produksi adalah penjumlahan dari biaya pemasaran dengan biaya administrasi dan umum. Berikut table biaya non produksi.

Tabel 4. 23 Biaya Non Produksi

Laporan Biaya Non Produksi		
Keterangan	Jumlah per tahun (Rp)	
	2017	2018
Biaya Pemasaran	80.000.000	85.600.000
Biaya Administrasi dan Umum	497.000.000	522.200.000
Total Biaya Non Produksi	577.000.000	607.800.000

(Sumber : Data Diolah)

d. Biaya Penuh Menurut *Cost Plus Pricing*

Biaya penuh merupakan penjumlahan dari biaya produksi dan biaya non produksi. Dalam metode ini sudah terdapat biaya *overhead* pabrik tetap.

Tabel 4. 24 Biaya Penuh menurut *Cost Plus Pricing*

Keterangan	Tahun	
	2017	2018
Biaya Produksi	1.814.101.000	2.027.098.000
Biaya Non Produksi	577.000.000	607.800.000
Total Biaya Penuh	2.391.101.000	2.634.898.000

(Sumber : Data Diolah)

e. Perhitungan Harga Jual Menurut *Cost Plus Pricing*

2017

➤ Perhitungan Mark-Up :

Biaya Adminidtrasi dan Umum = Rp 497.000.000

Biaya Pemasaran = Rp 80.000.000

Laba yang diharapkan : 15% x Biaya Penuh = Rp 358.665.150

Jumlah = Rp 935.665.150

Biaya Produksi = Rp 1.814.101.000

Persentase Mark – Up = 52%

➤ Perhitungan Harga Jual :

Biaya Produksi	= Rp 1.814.101.000
Mark-Up	= Rp 935.665.150
Jumlah Harga Jual	= Rp 2.749.766.150
Volume Produk	= 5000
Harga Jual per unit	= Rp 549.953
Pembulatan	= Rp 550.000

2018

➤ Perhitungan Mark-Up :

Biaya Adminidtrasi dan Umum	= Rp 522.200.000
Biaya Pemasaran	= Rp 85.600.000
Laba yang diharapkan : 15% x Biaya Penuh	= Rp 395.234.700
Jumlah	= Rp 1.003.034.700
Biaya Produksi	= Rp 2.027.098.000
Persentase Mark – Up	= 49%

➤ Perhitungan Harga Jual :

Biaya Produksi	= Rp 2.027.098.000
Mark-Up	= Rp 1.003.034.700
Jumlah Harga Jual	= Rp 3.030.132.700
Volume Produk	= 5500
Harga Jual per unit	= Rp 550.993
Pembulatan	= Rp 551.000

BAB V

ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Penentuan Harga Jual dan Laporan Laba/Rugi Menurut PT GAYA MOTOR dan Metode *Cost Plus Pricing* tahun 2017 - 2018

5.1.1 Harga Jual Menurut Perusahaan

Dalam penentuan harga jual produk dalam suatu perusahaan sangatlah penting , karena harga jual yang ditetapkan akan menentukan laba yang akan diterima oleh perusahaan. PT GAYA MOTOR dalam menentukan harga jual tidak memiliki metode yang khusus, hanya memperhitungkan harga pokok produksi dikali berapa persen laba yang diharapkan tanpa memperdulikan biaya – biaya lain

Tabel 5. 1 Harga Jual Menurut Perusahaan tahun 2017-2018

Tahun	Harga Jual (dalam rupiah)	Produk (dalam unit)	Pendapatan Penjualan (dalam rupiah)
2017	559.000	5000	2.795.000.000
2018	564.000	5500	3.102.000.000

5.1.2 Laporan Laba /Rugi Menurut Perusahaan

Laporan laba/rugi adalah laporan yang berisikan pendapatan yang diperoleh perusahaan dikurangi oleh biaya – biaya yang terjadi dalam perusahaan selama periode tertentu. PT Gaya Motor dalam membuat laporan Laba/Rugi hanya menggunakan perhitungan sederhana, dengan mengurangi biaya – biaya yang berpengaruh dalam proses produksi. Berikut merupakan laporan laba / rugi perusahaan pada tahun 2017 dan 2018.

