

TUGAS AKHIR

“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL MENURUT METODE *COST PLUS PRICING* DENGAN PENDEKATAN *FULL COSTING* UNTUK PENETAPAN LABA PADA PT NUSA INDAH JAYA UTAMA”

Tugas Akhir Ini Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Akademik

Program Studi D-IV Administrasi Bisnis Otomotif

Politeknik STMI Jakarta

d.h. Sekolah Tinggi Manajemen Industri

Disusun Oleh :

Dani Fahmi Amrullah

1714073

POLITEKNIK STMI JAKARTA

d.h. SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN REPUBLIK INDONESIA

JAKARTA

2018

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

JUDUL TUGAS AKHIR

**ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL MENURUT METODE *COST PLUS PRICING* DENGAN PENDEKATAN *FULL COSTING* UNTUK
PENETAPAN LABA PADA PT NUSA INDAH JAYA UTAMA**

DISUSUN OLEH:

NAMA : Dani Fahmi Amrullah
NIM : 1714073
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan
Dan Dipertahankan dalam Tugas Akhir
Politeknik STMI Jakarta

Menyetujui
Jakarta, 13 Agustus 2018
Dosen Pembimbing

(Dra. Sri Daryuni, MM.)

NIP : 195406291982032003

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I

POLITEKNIK STMI JAKARTA
KEMENTRIAN PERINDUSTRIAN RI

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR :

“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL MENURUT METODE *COST PLUS PRICING* DENGAN PENDEKATAN *FULL COSTING* UNTUK PENETAPAN LABA PADA PT NUSA INDAH JAYA UTAMA”.

DISUSUN OLEH :

Nama : Dani Fahmi Amrullah

NIM : 1714073

Program Studi : Administrasi Bisnis Otomotif

Telah diuji oleh Tim Penguji Sidang Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif Politeknik STMI Jakarta pada hari Rabu tanggal 05 September 2018

Jakarta, 05 September 2018

Penguji 1

Penguji 2

Drs. Ubaldus Upa, M.Sc

Drs. Marison Sitorus, MM

Penguji 3

Penguji 4

Yulius Jatmiko Nuryatno, SE, MM

Dra. Sri Daryuni, MM

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dani Fahmi Amrullah

NIM : 1714073

Berstatus sebagai mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif d.h Manajemen Bisnis Industri di Politeknik STMI d.h Sekolah Tinggi Manajemen Industri Kementerian Perindustrian RI, dengan ini menyatakan bahwa hasil karya Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul **“ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL MENURUT METODE *COST PLUS PRICING* DENGAN PENDEKATAN *FULL COSTING* UNTUK PENETAPAN LABA PADA PT NUSA INDAH JAYA UTAMA”**.

- **Dibuat** dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan literatur hasil kuliah, survei lapangan, assistensi dengan dosen pembimbing, serta buku-buku maupun jurnal-jurnal ilmiah yang menjadi bahan acuan yang tertera dalam referensi pada Tugas Akhir ini.
- **Bukan** merupakan hasil duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai sebelumnya untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas/Perguruan Tinggi lain, kecuali yang telah disebutkan sumbernya dan dicantumkan pada referensi karya Tugas Akhir ini.
- **Bukan** merupakan karya tulis hasil terjemahan dari kumpulan buku atau judul acuan yang tertera dalam referensi pada karya Tugas Akhir ini.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah saya nyatakan di atas, maka saya bersedia menerima sanksi atas apa yang telah saya lakukan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Agustus 2018
Yang Membuat Pernyataan

(Dani Fahmi Amrullah)

ABSTRAK

PT Nusa Indah Jaya Utama merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha pembuatan subparts otomotif untuk kendaraan roda empat maupun roda dua. Salah satu permasalahan yang dihadapi PT. Nusa Indah Jaya Utama adalah perusahaan belum menghitung biaya secara maksimal dari seluruh biaya variabel dan seluruh biaya tetap sehingga belum mengetahui secara rinci berapa harga jual yang tepat. Metode perusahaan tidak memperhatikan faktor-faktor biaya secara terperinci sehingga perusahaan belum memasukkan semua unsur biaya yang dikeluarkan ke dalam proses produksi. Hal ini juga berdampak pada pendapatan laba produk yang akan diperoleh perusahaan. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian pada Tugas Akhir ini dengan judul “Analisis Penentuan Harga Jual Menurut Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing Untuk Penetapan Laba Pada PT Nusa Indah Jaya Utama“. Berdasarkan hasil perhitungan, harga jual produk menurut perusahaan sebesar Rp 3.500 (2014), Rp 3.500 (2015), Rp 4.000 (2016) dan Rp 4.000 (2017). Sedangkan dengan metode Cost Plus Pricing sebesar Rp 4.090 (2014), Rp 4.135 (2015), Rp 4.466 (2016) dan Rp 4.468 (2017). Besarnya harga jual juga berkaitan dengan laba yang diperoleh. Laba yang diperoleh berdasarkan perhitungan dengan metode perusahaan adalah sebesar Rp 212.181.129 (2014), Rp 198.269.559 (2015), Rp 286.997.472 (2016), 289.073.318 (2017) sedangkan dengan metode Full Costing adalah sebesar Rp 259.850.529 (2014), Rp 267.613.659 (2015), Rp 293.085.792 (2016), Rp 301.129.538 (2017). Dengan menggunakan metode Full Costing perusahaan dapat memperoleh laba lebih besar dari pada menggunakan metode tradisional yang telah diterapkan saat ini.

Kata Kunci : Harga Jual, Cost Plus Pricing, Penetapan Laba, Full Costing

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan hanya kepada Allah SWT, yang atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Adapun judul tugas akhir yang diambil oleh penulis adalah “Analisis Penentuan Harga Jual Menurut Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* Untuk Penetapan Laba Pada PT Nusa Indah Jaya Utama. Penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan jenjang D-IV jurusan Administrasi Bisnis Otomotif d.h Manajemen Bisnis Industri pada Politeknik STMI Jakarta.

Terselesaikannya laporan ini tentunya tak lepas dari dorongan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Dr. Mustofa, MT. Selaku Direktur Politeknik STMI Jakarta.
2. Bapak Drs. Mulyono, MM. Selaku Kepala Prodi Administrasi Bisnis Otomotif.
3. Bapak Yulius Jatmiko Nuryatno, SE, MM, selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif (ABO). Terima kasih untuk bantuan, informasi dan motivasi dalam proses penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Ir. Made Dharma Harthana, MBA. Selaku Dosen Pembimbing PKL dan dosen perwalian yang telah membantu mengorganisir jalannya Laporan Praktik Kerja Lapangan.
5. Ibu Dra. Sri Daryuni, MM. Selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah membantu dan memberikan dorongan serta motivasi kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh dosen Politeknik STMI Jakarta yang telah mengajarkan ilmunya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
7. Bapak Saipudin selaku Direktur yang telah memberikan informasi tentang laporan keuangan perusahaan, kegiatan pemasaran di perusahaan,

informasi produk dan proses produksi kepada penulis ketika menjalankan Praktik Kerja Lapangan.

8. Bapak Machruzar, bapak Sutarman, bapak Raymond, bapak Acing, bapak Sunarno, bang Syarip selaku pembimbing di PT Nusa Indah Jaya Utama yang telah memberikan pengetahuan baik secara lisan, tulisan, maupun dokumen terkait untuk penulis dalam menjalankan Praktik Kerja Lapangan.
9. Seluruh pekerja di PT Nusa Indah Jaya Utama atas bantuan yang telah diberikan selama berlangsungnya kegiatan Praktik Kerja Lapangan.
10. Serta semua pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya.

Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan memberikan informasi yang berguna bagi pembaca. Terima kasih.

Jakarta, 13 Agustus 2018
Penulis

(Dani Fahmi Amrullah)

**DIPERSEMBAHKAN UNTUK
KELUARGAKU TERCINTA**

H. Sihabudin Muchlas

HJ. Anik Farida

Adil Akbar

Ahmad Makih

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Laporan Keuangan.....	6
2.1.1 Syarat – syarat Laporan Keuangan.....	6
2.1.2 Analisa Laporan Keuangan Manfaat, Tujuan dan Keterbatasannya.....	7
2.1.3 Jenis – jenis Laporan Keuangan	11
2.2 Teori Biaya	14
2.2.1 Perilaku dan Klasifikasi Biaya.....	15
2.3 Perbandingan Metode Full Costing dengan Metode Variabel Costing.....	19
2.3.1 Perbedaan Metode <i>Full Costing</i> dengan Metode <i>Variabel Costing</i> Ditinjau dari sudut Penentuan Harga Pokok Produksi.....	19

2.3.2	Perbedaan Metode Full Costing dengan Metode Variabel Costing Ditinjau Dari Sudut Penyajian Laporan Laba Rugi.....	21
2.4	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	22
2.4.1	Bauran Pemasaran : Produk	23
2.4.2	Bauran Pemasaran : Lokasi	24
2.4.3	Bauran Pemasaran : Promosi	26
2.4.4	Bauran Pemasaran : Harga	30
2.5	Penyusutan	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		50
3.1	Jenis Data	50
3.2	Sumber Data	51
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	52
3.4	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	53
3.5	Kerangka Berpikir.....	55
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		56
4.1	Pengumpulan Data	56
4.1.1	Profil Perusahaan	56
4.1.2	Visi, Misi dan Logo Perusahaan	57
4.1.3	Sejarah Perusahaan	58
4.1.4	Struktur Organisasi	60
4.1.5	Job Description	61
4.1.6	Aspek Pemasaran.....	68
4.1.7	Aspek Produksi	71
4.1.8	Aspek Sumber Daya Manusia.....	79
4.1.9	Aspek Keuangan	86
4.2	Pengolahan Data	90
4.2.1	Nilai Penjualan.....	90
4.2.2	Biaya Bahan Baku	90
4.2.3	Biaya Bahan Penolong.....	91
4.2.4	Biaya <i>Overhead</i> Pabrik.....	91
4.2.5	Biaya Tenaga Kerja Langsung.....	91
4.2.6	Biaya Administrasi dan Umum.....	92

4.2.7	Biaya Pemasaran.....	92
4.2.8	Biaya Depresiasi	92
4.2.9	Pengklasifikasian Biaya.....	93
4.2.10	Harga Jual Menurut Perusahaan	96
4.2.11	Harga Jual Menurut <i>Cost Plus Pricing</i>	99
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		104
5.1	Analisis Penentuan Harga Jual dan Laba/ Rugi Menurut PT Nusa Indah Jaya Utama Dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Full Costing</i>	104
5.1.1	Harga Jual Menurut Perusahaan	104
5.1.2	Laporan Laba/ Rugi Menurut Perusahaan.....	105
5.1.3	Harga Jual Menurut Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Full Costing</i>	106
5.1.4	Laporan Laba/ Rugi (<i>Full Costing</i>).....	106
5.2	Perbandingan Harga Jual dan Laporan Laba/ Rugi Menurut Persusahaan Dengan Metode <i>Full Costing</i>	108
5.2.1	Perbandingan Harga Jual Menurut Perusahaan dengan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	108
5.2.2	Perbandingan Laporan Laba/ Rugi Menurut Perusahaan dengan Metode <i>Full Costing</i>	109
5.3	Perbandingan Pajak Menurut Perusahaan, Metode <i>Full Costing</i> dan Metode <i>Cost Plus Pricing</i>	110
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		112
6.1	Kesimpulan	112
6.2	Saran	115
DAFTAR PUSTAKA		xiii
LAMPIRAN.....		xv

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Lambang Perusahaan PT Nusa Indah Jaya Utama	58
Gambar IV.2 Struktur Organisasi PT Nusa Indah Jaya Utama Divisi Stamping.....	60
Gambar IV.3 Plate Rear Axle Housing	72
Gambar IV.4 Alur Proses Produksi Plate Rear Axle Housing PT. Nusa Indah Jaya Utama	73
Gambar IV.5 Perekrutan Pegawai oleh bagian HRD	81

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Profil Perusahaan PT Nusa Indah Jaya Utama	57
Tabel IV.2	Pelanggan PT. Nusa Indah Jaya Utama	70
Tabel IV.3	Peramalan Penjualan periode Februari 2018	70
Tabel IV.4	Penjualan <i>Plate Rear Axle Housing</i> dari 2014 - 2017	71
Tabel IV.5	Biaya Pemasaran Tahun 2014 - 2017	71
Tabel IV.6	<i>Dies Plate Rear Axle Housing</i>	72
Tabel IV.7	Hasil Produksi <i>Plate Rear Axle Housing</i> dari Tahun 2014 - 2017.	76
Tabel IV.8	Pembelian Bahan Baku Utama Tahun 2014 – 2017.....	77
Tabel IV.9	Penggunaan Bahan baku <i>Plate Rear Axle Housing</i>	77
Tabel IV.10	Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2014 – 2017.....	78
Tabel IV.11	Biaya Overhead Pabrik Tahun 2014 – 2017.....	78
Tabel IV.12	Biaya Produksi Tahun 2014 – 2017	78
Tabel IV.13	Data Pegawai divisi stamping PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2018	79
Tabel IV.14	Waktu Kerja PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2018.....	80
Tabel IV.15	Tabel Gaji Karyawan.....	84
Tabel IV.16	Tabel Gaji Tenaga Kerja Langsung Tahun 2014 – 2017	85
Tabel IV.17	Tabel Administrasi dan Umum Tahun 2014 – 2017	85
Tabel IV.18	Investasi dan Nilai Investasi PT. Nusa Indah Jaya Utama	86
Tabel IV.19	Harga Pokok Penjualan PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017	87
Tabel IV.20	Laporan Laba/ Rugi PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017	87
Tabel IV.21	Laporan Arus Kas PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017	88
Tabel IV.22	Laporan Perubahan Modal PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017.....	88
Tabel IV.23	Neraca PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017	89
Tabel IV.24	Penjualan <i>Plate Rear Axle Housing</i> dari Tahun 2014 - 2017.....	90
Tabel IV.25	Pembelian Bahan Baku Utama Tahun 2014 – 2017.....	90
Tabel IV.26	Biaya Bahan Baku <i>Plate Rear Axle Housing</i>	91
Tabel IV.27	Biaya Bahan Penolong Tahun 2014 – 2017	91

Tabel IV.28	Biaya Overhead Pabrik Tahun 2014 – 2017.....	91
Tabel IV.29	Tabel Gaji Tenaga Kerja Langsung.....	92
Tabel IV.30	Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2014 - 2017.....	92
Tabel IV.31	Biaya Pemasaran Tahun 2014 - 2017	92
Tabel IV.32	Biaya Depresiasi PT Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017.....	93
Tabel IV.33	Pengklasifikasian Biaya PT Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017.....	93
Tabel IV.34	Pemisahan Biaya ke dalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel.....	95
Tabel IV.35	Pengklasifikasian Biaya Setelah PT Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017	96
Tabel IV.36	Harga Pokok Produksi Perusahaan Tahun 2014 - 2017	96
Tabel IV.37	Biaya Non Produksi Perusahaan Tahun 2014 - 2017	97
Tabel IV.38	Biaya Penuh Menurut Perusahaan Tahun 2014 – 2017.....	97
Tabel IV.39	Evaluasi Biaya Overhead Pabrik Tahun 2014 – 2017	99
Tabel IV.40	Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2014 - 2017.....	100
Tabel IV.41	Harga Pokok Produksi <i>Full Costing</i> Tahun 2014 – 2017.....	100
Tabel IV.42	Biaya Non Produksi Perusahaan Tahun 2014 - 2017	101
Tabel IV.43	Biaya Penuh Perusahaan Tahun 2014 – 2017	101
Tabel IV.44	Laba yang diharapkan perusahaan pada tahun 2014 - 2017	102
Tabel IV.45	Perhitungan Harga Jual dengan metode <i>cost plus pricing</i> pada tahun 2014 – 2017	103
Tabel V.1	Harga Jual <i>Plate Rear Axle Housing</i> Menurut Perusahaan Tahun 2014 - 2017.....	105
Tabel V.2	Laporan Laba/ Rugi Perusahaan Tahun 2014 - 2017	105
Tabel V.3	Nilai Penjualan Dengan Harga Cost Plus Pricing	106
Tabel V.4	Laporan Laba Rugi Menurut Metode <i>Full Costing</i> Tahun 2014 - 2017	107
Tabel V.5	Perbandingan Harga Jual menurut perusahaan dengan metode Cost Plus Pricing pada tahun 2014 – 2017	108
Tabel V.6	Laporan Laba/ Rugi Menurut perusahaan dengan metode Full Costing pada tahun 2014 - 2017	109
Tabel V.7	Perbandingan Pajak Menurut Perusahaan, Metode <i>Full Costing</i> dan Metode Cost Plus Pricing	110

Tabel VI.1	Pendapatan Laba <i>Plate Rear Axle Housing</i> Menurut Perusahaan Tahun 2014 – 2017	110
Tabel VI.2	Evaluasi Pengklasifikasian Biaya PT Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 – 2017	110
Tabel VI.3	Perbandingan Harga Jual menurut perusahaan dengan metode <i>Cost Plus Pricing</i> pada tahun 2014 – 2017	112
Tabel VI.4	Laporan Laba/ Rugi Menurut perusahaan dengan metode <i>Full Costing</i> pada tahun 2014 – 2017.....	112
Tabel VI.5	Pendapatan Laba <i>Plate Rear Axle Housing</i> Menurut Perusahaan Tahun 2014 - 2017.....	113

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi industri otomotif saat ini kian tumbuh dengan pesat sehingga persaingan diantara produsen otomotif dunia terjadi sedemikian ketat dalam menciptakan produk yang dapat memenuhi selera pasar serta mampu mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Pertumbuhan industri otomotif juga dipengaruhi oleh perkembangan perusahaan – perusahaan otomotif yang dikelola baik pelaku usaha di dalam negeri maupun di luar negeri. Bertambahnya perusahaan manufaktur otomotif di Indonesia menyebabkan meningkatnya persaingan bisnis yang ketat. Kondisi ini menuntut para pelaku usaha untuk fokus menjamin kualitas dan pelayanannya, serta harga yang terjangkau. Perusahaan harus dapat secara efektif dan efisien dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang maksimal sehingga dapat menciptakan harga yang kompetitif di dalam pasar. Untuk itu suatu perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat agar mencapai tujuan perusahaan. Strategi yang penting dalam suatu perusahaan adalah strategi pemasaran.

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran adalah bauran pemasaran. Harga adalah satu-satunya alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya. Keputusan harga harus dikoordinasikan dengan rancangan produk, distribusi, dan promosi yang membentuk program pemasaran yang konsisten dan efektif.

Harga jual sering menjadi tolak ukur konsumen. Karena itu, penentuan harga jual produk memerlukan berbagai pertimbangan yang terintegrasi mulai dari biaya produksi, biaya operasional, target laba yang diinginkan perusahaan, daya beli konsumen, harga jual pesaing kondisi perekonomian secara umum, elastisitas harga produk dan sebagainya.

Namun seringkali perusahaan hanya mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan dalam menetapkan harga jual produk. Walaupun demikian pertimbangan biaya merupakan faktor yang sangat penting dalam sebuah perusahaan.

PT. Nusa Indah Jaya Utama merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak pada bidang otomotif yaitu memproduksi komponen *parts* otomotif yang dalam pengoperasiannya dihadapkan dengan berbagai jenis produk dan melalui berbagai proses dalam memproduksi produknya sehingga muncul berbagai biaya diluar biaya bahan baku dan tenaga kerja langsung.

Selama ini, PT Nusa Indah Jaya Utama tidak memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga, salah satunya faktor biaya. Perusahaan belum memasukkan semua unsur biaya yang dikeluarkan secara terperinci dalam proses produksi. Permasalahan yang dihadapi PT. Nusa Indah Jaya Utama adalah perusahaan belum menghitung biaya secara menyeluruh dari seluruh biaya variabel dan seluruh biaya tetap sehingga belum mengetahui secara rinci berapa harga jual yang tepat. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk memilih topik ini dan menjadikannya sebagai bahan penulisan tugas akhir dengan judul **“Analisis Penentuan Harga Jual Menurut Metode *Cost Plus Pricing* Dengan Pendekatan *Full Costing* Untuk Penetapan Laba Pada PT Nusa Indah Jaya Utama”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana laporan keuangan PT Nusa Indah Jaya Utama dari jenis laba / rugi perusahaan pada tahun 2014 – 2017 ?

2. Bagaimana menentukan biaya variabel dan biaya tetap dalam menetapkan biaya produksi PT Nusa Indah Jaya Utama pada tahun 2014 – 2017 ?
3. Bagaimana menentukan laporan laba/ rugi berdasarkan data biaya variabel dan data biaya tetap ?
4. Bagaimana menghitung harga jual menurut metode *Cost Plus Pricing* ?
5. Berapa besar perbedaan laba/ rugi usaha dengan perhitungan menurut perusahaan dengan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui laporan keuangan jenis laba rugi pada PT Nusa Indah Jaya Utama.
2. Untuk mengetahui seluruh biaya variabel dan seluruh biaya tetap yang dikeluarkan PT Nusa Indah Jaya Utama.
3. Untuk mengetahui laporan laba/ rugi menurut perusahaan dengan laporan laba/ rugi berdasarkan data biaya variabel dan data biaya tetap.
4. Untuk mengetahui perbedaan harga jual menurut perusahaan dengan metode *cost plus pricing*.
5. Untuk mengetahui besarnya perbedaan perolehan laba/ rugi usaha menurut perusahaan dengan metode *Full Costing*.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya ruang lingkup pembahasan serta tercapainya suatu hasil yang lebih rinci dan terarah, maka dibuatlah beberapa pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Produk yang diteliti penulis adalah produk *Plate Rear Axle Housing* pada perusahaan PT Nusa Indah Jaya Utama.
2. Data yang digunakan penulis adalah data perusahaan selama periode tahun 2014 - 2017 pada perusahaan PT Nusa Indah Jaya Utama.
3. Metode yang digunakan dalam penentuan harga jual adalah metode *Full Costing* dan metode *Cost Plus Pricing*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penulisan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan yaitu, sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk perusahaan sebagai masukan guna meningkatkan kinerja dan menentukan suatu strategi perusahaan khususnya dalam mengoptimalkan fungsi dan peranan informasi.
2. Bagi peneliti, Dapat menjadi sarana untuk mengembangkan potensi diri dan wawasan yang berkaitan dengan materi yang disajikan
3. Bagi pembaca, sebagai bahan bacaan atau *literature* bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.
4. Bagi Politeknik STMI, Dapat menambah referensi dan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi mengenai analisis penerapan metode *Full Costing* dalam menentukan harga jual produk.

1.6 Sistematika Penulisan

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, pokok permasalahan, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, 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 PENELITIAN

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 analisis data yang merupakan tindak lanjut dari pengumpulan serta pengolahan data melalui metode yang diterapkan pada BAB IV, dan untuk menjawab rumusan masalah yang dijelaskan pada BAB I.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari hasil analisis pembahasan dan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Nusa Indah Jaya Utama.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Laporan Keuangan

Menurut Standart Akuntansi Keuangan (SAK) 2015 (V. Wiratna S, 2017:1), laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan posisi keuangan (laporan arus kas atau arus dana), catatan dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Secara umum laporan keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan tersebut.

2.1.1 Syarat – syarat Laporan Keuangan

Syarat – syarat laporan keuangan merupakan ciri khas membuat informasi dalam laporan keuangan yang berguna bagi para pemakai dalam pengambilan keputusan bernilai ekonomis. Berikut syarat – syarat yang harus dipenuhi dalam membuat laporan keuangan (V. Wiratna S, 2017:2) :

1. Dapat dipahami

Kemudahannya untuk segera dapat dipahami oleh para pemakai. Dalam hal ini, pemakai diasumsikan memiliki pengetahuan yang memadai tentang aktifitas ekonomi dan bisnis, akuntansi serta kemauan untuk mempelajari informasi dengan ketentuan yang wajar.