Tabel 5. 2 Laporan Laba/Rugi Perusahaan tahun 2017-2018

Keterangan	Menurut Perusahaan (Rp)	
	2017	2018
Pendapatan		
Penjualan	2.795.000.000	3.102.000.000
Biaya Produksi		
Harga Pokok Penjualan	1.658.401.000	1.868.598.000
Laba Kotor	1.136.599.000	1.233.402.000
Biaya Operasional :		
Gaji Bag. Pemasaran/ <i>Engineering</i>	72.000.000	75.600.000
Biaya Listrik	20.000.000	21.000.000
Biaya Telepon	16.000.000	20.000.000
Biaya Transportasi	20.000.000	20.000.000
Gaji Bag. Administrasi	72.000.000	75.600.000
Gaji Bag. Keuangan	72.000.000	75.600.000
Biaya Perbaikan dan Perawatan	10.000.000	11.000.000
Biaya Keamanan	180.000.000	192.000.000
Biaya Penyusutan	105.000.000	105.000.000
Biaya Perlengkapan Kantor	10.000.000	12.000.000
Total Biaya Operasional	577.000.000	607.800.000
Laba Sebelum Pajak	559.599.000	625.602.000
Pajak (15%)	83.939.850	93.840.300
Laba Bersih	475.659.150	531.761.700

5.1.3 Harga Jual Menurut Metode *Cost Plus Pricing*

Penentuan harga jual dengan menggunakan metode cost plus pricing pendekatan full costing menghitung semua total biaya produksi di tambah dengan biaya non produksi. Dimana dalam total biaya produksi tersebut, biaya overhead tetap dimasukkan juga kedalam perhitungannya. Berikut adalah harga berdasarkan metode cost plus pricing pada tahun 2017 dan 2018.

Tabel 5. 3 Harga Jual dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Tahun	Harga Jual	Produk	Pendapatan Penjualan
	(dalam rupiah)	(dalam unit)	(dalam rupiah)
2017	550.000	5000	2.750.000.000
2018	551.000	5500	3.030.500.000

5.1.4 Laporan Laba / Rugi Menurut Pendekatan *Full Costing*

Perhitungan laba/rugi menggunakan metode *full costing* berbeda dengan perhitungan yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam perhitungan laba/rugi menggunakan *full costing* semua biaya yang bersangkutan dengan biaya produksi baik biaya tetap ataupun variabel dimasukkan. Laporan laba/rugi yang dihitung dengan metode *full costing* menghasilkan laba yang lebih tinggi. Berikut merupakan perhitungan laporan laba/rugi menggunakan metode *full costing*.

Tabel 5. 4 Laporan Laba/Rugi Menurut Pendekatan Full Costing 2017-2018

Keterangan	Menurut <i>Full Costing</i>	
	2017	2018
Pendapatan		
Penjualan	2.750.000.000	3.030.500.000
Biaya Produksi		
Harga Pokok Penjualan	1.813.401.000	2.023.598.000
Laba Kotor	936.599.000	1.006.902.000
Biaya Operasional :		
Gaji Bag. Pemasaran/ <i>Engineering</i>	72.000.000	75.600.000
Biaya Listrik	20.000.000	21.000.000
Biaya Telepon	16.000.000	20.000.000
Biaya Transportasi	20.000.000	20.000.000
Gaji Bag. Administrasi	72.000.000	75.600.000
Gaji Bag. Keuangan	72.000.000	75.600.000
Biaya Perbaikan dan Perawatan	10.000.000	11.000.000
Biaya Keamanan	180.000.000	192.000.000
Biaya Penyusutan	105.000.000	105.000.000
Biaya Perlengkapan Kantor	10.000.000	12.000.000
Total Biaya Operasional	577.000.000	607.800.000
Laba Sebelum Pajak	359.599.000	399.102.000
Pajak (15%)	53.939.850	59.865.300
Laba Bersih	305.659.150	339.236.700

5.2 Pembahasan

5.2.1 Perbandingan Harga Jual Perunit Menurut Perusahaan dan Metode *Cost Plus Pricing*

Berdasarkan hasil perhitungan pada bab IV sebelumnya pada bagian ini yang dibandingkan adalah harga jual produk per unit menurut perusahaan dan menurut pendekatan *full costing* metode *cost plus pricing* terdapat pada table berikut :

Tabel 5. 5 Perbandingan Harga Jual Per unit

Menurut Perusahaan

Tahun	Harga Jual (dalam rupiah)	Produk (dalam unit)	Pendapatan Penjualan (dalam rupiah)
2017	559.000	5000	2.795.000.000
2018	564.000	5500	3.102.000.000

Menurut Metode *Cost Plus Pricing*

Tahun	Harga Jual (dalam rupiah)	Produk (dalam unit)	Pendapatan Penjualan (dalam rupiah)
2017	550.000	5000	2.750.000.000
2018	551.000	5500	3.030.500.000

Dari table diatas menunjukkan adanya perbedaan atas harga jual produk per unit antara hasil perhitungan perusahaan dan hasil perhitungan menggunakan metode *cost plus pricing* . perbedaan tersebut dikarenakan pada perhitungan harga jual menurut perusahaan biaya *overhead* tetap tidak ikut diperhitungkan .

5.2.2 Perbandingan Laporan Laba/Rugi Menurut Perusahaan dan *Full Costing*

Berdasarkan hasil perhitungan pada bab IV sebelumnya pada bagian ini yang dibandingkan adalah laporan laba/rugi menurut perusahaan dan menurut pendekatan *full costing* metode *cost plus pricing* terdapat pada table berikut :

Tabel 5. 6 Perbandingan Laporan Laba/Rugi
Menurut Perusahaan

Keterangan	Menurut Perusahaan (Rp)	
	2017	2018
Pendapatan		
Penjualan	2.795.000.000	3.102.000.000
Biaya Produksi		
Harga Pokok Penjualan	1.658.401.000	1.868.598.000
Laba Kotor	1.136.599.000	1.233.402.000
Biaya Operasional :		
Gaji Bag. Pemasaran/ <i>Engineering</i>	72.000.000	75.600.000
Biaya Listrik	20.000.000	21.000.000
Biaya Telepon	16.000.000	20.000.000
Biaya Transportasi	20.000.000	20.000.000
Gaji Bag. Administrasi	72.000.000	75.600.000
Gaji Bag. Keuangan	72.000.000	75.600.000
Biaya Perbaikan dan Perawatan	10.000.000	11.000.000
Biaya Keamanan	180.000.000	192.000.000
Biaya Penyusutan	105.000.000	105.000.000
Biaya Perlengkapan Kantor	10.000.000	12.000.000
Total Biaya Operasional	577.000.000	607.800.000
Laba Sebelum Pajak	559.599.000	625.602.000
Pajak (15%)	83.939.850	93.840.300
Laba Bersih	475.659.150	531.761.700

Menurut Metode *Full Costing*

Keterangan	Menurut <i>Full Costing</i>	
	2017	2018
Pendapatan		
Penjualan	2.750.000.000	3.030.500.000
Biaya Produksi		
Harga Pokok Penjualan	1.813.401.000	2.023.598.000
Laba Kotor	936.599.000	1.006.902.000
Biaya Operasional :		
Gaji Bag. Pemasaran/ <i>Engineering</i>	72.000.000	75.600.000
Biaya Listrik	20.000.000	21.000.000
Biaya Telepon	16.000.000	20.000.000
Biaya Transportasi	20.000.000	20.000.000
Gaji Bag. Administrasi	72.000.000	75.600.000
Gaji Bag. Keuangan	72.000.000	75.600.000
Biaya Perbaikan dan Perawatan	10.000.000	11.000.000
Biaya Keamanan	180.000.000	192.000.000
Biaya Penyusutan	105.000.000	105.000.000
Biaya Perlengkapan Kantor	10.000.000	12.000.000
Total Biaya Operasional	577.000.000	607.800.000
Laba Sebelum Pajak	359.599.000	399.102.000
Pajak (15%)	53.939.850	59.865.300
Laba Bersih	305.659.150	339.236.700

Dari table diatas menunjukkan adanya perbedaan atas laporan laba/rugi antara hasil perhitungan perusahaan dan hasil perhitungan menggunakan metode *cost plus pricing* . Perbedaan tersebut dikarenakan pada perhitungan harga jual menurut perusahaan biaya *overhead* tetap tidak ikut diperhitungkan .

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah menghitung harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, terdapat perbedaan harga jual sebelum dan sesudah menggunakan metode sebagai berikut :

- Harga jual tahun 2017 sebelum *cost plus pricing* sebesar Rp 559.000 setelah *cost plus pricing* Rp 550.000 dengan selisih harga Rp 9.000
- Harga jual tahun 2018 sebelum *cost plus pricing* sebesar Rp 564.000 setelah *cost plus pricing* Rp 551.000 dengan selisih harga Rp 13.000

Adanya perbandingan pada harga tersebut dikarenakan harga pokok produksi yang dikeluarkan menurut metode lebih besar dibandingkan menurut perhitungan perusahaan. Perhitungan harga pokok produksi sangat berpengaruh dalam penetapan harga jual dan juga laba yang akan didapat oleh perusahaan pada periode tersebut. Perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan PT GAYA MOTOR kurang terinci sehingga masih terdapat biaya *overhead* yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak dihitung. Dengan selisih harga tersebut, maka dapat disimpulkan penetapan harga jual yang selama ini dilakukan perusahaan belum tepat.