2. Relevan

Informasi harus relevan untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam proses pengambilan keputusan. Informasi memiliki kualitas relevan apabila informasi tersebut dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakai dengan membantu mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang atau mengoreksi hasil masa lalu.

3. Keandalan

Informasi memiliki kualitas andal jika bebas dari pengertian menyesatkan, kesalahan material, dan dapat diandalkan pemakainya sebagai penyajian yang tulus dan jujur dari yang seharusnya disajikan atau yang secara wajar diharapkan dapat disajikan.

4. Dapat dibandingkan

Pemakai laporan keuangan harus dapat memperbandingkan laporan keuangan perusahaan antar periode untuk mengidentifikasi kecenderungan posisi keuangan dan memperbandingkan laporan keuangan antar perusahaan untuk mengevaluasi posisi keuangan.

5. Mempunyai daya uji

Laporan keuangan yang telah disusun dengan panduan konsep – konsep dasar akuntansi dan prinsip – prinsip akuntansi yang sudah disajikan sehingga dapat diuji kebenarannya oleh pihak lain.

6. Netral

Laporan keuangan yang disajikan bersifat umum, objektif, dan tidak memihak pada kepentingan pemakai tertentu.

7. Tepat waktu

Artinya bahwa laporan keuangan harus disajikan tepat waktu.

8. Lengkap

Artinya bahwa laporan keuangan yang disusun harus memenuhi syarat – syarat tersebut diatas dan tidak menyesatkan pembaca.

2.1.2 Analisa Laporan Keuangan Manfaat, Tujuan dan Keterbatasannya

Menurut (V. Wiratna S, 2017:6) analisa laporan keuangan adalah suatu proses dalam rangka membantu menganalisis atau mengevaluasi keadaan keuangan perusahaan, hasil – hasil operasi perusahaan masa lalu dan masa depan, adapun tujuan analisis laporan keuangan adalah untuk menilai kinerja yang dicapai perusahaan selama ini dan mengestimasi kinerja perusahaan pada masa mendatang.

Analisa laporan keuangan juga dapat melihat pertumbuhan kinerja keuangan dari tahun ke tahun.

Analisa laporan keuangan ini jika dilakukan akan bermanfaat untuk banyak pihak diantaranya :

1. Bagi pihak manajemen

Untuk mengevaluasi kinerja perusahaan masa lalu, saat ini untuk tujuan pemberian kompensasi dan pengembangan usaha. Untuk mengetahui kinerja yang dicapai oleh manajemen, selanjutnya analisis laporan keuangan juga digunakan dalam pengambilan keputusan, menganalisis usaha yang sedang berjalan, dapat digunakan untuk membuat anggaran masa mendatang dan kontrol internal.

2. Bagi pemegang saham / investor

Untuk mengetahui kinerja perusahaan berkaitan dengan investasi yang telah dilakukan di perusahaan berikut resiko – resikonya.

3. Bagi kreditor

Untuk mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam rangka hal pembayaran pinjaman.

4. Bagi pemerintah

Apabila perusahaan ingin masuk ke perusahaan *go public* maka analisis laporan keuangan digunakan sebagai persetujuan untuk masuk ke perusahaan *go public*. Analisis laporan keuangan juga digunakan oleh pemerintah untuk kepentingan mengetahui kemampuan perusahaan dalam pemungutan pajak.

5. Bagi karyawan

Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memberikan kompensasi kerja, menjamin kualitas hidup dan kesejahteraan karyawan, menyediakan kesempatan bekerja dan berkarir untuk waktu yang lama.

6. Bagi *supplier*

Pihak *supplier* dan pemberi pinjaman jangka pendek lainnya, analisis laporan keuangan digunakan untuk mengetahui kemampuan

perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya, sehingga *supplier* dapat menentukan jumlah piutang yang diberikan dan jangka waktunya.

7. Bagi pelanggan

Pelanggan menganalisis laporan keuangan untuk mengetahui kelangsungan hidup perusahaan, terutama informasi analisis laporan keuangan digunakan oleh pelanggan yang melakukan kerja sama jangka panjang.

Menurut Harahap (2008) (V. Wiratna S, 2017:8) tujuan analisis laporan keuangan antara lain :

1. Dapat memberikan informasi yang lebih luas, lebih dalam daripada yang terdapat dari laporan keuangan biasa.
2. Dapat menggali informasi yang tidak tampak secara kasat mata (*explicit*) dari suatu laporan keuangan atau yang berada dibalik laporan keuangan (*implicit*).
3. Dapat mengetahui kesalahan yang terkandung dalam laporan keuangan.
4. Dapat membongkar hal – hal yang bersifat tidak konsisten dalam hubungannya dengan suatu laporan keuangan baik dikaitkan dengan komponen intern laporan keuangan maupun kaitannya dengan informasi yang diperoleh dari luar perusahaan.
5. Mengetahui sifat – sifat hubungan yang akhirnya dapat melahirkan model – model dan teori – teori yang terdapat dilapangan seperti untuk prediksi, peningkatan (*rating*).
6. Dapat memberikan informasi yang diinginkan oleh para pengambil keputusan. Dengan kata lain apa yang dimaksud dari suatu laporan keuangan merupakan tujuan analisis laporan keuangan juga.
7. Dapat menentukan peringkat perusahaan menurut kriteria tertentu yang sudah dikenal dalam dunia bisnis.
8. Dapat membandingkan situasi perusahaan dengan perusahaan lain dengan periode sebelumnya atau dengan standar industri normal atau standar ideal.

9. Dapat memahami situasi dan baik posisi keuangan, hasil usaha, struktur keuangan dan sebagainya.
10. Bisa juga memprediksikan potensi apa yang mungkin dialami perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Hanafi (2009) (V. Wiratna S, 2017:9) bahwa meskipun analisis laporan keuangan sangat bermanfaat, tetapi ada beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Yaitu antara lain :

1. Data yang mencatat dan dilaporkan oleh laporan keuangan berdasarkan pada harga perolehan.
2. Upaya perbaikan barangkali bisa dilakukan oleh pihak manajemen untuk memperbaiki laporan keuangan sehingga laporan keuangan tampak bagus.
3. Banyak perusahaan yang mempunyai beberapa divisi atau anak perusahaan yang bergerak pada beberapa bidang usaha (industri) yang mengakibatkan analisis susah dalam memilih pembanding perusahaan dikarenakan perusahaan tersebut bergerak pada beberapa industri.
4. Inflasi atau deflasi akan mempengaruhi laporan keuangan terutama yang berkaitan dengan rekening – rekening jangka panjang seperti investasi jangka panjang.
5. Rata – rata industri merupakan rata – rata perusahaan yang ada dalam industri. Ada beberapa perusahaan yang tidak bagus dipakai dalam perhitungan rata – rata industri. Perusahaan yang ingin sukses biasanya harus berada diatas rata – rata rasio industri, bukannya sama dengan rata – rata industri. Begitu juga sebaliknya, angka yang lebih rendah dibandingkan rata – rata industri juga tidak selalu berarti buruk. Ada banyak hal yang harus dipertimbangkan sebelum menentukan baik buruknya suatu angka.

Menurut Harahap (2008) (V. Wiratna S, 2017:10) mengemukakan terdapat beberapa kelemahan analisis laporan keuangan, antara lain :

1. Analisis laporan keuangan bergantung pada laporan keuangan, oleh karena itu kelemahan laporan keuangan harus selalu diingat agar kesimpulan dari analisis tidak salah.
2. Objek analisa laporan keuangan hanya laporan keuangan. Angka – angka di dalam laporan keuangan tidak cukup untuk menilai suatu laporan keuangan tetapi harus melihat juga aspek lainnya seperti tujuan perusahaan, situasi ekonomi, situasi industri, gaya manajemen, budaya manajemen dan budaya masyarakat.
3. Objek analisis data historis yang menggambarkan masa lalu dan kondisi ini berbeda dengan kondisi masa depan.
4. Terdapat beberapa perbedaan prinsip yang bisa menjadi penyebab perbedaan angka jika dilakukan perbandingan dengan perusahaan lain misalnya :
 - a. Prinsip akuntansi
 - b. Ukuran perusahaan
 - c. Jenis industri
 - d. Periode laporan
 - e. Laporan individual atau laporan konsolidasi
 - f. Jenis perusahaan aspek *profit motive* atau *non profit motive*.

2.1.3 Jenis – jenis Laporan Keuangan

Menurut (V. Wiratna S, 2017:12) Ada beberapa jenis dari laporan keuangan yang lengkap yaitu :

1. Neraca

Yaitu laporan yang menggambarkan posisi keuangan dari suatu perusahaan yang meliputi aktiva, kewajiban dan ekuitas pada suatu saat tertentu.

Tabel II.1 Neraca
Bengkel Mobil HP
Neraca
Per 31 Desember

Bengkel Mobil HP				
Neraca				
Per 31 Desember				
Aktiva		xxxx	Kewajiban	
Aktiva Lancar		xxxx	Utang Usaha	xxxx
Kas		xxxx	Utang Gaji	xxxx
Piutang Usaha		xxxx	Jumlah Utang	xxxx
Perlengkapan		xxxx		
Service		xxxx		
Asuransi		xxxx		
Jumlah Aktiva		xxxx		
Lancar				
Aktiva Tetap				
Peralatan Service	xxxx		Modal	
AK Peny Peralatan	xxxx		Modal Usaha	xxxx
Jumlah Aktiva		xxxx		
Tetap				
Total Aktiva		xxxx	Total Utang + Modal	xxxx

(Sumber: V. Wiratna, 2017)

2. Laporan Laba Rugi

Yaitu laporan mengenai pendapatan, beban dan laba atau rugi suatu perusahaan dalam suatu periode tertentu.

Tabel II.2 Laporan Laba / Rugi

PT SML Laporan Laba / Rugi Per 31 Desember	
Keterangan	Jumlah (Rp)
Total Penjualan	xxxx
Harga Pokok Produksi	(xxxx) -
Laba Kotor	xxxx
Beban Usaha	(xxxx) -
Laba Operasi	xxxx
Beban Bunga Pinjaman	(xxxx) -
Laba Sebelum Pajak	xxxx
Pajak	(xxxx) -
Laba Setelah Pajak	xxxx

(Sumber: V. Wiratna, 2017)

3. Laporan perubahan modal

Yaitu laporan yang menyajikan perubahan modal karena penambahan atau pengurangan dari laba atau rugi dan transaksi pemilik.

Tabel II.3 Laporan Perubahan Modal

Keterangan	Jumlah (Rp)
Modal 1 januari	xxxx
Laba Bersih	xxxx
Prive	(xxxx) -
Kenaikan Modal Pemilik	<u>xxxx</u>
Modal 31 Desember	xxxx

(Sumber: V. Wiratna, 2017)

4. Laporan arus kas

Yaitu laporan yang menggambarkan penerimaan dan pengeluaran kas selama satu periode tertentu. Laporan arus kas memberi gambaran penggunaan kas pada tiga bagian aktivitas dari sebuah perusahaan yang berhubungan dengan pemasukan dan pengeluaran kas. Tiga bagian aktivitas dalam laporan arus kas yaitu kas dari aktivitas operasi, kas dari aktivitas investasi, kas dari aktivitas pendanaan.

Tabel II.4 Laporan Arus Kas

Keterangan	Jumlah (Rp)
Arus Kas Masuk	
Kas Masuk	xxxx
Total Kas Masuk	xxxx
Arus Kas Keluar	
Bahan Baku	xxxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxxx
Biaya Overhead Pabrik	xxxx
Biaya Penyusutan	xxxx -
Pajak	<u>xxxx</u>
Total Kas Keluar	<u>xxxx +</u>
Selisih Kas (1-2)	xxxx
Saldo Kas Awal	xxxx
Saldo Kas Akhir	xxxx

(Sumber: V. Wiratna, 2017)

2.2 Teori Biaya

Dalam melaksanakan tanggung jawab perencanaan dan pengendalian manajemen membutuhkan pemahaman akan arti biaya dan terminologi yang berkaitan dengan biaya. Pembebanan biaya atas produk, jasa, pelanggan dan objek lain yang merupakan kepentingan manajemen, adalah salah satu tujuan dasar sistem informasi akuntansi manajemen. Peningkatan keakuratan pembebanan biaya menghasilkan informasi yang lebih bermutu tinggi yang kemudian dapat digunakan untuk membuat keputusan yang lebih baik. Memperbaiki penentuan biaya telah menjadi pengembangan utama dalam bidang manajemen biaya. Sebelum membicarakan proses penentuan biaya, baiknya menentukan mengenai definisi biaya (*cost*).

Biaya (*cost*) dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu : aktiva atau aset dan beban atau *expense*. Biaya akan dicatat sebagai aktiva atau aset apabila memberikan manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Sedangkan biaya akan dikategorikan sebagai beban atau *expense* jika memberikan manfaat pada periode akuntansi berjalan.

Aktiva atau aset juga dapat dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu: Aktiva atau aset dan beban atau *expense*. Jika aktiva atau aset tersebut belum terpakai, maka tetap dicatat sebagai aktiva atau aset. Sedangkan apabila aktiva atau aset tersebut telah digunakan, maka akan dicatat sebagai beban.

Menurut samryn (2012:26) biaya adalah pengorbanan manfaat ekonomis untuk memperoleh jasa yang tidak dikapitalisir nilainya. Beban merupakan biaya yang tidak dapat memberikan manfaat di masa yang akan datang, atau identik dengan biaya atau harga perolehan yang sudah habis masa manfaatnya.

Adapun definisi biaya menurut Mulyadi (2009:8), yaitu : “Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.”

Menurut Darsono (2009:20), dijelaskan bahwa: “Biaya adalah kas dan setara kas yang dikorbankan untuk memproduksi atau memperoleh barang atau jasa yang diharapkan akan memperoleh manfaat atau keuntungan dimasa mendatang.”

Menurut Bustami dan Nurlela (2006:38), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.

Sedangkan IAI (IASC) mendefinisikan biaya dalam Standar Akuntansi Keuangan, sebagai berikut : “Beban adalah penurunan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva atau terjadinya kewajiban yang mengakibatkan penurunan ekuitas yang tidak menyangkut pembagian kepada penanam modal.

Dari berbagai pengertian di atas, dapat ditarik mengenai kesimpulan mengenai biaya, yaitu bahwa biaya memiliki pengertian yang berbeda dengan beban. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi/penurunan hak kekayaan pemilik berupa kas atau sesuatu yang dapat diukur dalam satuan uang yang diharapkan dapat menghasilkan keuntungan di masa ini dan masa yang akan datang, sedangkan beban adalah biaya/pengorbanan yang manfaatnya sudah dinikmati karena telah habis pakai.

2.2.1 Perilaku dan Klasifikasi Biaya

Ketika berbicara mengenai biaya, maka hal ini sangat tergantung pada penentuan biaya akan berbagai hal. Hal-hal tersebut sering juga disebut sebagai objek biaya. Menurut Putra dan Wahyu (2014:19), objek biaya adalah setiap item seperti produk, pelanggan, departemen, proyek aktivitas dan sebagainya yang membebaskan biaya ke objek biaya secara akurat untuk menjadi dasar keputusan yang baik, dimana hubungan antara biaya dan objek biaya dapat membantu meningkatkan keakuratan pembebanan biaya.

Menurut Supriyono (1999; 18-36), menjelaskan bahwa ada beberapa cara dalam penggolongan biaya yang sering dilakukan, antara lain:

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

Fungsi pokok dari kegiatan perusahaan-perusahaan terdiri atas fungsi produksi, fungsi pemasaran, fungsi administrasi dan umum, dan fungsi keuangan (*financial*). Atas dasar fungsi tersebut, biaya dapat dikelompokkan menjadi :

- a. Biaya produksi, yaitu semua biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi atau kegiatan pengolahan bahan baku menjadi produk selesai. Biaya produksi digolongkan menjadi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik.
 - b. Biaya pemasaran, yaitu biaya dalam rangka penjualan produk selesai sampai dengan pengumpulan piutang menjadi kas.
 - c. Biaya administrasi dan umum, yaitu biaya yang terjadi dalam rangka penentuan kebijakan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.
 - d. Biaya keuangan, adalah semua biaya yang terjadi dalam melaksanakan fungsi keuangan, misalnya biaya bunga.
2. Penggolongan biaya sesuai dengan periode akuntansi dimana biaya akan dibebankan.

Penggolongan biaya berdasarkan pengeluaran (*expenditure*), dimana pengeluaran tersebut berhubungan dengan kapan pengeluaran tersebut akan menjadi biaya. Pengeluaran tersebut terdiri atas pengeluaran untuk membeli mesin, pengeluaran untuk membeli alat-alat kecil, pengeluaran yang hanya bermanfaat pada periode akuntansi misalnya gaji, dan pengeluaran yang jumlahnya relatif besar yang memerlukan keputusan manajemen untuk memastikan sebagai pengeluaran modal atau pengeluaran penghasilan.

3. Penggolongan biaya sesuai dengan tendensi perubahannya terhadap aktivitas atau kegiatan atau volume.

Biaya menurut tendensi perubahannya terhadap aktivitas terutama untuk tujuan perencanaan dan pengendalian biaya serta pengambilan keputusan. Biaya ini terdiri atas biaya tetap, biaya variabel, dan biaya semi variable.

- a. Biaya tetap (*fixed cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya tetap konstan tidak dipengaruhi oleh perubahan volume kegiatan atau aktivitas sampai dengan tingkatan tertentu.
- b. Biaya variabel (*variable cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya akan berubah secara sebanding (proposional) dengan perubahan

volume kegiatan, semakin besar volume kegiatan semakin tinggi jumlah total biaya variabel, semakin rendah volume kegiatan semakin rendah jumlah total biaya variabel.

- c. Biaya semi variabel (*semi variable cost*), yaitu biaya yang jumlah totalnya akan berubah sesuai dengan perubahan volume kegiatan, akan tetapi sifat perubahannya tidak sebanding. Semakin tinggi volume kegiatan semakin rendah biaya satuan, semakin rendah volume kegiatan semakin tinggi biaya satuan.

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

Di dalam perusahaan objek atau pusat biaya dapat dihubungkan dengan produk yang dihasilkan, departemen-departemen yang ada dalam pabrik, daerah pemasaran, bagian-bagian dalam organisasi yang lain atau bahkan individu. Biaya-biaya ini terdiri atas biaya langsung (*direct cost*) dan biaya tidak langsung (*indirect cost*). Biaya langsung adalah biaya yang terjadi atau manfaatnya dapat diidentifikasi kepada objek atau pusat biaya tertentu. Dalam hubungannya dengan produk biaya ini terdiri atas biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Sedangkan biaya tidak langsung merupakan biaya yang terjadi atau manfaatnya tidak dapat diidentifikasi pada objek atau pusat biaya tertentu. Contoh biaya tidak langsung yaitu biaya *overhead* pabrik.

5. Penggolongan biaya untuk tujuan pengendalian biaya

Untuk pengendalian biaya informasi biaya yang ditujukan kepada manajemen dikelompokkan dalam biaya terkendalikan (*controllable cost*), yaitu biaya yang secara langsung dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan tertentu dalam jangka waktu tertentu. Dan biaya tidak terkendalikan (*uncontrollable cost*), yaitu biaya yang tidak dapat dipengaruhi oleh seorang pimpinan dalam jangka waktu tertentu.

6. Penggolongan biaya sesuai dengan tujuan pengambilan keputusan.

Biaya untuk tujuan pengambilan keputusan oleh manajemen terdiri atas biaya relevan (*relevant cost*) dan biaya tidak relevan (*irrelevant cost*). Biaya relevan yaitu biaya yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan. Pengambilan keputusan dapat berupa pemilihan dua alternatif atau pemilihan lebih dari dua alternatif. Sedangkan biaya tidak relevan yaitu biaya yang tidak mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan.

Dalam akuntansi biaya terdapat dua fungsi yang relevan yaitu sebagai alat kontrol atau pengendalian dan sebagai alat pengambilan keputusan (Martins, dalam Castanheira *et. al.*). Karena itu, biaya dibagi atas dua jenis yaitu, *Control Costs* dan *Decision Costs*. Berkenaan sebagai alat kontrol atau *Control Costs* yaitu untuk menyediakan data dalam penetapan standar, anggaran, dan lain sebagainya yang digunakan sebagai alat prediksi. Sedangkan sebagai alat pengambilan keputusan, *Decision Costs* yaitu membandingkan data yang diperoleh dari biaya kontrol sehingga memperoleh data yang efisien yang digunakan sebagai proses pengambilan keputusan bagi pihak manajer perusahaan.

Informasi biaya diperlukan oleh pihak manajemen untuk tujuan sebagai berikut: (Dunia dan Wasilah, 2011; 4) :

1. Penentuan harga pokok, dalam penentuan harga pokok, biaya-biaya dihimpun menurut pekerjaan (*job*), bagian-bagian (*departments*), atau dirinci lagi menurut pusat-pusat biaya (*cost pools*), produk-produk, dan jasa-jasa.
2. Perencanaan biaya, informasi biaya akan membantu manajemen dalam membuat keputusan dan merumuskan strategi-strategi perusahaan seperti harga jual dan volume penjualan, profitabilitas dan produk, pembelian, pengeluaran barang modal, dan perluasan pabrik.
3. Pengendalian biaya, merupakan usaha manajemen untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan dengan melakukan perbandingan secara terus-menerus antara pelaksanaan dengan rencana.

4. Dasar untuk pengambilan keputusan yang khusus, manajer perusahaan dapat mengambil keputusan berupa; membuat produk baru, menghentikan atau meneruskan suatu produk tertentu, menerima atau menolak pesanan-pesanan tertentu, membeli atau membuat sendiri, dan menjual langsung atau memproses lebih lanjut.

2.3 Perbandingan Metode Full Costing dengan Metode Variabel Costing

Menurut (Ony W, 2012) Metode *full costing* maupun variabel costing merupakan metode penentuan harga pokok produksi. Perbedaan pokok yang ada di antara kedua metode tersebut adalah terletak pada perlakuan terhadap biaya produksi yang berperilaku tetap. Adanya perbedaan perlakuan terhadap biaya produksi tetap ini mempunyai akibat pada : 1. Perhitungan harga pokok produksi dan 2. Penyajian laporan laba rugi

2.3.1 Perbedaan Metode Full Costing dengan Metode Variabel Costing

Ditinjau dari sudut Penentuan Harga Pokok Produksi

1. Full Costing

Menurut (Ony W, 2012:66) *Full costing* atau sering disebut absorption atau conventional costing adalah metode penentuan harga pokok produksi yang membedakan seluruh biaya produksi baik yang berperilaku tetap maupun variabel kepada produk.

Harga pokok produksi menurut metode *full costing* terdiri dari :

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

Dalam metode *full costing* biaya overhead pabrik baik yang berperilaku tetap maupun variabel dibebankan kepada produk yang diproduksi atas dasar tarif

yang ditentukan di muka pada kapasitas normal atau atas dasar biaya overhead pabrik sesungguhnya. Oleh karena itu, biaya overhead pabrik tetap akan melekat pada harga pokok persediaan produk dalam proses persediaan produk jadi yang belum laku dijual dan baru dianggap sebagai biaya (unsur harga pokok penjualan) apabila produk telah dijual.

2. *Variabel Costing*

Menurut (Ony W, 2012:67) *Variabel costing* adalah metode penentuan harga pokok produksi yang hanya membebankan biaya- biaya produksi variabel saja ke dalam harga pokok produk. Harga pokok produk menurut metode *variabel costing* terdiri dari :

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

Dimuka telah disebutkan bahwa metode *variabel costing* ini dikenal dengan nama *direct costing*. Istilah *direct costing* sebenarnya sama sekali tidak berhubungan dengan istilah *cost* (biaya langsung). Dalam metode *variabel costing* biaya *overhead* pabrik tetap diperlakukan sebagai *periode cost* dan bukan sebagai *unsure* harga pokok produk sehingga biaya *overhead* pabrik tetap dibebankan sebagai biaya dalam periode terjadinya. Dengan demikian biaya overhead pabrik tetap didalam metode *variabel costing* tidak melekat pada persediaan produk yang belum laku dijual tetapi langsung dianggap sebagai biaya dalam periode terjadinya.