6.2 Saran

Setelah mengolah data yang ada dan memperhitungkan harga pokok produksi dengan tepat, penulis menyarankan sebaiknya PT Gaya Motor menggunakan metode *cost plus pricing* dalam menetapkan harga jual. Dengan menggunakan metode ini perusahaan mendapatkan harga jual yang lebih rendah dibanding harga jual sebelum metode. Laba yang didapatkan perusahaan juga tidak terlalu besar namun sudah bisa menutupi

beberapa biaya yang dimana sebelumnya biaya tersebut tidak terhitung oleh perusahaan. Menggunakan metode ini pula perusahaan bisa membayar pajak sesuai dengan yang seharusnya perusahaan bayar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Adisaputra, Gunawan dan Yunita Anggraini, 2017. *Anggaran Bisnis (Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Laba)*. Edisi Pertama. Yogyakarta :UPP STIM YKPN

Hartati, Neneng, 2017 *Akuntansi Biaya*, Cetakan Pertama.

Carter, William K, 2015. *Akuntansi Biaya* , Edisi 14 : Salemba Empat

Lestari, Wiwik & Dhyka, 2018. *Akuntansi Biaya*. Depok.

Mulyadi, 2016. *Akuntansi Biaya*, Edisi ke-lima : UPP STIM YKPN

Sodikin, Slamet Sugiri, 2015. *Akuntansi Manajemen* : Yogya UPP STIM YKPN

Sujarweni, V. Wiratna, 2015. *Akuntansi Biaya (Teori dan Penerapannya)*, Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Sujarweni, V. Wiratna, 2015. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Sujarweni, V. Wiratna. 2017. *Laporan Analisis Keuangan (Teori, Aplikasi dan Hasil Penelitiannya)*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Jurnal :

Diana Jati Kumala, Arief Rahman, Ali Rasyidi. “*Penetapan Metode Full Costing Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi Mesin Cuci Mobil Semi Otomatis Pada PT Global Endo Teknik di Surabaya*”. Jurnal Ekonomi Akuntansi, Vol 3. Issue.3 (2017)

Yunita Sari. “*Analisis Penentuan Harga Jual dengan Metode Cost Plus Pricing dan Pengaruhnya terhadap Laba yang Dihasilkan Pada UD Maju*”. Jurnal Akuntansi dan Bisnis, Vol 4 (1) 2018

LAMPIRAN 1



Gd. Merpati Nusantara
Airlines Jl. Angkasa Blok
B15
JAKARTA 10720

DEPARTEMEN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA DIREKTORAT JENDERAL PAJAK

KANTOR WILAYAH DJP JAKARTA UTARA
KANTOR PELAYANAN PAJAK MADYA JAKARTA UTARA

Telepon :
021-6544713
Fax : 021-6544330

SURAT PENGUKUHAN PENGUSAHA KENA PAJAK

No : PEM-00506/WPJ.21/KP.0603/2007

Sesuai dengan Pasal 2 ayat (2) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 dan Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-161/PJ./2001 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-160/PJ./2007 dengan ini diterangkan bahwa:

1. Nama : PT.GAYA MOTOR
2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) : 01.003.208.4-046.000
3. Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) : 34100 - INDUSTRI KENDARAAN BERMOTOR RODA EMPAT ATAU LEBIH
4. Alamat : JL. GAYA MOTOR RAYA NO. 3 SUNTER II TANJUNG PRIOK JAKARTA UTARA DKI JAKARTA RAYA - 00000
5. Merek/Akronim : -
6. Status Modal : PMDN
7. Status Usaha : TUNGGAL
8. Kewajiban Pajak : PPN PPnBM
9. Kode Seri Faktur Pajak :

telah dikukuhkan pada tata usaha KANTOR PELAYANAN PAJAK MADYA JAKARTA UTARA sebagai Pengusaha Kena Pajak.
Dengan terbitnya surat ini, maka dalam melaksanakan hak dan kewajiban yang berkenaan dengan PPN dan PPnBM wajib mencantumkan NPWP sejak tanggal 09 April 2007

Jakarta, 16 Juli 2008



KEPALA KANTOR
Seksi Pelayanan,

Usrahmi, S.E.
NIP. 060087350

LAMPIRAN 2

Layout PT. Gaya Motor