2.3.2 Perbedaan Metode Full Costing dengan Metode Variabel Costing Ditinjau Dari Sudut Penyajian Laporan Laba Rugi

1. Full Costing

Menurut (Ony W, 2012:67) Ditinjau dari penyajian laporan laba rugi perbedaan pokok antara metode *variabel costing* dan *full costing* adalah terletak pada klasifikasi pos – pos yang disajikan dalam laporan laba rugi tersebut. Laporan laba rugi yang disusun dengan metode *full costing* menitikberatkan pada penyajian unsur – unsur biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi – fungsi pokok yang ada dalam perusahaan (*functional-cost classification*). Dengan demikian laporan laba rugi metode *full costing* dapat dilihat pada tabel berikut

Hasil Penjualan	xxxx	
Harga Pokok Penjualan	xxxx +	
Laba Bruto		xxxx
Biaya Administrasi dan umum	xxxx	
Biaya Pemasaran	xxxx +	
Biaya Usaha		xxxx +
Laba Bersih Usaha		xxxx

Laporan laba rugi di atas menyajikan biaya – biaya menurut hubungan biaya dengan fungsi pokok dalam perusahaan manufaktur yaitu fungsi produk, pemasaran dan administrasi dan umum.

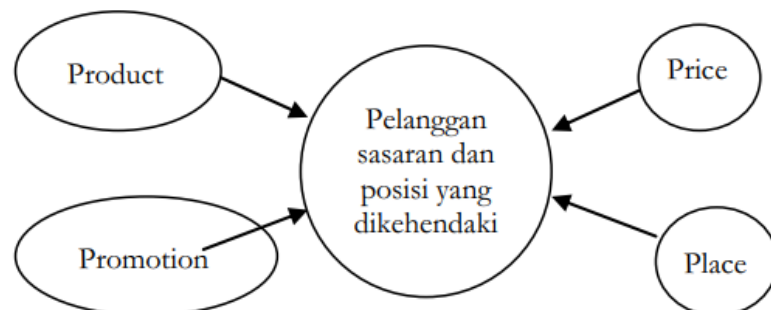
2. Variabel Costing

Menurut (Ony W, 2012:68) Di lain pihak laporan laba rugi metode *variabel costing* lebih menitik beratkan pada penyajian biaya sesuai dengan perilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan (*classification by cost behavior*). Sehingga laporan laba rugi metode *variabel costing* dapat dilihat pada tabel berikut

Hasil Penjualan		xxxx
Dikurangi biaya <i>variabel</i>	xxxx	
Biaya produksi <i>variabel</i>	xxxx	
Biaya Pemasaran <i>variabel</i>	xxxx +	
Total Biaya Variabel		xxxx -
Laba Kontribusi		xxxx
Dikurangi biaya tetap	xxxx	
Biaya produksi tetap	xxxx	
Biaya pemasaran tetap	xxxx +	
Total Biaya Tetap		xxxx -
Laba Bersih Usaha		xxxx

2.4 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

(Ir. Agustina Shinta, M.P. 2011:24) Salah satu perencanaan taktis menggunakan konsep *MARKETING MIX*/BAURAN PEMASARAN, *Marketing mix* adalah perangkat alat pemasaran tektis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Menurut (Ir. Agustina Shinta, M.P. 2011:76) *marketing mix* adalah semua faktor yang dapat dikuasai oleh seorang manajer pemasaran dalam rangka mempengaruhi permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu: *Product, Place, Price, Promotion (4P)*, Produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran, harga adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk tersebut, tempat termasuk aktifitas yang mengkonsumsi keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.



Gambar II.1 Empat dari Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

2.4.1 Bauran Pemasaran : Produk

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan pada pasar baik produk nyata ataupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar. (Ir. Agustina Shinta, M.P. 2011:76)

Ada 2 macam kelompok *product/goods* yaitu:

1. *Consumer's Goods*/Organisasi Konsumsi

Barang yang digunakan secara langsung oleh konsumen dan tidak dijual kembali.

- a. *Convenience Goods* (kemudahan dalam memperoleh) Barang-barang yang dapat dibeli/dikonsumsi oleh konsumen dimana dalam memperoleh barang tersebut konsumen tidak perlu mengeluarkan daya upaya yang sulit, karena barang-barang tersebut biasanya berada disekeliling konsumen. Contoh: beras, gula, odol, sikat gigi, rental komputer, cuci sepeda motor

b. *Shopping Goods*

Barang-barang yang dibutuhkan konsumen dimana dalam memperoleh barang tersebut konsumen perlu mengadakan penelitian terlebih dahulu atau perbandingan dari satu toko/display ke toko yang lain. Yang dibandingkan: kualitas, jenis, design, harga. Bisa dibandingkan menjadi 3 macam:

i. *Fashion Goods*

Pakaian, sepatu, assesories

ii. *Service Goods*

Alat-alat rumah tangga, tempat tidur

iii. *Bulk Goods*

Barang yang dibeli dalam jumlah yang besar.

Contoh: pasir, batu bata tetapi untuk kebutuhan sendiri, jasa (dokter, laboratorium, asuransi, travel, rumah sakit)

c. *Speciality Goods*

Barang-barang yang dibeli konsumen dimana saat pembelian para konsumen memerlukan daya upaya khusus (menabung dulu, jarak/lokasi jauh).

Contoh: TV, mobil, buah apel Malang, mangga Probolinggo.

Jasa:

- taman rekreasi ke pasir putih
- berobat ke orang pintar di desa
- menginap di hotel
- menabung di Bank

2. *Industrial Goods/Barang Produsen*

Barang-barang yang dibeli untuk diperdagangkan lebih lanjut atau barang yang akan dipakai dalam proses pengolahan lebih lanjut.

a. *Raw materials* (bahan-bahan mentah):

Besi, baja, kapas, kayu

b. *Fabricating materials* (bahan kebutuhan pabrik)

Tekstil

c. *Operating supplies* (bahan-bahan kebutuhan operasi)

Bensin, solar, oli

d. Instalasi (peralatan yang vital)

Mesin penggiling tebu pada pabrik gula, mesin tenun dari pabrik tekstil

e. *accessory equipment* (peralatan tambahan)

Trailer, alat-alat pengangkut barang dari darat ke kapal

jasa: akuntan publik, tenaga kerja kontrak, *lawyer*/pengacara *firm*.

2.4.2 Bauran Pemasaran : Lokasi

Menurut (Ir. Agustina Shinta, M.P. 2011:90) Bauran pemasaran selain produk adalah *place*, *place* adalah:

- Lokasi

Lokasi dekat dan jauh mempengaruhi biaya produksi

- Saluran Distribusi

Suatu gabungan penjualan dan pembelian yang bekerja sama memproses, menggerakkan produk dan jasa dari produsen ke konsumen.

Mengapa digunakan perantara pemasaran, salah satu alasan terbesar adalah melepaskan sejumlah pengendalian atas cara dan kepada siapa produk itu dijual, produsen seolah meletakkan nasib perusahaan ketangan perantara, dan manfaat yang diambil juga banyak antara lain banyak produsen kekurangan sumber dana finansial untuk menjalankan pemasaran secara langsung, banyak produsen yang telah merasakan hasil pengembalian dari investasi mereka lebih besar apabila menggunakan saluran pemasaran, dan dalam beberapa kasus, pemasaran langsung memang tidak layak karena pangsa pasar jadi sempit. Dapat diringkas manfaat dan fungsi yang lain dengan adanya perantara di bawah ini:

Fungsi saluran distribusi :

1. Sebagai alat memperlancar keuangan perusahaan

Uang tunai cepat masuk bila menggunakan saluran distribusi dibanding dengan perusahaan menjual sendiri produknya.

- Agen/*whole seller* bisa langsung mengambil barang dalam jumlah yang besar.
- Kalau perusahaan yang menjual, harus menunggu konsumen datang dan jumlah yang dibeli relatif sedikit.

2. Sebagai alat komunikasi

Perusahaan banyak memperoleh masukan/informasi dari agen mengenai reaksi/respon produk yang dikeluhkan konsumen.

3. Sebagai alat bantu penjualan/promosi

2. *Material Komunikasi*, meliputi:

- a. Gagasan merupakan materi pokok yang hendak disampaikan pengirim
- b. Pesan (*message*) merupakan himpunan berbagai symbol (oral, verbal atau non verbal) dari suatu gagasan. Pesan akan dapat dikomunikasikan apabila melalui suatu media.
- c. Media adalah pembawa (*transporter*) pesan komunikasi. Pilihan media komunikasi pemasaran bisa bersifat personal maupun non personal. Media personal dapat di pilih dari tenaga konsultan, tenaga ahli profesional atau masyarakat umum. Media non personal meliputi media massa (seperti radio, televisi, koran, majalah, tabloid maupun internet), kondisi lingkungan (gedung dan ruangan) ataupun peristiwa tertentu (hari–hari khusus dan hari–hari besar).
- d. Respons merupakan pemahaman atas pesan yang diterima oleh penerima.
- e. *Feed–back* adalah pesan umpan balik dari sebagian atau keseluruhan respon yang dikirim kembali oleh penerima pesan.
- f. Gangguan merupakan segala sesuatu yang dapat menghambat jalannya proses komunikasi. Gangguan ini bisa berupa gangguan fisik, masalah semantik/bahasa, perbedaan budaya, efek status dan ketiadaan umpan balik.

3. Proses Komunikasi

Proses komunikasi merupakan proses penyampaian pesan (dari pengirim kepada penerima) maupun pengirim kembali respon (dari penerima kepada pengirim) akan memerlukan dua kegiatan, yaitu *encoding* (fungsi mengirim) dan *decoding* (fungsi menerima).

- a. *Encoding* merupakan kegiatan merancang atau merubah gagasan yang bersifat simbolik menjadi suatu pesan untuk disampaikan kepada penerima.
- b. *Decoding* merupakan proses menerjemahkan, mengartikan atau menguraikan symbol sehingga pesan yang diterima dapat dipahami.

1. Tujuan Diadakan Promosi

Tujuan utama promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Tujuan secara lebih rinci adalah sebagai berikut :

1. Menginformasikan yaitu berupa :
 - Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk
 - Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk baru
 - Menyampaikan perubahan harga kepada pasar
 - Menjelaskan cara kerja suatu produk
 - Menginformasikan jasa–jasa yang disediakan oleh perusahaan
 - Meluruskan kesan yang salah
 - Mengurangi kekhawatiran dan ketakutan pembeli
 - Membangun citra perusahaan
 2. Membujuk pelanggan sasaran, yaitu untuk :
 - Membentuk pilihan merk
 - Mengalihkan pilihan ke merk tertentu
 - Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
 - Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga
 - Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga.
 3. Mengingat, yang terdiri dari :
 - Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat
 - Mengingat pembeli akan tempat–tempat yang menjual produk perusahaan.
 - Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan
 - Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan
- Sedangkan jika ditinjau secara ilmiah ekonomi, maka tujuan dari promosi adalah untuk menggeser kurva permintaan akan produk ke kanan dan membuat permintaan menjadi inelastis (dalam kasus harga naik) dan elastis (dalam kasus harga turun). Namun secara ringkas promosi

berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.

2. Bentuk – Bentuk Promosi

Secara umum bentuk–bentuk promosi mempunyai bentuk yang sama, namun setiap bentuk tersebut masih dapat dibedakan berdasarkan spesifikasi tugasnya.

Spesifikasi tugas tersebut biasa disebut sebagai bauran promosi yang meliputi tugas–tugas sebagai berikut :

1. *Personal selling*

Personal selling merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya. Penjualan tatap muka merupakan cara yang efektif untuk menanamkan pilihan pembeli, keyakinan pembeli dan tindakan pembeli pada tingkat tertentu dalam proses pembelian

2. Periklanan

Periklanan meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penyajian pesan yang non personal (tidak tertuju pada seseorang tertentu, di suarakan (oral) atau visual dan di biayai secara terbuka untuk suatu produk, jasa atau ide. Pesan yang disampaikan tersebut disebut sebagai iklan yang bisa disiarkan melalui satu atau lebih media dan dibiayai oleh sponsor yang diketahui umum.

3. Publisitas

Publisitas mencakup usaha untuk mendapatkan ruang editorial yang berbeda dari ruang yang dibayar (iklan) di semua media yang dapat dibaca, dilihat atau didengar oleh konsumen atau calon konsumen dengan tujuan khusus yaitu untuk membantu tujuan–tujuan penjualan. Publisitas merupakan pemanfaatan nilai–nilai berita yang terkandung di dalam suatu produk untuk membentuk citra produk yang bersangkutan

4. Promosi penjualan

Promosi penjualan dirancang untuk menghasilkan tindakan yang segera dan spesifik. Walaupun promosi penjualan mungkin berkontribusi dalam membangun kesadaran atau sikap yang menguntungkan terhadap suatu produk, namun penggunaannya terutama adalah lebih untuk mencapai efek dalam jangka pendek daripada dalam jangka panjang.

Promosi penjualan mempunyai tujuan yang beraneka ragam, antara lain adalah untuk menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan pembelian tanpa rencana sebelumnya atau mengupayakan kerjasama yang lebih erat dengan pengecer.

5. *Direct marketing*

Bila *personal selling* berupaya mendekati pembeli, iklan berupaya memberitahu dan mempengaruhi pelanggan, promosi penjualan berupaya mendorong pembeli dan *public relations* membangun dan memelihara citra perusahaan, maka *direct marketing* memadatkan semua kegiatan tersebut dalam penjualan langsung tanpa perantara.

Direct marketing merupakan system pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan tanggapan/respon terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi. Dalam *direct marketing*, komunikasi promosi langsung ditujukan kepada konsumen individual, dengan tujuan agar pesan– pesan tersebut ditanggapi/direspon oleh konsumen yang bersangkutan.

2.4.4 Bauran Pemasaran : Harga

Menurut (Ir. Agustina Shinta, M.P. 2011:102) Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan.

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. (Basu Swasta dan Irawan, 2003:32).

Dalam arti yang paling sempit, harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Lebih luas, harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. (Philip Kotler, 2011:345).

Dalam sejarah, harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Hal ini berlaku di negara-negara terbelakang, diantara kelompok paling miskin, dan untuk produk komoditi. Akan tetapi, faktor-faktor non-harga menjadi semakin penting dalam tingkah laku pembeli memilih di beberapa dekade terakhir.

Harga adalah salah satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, semua elemen lain mewakili biaya. Harga juga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran. Tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen saluran distribusi, harga dapat diubah dengan cepat. Pada waktu yang bersamaan, penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah nomor satu yang dihadapi seorang eksekutif pemasaran. Sekalipun demikian, banyak perusahaan tidak menangani penetapan harga dengan baik. Kesalahan yang paling umum adalah penetapan harga yang terlalu memperhatikan biaya, harga yang tidak direvisi cukup sering untuk mencerminkan perubahan pasar, penetapan harga yang tidak memperhitungkan bauran pemasaran yang lain dan harga yang tidak cukup bervariasi untuk produk, segmen pasar, dan kesempatan pembelian yang berbeda.

1. Penetapan Harga Jual

Penentuan harga ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Harga yang diterapkan harus dapat menutup semua ongkos, atau bahkan lebih dari itu, yaitu untuk mendapatkan laba. Tetapi jika harga ditentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang, volume penjualan berkurang, semua biaya mungkin tidak dapat ditutup

dan akhirnya perusahaan biasa menderita rugi. Salah satu prinsip bagi manajemen dalam penentuan harga ini adalah menitik beratkan pada kemauan pembeli untuk harga yang telah ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutup ongkos-ongkos dan menghasilkan laba.

2. Tujuan Penetapan Harga

Menurut (Ir. Agustina Shinta, M.P. 2011:102) Pada dasarnya ada 4 tujuan penetapan harga yaitu :

1. Tujuan yang berorientasi pada laba

Tujuan ini meliputi dua pendekatan yaitu maksimalisasi laba (asumsi teori ekonomi klasik) dan target laba. Pendekatan maksimalisasi laba menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk memilih harga yang bisa menghasilkan laba/keuntungan yang paling tinggi. Dalam praktiknya, sulit sekali (tidak mungkin) perusahaan bisa mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat memaksimalkan laba, apalagi dalam era persaingan global yang kondisinya sangat kompleks.

Pendekatan target laba adalah tingkat laba yang sesuai atau diharapkan sebagai sasaran laba. Ada dua jenis target laba yang biasa dipakai yaitu target margin dan target ROI (*return On Investment*). Target margin merupakan target laba suatu produk yang dinyatakan sebagai presentase yang mencerminkan rasio laba terhadap penjualan. Sedangkan target ROI merupakan target laba suatu produk yang dinyatakan sebagai rasio laba terhadap investasi total yang dilakukan perusahaan dalam fasilitas produksi dan aset yang mendukung produk tersebut.

Tujuan berorientasi pada laba ini mengandung makna bahwa perusahaan akan mengabaikan harga pesaing. Pilihan ini cocok pada kondisi sebagai berikut :

- a. Tidak ada pesaing
- b. Perusahaan beroperasi pada kapasitas produksi maksimum
- c. Harga bukan merupakan atribut yang penting bagi pembeli.

2. Tujuan yang berorientasi pada volume (*volume pricing objectives*)

Dalam tujuan ini harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target penjualan, nilai penjualan atau pangsa pasar (*absolute* maupun *relative*). Tujuan ini biasanya dilandaskan strategi mengalahkan atau mengatasi persaingan.

Contoh: Pada perusahaan penerbangan, lembaga pendidikan, perusahaan *tour and travel*, pengusaha bioskop, pemilik bisnis pertunjukan dan penyelenggaraan seminar.

3. Tujuan yang berorientasi pada citra

Citra perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Penetapan harga, baik itu penetapan harga tinggi maupun penetapan harga rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan. Dalam tujuan ini perusahaan berusaha menghindari persaingan dengan jalan melakukan diferensiasi produk atau dengan jalan melayani segmen pasar khusus.

4. Tujuan stabilisasi harga

Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dengan harga pemimpin industri (*industry leader*). Dalam tujuan ini harga didasarkan pada strategi menghadapi atau memenuhi tuntutan persaingan.

Contoh: Pada industri-industri yang produknya sangat terstandarisasi, misalnya minyak bumi.

5. Tujuan-tujuan lainnya

Harga juga dapat ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang atau mencegah campur tangan pemerintah.

3. Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Secara umum ada faktor yang perlu diperhatikan dalam penetapan harga yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal.

1. Tujuan Pemasaran Perusahaan

Faktor ini merupakan faktor utama dalam penetapan harga. Tujuan ini meliputi maksimalisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan lain - lain.

2. Strategi Bauran Pemasaran

Harga harus dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran yang lain yaitu produk, distribusi dan promosi.

3. Biaya

Biaya merupakan faktor utama yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan perusahaan agar tidak mengalami kerugian. Setiap perusahaan selalu menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel) dan jenis-jenis biaya yang lain (*opportunity cost*). Berkaitan dengan permasalahan biaya, ada tiga macam hubungan yang perlu dipertimbangkan dalam menganalisis biaya terhadap strategi penetapan harga, yaitu:

a. Resiko biaya tetap terhadap biaya variabel.

Bila proporsi biaya tetap terhadap biaya total lebih besar dari proporsi biaya variabelnya, maka penambahan volume penjualan akan sangat membantu dalam meningkatkan laba (pada kondisi *volume sensitive*), misalnya pada perusahaan penerbangan. Bila kondisi yang terjadi adalah sebaliknya disebut *price sensitive*, karena kenaikan harga sedikit saja dapat menaikkan laba yang cukup besar.

b. Skala ekonomis yang tersedia bagi perusahaan.

Bila skala ekonomis yang diperoleh oleh operasi perusahaan cukup besar, maka perusahaan yang bersangkutan perlu merencanakan peningkatan pangsa pasar dan harus memperhitungkan harapan penurunan biaya dalam menentukan harga jangka panjangnya.

c. Struktur biaya perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya

Bila perusahaan memiliki struktur biaya yang lebih rendah dari para pesaingnya, maka ia akan memperoleh laba tambahan dengan mempertahankan laba di tingkat kompetitif. Laba tambahan tersebut dapat digunakan untuk mempromosikan produknya secara agresif.

4. Organisasi

Manajemen perlu memutuskan siapa dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pihak-pihak yang biasanya berpengaruh dalam penetapan harga diantaranya adalah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.

Faktor Lingkungan Eksternal, antara lain:

1. Pengaruh dari struktur pasar yang dihadapi

- Persaingan murni (pasar tradisional) dan sempurna (informasi lebih luas, supermarket) ciri-ciri: banyak pembeli dan penjual, tidak ada yang bisa mempengaruhi harga, pembeli dan penjual merupakan pihak yang mengikuti harga (*price taker*) bukan pihak yang menetapkan harga (*price maker*), tidak ada hambatan untuk masuk pasar, mobilitas faktor produksi/jasa sangat tinggi.
- Persaingan monopolistik, ciri-ciri: ada beberapa penjual dan pembeli, ada hambatan untuk masuk pasar, disebabkan oleh: adanya keunggulan teknologi, adanya modal besar, hak paten dan perijinan, karena adanya beberapa penjual dan barang yang ditawarkan memiliki kelebihan dari segi harga, kualitas, merk, *personal selling* (sehingga dapat menentukan harga/*price maker*). Contoh: tepung terigu (Bogasari).
- Persaingan oligopolistik, ciri-ciri: sedikit penjual (2 – 10 buah) yang sangat peka terhadap strategi pemasaran, banyak pembeli, ada hambatan dalam memasuki industri, karena: ada hak paten, kebutuhan modal yang besar, pengendalian bahan baku karena perusahaan sudah

cukup populer/lama, lokasi yang strategis, perusahaan harus memberikan perhatian penuh terhadap taktik bersaing dan keinginan pelanggan sehingga perlu *market share* dan promosi. Contoh: industri minuman (Aqua, Ades, total, 2 Tang).

- Monopoli murni, ciri-ciri : hanya ada satu penjual, karena ada legalisasi dari pemerintah, harga ditetapkan secara berbeda menurut kasusnya, bila barang tersebut merupakan kebutuhan masyarakat yang sangat vital maka harga ditetapkan agar terjangkau oleh masyarakat, sedangkan persaingan monopoli – hanya ada satu sampai dua perusahaan swasta yang sudah mendapat legalisasi dari pemerintah dengan tujuan: memperluas usahanya dan menetapkan harga sesuai.

2. Persaingan

Tjiptono (2001) (Ir. Agustina Shinta, M.P. 2011:105) menyatakan, ada lima kekuatan pokok yang berpengaruh dalam persaingan suatu industri, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru.

3. Unsur - unsur lingkungan eksternal yang lain

Selain faktor-faktor tersebut di atas, perusahaan juga perlu mempertimbangkan faktor lain seperti kondisi ekonomi (resesi, inflasi, tingkat suku bunga), aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan) dan kebijakan/peraturan pemerintah.

4. Metode Penetapan Harga

Adanya metode yang dapat digunakan untuk menetapkan suatu produk tergantung dari basis yang dipilih oleh perusahaan agribisnis, ada yang berbasis pada permintaan, biaya, laba, geografis, penyesuaian harga dengan berbagai cara, antara lain :

A. Metode penetapan harga berbasis permintaan

1. *Skimming Pricing*

Strategi ini dilakukan dengan menetapkan harga yang tinggi pada suatu produk dan dilengkapi dengan gencarnya aktivitas promosi. Contoh produk yang biasanya diterapkan dengan strategi ini diantaranya adalah produk-produk yang berkaitan dengan teknologi baru (misalnya *Hand Phone*, komputer, kamera dan lain-lain)

Tujuan dari penerapan strategi ini adalah :

- a. Untuk melayani pelanggan yang tidak terlalu sensitif terhadap harga, selama belum ada persaingan.
- b. Untuk menutup biaya-biaya promosi dan riset pengembangan secepat mungkin melalui margin yang besar
- c. Untuk membatasi permintaan hingga tingkat yang tidak melampaui kapasitas produksi perusahaan.
- d. Untuk berjaga-jaga terhadap kemungkinan terjadinya kekeliruan dalam penetapan harga, karena akan lebih mudah untuk menurunkan harga awal yang dirasakan terlalu tinggi oleh konsumen daripada menaikkan harga awal yang terlalu murah agar dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan.

Skimming pricing sesuai digunakan pada kondisi sebagai berikut :

- Produk baru memiliki karakteristik yang unik/khas yang sangat diharapkan, disukai oleh konsumen dan tidak ada atau hanya sedikit tersedia produk distribusi.
- Cukup banyak pelanggan yang bersedia untuk membeli produk pada tingkat harga awal yang tinggi (biasanya untuk pelanggan yang berpenghasilan tinggi).
- Sifat permintaan yang dihadapi tidak pasti.
- Perusahaan telah mengeluarkan dana yang sangat besar untuk riset dan pengembangan suatu produk.

- Harga awal yang tinggi tersebut tidak akan menjadi daya tarik bagi masuknya para pesaing dan ada hambatan masuk bagi pesaing misalnya adanya hak paten
- Pelanggan menginterpretasikan harga tinggi sebagai indikator kualitas yang tinggi pula.
- Bila produk baru yang dihasilkan sangat inovatif sehingga pasar diperkirakan memerlukan waktu yang lama sebelum memasuki tahap kedewasaan dalam PLC.

Pedoman yang digunakan untuk menentukan seberapa tinggi *skimming price* yang akan ditetapkan adalah peluang masuknya pesaing dan elastisitas harga dalam kurva permintaan. Penentuan jangka waktu mempertahankan harga yang tinggi sangat tergantung dari aktifitas para pesaing. Bila tidak ada faktor hak paten, maka *skimming price* harus segera diturunkan pada saat ada pesaing yang masuk ke pasar. Sedangkan pada saat ada perlindungan hak paten, maka perusahaan inovator dapat menurunkan harganya sedikit demi sedikit hingga menjelang akhir masa perlindungan hak paten. Setelah masa hak paten berlalu maka perusahaan baru menjual produknya dengan harga rendah.

2. *Penetration Pricing*

Dalam strategi ini harga ditetapkan relatif rendah pada tahap awal PLC, dengan tujuan untuk meraih pangsa pasar yang besar dan sekaligus menghambat masuknya para pesaing. Dengan harga yang rendah perusahaan akan mampu mengupayakan tercapainya skala ekonomis dan menurunkan biaya per unit. Strategi ini mempunyai pandangan jangka panjang dengan mengorbankan laba jangka pendek untuk tercapainya keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Strategi ini sesuai diterapkan pada kondisi sebagai berikut :

- Produk yang ditawarkan memiliki daya tarik tertentu bagi pasar
- Harga awal yang rendah mengurangi pesaing untuk memasuki pasar

- Banyak segmen pasar yang sensitif terhadap harga
- Biaya produksi per unit dan biaya pemasaran menurun drastic seiring dengan meningkatnya volume produksi.

Ada empat bentuk harga yang biasanya digunakan dalam *Penetration Pricing* yaitu:

- Restrained Price* (harga yang dikendalikan) adalah harga yang ditetapkan dengan tujuan untuk mempertahankan tingkat harga tertentu selama periode inflasi. Dalam hal ini kondisi lingkungan menjadi dasar dalam menentukan tingkat harga yang ditetapkan.
- Elimination Price* adalah harga yang ditetapkan pada suatu tingkat tertentu yang dapat menyebabkan pesaing-pesaing tertentu keluar dari persaingan terutama untuk pesaing-pesaing yang kecil.
- Promotional price* adalah harga yang ditetapkan rendah dengan kualitas yang relatif sama, yang tujuannya adalah untuk mempromosikan produk tersebut.
- Keep-out Price* adalah harga yang ditetapkan pada suatu tingkat tertentu sehingga dapat mencegah para pesaing untuk memasuki pasar.

3. *Prestige Pricing*

Harga dapat digunakan oleh pelanggan sebagai ukuran kualitas atau prestise suatu barang/jasa. Bila harga diturunkan sampai tingkat tertentu maka permintaannya juga akan turun. Dalam metode ini harga ditetapkan pada tingkat yang tinggi sehingga konsumen yang sangat peduli dengan statusnya akan tertarik dengan produk kemudian membelinya.

Contoh: permata, emas, intan, berlian, jaket kulit dan lain-lain.

4. *Price Lining*

Price Lining digunakan bila perusahaan menjual lebih dari satu produk. Harga untuk lini produk tersebut bisa bervariasi dan ditetapkan pada tingkat harga tertentu yang berbeda.

Misalnya: pakaian wanita ditetapkan pada harga Rp. 75.000,00; Rp. 100.000,00; dan Rp. 150.000,00

Ada 2 cara yang bisa dilakukan dalam *Pricing Lining*, yaitu :

- a. Produsen menjual dengan harga yang sama kepada pengecer. Pengecer kemudian menambahkan markup yang berbeda pada masing-masing item, sehingga tingkat harganya berbeda.
- b. Produsen merancang produk dengan harga yang berbeda-beda dan pengecer menambahkan harga *markup* yang relatif sama sehingga harga jual yang ditawarkan kepada konsumen akhir dan akan bervariasi.

5. *Odd–Even Pricing*

Adalah penetapan harga yang besarnya mendekati jumlah genap tertentu, misalnya Rp 9.975,00 yang masih dianggap pada kisaran Rp. 9.000,00– an bukan Rp. 10.000,00 pada prakteknya memang untuk satuan atau kuantitas yang kecil, cara ini kurang bisa mengenai sasaran, namun bila menyangkut satuan dan kuantitas yang besar serta dikaitkan dengan berbagai macam produk lainnya, maka hasilnya menjadi lebih efektif.

6. *Demand–Backward Pricing*

Cara ini dilakukan dengan cara, mula-mula perusahaan memperkirakan suatu tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen untuk produk-produk yang relatif mahal, kemudian menentukan margin yang harus dibayar dibayarkan kepada *retailer* dan *wholesaler*, setelah itu baru menentukan harga jualnya. Berdasarkan harga tertentu kemudian perusahaan menentukan kualitas komponen-komponen produknya sehingga produk di desain sedemikian rupa untuk dapat memenuhi target harga yang ditetapkan.

7. *Bundle Pricing*

Cara ini merupakan cara pemasaran dua atau lebih produk dalam satu harga paket. Misalnya *travel agency* menawarkan paket liburan yang mencakup transportasi, akomodasi dan konsumsi. *Bundle Pricing* didasarkan pada pandangan bahwa konsumen lebih menghargai nilai suatu paket tertentu secara keseluruhan daripada nilai masing-masing item secara individual. Cara ini akan

memberikan keuntungan yang besar bagi penjual maupun pembeli. Penjual dapat menekan biaya pemasarannya dan pembeli dapat menghemat biaya total.

B. Metode penetapan harga berbasis biaya

1. *Standart Mark-up Pricing*

Dalam cara ini, harga ditentukan dengan cara menambahkan presentase tertentu dari biaya pada semua item pada suatu kelas produk. Misalnya pakaian diberi tambahan 15% sedangkan arloji 20%. Biasanya untuk produk-produk yang mempunyai tingkat perputaran tinggi diberi *markup* yang lebih kecil daripada produk yang mempunyai tingkat perputaran rendah. *Markup* yang ditetapkan biasanya semakin besar jika produk tersebut semakin mendekati konsumen karena semakin dekat dengan konsumen akhir maka penjual hanya memiliki produk dalam volume kecil dan harus menyediakan berbagai macam pelayanan atau perhatian individual kepada pembeli.

2. *Cost Plus Percentage of Cost Pricing*

Dalam cara ini, perusahaan menambahkan presentase tertentu terhadap biaya produksi atau konstruksi. Cara ini sering digunakan untuk menentukan harga satu item atau beberapa item. Metode penetapan harga ini mengabaikan permintaan dan harga pesaing yang kemungkinan besar tidak menghasilkan harga terbaik. Ada beberapa keuntungannya bila menggunakan metode *Price Cost plus* ini, yaitu:

- Penjual lebih memastikan soal biaya ketimbang soal permintaan. Dengan meningkatkan harga pada biaya, pedagang mempermudah penetapan harga— mereka tidak perlu sering melakukan penyesuaian harga kalau terjadi perubahan permintaan.
- Kalau semua perusahaan dalam industri menggunakan metode penetapan ini, harga cenderung seragam dan persaingan diminimalkan.
- Banyak orang merasa bahwa penetapan harga dengan menambahkan angka pada biaya lebih wajar bagi pembeli dan penjual. Penjual

memperoleh pengembalian yang wajar atas investasinya tetapi tidak mengambil keuntungan dari pembeli ketika permintaan naik.

3. *Cost Plus Pricing*

Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost-plus pricing* yaitu penentuan harga jual dengan cara menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu *persentase markup* (tambahan diatas jumlah biaya) yang dihitung dengan formula tertentu.

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

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

(sumber : Mulyadi, 2001:79)

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 ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan *persentase markup*.

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

$\text{Harga Jual per Unit} = \text{Total Biaya yang Berhubungan} + \% \text{ Mark Up}$

(sumber : Mulyadi, 2001:80)

1. Metode *Break Even Point*

Sebuah metode penetapan harga yang didasarkan pada permintaan pasar dan masih mempertimbangkan biaya adalah penetapan harga *break-even*. Perusahaan dapat dikatakan dalam keadaan *break-even* bilamana penghasilan yang diterima sama dengan ongkosnya, dengan anggapan bahwa harga jualnya sudah tertentu. Menurut metode ini, perusahaan akan mendapatkan laba bilamana penjualan yang didapat berada diatas titik *break-even* (titik pas-pasan), jika penjualan berada dibawah titik *break-even*, maka perusahaan akan menderita rugi.

Metode penetapan harga *berak-even* ini dapat diterapkan dengan menggunakan beberapa anggapan tertentu, yaitu :

- Seluruh biaya dapat digolongkan ke dalam biaya *variabel* dan biaya tetap.
- Seluruh barang yang diprouksi akan terjual.
- Biaya *variabel* per unitnya tetap.

2. Metode Harga yang Ditetapkan Atas Dasar Kekuatan Pasar

Dalam hal ini, penentuan harga tidak didasarkan pada biaya, tetapi justru harga yang menentukan biaya bagi perusahaan. Penjual atau perusahaan dapat menentukan harga sama dengan tingkat harga pasar agar dapat ikut bersaing, atau dapat juga ditentukan lebih tinggi atau lebih rendah dari tingkat harga dalam persaingan.

a. Penetapan harga jual sama dengan pesaing

Penetapan harga jual memang lebih menguntungkan jika dipakai pada saat harga pesaing itu tinggi . Dan penetapan harga yang demikian pada umumnya digunakan oleh penjual untuk barang – barang standar.

b. Penetapan harga di bawah pesaing

Penetapan harga seperti ini biasanya dipakai oleh para pengecer dan seringkali produsen tidak mengetahui adanya praktek demikian. Para pengecer umumnya berpendapat bahwa *mark up* (keuntungan)

yang lebih rendah akan menghasilkan volume penjualan yang tinggi. Metode ini merupakan metode terbaik bagi perusahaan untuk memasuki pasar baru sehingga dengan demikian banyak pengecer mengarahkan cara ini khusus untuk barang – barang yang permintaanya elastis.

c. Penetapan harga di atas pesaing

Seringkali produsen dan pengecer menetapkan harga produknya di atas tingkat harga pasar. Penetapan harga demikian memang digunakan oleh perusahaan yang sudah memiliki reputasi atau perusahaan yang memiliki barang – barang *prestise*. Hal ini dilatar belakangi suatu pertimbangan bahwa seringkali konsumen kurang memperhatikan harga dalam pembeliannya, tetapi konsumen lebih mengutamakan kualitas / faktor *prestise* yang akan diperoleh dari barang tersebut.

5. Informasi Biaya Penuh

Menurut Mulyadi (2001;16) dalam bukunya “Akutansi Manajemen” Informasi Biaya Penuh dapat mencakup informasi masa lalu maupun masa yang akan datang. Informasi biaya penuh mencakup informasi aktiva, pendapatan, dan/atau biaya. Informasi biaya penuh selalu dihubungkan dengan objek informasi yang dapat berupa satuan usaha, produk, departemen atau aktivitas.

Informasi biaya penuh yang berisi informasi masa yang lalu bermanfaat untuk : pelaporan informasi keuangan kepada manajemen puncak dan pihak luar perusahaan, analisis kemampuan untuk menghasilkan laba, pemberian jawaban atas pertanyaan “berapa biaya yang dikeluarkan untuk sesuatu dan penentuan harga jual. Informasi biaya penuh yang berisi informasi di masa yang akan datang bermanfaat : penyusunan program, penentuan harga jual normal, penentuan harga transfer serta penentuan harga jual yang diatur oleh pemerintah.

Manfaat Informasi Biaya Penuh dalam Keputusan Harga Jual

Penentuan harga yang berdasarkan biaya banyak digunakan oleh perusahaan, karena perusahaan dapat mengetahui batas minimal yang harus ditetapkan terhadap harga jualnya. Menurut Mulyadi (2001:346), manfaat informasi biaya penuh bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual :

- a. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan.
- b. Biaya penuh merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.
- c. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya perusahaan pesaing.
- d. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

2.5 Penyusutan

Aset tetap yang dipakai untuk operasi bisnis perusahaan mengalami penurunan nilai manfaatnya, untuk memperjelas nilai aset dalam tiap periode, akuntansi memberikan cara untuk menghitung nilai penurunan aset tetap. Menurut Muawanah dkk (2008 : 545) Penyusutan atau depresiasi merupakan cara untuk mengalokasikan seberapa penurunan nilai dari aset tersebut untuk masing-masing periode yang dilalui, penyusutan bukan merupakan penilaian tapi merupakan alat untuk alokasi biaya perolehan nilai aset. Penyusutan bisa didefinisikan sebagai proses akuntansi untuk mengalokasikan biaya perolehan (cost) aset sebagai beban dengan cara yang sistematis dan rasional dalam periode-periode yang mengambil manfaat dari penggunaan aset tersebut.

1. Faktor-Faktor Perhitungan Penyusutan

a. Umur Manfaat

Kemampuan kapasitas produksi dari aset yang digunakan dalam operasi bisa disebut sebagai umur manfaat aset, dan juga perkiraan produksi bisa disebut umur manfaat. Terdapat perbedaan mendasar antara umur manfaat suatu aset dengan umur fisiknya, seperangkat mesin mungkin secara fisik mampu memproduksi suatu produk tertentu selama bertahun-tahun diluar umur manfaatnya, tetapi mesin itu tidak digunakan untuk seluruh tahun itu karena biaya memproduksi produk dalam tahun-tahun terakhir mungkin terlalu tinggi.

b. Nilai Sisa (Nilai Residu)

Taksiran jumlah yang akan diterima pada saat aset itu dijual atau ditarik dari penggunaannya bisa disebut sebagai nilai pelepasan (disposal) atau nilai sisa atau nilai residu aset. Aset harus dikurangkan nilainya atau disusutkan sampai sejumlah itu selama umur kegunaannya. Untuk menggambarkan jika aset mempunyai biaya Rp 100.000.000,00 dan nilai residu Rp 10.000.000,00 maka dasar penyusutannya adalah Rp 90.000.000. Nilai sisa kadang diperhitungkan nol karena nilainya kecil, aset yang berumur panjang mempunyai nilai sisa yang besar.

2. Metode – Metode Penyusutan

Menentukan beban penyusutan harus disesuaikan dengan dengan jenis aset, juga dipilih metode penyusutan yang tepat, karena akuntansi mensaratkan metode penyusutan yang digunakan harus sistematis dan rasional.

Ada beberapa metode yang secara teknis dapat dijadikan rujukan dalam penyusutan antara lain :

- a. Metode Aktivitas (unit produksi)
- b. Metode Garis Lurus
- c. Metode Jumlah Angka Tahun
- d. Metode Saldo Menurun.

a. Metode Aktivitas (Unit Produksi)

Metode ini mengasumsikan bahwa penyusutan merupakan fungsi dari produktifitas aset, bukan dari berlalunya waktu yang dilewati oleh aset. Umur manfaat diperhitungkan dari satuan keluaran (output) produksi atau masukan (input) seperti jumlah jam dalam berproduksi. Berikut ini adalah rumus penyusutan berdasarkan metode Aktivitas sebagai berikut :

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Taksiran Total Jam}} \times \text{Jumlah Jam Tahun ini}$$

b. Metode Garis Lurus

Metode garis lurus (straight line method) menggunakan waktu sebagai pertimbangan dalam penyusutan, bukan fungsi dari manfaat produksi. Metode ini secara konsep dipandang tepat karena banyak perusahaan menggunakannya karena metode ini sederhana. Berikut ini adalah rumus penyusutan berdasarkan metode Garis Lurus sebagai berikut :

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Taksiran Umur Ekonomis}}$$

c. Metode Jumlah Angka Tahun

Metode jumlah angka tahun menghasilkan beban penyusutan yang menurun berdasarkan pecahan yang menurun dari dasar penyusutan (biaya semula dikurangi nilai sisa). Setiap pecahan menggunakan jumlah tahun sebagai penyebut ($5+4+3+2+1=15$) atau pecahan tersebut bisa dihitung dengan rumus $n(n+1)/2$. Jika umur ekonomis 5 tahun maka pecahan tersebut

adalah $5(5+1)/2 = 15$ dan jumlah taksiran umur kegunaan yang tersisa pada awal tahun sebagai pembilang. Metode ini pembilang menurun tahun demi tahun meskipun penyebutnya tetap konstan (5/15, 4/15, 3/15, 2/15, 1/15). Pada akhir kegunaan umur aset tersebut saldo tersisa harus sama dengan nilai sisa. Berikut ini adalah rumus penyusutan berdasarkan metode Jumlah Angka Tahun sebagai berikut :

$$\text{Penyusutan} = \frac{(\text{Biaya} - \text{Nilai Sisa}) \times \text{Umur}}{\text{Total Jumlah Tahun Umur Aset}}$$

d. Metode Saldo Menurun

Metode ini biasa disebut Declining balance method, yang menggunakan tarif penyusutan dinyatakan dengan (%) prosentase, yang berupa kelipatan dari garis lurus (misal 1/10 disebut 10%). Tarif saldo menurun tetap konstan, dan diterapkan pada nilai buku yang menurun setiap tahun, dan nilai sisa tidak dikurangkan dalam menghitung dasar penyusutan. Tarif saldo menurun dikalikan dengan nilai buku aset itu pada awal setiap periode, karena nilai buku dari aset itu dikurangi setiap periode dengan beban penyusutan, tarif saldo menurun konstan diterapkan pada nilai buku yang terus menurun yang menghasilkan beban penyusutan yang makin rendah setiap tahunnya. Proses ini berlangsung terus sampai nilai buku aset itu berkurang sampai taksiran nilai sisanya pada saat penyusutan aset itu dihentikan. Berikut ini adalah rumus penyusutan berdasarkan metode Saldo Menurun sebagai berikut :

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Harga Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Taksiran Umur Aset}}$$

Perbedaan antara metode jumlah angka tahun dengan metode saldo menurun adalah dalam hal cara perhitungan penyusutan aktiva tetap. Metode ini menggunakan perbandingan (*rasio*) antara sisa umur kegunaan dengan jumlah angka tahun dari umur kegunaan aktiva tetap yang bersangkutan. Rasio tersebut setiap periodenya tidak sama besarnya tergantung dari sisa umur kegunaan aktiva yang bersangkutan. Untuk menghitung penyusutan setiap periode, rasio dalam periode yang bersangkutan dikalikan dengan harga perolehan aktiva tetap yang dibebani penyusutan (harga perolehan dikurangi taksiran nilai residu).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggambarkan langkah-langkah atau kerangka pikiran yang akan dijalankan pada penelitian ini. Tujuan dari pembuatan metodologi penelitian ini adalah agar proses dalam penelitian ini terstruktur dengan baik dan dapat mencapai sarasannya. Metodologi penelitian ini terdiri dari tahapan-tahapan proses penelitian atau urutan-urutan langkah yang harus dilakukan oleh peneliti dalam menjalankan penelitiannya. Adapun metodologi penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.1 Jenis Data

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

1. Data Kuantitatif

Data yang berupa angka-angka atau jumlah dengan satuan ukur yang dapat diukur secara matematis. Data kuantitatif yang digunakan adalah data keuangan PT Nusa Indah Jaya Utama periode 2014-2017.

2. Data Kualitatif

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

Untuk melakukan penelitian penetapan harga jual pada PT Nusa Indah Jaya Utama, penulis memerlukan data keuangan dari jenis laporan laba/ rugi dari tahun 2014 s.d. tahun 2017 sebagai dasar untuk menghitung penetapan harga jual produk menurut metode *full costing*.

3.2 Sumber Data

1. Data Primer

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Adapun data primer diperoleh langsung dari objek yang diteliti berupa hasil wawancara dengan pihak perusahaan yang memiliki pemahaman dalam perhitungan harga pokok produksi. Wawancara ini dilakukan dengan pimpinan produksi yaitu Bapak Sutarman yang merupakan bagian yang dianggap paling memiliki pemahaman terhadap permasalahan yang diteliti dan mendapatkan data perusahaan dari Bapak Machruzar selaku manajer personalia berupa data jumlah karyawan, data gaji karyawan, daftar harga barang, data penjualan selama 4 tahun terakhir, data mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, tugas dan fungsi serta fasilitas yang dimiliki perusahaan. Serta laporan keuangan dari Ibu Indah yang meliputi biaya-biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik perusahaan, biaya administrasi umum dan biaya pemasaran.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada, secara tidak langsung namun melalui perantara (diperoleh dan dicatat pihak lain). Dalam hal ini data sekunder yang diperoleh oleh penulis yaitu :

➤ Referensi Buku

- Akuntansi Biaya (Ony W, Sonny W, Sri Dewi A, 2012)
- Akuntansi Biaya (Sofia PD, Septian BK, Elizabeth SD, 2015)
- Akuntansi Biaya : Pengumpulan biaya dan Penentuan Harga Pokok (Supriyono, 1999)
- Akuntansi Biaya (Dunia, Firdaus, Wasilah, 2011)
- Akuntansi Manajemen (Dra. Indriyati, MSA., Ak., CA., 2017)
- Analisis Laporan Keuangan (V. Wiratna S, 2017)
- Manajemen Pemasaran (Ir. Agustina Shinta MP, 2011)

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Studi lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung pada perusahaan yang menjadi objek penelitian yang dilakukan pada saat praktek kerja lapangan dari tanggal 2 Januari 2018 hingga 28 Februari 2018 (data terlampir). Selain itu juga melakukan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada pimpinan perusahaan maupun karyawan mengenai data yang ada sesuai dengan masalah yang akan dibahas. Sehingga data yang diperoleh berupa informasi yang relevan dengan penelitian.

2. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari, mengumpulkan, membaca dan mempelajari serta memahami literatur referensi yang bersumber dari buku, jurnal, makalah dan sumber lainnya yang relevan dengan permasalahan yang dikaji guna mendapatkan kejelasan konsep dan landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan.

3. Studi dokumentasi

Dokumen merupakan sebuah tulisan yang memuat informasi. Dimana informasi tersebut merupakan data primer yang diperoleh langsung dari perusahaan seperti dokumen mengenai profil perusahaan, data biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik yang dikeluarkan dalam proses produksi *Plate Rear Axle Housing*.

3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah didapat dari penelitian ini dihitung dengan menggunakan perhitungan harga pokok produksi, yaitu dengan menggunakan metode *full costing* untuk menentukan harga jual kepada konsumen. Hal ini dilakukan untuk menelusuri objek biaya langsung dan tidak langsung serta mengetahui biaya *overhead* pabrik dari perusahaan tersebut. Hasil perhitungan kemudian dianalisis untuk dijadikan dasar penetapan harga pokok produksi yang paling efektif dan efisien bagi perusahaan. Analisis data yang digunakan dalam metode *full costing* pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Perhitungan laporan laba rugi menggunakan metode *full costing* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Hasil Penjualan		xxxx
Biaya Bahan Baku	xxxx	
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxxx	
BOP Variabel	xxxx	
BOP Tetap	xxxx +	
Harga Pokok Produksi	xxxx	
Harga Pokok Penjualan		xxxx -
Laba Bruto		xxxx
Biaya Administrasi dan umum	xxxx	
Biaya Pemasaran	xxxx +	
Biaya Usaha		xxxx -
Laba Bersih Usaha		xxxx

- b. Perhitungan Penetapan Harga Jual

Menurut Mulyadi (2001:79-80) Dalam penetapan harga jual tersebut menggunakan harga biaya plus (*cost plus pricing method*). Maka dapat kita hitung dengan rumus harga biaya plus sebagai berikut:

$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \% \text{ Mark Up}$

Dalam penentuan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* semua unsur biaya harus diperhitungkan baik biaya produksi maupun biaya non produksi yang akan menghasilkan biaya total atau total harga pokok produksi adapun perhitungan biaya total yaitu:

Biaya Total = Biaya produksi + Biaya non produksi
--

Selanjutnya harga jual dihitung dengan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing* yaitu dengan cara menjumlahkan total taksiran biaya total dengan mark up (%) kemudian dibagi dengan volume produksi. Maka perhitungannya sebagai berikut :

Markup =	$\frac{\text{Biaya non produksi} + \text{Laba yang diharapkan}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$
-----------------	--

Atau

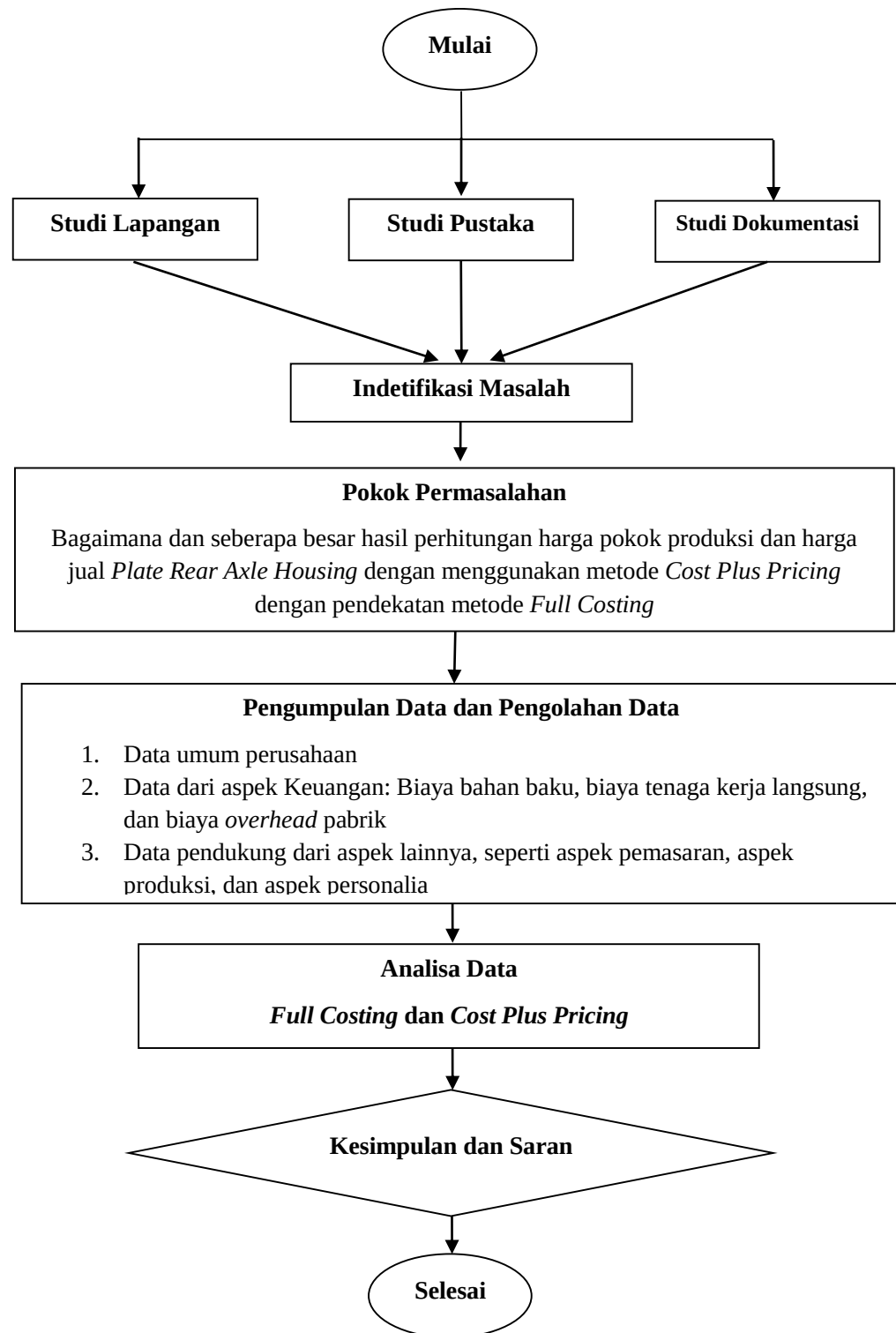
Markup =	$\frac{\text{Biaya non produksi} + (y\% \times \text{Aktiva penuh})}{\text{Biaya produksi}}$
-----------------	--

Maka

Harga jual produk per unit =	$\frac{\text{Total biaya produksi} + \% \text{ Mark up}}{\text{Volume Produksi}}$
-------------------------------------	---

3.5 Kerangka Berpikir

Secara sederhana teknik analisis data tersebut dapat digambarkan dalam kerangka berpikir berikut ini :



BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Profil Perusahaan

PT Nusa Indah Jaya Utama merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha pembuatan *subparts* otomotif untuk kendaraan roda empat maupun roda dua. Produk yang dihasilkan berupa subparts dari komponen seperti transmisi, suspensi, rem, radiator, fuel injection, dan rangka kendaraan roda 2 merk TVS. Perusahaan ini didirikan oleh bapak H. M. Kusnadi pada tahun 1974 yang sebelumnya bergerak dalam penanganan limbah besi dari kapal – kapal tua. Sejak tahun 2007 perusahaan telah merubah bidang bisnisnya (core bisnis) menjadi produk *stamping* logam yang terletak di Jl. Laskar No. 49 Pekayon Jaya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat.

Dalam produksinya, PT Nusa Indah Jaya Utama menggunakan mesin *press* dengan besaran kapasitas 25 ton hingga 315 ton dan telah menerapkan standar manajemen mutu internasional untuk pengendalian mutu produk, berupa ISO 9001:2015. PT Nusa Indah Jaya Utama sangat menjaga kualitas produk yang telah dihasilkan dan telah melakukan pengiriman yang tepat waktu dan memberikan garansi berupa *repair* produk jika terjadi kerusakan pada saat proses pengiriman.

PT Nusa Indah Jaya Utama telah memiliki legalisasi perusahaan berupa SIUP, NPWP, TDP, AHU Tahun 2012. Dan telah menerapkan standar internasional manajemen lingkungan berupa ISO 14001:2015.

Tabel IV.1 Profil Perusahaan PT Nusa Indah Jaya Utama

Nama Perusahaan	PT. Nusa Indah Jaya Utama
Nama Pemilik	Bpk H.M Kusnadi
Jenis Usaha	Stamping and Manufacturing (Komponen Parts Otomotif)
Alamat Usaha	Jl. Laskar No. 49 Pekayon Jaya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat.
Jumlah Tenaga Kerja	73 Orang
Moda Awal	Rp 1.900.000.000
Tahun Berdiri	1974, berubah menjadi PT 2007
Telepon & Fax	(021) 82411782
Perizinan	1. SIUP: 510/656-BPPT/PM/IX/2013 2. NPWP No: 02.182.710.0-006.000 3.TDP: 102614611073 4. AHU: 12765.AH.02.Tahun 2012
Sertifikat	1. ISO 9001 : 2015 2. OHSAS 18001 : 2007 3. ISO 14001 : 2015

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.1.2 Visi, Misi dan Logo Perusahaan

Visi : Menjadi Supplier Terbaik untuk Perusahaan Stamping dan Manufaktur Komponen Roda 2 dan Roda 4.

Misi : Membangun perusahaan yang mampu menciptakan lapangan kerja berkualitas bagi sebanyak mungkin masyarakat Indonesia dengan mengusung nilai - nilai berikut :

1. Pengembangan kompetensi karyawan secara berkelanjutan.
2. Mengupayakan pertumbuhan *financial*, Intelektual dan Citra perusahaan yang konsisten serta melakukan investasi kembali ke dalam bisnis yang dijalankan, dan
3. Mempertahankan standar kode etik yang tinggi dalam aktivitas bisnis.

Berikut adalah lambang PT. Nusa Indah Jaya Utama:



Gambar IV.1 Lambang Perusahaan PT Nusa Indah Jaya Utama

(Sumber: PT Nusa Indah Jaya Utama)

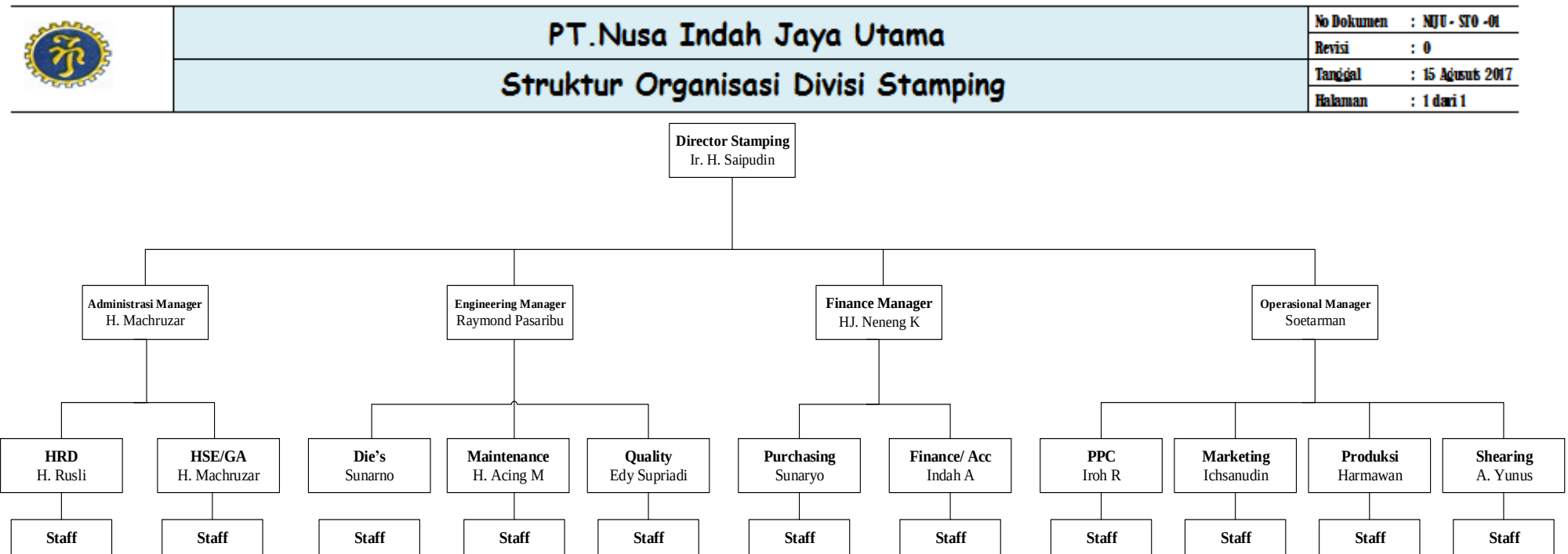
4.1.3 Sejarah Perusahaan

Berikut adalah uraian dari sejarah perkembangan PT Nusa Indah Jaya Utama :

- ✓ Tahun 1974 : Tahun berdirinya perusahaan, yang didirikan oleh Bapak H. M Kusnadi dengan nama CV Nusa Indah. Pada awalnya perusahaan ini bergerak dalam penanganan limbah besi dari kapal - kapal tua.
- ✓ Tahun 1976 : CV Nusa Indah Indah bekerja sama dengan PT. Mitsubishi Kramayudha Motors (PT. MKM) dalam penanganan limbah / *Scrapstamping* mobil *colt* yang diproduksi pertama di Indonesia.
- ✓ Tahun 1978 : CV Nusa Indah telah menjadi rekanan tetap PT. MKM khususnya dibagian penanganan pengerjaan *part* komponen mobil *colt* yang bertempat di *work shop*.
- ✓ Tahun 1980 : CV. Nusa Indah mendapatkan pekerjaan tambahan dalam pembuatan *packing part* komponen dalam bentuk CKD (*Complete Knock Down*) yang dikirim untuk *supplier* PT. MKM.
- ✓ Pada tahun 1991 : CV. Nusa Indah pindah lokasi ke jalan Pulogebang dengan luas area 1350m² yang bergerak dalam pengerjaan komponen mitsubishi dan CV. Nusa Indah mendapat rekanan baru yaitu PT. Daihatsu Motor Indonesia.

- ✓ Tahun 2007 : CV Nusa Indah berubah menjadi PT Nusa Indah Jaya Utama dan berpindah alamat ke Jalan Laskar 49 Pekayon, Bekasi Selatan dengan luas area 3000m².
- ✓ Tahun 2013 : Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Menengah untuk PT. Nusa Indah Jaya Utama sendiri keluar dengan Nomor: 510/656-BPPT/PM/IX/2013 dan PT Nusa Indah Jaya Utama mulai menggunakan mesin *medium press* yang didatangkan dari China dan Korea.
- ✓ Tahun 2014 : PT Nusa Indah Jaya Utama mulai menggunakan mesin *medium press hydraulic* dengan kapasitas 200 - 315 ton untuk menjadi *vendor* PT Gemala Kempa daya, PT Fuji teknika Indonesia juga PT IPPI.
- ✓ Tahun 2017 : PT Nusa Indah Jaya Utama melakukan perbaikan sistem dengan cara menerapkan sistem manajemen mutu dan sistem manajemen lingkungan hidup serta melakukan pelatihan – pelatihan untuk meningkatkan kesadaran akan kesehatan dan keselamatan kerja kepada pegawai pada saat bekerja yang dibuktikan dengan lulus audit sertifikasi oleh lembaga sertifikasi ISO dan mendapatkan sertifikat ISO.

4.1.4 Struktur Organisasi



Gambar IV.2 Struktur Organisasi PT Nusa Indah Jaya Utama Divisi Stamping

(Sumber : Data PT. Nusa Indah jaya Utama, 2018)

4.1.5 Job Description

Berikut ini adalah *job description* yang ada pada struktur organisasi di PT Nusa Indah Jaya Utama divisi stamping, yaitu sebagai berikut :

1. *Director Stamping*

Departemen : Perusahaan

Berwewenang kepada : Seluruh Operasional Perusahaan

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Menetapkan Kebijakan Mutu, K3 dan Lingkungan serta Sasaran Mutu dan Program.
- b. Menentukan Struktur Organisasi PT. Nusa Indah Jaya Utama.
- c. Menetapkan Surat Keputusan penunjukan dan pemberhentian personil.
- d. Menentukan uraian tanggung jawab dan wewenang personil PT. Nusa Indah Jaya Utama,
- e. Menetapkan Surat Keputusan pengangkatan Wakil Manajemen (*Working Group*).
- f. Mengkoordinir kegiatan manajemen perusahaan dan memimpin rapat tinjauan manajemen.
- g. Menetapkan dan menyetujui kontrak kepada pelanggan.
- h. Menentukan kebijakan dan mengambil keputusan terhadap manajemen.

2. *Administration Manager*

Departemen : *Stamping Division*

Berwewenang kepada : Operasional yang menjadi bawahannya
(Personalia, GA dan HSE)

Tugas dan fungsinya adalah:

- a. Membuat perencanaan strategis operasional perusahaan berkaitan dengan sumberdaya.
- b. Mengesahkan Perencanaan pelatihan karyawan untuk *skill up* karyawan.

- c. Mengesahkan Perencanaan perawatan infrastruktur perusahaan.
- d. Mengesahkan dan mengkampanyekan *Sign sign* perencanaan pengendalian K3.
- e. Memonitor dan melengkapi kebutuhan sumberdaya manusia.
- f. Melakukan pengawasan dan realisasi proses rekrutmen karyawan.
- g. Berupaya melaksanakan operasional perusahaan sesuai dengan peraturan perundangan.

3. *Section Head HRD*

Departemen : *Stamping Division*

Berwewenang kepada : Karyawan dan Staf HRD

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Melakukan komunikasi dengan karyawan untuk mendapatkan masukan yang lebih baik.
- b. Mengkoordinir kegiatan administrasi berkaitan dengan pelaksanaan pendataan biodata karyawan.
- c. Berkoordinasi dengan seluruh bagian untuk mendapatkan data karyawan yang akan dilakukan pelatihan.
- d. Melakukan evaluasi terhadap karyawan yang telah melakukan pelatihan.
- e. Bersama *Manager* terkait, melakukan penilaian kinerja karyawan untuk kebutuhan apresiasi.
- f. Melakukan sosialisasi dan monitoring kepada karyawan tentang peraturan perusahaan.

4. *Section Head HSE*

Departemen : *Stamping Division*

Berwewenang kepada : Karyawan dan Staf HSE

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Melakukan identifikasi terhadap potensi terjadinya kecelakaan kerja.

- b. Melakukan sosialisasi *Sign sign* keselamatan kerja melalui spanduk – spanduk.
- c. Melakukan patrol ketaatan terhadap sarana penunjang keselamatan kerja karyawan (*Safety Patrol*).
- d. Melaporkan hasil *Safety Patrol* dalam rapat pimpinan untuk ditindak lanjuti oleh dept terkait.
- e. Melakukan perawatan secara berkala terhadap sarana keselamatan dan kesehatan kerja.
- f. Memberikan pelatihan terhadap karyawan tentang antisipasi kecelakaan termasuk kebakaran.

5. *Manager Technical*

Departemen : *Stamping Division*

Berwewenang kepada : Operasional yang menjadi bawahannya
(*QC, MTC, dan MTC M/E*)

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Membuat perencanaan strategis operasional perusahaan berkaitan dengan Mutu Produk dan Mesin.
- b. Mengesahkan Perencanaan perawatan *Dies* dan alat *check*.
- c. Mengesahkan perencanaan perawatan mesin dan alat penunjang.
- d. Monitor terhadap pencapaian kualitas yang di buat dept produksi.
- e. Bersama *Section Head* melakukan analisa terhadap masalah kualitas yang muncul.
- f. Bersama *Section Head* melakukan analisa terhadap masalah Mesin dan *Dies* yang muncul.
- g. Membuat laporan bulanan tentang kualitas produk, Mesin dan *Dies*.

6. *Section Head Quality Control*

Departemen : *Stamping Division*

Berwewenang kepada : Staf *QC* dan *Inspector*

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Melakukan pengecekan terhadap *material incoming*, *part in proses*, dan *part out going*.
- b. Melakukan identifikasi terhadap masalah kualitas *part incoming*, *inproses* dan *out going*.
- c. Melakukan tindakan perbaikan terhadap masalah kualitas produk yang di buat oleh produksi.
- d. Melaporkan hasil temuan kualitas produk *incoming*, *inproses* dan *out going* kepada *Manager Technical*.

7. *Section Head Maintenance Dies*

Departemen : *Stamping Division*

Berwenang kepada : Staf *MTC Dies*

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Membuat *list dies* yang di gunakan untuk proses produksi.
- b. Membuat perencanaan perawatan *dies* secara berkala.
- c. Melakukan perawatan *dies* secara berkala.
- d. Melaporkan hasil perawatan *dies* kepada *Manager Technical*.

8. *Section Head Maintenance Machine*

Departemen : *Stamping Division*

Berwenang kepada : Staf *MTC Machine*

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Membuat *list machine* dan alat yang di gunakan untuk proses produksi.
- b. Membuat perencanaan perawatan *machine* dan alat secara berkala.
- c. Melakukan perawatan *machine* dan alat secara berkala.
- d. Melaporkan hasil perawatan *machine* dan alat kepada *Manager Technical*.

9. *Manager Finance*, tugasnya adalah:

Departemen : *Stamping Division*

Berwenang kepada : Operasional yang menjadi bawahannya

(*Purchasing dan Accounting*)

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Membuat perencanaan strategis operasional perusahaan berkaitan dengan Pembelian dan Administrasi Keuangan.
- b. Mengesahkan Perencanaan Seleksi dan Evaluasi *Supplier*.
- c. Mengesahkan Perencanaan *management* keuangan dan pajak.
- d. Monitor terhadap proses seleksi dan evaluasi *supplier*.
- e. Monitor pelaksanaan pembayaran ke *Supplier* dan penagihan ke pelanggan.
- f. Bersama *Section Head* Melakukan analisa masalah berkaitan dengan *supplier* dan keuangan.
- g. Membuat laporan bulanan tentang Seleksi dan evaluasi *supplier* dan laporan keuangan.

10. *Section Head Purchasing*

Departemen : *Stamping Division*

Berwenang kepada : Staf *Purchasing*

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Membuat perencanaan dan melakukan proses seleksi terhadap *supplier* baru sebelum melakukan pembelian barang.
- b. Membuat perencanaan dan evaluasi terhadap *supplier* yang sudah ada.
- c. Melaporkan hasil seleksi dan evaluasi *supplier* kepada *Manager Finance*.

11. *Section Head Accounting*

Departemen : *Stamping Division*

Berwenang kepada : Staf *Accounting*

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Membuat perencanaan dan melakukan proses pembayaran ke *supplier*.

- b. Membuat perencanaan dan melakukan proses penagihan ke *pelanggan*.
- c. Membuat rekapitulasi dan perhitungan pajak.
- d. Membuat laporan bulanan keuangan.
- e. Melaporkan laporan bulanan keuangan kepada *Manager Finance*.

12. *Manager Operational*, bertanggung jawab terhadap:

Departemen : *Stamping Division*

Berwewenang kepada : Operasional yang menjadi bawahannya
(*PPC, MKT, Prod Stamping & Shearing*)

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Membuat perencanaan strategis operasional perusahaan.
- b. Mengesahkan *Planning Delivery* dan *Planning* Produksi
(*Stamping, Coating, Shearing*)
- c. Monitor pencapaian *Delivery* dan Produksi.
- d. Memberikan solusi jika ada masalah *Delivery* dan Produksi.
(*Stamping, Coating, Shearing*)
- e. Membuat strategi *Marketing*.
- f. Monitoring Pencapaian *Marketing*

13. *Section Head PPC* (*Product Planning Control*)

Departemen : *Stamping Division*

Berwewenang kepada : Karyawan dan Staf *PPC*

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Melakukan komunikasi dengan *marketing* untuk mendapatkan informasi *order*.
- b. Mengolah informasi *order* dari *marketing* menjadi *planning* produksi dan *delivery*.
- c. Mendistribusikan *planning* produk dept produksi.
- d. Menyiapkan *raw material* untuk kebutuhan proses produksi.
- e. Melakukan *monitoring* pencapaian proses produksi dan kebutuhan *raw material*.

- f. Melakukan dan membuat *planning delivery* dan realisasinya.

14. *Section Head Marketing*

Departemen : *Stamping Division*

Berwewenang kepada : Karyawan dan Staf *Marketing*

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Melakukan komunikasi langsung dengan pelanggan untuk mendapatkan *order*.
- b. Mengkoordinir kegiatan administrasi berkaitan dengan pelaksanaan *marketing*.
- c. Mengkoordinasikan dengan bagian PPC dan produksi berkaitan dengan *order* yang di dapat.
- d. Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan sesuai dengan prosedur yang telah di tetapkan.
- e. Melakukan penanganan keluhan pelanggan sesuai dengan prosedur yang telah di tetapkan.
- f. Melakukan *monitoring* terhadap pencapaian *marketing*.

15. *Section Head Production Stamping, Coating and Shearing.*

Departemen : *Stamping Division*

Berwewenang kepada : Seluruh karyawan Produksi *Stamping* dan *Shearing*

Tugas dan fungsinya adalah :

- a. Menjalankan proses produksi sesuai dengan *planning* yang sudah di buat oleh bagian PPC.
- b. Menyiapkan palet untuk penempatan *material* sebelum proses dan hasil proses.
- c. Menuliskan label pada barang hasil proses.
- d. Membuat laporan hasil proses produksi sesuai dengan hasil produksi.

- e. Membuat laporan masalah jika dalam proses produksi terjadi masalah.
- f. Menyerahkan barang hasil proses produksi ke bagian PPC di sertai bon serah terima barang.
- g. Mengisi monitor hasil pencapaian hasil produksi.
- h. Bertanggung jawab terhadap kegiatan kebersihan di seluruh area produksi.

4.1.6 Aspek Pemasaran

Gambaran umum kegiatan PT Nusa Indah Jaya Utama, di bagian pemasaran adalah sebagai berikut :

4.1.6.1 Cara Mendapatkan Pasar

Sejauh ini, perusahaan hanya memfokuskan untuk dua target pasar, yaitu jaringan relasional dari pensiunan pegawai PT Mitshubitshi Krama Yudha Motor dan Asosiasi Industri otomotif kota Bekasi yang di dukung oleh PemKot Bekasi.

Bentuk nyata promosi yang dilakukan, dengan cara melakukan penawaran langsung kepada calon-calon pelanggan yang di targetkan, secara *Door to door* menjadi strategi pemasaran yang dilakukan PT Nusa Indah Jaya Utama, karena pemasaran ini dinilai mudah dan murah dalam memasarkan jasa produksi perusahaan dengan cara bagian marketing memberikan informasi secara langsung ke calon *customer* mengenai kemampuan perusahaan, mesin yang dimiliki dan pelayanan yang akan diberikan kepada calon *customernya*.

4.1.6.2 Cara Mempertahankan Pasar

Guna mempertahankan loyalitas *customer* tetapnya, PT Nusa Indah Jaya Utama melakukan evaluasi rutin dengan cara melakukan pendekatan langsung dengan tiap *customer*. Setiap bulannnya pihak *customer* melakukan evaluasi kinerja bersama PT Nusa Indah Jaya Utama. Setiap bentuk evaluasi yang diberikan oleh *customer* akan dicatat oleh bagian *marketing*.

Selain mencatat bentuk evaluasi yang diadakan oleh *customer*, bagian marketing juga bertugas memberikan kuesioner kepuasan pelanggan yang nantinya akan diisi oleh pihak *customer*. Hasil dari kuesioner dan bentuk evaluasi yang diadakan oleh pihak *customer* setiap bulannya akan dibahas bersama manajer operasional. Hasil tersebut dijadikan sebagai parameter perbaikan pelayanan.

Purchase Order setiap *customer* juga terus diamati perkembangan tiap bulannya. Disaat order mengalami penurunan yang cukup signifikan, perusahaan akan coba melakukan pendekatan khusus dengan pihak *customer* dalam penawaran pelayanan khusus guna menjaga loyalitas *customer*.

4.1.6.3 Cara Meningkatkan Pasar

Guna meningkatkan akses pasar yang masih bisa ditambah, PT Nusa Indah Jaya Utama menggunakan sistem *Job Order*, yaitu mencari *order* dari pelanggan. *Purchase order* dari setiap *customers* akan diakumulasikan kedalam ramalan penjualan perusahaan. Bentuk atau ragam produk ditentukan oleh *customer*, yang berikutnya akan ditinjau kesanggupan dari pihak perusahaan. Bila pekerjaan telah disetujui, akan dilanjutkan ke proses negosiasi harga antara *customer* dan perusahaan. Selanjutnya akan dibuat legalitas kesepakatan bersama, serta pengecekan kualitas layanan kepada *customers* setiap bulannya.

Dari data pembelian tahunan tersebut, perusahaan dapat menentukan sikap apakah perlu untuk menambah *customer*. Setiap bulannya bagian marketing akan melakukan rapat internal yang dipimpin oleh manajer operasional. Dalam rapat dibahas evaluasi dan perkembangan yang bisa dilakukan perusahaan.

Perusahaan menetapkan alasan jika harus menambah jumlah *customer* :

1. Jika terdapat pengurangan jumlah *customer*, maka perusahaan harus mencari pelanggan baru untuk menyeimbangkan kestabilan kondisi bisnis perusahaan.
2. Jika perusahaan mampu meningkatkan kuantitas produksi dan kualitas pelayanan, maka perusahaan dinilai siap untuk coba menambah pelanggan baru.

4.1.6.4 Target Pasar

PT. Nusa Indah Jaya Utama berperan sebagai jasa produksi untuk *subparts* komponen dengan menjadikan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur otomotif sebagai target pasarnya. Berikut ini adalah daftar pelanggan yang dimiliki PT. Nusa Indah Jaya Utama :

Tabel IV.2 Pelanggan PT. Nusa Indah Jaya Utama

Jenis Pelanggan	Nama Customer	Jenis Produk
<i>Stamping part</i> (roda empat)	PT. Gemala Kempa Daya	<i>OEM (Original Equipment Manufacturer)</i>
<i>Stamping part</i> (roda dua)	PT. Setia Guna Selaras	<i>OEM (Original Equipment Manufacturer)</i>
<i>Stamping part</i> (roda empat)	PT. Posmi Steel Indonesia	<i>OEM (Original Equipment Manufacturer)</i>
<i>Stamping part</i> (roda empat)	PT. FUJI Technica Indonesia	<i>OEM (Original Equipment Manufacturer)</i>
<i>Coating part</i> (roda empat atau lebih)	PT. Mitsubishi Krama Yudha Motor.	<i>OEM (Original Equipment Manufacturer)</i>

(Sumber : PT. Nusa Indah Jaya Utama, 2018)

4.1.6.5 Perencanaan dan Peramalan Penjualan

Rencana penjualan yang dimiliki oleh PT Nusa Indah Jaya Utama berasal dari *purchase order* tahunan yang diberikan oleh para pelanggan. Dan pelanggan tersebut akan memberikan revisi setiap bulan mengenai kuantitas pastinya. Revisi terakhir akan menjadi kuantitas fix untuk diproduksi.

Tabel IV.3 Peramalan Penjualan periode Februari 2018

No	Part Name	Description	Feb 2018	
			REV 00 (unit)	REV 01 (unit)
	Plate Rear Axle Housing	SS400.6,0 x 232 x 1180	35.000	40.000

(Sumber: PT. Nusa Indah Jaya Utama, 2018)

4.1.6.6 Nilai Penjualan

Sebagaimana dalam PKL ini kami berfokus pada 1 jenis produk subparts komponen, maka berikut ini disampaikan nilai penjualan PT. Nusa Indah Jaya Utama hanya untuk 1 (satu) jenis produk *Plate Rear Axle Housing* :

Tabel IV.4 Penjualan *Plate Rear Axle Housing* dari 2014 - 2017

Tahun	PLATE REAR AXLE HOUSING	
	Harga Jual (Rp)	Unit Produk
2014	3.500	423.700
2015	3.500	431.600
2016	4.000	437.300
2017	4.000	449.600

(Sumber: Data diolah 2018)

4.1.6.7 Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran berasal dari biaya-biaya yang dikeluarkan setelah proses produksi berakhir dan siap untuk dijual. Berikut biaya pemasaran selama 4 tahun terakhir dari tahun 2014 hingga 2017 :

Tabel IV.5 Biaya Pemasaran Tahun 2014 - 2017

No	Keterangan	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Biaya Promosi	12.590.000	12.132.000	12.752.000	13.015.000
2	Biaya Distribusi	7.138.000	8.126.000	8.283.000	8.584.000
3	Biaya Packaging	6.739.000	7.517.000	8.768.000	9.162.000

(Sumber : Data Diolah, 2018)

4.1.7 Aspek Produksi

Maka berikut ini akan disampaikan proses produksi PT Nusa Indah Jaya Utama hanya untuk 1 (satu) jenis produksi yaitu *Plate Rear Axle Housing*.

1. *Plate Rear Axle Housing*

Subparts otomotif yang berbentuk kepingan yang memiliki ketebalan 6 mm dengan diameter 20 cm yang berfungsi sebagai penutup roda penggerak gigi pada mobil. Produk ini memiliki jumlah permintaan dengan rata – rata 25 ribu unit per bulannya. *Plate Rear Axle Housing* terbuat dari bahan pelat baja seri SS400 dengan kualitas terbaik.



Gambar IV.3 Plate Rear Axle Housing
(sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.1.7.1 Bahan Baku

PT. Nusa Indah Jaya Utama menggunakan *sheet coil* atau pelat baja SS400.6,0 x 232 x 1180 sebagai bahan baku untuk memproduksi *part* otomotif *Plate Axle Housing*.

4.1.7.2 Dies

PT. Nusa Indah Jaya Utama masih belum mampu membuat dies nya sendiri, sehingga seluruh dies yang digunakan berasal dari investasi para customer. Untuk kegiatan produksi *Plate Axle Housing* PT Nusa Indah Jaya Utama menggunakan dies milik PT Gemala Kempa daya. Berikut dies yang digunakan untuk memproduksi produk :

Tabel IV.6 *Dies Plate Rear Axle Housing*

Nama Dies	Dies Height			Sumber Dies
Plate Axle Housing	456	442.3	389,7	PT Gemala Kempa Daya

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

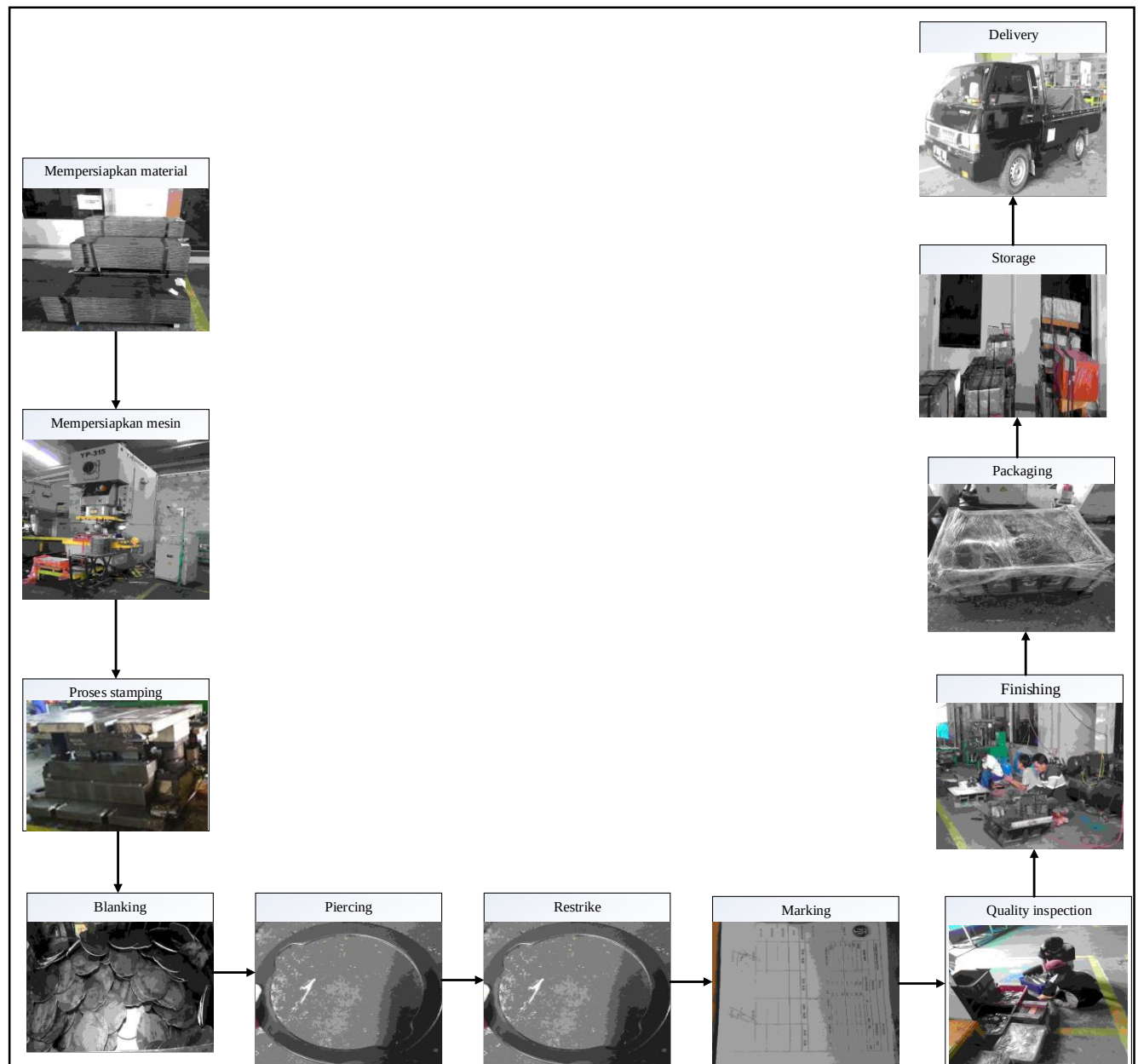
4.1.7.3 Mesin

Dalam memproduksi *Plate Rear Axle Housing* PT Nusa Indah Jaya Utama menggunakan 3 mesin *press* dengan besaran kapasitas 315 ton, 200 ton dan 200 ton sedangkan untuk memproduksi *Seat Rear Spring* menggunakan 4 mesin *press* dengan besaran kapasitas 160 ton, 110 ton, 160 ton dan 160 ton.

4.1.7.4 Diagram Alur Proses Produksi

1. Plate Rear Axle Housing

Berikut adalah alur proses produksi *stamping* untuk produk *Plate Rear Axle Housing*.



Gambar IV.4 Alur Proses Produksi *Plate Rear Axle Housing* PT. Nusa Indah Jaya Utama
(Sumber : Pengumpulan data, 2018)

Berdasarkan diagram alur produksi diatas, dapat dijelaskan alur produksi tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Mempersiapkan Material

Proses pertama mengambil bahan baku yang sudah tersedia di gudang penyimpanan yang terletak di dekat ruang PPC (*Planing, Production and Controlling*) yang di pindahkan menggunakan *Forklift* keruang PPC untuk dilakukan pengontrolan.

2. Mempersiapkan Mesin

Proses kedua yaitu memeriksa keadaan mesin seperti memeriksa persediaan oli pada mesin, mengatur tekanan angin pada mesin dan memasang dies ke mesin *press* menggunakan *forklift*.

3. Proses Stamping Plate Rear Axle Housing

Material akan diletakan pada *press tool* lalu akan di proses pemotongan seperti *blanking*, *piercing* dan *restrike* untuk dibentuk menjadi subpart dari komponen otomotif.

4. Proses *Blanking*

Proses memotong material untuk mendapatkan hasil potongnya yang menjadi awal item produk.

5. Proses *Piercing*

Proses pemotongan untuk mendapatkan lubang melalui penekanan punch pada material.

6. Proses *Restrike*

Proses penekanan ulang untuk menyempurnakan bentuk produk agar mendapatkan produk akhir yang diinginkan.

7. *Marking*

Setelah melakukan proses *stamping*, operator akan menandai produk yang sudah di cetak dengan mengisi form produksi harian yang telah diberikan.

8. *Quality Inspection*

Bagian *quality control* melakukan pemeriksaan terhadap produk yang sudah dicetak. Apakah produk tersebut sudah sesuai dengan standar perusahaan

atau belum. Jika belum maka akan dilakukan pemisahan antara produk yang sudah sesuai standar dengan produk yang belum sesuai dengan standar.

9. *Finishing*

Setelah *quality inspection* produk yang tidak lulus uji standar akan dilakukan repair agar sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

10. *Packaging*

Produk yang telah lulus uji dari *quality inspection* akan di *packing* ke dalam poly box besi yang jumlahnya telah disesuaikan dengan kapasitas box.

11. *Storage*

Produk yang sudah selesai di *packing* akan diletakan di bagian penyimpanan untuk selanjutnya dilakukan proses pengiriman.

12. *Delivery*

Pengiriman akan dilakukan oleh *driver* PT Nusa Indah Jaya Utama ke tempat *customer*.

4.1.7.5 Pengendalian Kualitas

PT. Nusa Indah Jaya Utama menerapkan sistem ISO 9001 : 2015 sehingga memiliki sistem standar kerja yang baik dalam melakukan kegiatan produksinya. Perusahaan juga memperhatikan kualitas produk, dapat di buktikan pada kegiatan *quality inspection*. *Quality inspection* di lakukan secara rutin baik dari segi penggunaan bahan baku dan proses produksi untuk menjamin kualitas produk . Berikut ini adalah langkah pencegahan yang dilakukan oleh PT. Nusa Indah Jaya Utama :

1. Pencegahan Cacat

Dalam mencegah terjadinya cacat pada produk, perusahaan membuat standar kualitas yang disertai dengan penekanan pada proses inspeksi. Bagian *Quality Control* PT. Nusa Indah Jaya Utama memiliki tiga (3) tahap dalam kegiatan inpeksi, diantaranya:

- a. *Incoming Quality Control* (inspeksi saat penerimaan bahan baku).

- b. *Ongoing Quality Control* (melakukan monitoring proses produksi bersama bagian produksi, dan bertanggung jawab atas kecacatan barang yang terjadi di tengah proses produksi).
 - c. *Outgoing Quality Control* (inspeksi produk bersama bagian PPC sebelum barang di *packing*).
2. Upaya Perbaikan Produk

Jika pada kegiatan produksi ditemukan produk cacat bagian *quality control* akan melakukan investigasi untuk mencari ketidak sesuaian pada proses produksi. Produk yang cacat atau NG (*Not Good*) akan di analisa untuk mengetahui tingkat kesalahannya, yang selanjutnya akan di serahkan ke bagian *repair* untuk di perbaiki. Setelah produk di perbaiki *quality control* akan kembali memeriksa produk apakah sudah sesuai spesifikasi atau belum. Jika belum, maka produk akan di perbaiki kembali. Jika sudah, produk akan di *packing* ke dalam box OK Good dan akan dilakukan pengiriman ke tempat customer.

4.1.7.6 Hasil Produksi

Berikut ini adalah hasil produksi untuk produk *Plate Rear Axle Housing* dari tahun 2014 – 2017 :

Tabel IV.7 Hasil Produksi Plate Rear Axle Housing dari Tahun 2014 - 2017

		Tahun (units)			
		2014	2015	2016	2017
Bulan	Januari	32.400	38.400	39.200	39.600
	Februari	28.500	38.000	34.400	37.200
	Maret	47.000	33.000	36.400	35.200
	April	28.600	34.200	38.900	38.000
	Mei	31.200	35.400	36.400	37.400
	Juni	33.000	34.800	35.200	35.700
	Juli	37.600	34.200	30.800	36.200
	Agustus	43.700	39.200	35.800	36.800
	September	36.000	37.600	41.200	37.000
	Oktober	36.900	39.200	34.800	36.400
	November	31.800	34.000	38.600	38.800
	Desember	37.000	33.600	35.600	41.300
Total		423.700	431.600	437.300	449.600

(Sumber: Pengumpulan Data, 2018)

4.1.7.7 Biaya Bahan Baku

Bahan baku adalah segala sesuatu yang merupakan bahan pokok atau bahan utama yang diolah dalam proses produksi menjadi produk jadi. Dalam produksinya PT Nusa Indah Jaya Utama menggunakan bahan baku pelat baja hitam seri SS400. Berikut ini adalah data bahan baku yang digunakan oleh perusahaan dari tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat pada tabel IV.8.

Tabel IV.8 Pembelian Bahan Baku Utama Tahun 2014 – 2017

Tahun	Bahan Baku	Harga Material (Rp/kg)	Kuantitas (kg)	Total Biaya Bahan Baku
2014	SS400.6,0 x 232 x 1180	9.000	40.864	367.775.000
2015	SS400.6,0 x 232 x 1181	9.200	39.774	365.916.500
2016	SS400.6,0 x 232 x 1182	9.500	45.827	435.356.800
2017	SS400.6,0 x 232 x 1183	9.600	49.616	476.314.800

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

Tabel IV.9 Penggunaan Bahan baku Plate Rear Axle Housing

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
A. Bahan Baku				
1. Persediaan Awal Bahan Baku		41.537.000	65.138.000	52.536.000
2. Pembelian Bahan Baku	367.775.000	365.916.500	435.356.800	476.314.800
3. Persediaan Bahan Baku Tersedia untuk produksi	367.775.000	407.453.500	500.494.800	528.850.800
4. Persediaan Bahan Baku akhir tahun	41.537.000	65.138.000	52.536.000	48.273.000
Total Bahan Baku (A)	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.1.7.8 Biaya Bahan Penolong

Bahan Penolong adalah bahan yang dimanfaatkan dalam proses produksi, namun bukan merupakan bagian dari bahan baku utama untuk produk yang dihasilkan. Dalam produksinya PT Nusa Indah Jaya Utama menggunakan bahan penolong seperti minyak dromus dan minyak goreng. Data bahan penolong yang digunakan oleh perusahaan dari tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat pada tabel IV.10.

Tabel IV.10 Biaya Bahan Baku Penolong Tahun 2014 – 2017

No	Bahan Baku	Tahun			
		2014	2015	2016	2017
1	Dromus Oil	8.723.000	8.731.000	8.734.000	8.742.000
2	Minyak Goreng	1.321.000	1.324.000	1.326.000	1.328.000

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.1.7.9 Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan selain dari biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja dalam proses produksi. Biaya *overhead* pabrik perusahaan antara lain berupa biaya bahan penolong, biaya listrik, biaya telepon dan wifi, biaya pemeliharaan mesin dan biaya *packaging*. Biaya *overhead* pabrik perusahaan dari tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat pada tabel IV.11.

Tabel IV.11 Biaya Overhead Pabrik Tahun 2014 – 2017

No	BOP	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Biaya Bahan Penolong	10.044.000	10.055.000	10.060.000	10.070.000
2	Biaya Listrik	101.283.730	102.138.740	102.737.910	103.627.315
3	Biaya Pemeliharaan Mesin	13.648.000	13.829.000	14.187.000	14.234.000

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.1.7.10 Biaya Produksi

Tabel IV.12 Biaya Produksi Tahun 2014 – 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
A. Bahan Baku				
Persediaan awal bahan baku	0	41.537.000	65.138.000	52.536.000
Pembelian bahan baku	367.775.000	365.916.500	435.356.800	476.314.800
Bahan baku tersedia utk produksi	367.775.000	407.453.500	500.494.800	528.850.800
Persediaan bahan baku akhir	41.537.000	65.138.000	52.536.000	48.273.000
Pemakaian bahan baku	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800
Biaya TK produksi				
1. TK langsung	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Total Biaya TKL	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Biaya Overhead Pabrik				
1. Biaya Bahan Penolong	10.044.000	10.055.000	10.060.000	10.070.000
2. Biaya listrik	101.283.730	102.138.740	102.737.910	103.627.315
3. Biaya Pemeliharaan Mesin	13.648.000	13.829.000	14.187.000	14.234.000
Total BOP (C)	124.975.730	126.022.740	126.984.910	127.931.315

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.1.8 Aspek Sumber Daya Manusia

Secara Umum kegiatan perusahaan di bagian sumber daya manusia, dapat dijelaskan sebagai berikut. PT. Nusa Indah Jaya Utama membagi sumber daya manusianya menjadi 2 bagian, yakni bagian *Human Resource Development* (HRD) bertugas melakukan pelatihan dan pengembangan *skill* pegawai guna meningkatkan kualitas pegawai dan bagian *Health Safety Environment* (HSE) bertugas membuat program terkait pelatihan keamanan, kesehatan dan keselamatan kerja guna menekan angka kecelakaan dalam bekerja.

4.1.8.1 Tenaga Kerja

Pada tahun 2018 PT. Nusa Indah Jaya Utama memiliki tenaga kerja sebanyak 34 orang. PT. Nusa Indah Jaya Utama membagi karyawannya ke dalam 2 jenis, yaitu karyawan tetap dan pekerja harian lepas. Berikut daftar tenaga kerja dan tingkat pendidikannya yang dimiliki oleh PT. Nusa Indah Jaya Utama pada divisi stamping :

Tabel IV.13 Data Pegawai divisi stamping PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2018

No	Divisi	Tetap	Harian Lepas	L	P	PENDIDIKAN				Total
						SMP	SMA	D3	S1	
1	Director	1		1				1		1
2	Administrasi Manager	1		1				1		1
3	Technical Manager	1		1			1			1
4	Finance Manager	1			1		1			1
5	Operational Manager	1		1			1			1
6	Bagian Administrasi		1	1			1			1
7	Bagian Die's		2	2			2			2
8	Bagian Maintenance		2	2			2			2
9	Bagian Quality Control		4	4			4			4
10	Bagian Purchasing		1	1			1			1
11	Bagian Finance		1		1		1			1
12	Bagian PPC		4	3	1		4			4
13	Bagian Marketing		2	2			2			2
14	Bagian Produksi		12	12			12			12
TOTAL		5	29	31	3					34

(Sumber : Data PT. Nusa Indah Jaya Utama, 2018)

4.1.8.2 Waktu Kerja

Hari kerja efektif kerja pada PT. Nusa Indah Jaya Utama yang mewajibkan bekerja selama 5 hari dalam seminggu. Dengan rentang waktu 9 jam per hari atau 45 jam dalam seminggu. Waktu istirahat 3 (tiga) kali dan waktu lembur perusahaan. untuk lebih jelasnya lihat tabel IV.3 waktu kerja berikut ini :

Tabel IV.14 Waktu Kerja PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2018

No	Keterangan	Hari dan Waktu
1	Hari Kerja	Senin - Jumat
2	Jam Kerja	07.30 – 16.30
3	Waktu Istirahat	1. 09.20 – 09.30
		2. 11.30 – 12.30
		3. 14.20 – 14.30
4	Jam Lembur (Senin – Jumat)	16.30 – 20.30
5	Jam Lembur (Sabtu)	08.00 – 16.00

(Sumber: Pengumpulan Data, 2018)

4.1.8.3 Perekrutan Pegawai

Perekrutan Karyawan pada PT. Nusa Indah Jaya Utama dilakukan oleh bagian *Human Resources Departement* (HRD), biasanya perusahaan melakukan perekrutan karyawan jika ada kekosongan disalah satu divisi atau memberikan pelajaran dan pengalaman karyawan baru sebagai penerus di salah satu divisi. Karyawan baru yang direkrut umumnya adalah masyarakat sekitar Bekasi khususnya Pekayon.

1. Jenjang Pendidikan: Dalam merekrut karyawan PT. Nusa Indah Jaya Utama tidak melihat berdasarkan latar belakang pendidikan. Yang terpenting adalah karyawan tersebut sudah berusia lebih dari 17 tahun dan memiliki pengalaman atau *skill*.
2. Jika calon karyawan memiliki *skill* atau pengalaman, karyawan tersebut akan dijadikan *leader* atau *manager* pada divisi yang dikuasainya. Biasanya PT Nusa Indah Jaya Utama merekrut pensiunan dari PT. Mitsubishi Krama Yudha Motors (PT. MKM) untuk dijadikan *Manager* guna meningkatkan kualitas sistem produksi dan manajemen pada perusahaan.

Syarat administratif yang harus di penuhi oleh pelamar adalah sebagai berikut :

- a. Pas foto ukuran 4 x 6 (2 lembar)
- b. Fotokopi KTP (1 lembar)
- c. Memberikan *Curriculum Vitae* (CV)
- d. Mengisi formulir yang telah di berikan perusahaan



Gambar IV.5 Perekrutan Pegawai oleh bagian HRD

(Sumber : Pengumpulan Data, 2018)

4.1.8.4 Seleksi

Dalam setiap melakukan proses seleksi, PT. Nusa Indah Jaya Utama tidak memberlakukan proses seleksi yang sebagaimana berlaku pada perusahaan – perusahaan besar lainnya. Pegawai baru yang ingin menjadi bagian dari PT. Nusa Indah Jaya Utama hanya perlu keinginan dan rasa tanggung jawab untuk bekerja serta mematuhi peraturan yang berlaku saja.

4.1.8.5 Pengenalan dan Orientasi

Dalam pengenalan dan orientasi yang dilakukan pada PT. Nusa Indah Jaya Utama saat hari pertama pekerja baru masuk. Pengenalan dan orientasi dilakukan dengan melakukan pengenalan kepada para pegawai yang telah lebih dahulu bekerja kemudian dilanjutkan dengan pengenalan mesin – mesin atau peralatan yang digunakan dalam proses produksi sesuai penempatan divisi pegawai tersebut.

4.1.8.6 Pelatihan dan Pengembangan SDM

PT. Nusa Indah Jaya Utama dalam Pelatihan dan Pengembangan melakukannya dengan cara *on the job training*, yaitu dengan pelatihan terhadap mesin – mesin produksi yang akan digunakan karyawan baru pada perusahaan PT. Nusa Indah Jaya Utama. Pelatihan dilakukan dan diberikan kepada pegawai baru pada saat awal masuk kerja.

4.1.8.7 Keamanan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)

Sejak perusahaan mendapatkan sertifikat ISO perusahaan memperhatikan Keamanan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) dengan cara melakukan pelatihan secara bertahap ke seluruh karyawan perusahaan guna meningkatkan kualitas pada sistem produksi dan manajemen serta meningkatkan kesadaran akan K3 (Keamanan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja).

4.1.8.8 Sanksi

PT Nusa Indah Jaya Utama memiliki sanksi kepada pegawainya yang kurang disiplin atau melanggar peraturan perusahaan dengan cara memberikan teguran secara lisan. Ketika teguran lisan tidak diindahkan maka pihak HRD akan memberikan Surat Peringatan 1 (SP 1), dilanjutkan dengan Surat Peringatan 2 (SP 2) dan dilanjutkan dengan Surat Peringatan 3 (SP 3). Jika pegawai mendapatkan Surat Peringatan 3 (SP 3) maka pegawai otomatis akan di berhentikan oleh perusahaan.

4.1.8.9 Pemutusan Hubungan Kerja

PT Nusa Indah Jaya Utama tidak mengikat para pegawainya untuk tetap menetap di perusahaan, ketika pegawai mendapatkan pekerjaan yang lebih baik perusahaan akan melepas pegawai tersebut. Ketika pegawai mengundurkan diri perusahaan akan melepaskan pegawai tersebut dengan pesangon yang besarnya di tentukan oleh perusahaan. Untuk pegawai yang di pecat tidak akan mendapat pesangon dari perusahaan.

4.1.8.10 Gaji Karyawan

Seluruh pegawai pada PT. Nusa Indah Jaya Utama tidak semuanya adalah pegawai tetap, hanya Direktur dan *Manager* yang dijadikan pegawai tetap sedangkan sebagian besar pegawai adalah pekerja harian lepas. Berikut adalah daftar upah yang di terima oleh pegawai PT. Nusa Indah Jaya Utama berdasarkan golongannya :

- a. Golongan I (Operator) (diatas Rp 1.200.000)
- b. Golongan II (Leader dan Koordinator) (diatas Rp 2.000.000)
- c. Golongan III (Manager) (diatas Rp 3.000.000)
- d. Golongan IV (Direktur) (diatas Rp 5.000.000)

4.1.8.11 Gaji Karyawan

Seluruh pegawai pada PT. Nusa Indah Jaya Utama tidak semuanya adalah pegawai tetap, hanya Direktur dan *Manager* yang dijadikan pegawai tetap sedangkan sebagian besar pegawai adalah pekerja harian lepas. Berikut adalah daftar upah yang di terima oleh pegawai PT. Nusa Indah Jaya Utama berdasarkan golongannya :

- a. Golongan I (Operator) (diatas Rp 1.200.000)
- b. Golongan II (Leader dan Koordinator) (diatas Rp 2.000.000)
- c. Golongan III (Manager) (diatas Rp 3.000.000)
- d. Golongan IV (Direktur) (diatas Rp 5.000.000)

Tabel IV.15 Tabel Gaji Karyawan

Jabatan	Jumlah	Tahun (Rp)							
		2014		2015		2016		2017	
		Gaji/bulan	Total/tahun	Gaji/bulan	Total/tahun	Gaji/bulan	Total/tahun	Gaji/bulan	Total/tahun
Direktur	1	5.000.000	60.000.000	5.200.000	62.400.000	5.200.000	62.400.000	5.200.000	62.400.000
Manager Administrasi	1	3.000.000	36.000.000	3.200.000	38.400.000	3.200.000	38.400.000	3.200.000	38.400.000
Engineering Manager	1	3.000.000	36.000.000	3.200.000	38.400.000	3.200.000	38.400.000	3.200.000	38.400.000
Finance Manager	1	3.000.000	36.000.000	3.200.000	38.400.000	3.200.000	38.400.000	3.200.000	38.400.000
Operasional Manager	1	3.000.000	36.000.000	3.200.000	38.400.000	3.200.000	38.400.000	3.200.000	38.400.000
Leader Administrasi	1	1.500.000	18.000.000	1.600.000	19.200.000	1.600.000	19.200.000	1.600.000	19.200.000
Leader Finance	2	1.500.000	36.000.000	1.600.000	38.400.000	1.600.000	38.400.000	1.600.000	38.400.000
Leader Marketing	1	1.500.000	18.000.000	1.600.000	19.200.000	1.600.000	19.200.000	1.600.000	19.200.000

(sumber: PT Nusa Indah Jaya Utama)

Tabel IV.16 Tabel Gaji Tenaga Kerja Langsung Tahun 2014 – 2017

Jabatan	Jumlah	Tahun (Rp)							
		2014		2015		2016		2017	
		Gaji/bulan	Total/tahun	Gaji/bulan	Total/tahun	Gaji/bulan	Total/tahun	Gaji/bulan	Total/tahun
Leader Engineering	3	1.800.000	64.800.000	1.800.000	64.800.000	2.000.000	72.000.000	2.000.000	72.000.000
Leader Operasional	3	1.800.000	64.800.000	1.800.000	64.800.000	2.000.000	72.000.000	2.000.000	72.000.000
TK Produksi Harian	19	1.500.000	342.000.000	1.530.000	348.840.000	1.600.000	364.800.000	1.650.000	376.200.000

(sumber: Data Diolah, 2018)

4.1.8.12 Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum sendiri merupakan biaya-biaya yang mengoordinasikan kegiatan-kegiatan produksi dan pemasaran produk. Berikut biaya administrasi dan umum selama 4 tahun terakhir dari tahun 2014 hingga 2017 :

Tabel IV.17 Tabel Administrasi dan Umum Tahun 2014 – 2017

No	Keterangan	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Biaya Gaji Karyawan	276.000.000	292.800.000	292.800.000	292.800.000
2	Biaya Telepon dan wifi	7.612.460	7.647.250	7.767.210	7.837.310
3	Biaya Perlengkapan Kantor	14.300.000	15.300.000	16.200.000	17.100.000

(sumber: Data Diolah, 2018)

4.1.9 Aspek Keuangan

Dalam melakukan pengelolaan keuangannya, PT. Nusa Indah Jaya Utama melakukan seluruh kegiatan keuangan pada bagian *finance*, seluruh kegiatan transaksi keuangan akan dicatat ke dalam pembukuan dan akan dibuat laporan keuangannya. Dalam bagian ini akan diadakan pengolahan data terhadap aspek keuangan. Adapun proses pengolahan data tersebut sebagai berikut:

4.1.9.1 Investasi dan Nilai Investasi PT Nusa Indah Jaya Utama

PT. Nusa Indah Jaya Utama melakukan investasi berupa tanah, bangunan, mesin, kendaraan dan peralatan kantor untuk menunjang kegiatan produksi dan operasional perusahaan. Berikut ini adalah daftar investasi dan nilai investasi yang dilakukan oleh PT. Nusa Indah Jaya Utama :

Tabel IV.18 Investasi dan Nilai Investasi PT. Nusa Indah Jaya Utama

No	Jenis Investasi	Jumlah	Satuan	Harga	Jumlah
A	Aktiva Berwujud				
1	Tanah	3000	m2	Rp 1.032.000	Rp 3.096.000.000
	Bangunan			Rp 500.000.000	Rp 500.000.000
	Total Tanah dan Bangunan				Rp 3.596.000.000
2	Mesin :				
	Mesin Medium Press 200 ton	2	Unit	Rp 245.000.000	Rp 490.000.000
	Mesin Press Hidrolik 315 ton	2	Unit	Rp 300.000.000	Rp 600.000.000
	Total Mesin	20	Unit		Rp 1.090.000.000
3	Peralatan				
	Forklift kapasitas 3,5 ton	1	Unit	Rp 3.000.000	Rp 5.000.000
	Forklift kapasitas 2,5 ton	1	Unit	Rp 1.800.000	Rp 3.000.000
	Die Handlift kapasitas 1 ton	1	Unit	Rp 15.000.000	Rp 15.000.000
	Total Peralatan	216	Unit		Rp 23.000.000
4	Kendaraan :				
	Forklift	1	Unit	Rp 168.000.000	Rp 168.000.000
	Mobil Pick Up	1	Unit	Rp 150.000.000	Rp 150.000.000
	Total Kendaraan	2			Rp 318.000.000
5	Inventaris Kantor :				
	Air Conditioner (AC)	4	Unit	Rp 3.000.000	Rp 12.000.000
	Lemari	2	Unit	Rp 2.000.000	Rp 4.000.000
	Kursi	32	Unit	Rp 150.000	Rp 4.800.000
	Meja Kantor	10	Unit	Rp 1.100.000	Rp 11.000.000
	Meja Produksi	4	Unit	Rp 250.000	Rp 1.000.000
	Komputer	8	Unit	Rp 3.000.000	Rp 24.000.000
	Papan Tulis Elektrik	1	Unit	Rp 20.000.000	Rp 20.000.000
	Print Laser	2	Unit	Rp 500.000	Rp 1.000.000

	Mesin Laminating	1	Unit	Rp 500.000	Rp 500.000
	Telepon	1	Unit	Rp 250.000	Rp 250.000
	Dispenser	2	Unit	Rp 250.000	Rp 500.000
	Mesin Absensi Ceklok	1	Unit	Rp 350.000	Rp 350.000
	Total Inventaris Kantor	66	Unit		Rp 79.400.000
B	Aktiva Tidak Berwujud				
	Perizinan	2	Pcs	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000
	Total Aktiva Keseluruhan				Rp 5.108.400.000

(Sumber : Pengumpulan Data, 2018)

4.5.3 Harga Pokok Penjualan

Tabel IV.19 Harga Pokok Penjualan PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
A. Bahan Baku				
Persediaan awal bahan baku	0	41.537.000	65.138.000	52.536.000
Pembelian bahan baku	367.775.000	365.916.500	435.356.800	476.314.800
Bahan baku tersedia utk produksi	367.775.000	407.453.500	500.494.800	528.850.800
Persediaan bahan baku akhir	41.537.000	65.138.000	52.536.000	48.273.000
Pemakaian bahan baku	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800
Biaya TK produksi				
TK langsung	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Total Biaya TKL	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Biaya Overhead Pabrik				
Biaya Bahan Penolong	10.044.000	10.055.000	10.060.000	10.070.000
Biaya listrik	101.283.730	102.138.740	102.737.910	103.627.315
Biaya Pemeliharaan Mesin	13.648.000	13.829.000	14.187.000	14.234.000
Total BOP (C)	124.975.730	126.022.740	126.984.910	127.931.315
Harga Pokok Produksi (A+B+C)	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115
Persediaan awal barang jadi	-	-	-	-
Barang jadi siap jual	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115
Persediaan akhir barang jadi	-	-	-	-
Harga Pokok Penjualan	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.5.4 Laporan Laba/ Rugi

Tabel IV.20 Laporan Laba/ Rugi PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
1. Penjualan	1.482.950.000	1.510.600.000	1.749.200.000	1.798.400.000
2. Harga Pokok Penjualan	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115
A. Laba Kotor (1 - 2)	560.136.270	563.821.760	665.456.290	669.690.885
Biaya usaha :				

1.	Biaya Pemasaran	26.467.000	27.775.000	29.803.000	30.761.000
2.	Biaya Adm dan Umum	297.912.460	315.747.250	316.767.210	317.737.310
B.	Total Biaya Usaha (1+2)	324.379.460	343.522.250	346.570.210	348.498.310
C.	Laba bersih sebelum Pajak	235.756.810	220.299.510	318.886.080	321.192.575
1.	Pajak pendapatan (10%)	23.575.681	22.029.951	31.888.608	32.119.258
	Laba Bersih Setelah Pajak	212.181.129	198.269.559	286.997.472	289.073.318

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.5.5 Laporan Arus Kas

Tabel IV.21 Laporan Arus Kas PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017

No.	Keterangan	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Arus Kas Masuk				
	Penjualan	1.482.950.000	1.510.600.000	1.749.200.000	1.798.400.000
	Total Arus Kas Masuk	1.482.950.000	1.510.600.000	1.749.200.000	1.798.400.000
2	Arus Kas Keluar				
	Harga Pokok Penjualan	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115
	Biaya Usaha	324.379.460	343.522.250	346.570.210	348.498.310
	Pajak	23.575.681	22.029.951	31.888.608	32.119.258
	(Total Arus Kas Keluar)	1.270.768.871	1.312.330.441	1.462.202.528	1.509.326.683
3	Selisih Kas	212.181.129	198.269.559	286.997.472	289.073.317
4	Selisih Kas Awal	0	212.181.129	410.450.688	697.448.160
	Saldo Kas Akhir	212.181.129	410.450.688	697.448.160	986.521.477

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.5.6 Laporan Perubahan Modal

Tabel IV.22 Laporan Perubahan Modal PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
1. Modal Awal	1.500.000.000	1.654.654.129	1.765.189.688	1.960.355.160
2. Laba Setelah Pajak	212.181.129	198.269.559	286.997.472	289.073.318
3. Modal Setelah Penambahan (1+2)	1.712.181.129	1.852.923.688	2.052.187.160	2.249.428.478
4. Prive	57.527.000	93.890.000	75.632.000	81.298.000
5 Modal Akhir (3-4)	1.654.654.129	1.759.033.688	1.976.555.160	2.168.130.478

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.5.7 Neraca

Tabel IV.23 Neraca PT. Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017

No	Keterangan	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
A	AKTIVA				
1.	Aktiva Lancar:				
	- Kas	212.181.129	410.450.688	697.448.160	986.521.477
	Piutang	43.287.100	57.629.800	37.126.300	28.713.600
	Total Aktiva Lancar	255.468.229	468.080.488	734.574.460	1.015.235.077
2.	Aktiva Tetap Berwujud:				
	- Tanah	3.096.000.000	3.096.000.000	3.096.000.000	3.096.000.000
	- Bangunan	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000
	- Mesin	2.439.700.000	2.439.700.000	2.439.700.000	2.439.700.000
	- Peralatan	35.560.000	35.560.000	35.560.000	35.560.000
	- Inventaris	79.665.000	79.665.000	79.665.000	79.665.000
	- Kendaraan	318.000.000	318.000.000	318.000.000	318.000.000
	Total Aktiva Tetap Berwujud	6.468.925.000	6.468.925.000	6.468.925.000	6.468.925.000
	Aktiva Tak Berwujud:				
	- SIUP	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
	- TDP	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
	Total Aktiva Tak Berwujud	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
	TOTAL AKTIVA (1+2+3)	6.726.393.229	6.939.005.488	7.205.499.460	7.486.160.077
B.	PASSIVA				
	Hutang				
3.	- Hutang Bank	1.307.790.200	1.109.609.700	901.297.100	805.012.100
	Hutang Bpk Kusnadi	3.500.000.000	3.500.000.000	3.500.000.000	3.500.000.000
	Total Hutang	4.807.790.200	4.609.609.700	4.401.297.100	4.305.012.100
	Modal				
4.	Modal PT Nusa Indah Jaya Utama	1.918.603.029	2.329.395.788	2.804.202.360	3.181.147.977
	Total Modal	1.918.603.029	2.329.395.788	2.804.202.360	3.181.147.977
	TOTAL PASSIVA (1+2)	6.726.393.229	6.939.005.488	7.205.499.460	7.486.160.077

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.2 Pengolahan Data

Pada bagian ini akan membahas mengenai dari tujuan penelitian, yaitu menganalisis penentuan harga jual untuk penentuan laba berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing* pada PT Nusa Indah Jaya Utama dari tahun 2014 sampai 2017 berdasarkan data laporan laba/ rugi perusahaan. Dalam hal ini penulis menggunakan pendekatan antara metode perusahaan dengan metode *Full Costing*, untuk mengetahui laba/ rugi pada perusahaan. Adapun biaya – biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam proses produksi *Plate Rear Axle Housing* yaitu :

4.2.1 Nilai Penjualan

Berikut ini disampaikan nilai penjualan PT. Nusa Indah Jaya Utama hanya untuk 1 (satu) jenis produk *Plate Rear Axle Housing* :

Tabel IV.24 Penjualan *Plate Rear Axle Housing* dari Tahun 2014 - 2017

Tahun	PLATE REAR AXLE HOUSING		
	Harga Jual (Rp)	Unit Produk	Total Penjualan
2014	3.500	423.700	1.482.950.000
2015	3.500	431.600	1.510.600.000
2016	4.000	437.300	1.749.200.000
2017	4.000	449.600	1.798.400.000

(Sumber: Data diolah 2018)

4.2.2 Biaya Bahan Baku

Berikut ini adalah data bahan baku yang digunakan oleh perusahaan dari tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat pada tabel IV.25 dan IV.26.

Tabel IV.25 Pembelian Bahan Baku Utama Tahun 2014 – 2017

Tahun	Bahan Baku	Harga Material (Rp/kg)	Kuantitas (kg)	Total Biaya Bahan Baku
2014	SS400.6,0 x 232 x 1180	9.000	40.864	367.775.000
2015	SS400.6,0 x 232 x 1181	9.200	39.774	365.916.500
2016	SS400.6,0 x 232 x 1182	9.500	45.827	435.356.800
2017	SS400.6,0 x 232 x 1183	9.600	49.616	476.314.800

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

Tabel IV.26 Biaya Bahan Baku Plate Rear Axle Housing

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
A. Bahan Baku				
1. Persediaan Awal Bahan Baku		41.537.000	65.138.000	52.536.000
2. Pembelian Bahan Baku	367.775.000	365.916.500	435.356.800	476.314.800
3. Persediaan Bahan Baku Tersedia untuk produksi	367.775.000	407.453.500	500.494.800	528.850.800
4. Persediaan Bahan Baku akhir tahun	41.537.000	65.138.000	52.536.000	48.273.000
Total Bahan Baku (A)	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.2.3 Biaya Bahan Penolong

Data bahan penolong yang digunakan oleh perusahaan dari tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat pada tabel IV.27.

Tabel IV.27 Biaya Bahan Penolong Tahun 2014 – 2017

No	Bahan Baku	Tahun			
		2014	2015	2016	2017
1	Dromus Oil	8.723.000	8.731.000	8.734.000	8.742.000
2	Minyak Goreng	1.321.000	1.324.000	1.326.000	1.328.000
Total Biaya Bahan Penolong		10.044.000	10.055.000	10.060.000	10.070.000

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.2.4 Biaya Overhead Pabrik

Biaya *overhead* pabrik perusahaan dari tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat pada tabel IV.28.

Tabel IV.28 Biaya Overhead Pabrik Tahun 2014 – 2017

No	BOP	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Biaya Bahan Penolong	10.044.000	10.055.000	10.060.000	10.070.000
2	Biaya Listrik	101.283.730	102.138.740	102.737.910	103.627.315
3	Biaya Pemeliharaan Mesin	13.648.000	13.829.000	14.187.000	14.234.000
Total BOP		124.975.730	126.022.740	126.984.910	127.931.315

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.2.5 Biaya Tenaga Kerja Langsung

Biaya tenaga kerja perusahaan dari tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat dalam tabel IV.29.

Tabel IV.29 Tabel Gaji Tenaga Kerja Langsung

Jabatan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
	Gaji/ Tahun	Gaji/ Tahun	Gaji/ Tahun	Gaji/ Tahun
Leader Engineering	64.800.000	64.800.000	72.000.000	72.000.000
Leader Operasional	64.800.000	64.800.000	72.000.000	72.000.000
TK Produksi Harian	342.000.000	348.840.000	364.800.000	376.200.000
Total Gaji TKL	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000

(Sumber : Data Diolah)

4.2.6 Biaya Administrasi dan Umum

Berikut biaya administrasi dan umum selama 4 tahun terakhir dari tahun 2014 hingga 2017 :

Tabel IV.30 Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2014 - 2017

No	Keterangan	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Biaya Gaji Karyawan	276.000.000	292.800.000	292.800.000	292.800.000
2	Biaya Telepon dan wifi	7.612.460	7.647.250	7.767.210	7.837.310
3	Biaya Perlengkapan Kantor	14.300.000	15.300.000	16.200.000	17.100.000
Biaya Administrasi dan Umum		297.912.460	315.747.250	316.767.210	317.737.310

(Sumber: Data diolah, 2018)

4.2.7 Biaya Pemasaran

Berikut biaya pemasaran selama 4 tahun terakhir dari tahun 2014 hingga 2017:

Tabel IV.31 Biaya Pemasaran Tahun 2014 - 2017

No	Keterangan	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Biaya Promosi	11.590.000	12.132.000	12.752.000	13.015.000
2	Biaya Distribusi	7.138.000	8.126.000	8.283.000	8.584.000
3	Biaya Packaging	6.739.000	7.517.000	8.768.000	9.162.000
Total Biaya Pemasaran		26.467.000	27.775.000	29.803.000	30.761.000

(Sumber: Data diolah, 2018)

4.2.8 Biaya Depresiasi

Dalam menghitung besarnya biaya depresiasi aktiva tetap per tahun perusahaan menggunakan metode garis lurus (*straight line method*) dengan rumus.

$$\text{Depresiasi per tahun} = \frac{\text{Nilai Perolehan} - \text{Nilai Sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut maka nilai sisa untuk masing-masing aktiva tetap ditaksir untuk bangunan 25%, mesin, kendaraan dan peralatan 10%, kemudian inventaris kantor 10% dari nilai perolehannya.

Tabel IV.32 Biaya Depresiasi PT Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017

Aktiva	Nilai (Rp)	Nilai Sisa (Rp)	Umur Ekonomis	Jumlah (Rp)
Bangunan	500.000.000	125.000.000	20	18.750.000
Mesin	1.090.000.000	109.000.000	8	122.625.000
Kendaraan	318.000.000	31.800.000	8	35.775.000
Peralatan	23.000.000	2.300.000	4	5.175.000
Inventaris kantor	79.400.000	7.940.000	4	17.865.000
Perizinan	2.000.000	-	5	400.000
Jumlah Total Penyusutan				200.590.000

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

4.2.9 Pengklasifikasian Biaya

Dalam pengklasifikasian biaya, biaya – biaya yang ada akan dipisahkan sesuai dengan jenisnya. Terdapat 2 jenis biaya yaitu biaya variabel dan biaya tetap. Berikut ini adalah pengklasifikasian biaya menurut jenisnya yang dapat dilihat pada tabel IV.33

Tabel IV.33 Pengklasifikasian Biaya PT Nusa Indah Jaya Utama Tahun 2014 - 2017

Keterangan	2014	2015	2016	2017
A. Biaya Tetap				
Biaya Penyusutan Bangunan	31.250.000	31.250.000	31.250.000	31.250.000
Biaya Penyusutan Mesin	98.100.000	98.100.000	98.100.000	98.100.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	28.620.000	28.620.000	28.620.000	28.620.000
Biaya Penyusutan Peralatan	4.140.000	4.140.000	4.140.000	4.140.000
Biaya Penyusutan Inv Kantor	14.292.000	14.292.000	14.292.000	14.292.000
Biaya Penyusutan Perizinan	400.000	400.000	400.000	400.000
Biaya Gaji	276.000.000	292.800.000	292.800.000	292.800.000
Total Biaya Tetap	452.802.000	469.602.000	469.602.000	469.602.000
B. Biaya Variabel				
Biaya Pembelian Bahan Baku	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800
Biaya Bahan Penolong	10.044.000	10.055.000	10.060.000	10.070.000

Biaya Pemasaran	19.728.000	20.258.000	21.035.000	21.599.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Biaya Perlengkapan Kantor	14.300.000	15.300.000	16.200.000	17.100.000
Biaya Pemeliharaan Mesin	13.648.000	13.829.000	14.187.000	14.234.000
Total Biaya Variabel	855.558.000	880.197.500	1.018.240.800	1.063.780.800
C. Biaya Semivariabel				
Biaya listrik	101.283.730	102.138.740	102.737.910	103.627.315
Biaya Telepon dan wifi	7.612.460	7.647.250	7.767.210	7.837.310
Total Biaya Semivariabel	108.896.190	109.785.990	110.505.120	111.464.625

(Sumber: Data diolah, 2018)

Pada tabel IV.33 terdapat biaya semivariabel yaitu biaya listrik dan biaya telpon wifi. Untuk keperluan perhitungan *full costing* maka biaya tersebut harus dipilah ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Di bawah ini dilakukan pemisahan biaya listrik dan biaya telepon wifi semivariabel kedalam biaya tetap dan biaya variabel berdasarkan abonemen.

1. Biaya listrik

Perhitungan rumus abonemen : $(\text{batas daya} / 1000) \times (\text{Rp} / \text{kVA})$

Abonemen = $(200.000 \text{ VA} / 1000) \times \text{Rp } 20.000$

Abonemen = $200 \times \text{Rp } 20.000$

= Rp 4.000.000

Maka dalam setahun besar abonemen listrik pada PT Nusa Indah Jaya Utama adalah $\text{Rp } 4.000.000 \times 12 = \text{Rp } 48.000.000$

2. Biaya Telepon dan Wifi

Diketahui besaran abonemen pada telepon untuk jenis tagihan bisnis sebesar Rp 57.600/ bulan. Maka dalam setahun besar abonemen listrik pada PT Nusa Indah Jaya Utama adalah $\text{Rp } 57.600 \times 12 = 691.200$. Sedangkan biaya wifi pada PT Nusa Indah Jaya Utama sebesar Rp 300.000/ bulan. Maka dalam setahun biaya wifi adalah $\text{Rp } 300.000 \times 12 = \text{Rp } 3.600.000$. Total biaya telepon dan wifi yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam setahun sebesar Rp 4.291.200.

Maka biaya variabel dari biaya listrik dan biaya telepon wifi dapat dihitung sebagai berikut :

- **Biaya Listrik Tahun 2014**

$$\begin{aligned}\text{Total biaya} &= FC + TVC \\ \text{Total biaya} &= FC + VC (Q) \\ \text{Rp } 101.283.730 &= \text{Rp } 48.000.000 + VC (423.700 \text{ unit}) \\ \text{Rp } 101.283.730 - \text{Rp } 48.000.000 &= VC (423.700 \text{ Unit}) \\ &= \text{Rp } 125.76/ \text{ Unit}\end{aligned}$$

Dan besarnya biaya variabel dari biaya telepon dan wifi tahun 2014 dapat dihitung sebagai berikut :

- **Biaya Telepon Wifi Tahun 2014**

$$\begin{aligned}\text{Total biaya} &= FC + TVC \\ \text{Total biaya} &= FC + VC (Q) \\ \text{Rp } 7.612.460 &= \text{Rp } 4.291.200 + VC (423.700 \text{ unit}) \\ \text{Rp } 7.612.460 - \text{Rp } 4.291.200 &= VC (423.700 \text{ unit}) \\ &= \text{Rp } 7.84/ \text{ unit}\end{aligned}$$

Setelah dilakukan perhitungan seperti di atas, maka rincian biaya listrik dan biaya telepon wifi dapat dilihat di tabel berikut ini :

Tabel IV.34 Pemisahan Biaya ke dalam Biaya Tetap Dan Biaya Variabel

No	Biaya Semi Variabel	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Biaya Listrik	101.283.730	102.138.740	102.737.910	103.627.315
	Biaya Tetap	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000
	Biaya Variabel (1-2)	53.283.730	54.138.740	54.737.910	55.627.315
2	Biaya Telepon dan wifi	7.612.460	7.647.250	7.767.210	7.837.310
	Biaya Tetap	4.291.200	4.291.200	4.291.200	4.291.200
	Biaya Variabel (1-2)	3.321.260	3.356.050	3.476.010	3.546.110

(Sumber: Data Diolah, 2018)

Selanjutnya adalah pengelompokkan biaya listrik ke dalam unsur biaya tetap dan biaya variable

Tabel IV.35 Evaluasi Pengklasifikasian Biaya PT Nusa Indah Jaya Utama
Tahun 2014 - 2017

Keterangan	2014	2015	2016	2017
A. Biaya Tetap				
Biaya Penyusutan Bangunan	31.250.000	31.250.000	31.250.000	31.250.000
Biaya Penyusutan Mesin	98.100.000	98.100.000	98.100.000	98.100.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	28.620.000	28.620.000	28.620.000	28.620.000
Biaya Penyusutan Peralatan	4.140.000	4.140.000	4.140.000	4.140.000
Biaya Penyusutan Inv Kantor	14.292.000	14.292.000	14.292.000	14.292.000
Biaya Penyusutan Perizinan	400.000	400.000	400.000	400.000
Biaya Gaji	276.000.000	292.800.000	292.800.000	292.800.000
Biaya Listrik	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000
Biaya Telepon dan Wifi	4.291.200	4.291.200	4.291.200	4.291.200
Total Biaya Tetap	505.093.200	521.893.200	521.893.200	521.893.200
B. Biaya Variabel				
Biaya Pembelian Bahan Baku	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800
Biaya Bahan Penolong	10.044.000	10.055.000	10.060.000	10.070.000
Biaya Pemasaran	19.728.000	20.258.000	21.035.000	21.599.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Biaya Perlengkapan Kantor	14.300.000	15.300.000	16.200.000	17.100.000
Biaya Pemeliharaan Mesin	13.648.000	13.829.000	14.187.000	14.234.000
Biaya Listrik	53.283.730	54.138.740	54.737.910	55.627.315
Biaya Telepon dan Wifi	3.321.260	3.356.050	3.476.010	3.546.110
Total Biaya Variabel	912.162.990	937.692.290	1.076.454.720	1.122.954.225

(Sumber: Data diolah, 2018)

4.2.10 Harga Jual Menurut Perusahaan

a. Harga Pokok Produksi Perusahaan

Diketahui harga pokok produksi menurut perusahaan pada tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat dalam tabel IV.36 sebesar sebagai berikut :

Tabel IV.36 Harga Pokok Produksi Perusahaan Tahun 2014 - 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
Biaya Bahan Baku	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800
Biaya Tenaga Kerja Langsung	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Biaya <i>Overhead</i> Pabrik	124.975.730	126.022.740	126.984.910	127.931.315
Harga Pokok Produksi	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)

b. Biaya Non Produksi Perusahaan

Biaya non produksi perusahaan diperoleh dari total penjumlahan biaya pemasaran ditambah dengan biaya administrasi dan umum. Berikut ini adalah biaya non produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat dilihat pada tabel IV.37 sebagai berikut :

Tabel IV.37 Biaya Non Produksi Perusahaan Tahun 2014 - 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
Biaya Pemasaran	26.467.000	27.775.000	29.803.000	30.761.000
Biaya Adm dan Umum	297.912.460	315.747.250	316.767.210	317.737.310
Total Biaya Non Produksi	324.379.460	343.522.250	346.570.210	348.498.310

(Sumber: Data diolah, 2018)

c. Biaya Penuh Menurut Perusahaan

Biaya penuh diperoleh dari total penjumlahan harga pokok produksi ditambah dengan biaya non produksi yang menghasilkan biaya penuh. Berikut ini adalah biaya penuh menurut perusahaan pada tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat pada tabel IV.38 sebagai berikut :

Tabel IV.38 Biaya Penuh Menurut Perusahaan Tahun 2014 – 2017

No	Keterangan	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Harga Pokok Produksi	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115
2	Biaya Non Produksi	324.379.460	343.522.250	346.570.210	348.498.310
Total Biaya Penuh		1.247.193.190	1.290.300.490	1.430.313.920	1.477.207.425

(Sumber: Data diolah, 2018)

d. Perhitungan Harga Jual Menurut Perusahaan

Dalam menentukan harga jual, perusahaan tidak memiliki metode yang khusus namun memiliki target laba 20% dari harga jual. Berikut ini adalah perhitungan harga jual menurut perusahaan dari tahun 2014 hingga 2017 sebagai berikut :

➤ Tahun 2014

$$\text{Harga jual per unit} = \frac{\text{Biaya Penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{Biaya Penuh})}{\text{Jumlah Unit}}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{1.247.193.190 + (20\% \times 1.247.193.190)}{423.700} \\
 &= \frac{1.247.193.190 + 249.438.638}{423.700} \\
 &= \text{Rp } 3.500
 \end{aligned}$$

➤ **Tahun 2015**

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual per unit} &= \frac{\text{Biaya Penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{Biaya Penuh})}{\text{Jumlah Unit}} \\
 &= \frac{1.290.300.490 + (20\% \times 1.290.300.490)}{431.600} \\
 &= \frac{1.290.300.490 + 258.060.098}{431.600} \\
 &= \text{Rp } 3.500
 \end{aligned}$$

➤ **Tahun 2016**

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual per unit} &= \frac{\text{Biaya Penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{Biaya Penuh})}{\text{Jumlah Unit}} \\
 &= \frac{1.430.313.920 + (20\% \times 1.430.313.920)}{442.300} \\
 &= \frac{1.430.313.920 + 286.062.784}{442.300} \\
 &= \text{Rp } 4.000
 \end{aligned}$$

➤ **Tahun 2017**

$$\begin{aligned}
 \text{Harga jual per unit} &= \frac{\text{Biaya Penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{Biaya Penuh})}{\text{Jumlah Unit}} \\
 &= \frac{1.477.207.425 + (20\% \times 1.477.207.425)}{449.600} \\
 &= \frac{1.477.207.425 + 295.441.485}{449.600} \\
 &= \text{Rp } 4.000
 \end{aligned}$$

4.2.11 Harga Jual Menurut *Cost Plus Pricing*

Pada pengumpulan biaya ini penulis mengumpulkan biaya-biaya apa saja yang diperlukan dalam melakukan perhitungan harga jual berdasarkan metode *cost plus pricing*. Dalam perhitungan harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* biaya yang dibutuhkan untuk perhitungannya adalah harga pokok produksi dan biaya non produksi (biaya pemasaran dan administrasi), penggabungan kedua biaya tersebut disebut dengan biaya penuh. Perhitungan yang dilakukan antara perusahaan dengan metode *cost plus pricing* sama – sama menggunakan biaya penuh, yang membedakan perhitungan kedua tersebut adalah pada metode *cost plus pricing* menggunakan perhitungan presentase *mark up* dan menjumlahkan dengan total biaya penuh *full costing*. Berikut pengumpulan biaya untuk perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* :

a. Evaluasi Biaya *Overhead* Pabrik

Biaya *overhead* pabrik pada PT Nusa Indah Jaya Utama mengalami beberapa masalah hal ini disebabkan karena perusahaan tidak memasukkan semua biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Biaya-biaya tersebut adalah biaya depresiasi pada aset perusahaan. Setelah dilakukan penelusuran lebih lanjut maka biaya *overhead* pabrik setelah dimasukan biaya – biaya tersebut dapat dilihat pada tabel IV.39 sebagai berikut :

Tabel IV.39 Evaluasi Biaya *Overhead* Pabrik Tahun 2014 – 2017

No	BOP	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
Biaya Overhead Pabrik Variabel :					
1	Biaya Bahan Penolong	10.044.000	10.055.000	10.060.000	10.070.000
2	Biaya Pemeliharaan Mesin	13.648.000	13.829.000	14.187.000	14.234.000
3	Biaya Listrik	53.283.730	54.138.740	54.737.910	55.627.315
Total BOP Variabel		76.975.730	78.022.740	78.984.910	79.931.315
Biaya Overhead Pabrik Tetap :					
1	Biaya Depresiasi Bangunan	18.750.000	18.750.000	18.750.000	18.750.000
2	Biaya Depresiasi Mesin	122.625.000	122.625.000	122.625.000	122.625.000
3	Biaya Depresiasi Kendaraan	35.775.000	35.775.000	35.775.000	35.775.000
4	Biaya Depresiasi Peralatan	5.175.000	5.175.000	5.175.000	5.175.000
5	Biaya Listrik	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000
Total BOP Tetap		230.325.000	230.325.000	230.325.000	230.325.000
Total Biaya Overhead Pabrik		307.300.730	308.347.740	309.309.910	310.256.315

b. Evaluasi Biaya Administrasi dan Umum

Biaya administrasi dan umum pada PT Nusa Indah Jaya Utama juga memiliki masalah hal ini disebabkan karena perusahaan tidak memasukkan semua biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan administrasi dan umum, untuk menunjang kegiatan produksi. Biaya-biaya tersebut terdiri atas biaya depresiasi inventaris kantor dan perizinan. Setelah dilakukan penelusuran lebih lanjut maka biaya administrasi dan umum setelah dimasukan biaya – biaya tersebut dapat dilihat pada tabel IV.40 sebagai berikut :

Tabel IV.40 Biaya Administrasi dan Umum Tahun 2014 - 2017

No	Biaya Adm & Umum	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
Biaya Adm & Umum Variabel :					
1	Biaya Telepon dan wifi	3.321.260	3.356.050	3.476.010	3.546.110
2	Biaya Perlengkapan Kantor	14.300.000	15.300.000	16.200.000	17.100.000
Total Biaya Adm & U Variabel		17.621.260	18.656.050	19.676.010	20.646.110
Biaya Adm & Umum Tetap :					
1	Biaya Gaji Karyawan	276.000.000	292.800.000	292.800.000	292.800.000
2	Biaya Telepon dan wifi	4.291.200	4.291.200	4.291.200	4.291.200
3	Biaya Penyusutan Inv Kantor	14.292.000	14.292.000	14.292.000	14.292.000
4	Biaya Penyusutan Perizinan	400.000	400.000	400.000	400.000
Total Biaya Adm & U Tetap		294.983.200	311.783.200	311.783.200	311.783.200
Total Biaya Adm & Umum		312.604.460	330.439.250	331.459.210	332.429.310

(Sumber : Data Diolah, 2018)

c. Harga Pokok Produksi *Full Costing*

Harga pokok produksi dengan metode *full costing* menjumlahkan biaya bahan baku ditambah biaya tenaga kerja langsung ditambah dengan evaluasi *overhead* pabrik yang sudah dimasukan biaya depresiasi. Berikut ini adalah perhitungan harga pokok produksi dengan metode *full costing* dapat dilihat pada tabel IV.41 sebagai berikut :

Tabel IV.41 Harga Pokok Produksi *Full Costing* Tahun 2014 – 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
Biaya Bahan Baku	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800
Biaya Tenaga Kerja Langsung	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Evaluasi BOP Variabel	75.473.000	76.975.730	78.022.740	78.984.910
Evaluasi BOP Tetap	230.325.000	230.325.000	230.325.000	230.325.000
Total Evaluasi BOP	307.300.730	308.347.740	309.309.910	310.256.315
Total HPP <i>Full Costing</i>	1.105.138.730	1.129.103.240	1.266.068.710	1.311.034.115

(Sumber: Data diolah, 2018)

d. Biaya Non Produksi *Full Costing*

Biaya non produksi *full costing* diperoleh dari total penjumlahan biaya pemasaran ditambah dengan biaya evaluasi administrasi dan umum. Berikut ini adalah biaya non produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat dilihat pada tabel IV.42 sebagai berikut :

Tabel IV.42 Biaya Non Produksi Perusahaan Tahun 2014 - 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
Biaya Pemasaran	26.467.000	27.775.000	29.803.000	30.761.000
Evaluasi Adm dan Umum Variabel	17.621.260	18.656.050	19.676.010	20.646.110
Evaluasi Adm dan Umum Tetap	294.983.200	311.783.200	311.783.200	311.783.200
Total Evaluasi Adm dan Umum	312.604.460	330.439.250	331.459.210	332.429.310
Total Biaya Non Produksi	339.071.460	358.214.250	361.262.210	363.190.310

(Sumber: Data diolah, 2018)

e. Biaya Penuh Menurut *Full Costing*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa perusahaan menginginkan laba sebesar 20% untuk setiap produk yang akan dijual. Penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing* merupakan penentuan harga jual yang paling sederhana yaitu dengan menambahkan sejumlah *mark up* atau persentase laba yang diharapkan perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan *full costing* pada perhitungan harga pokok produksi akan menghasilkan perhitungan yang berbeda dengan perusahaan. Maka perhitungan penentuan harga jual *cost plus pricing* menggunakan metode *full costing* dengan mengharapkan laba sebesar 20% adalah sebagai berikut :

Tabel IV.43 Biaya Penuh Perusahaan Tahun 2014 – 2017

No	Keterangan	Tahun (Rp)			
		2014	2015	2016	2017
1	Harga Pokok Produksi Full Costing	1.105.138.730	1.129.103.240	1.266.068.710	1.311.034.115
2	Biaya Non Produksi Full Costing	339.071.460	358.214.250	361.262.210	363.190.310
Total Biaya Penuh		1.444.210.190	1.487.317.490	1.627.330.920	1.674.224.425

(Sumber : Data Diolah, 2018)

f. Perhitungan Harga Jual Metode *Cost Plus Pricing*

Pada perhitungan harga jual metode *cost plus pricing* total biaya penuh *full costing* ditambah dengan presentase *mark up*. Dengan memperhitungkan presentase *mark up* akan membuat presentase yang lebih maksimal dibanding dengan laba yang diharapkan oleh perusahaan. berikut ini adalah perhitungan harga jual menurut *cost plus pricing* :

Tabel IV.44 Laba yang diharapkan perusahaan pada tahun 2014 - 2017

Tahun	Biaya Penuh (Rp)	Laba yang diharapkan (20% x biaya penuh) (Rp)
2014	1.444.210.190	288.842.038
2015	1.487.317.490	297.463.498
2016	1.627.330.920	325.466.184
2017	1.674.224.425	334.844.885

(Sumber : Data Diolah, 2018)

1. Menghitung persentase *mark up*

Berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* pendekatan *Full Costing* disebutkan bahwa untuk menghitung persentase *mark up* dapat dilakukan dengan cara menambahkan biaya non produksi dengan laba diharapkan dibagi dengan biaya produksi. Persentase *mark up* yang diperoleh digunakan untuk menutup biaya tidak langsung dan mendapatkan laba yang diinginkan. Persentase *mark up* dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Presentase mark up} = \frac{\text{Biaya non produksi} + \text{Laba diharapkan}}{\text{Biaya produksi}} \times 100\%$$

Berdasarkan tabel di atas maka persentase *mark up* untuk produk *Plate Rear Axle Housing* adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} 1. \text{ Tahun 2014} &= \frac{339.071.460 + 288.842.038}{1.105.138.730} \times 100\% \\ &= 56,82 \% \\ 2. \text{ Tahun 2015} &= \frac{358.214.250 + 297.463.498}{1.129.103.240} \times 100\% \\ &= 58,07\% \end{aligned}$$

$$3. \text{ Tahun 2016} = \frac{361.262.210 + 325.466.184}{1.266.068.710} \times 100\%$$

$$= 54,24 \%$$

$$4. \text{ Tahun 2017} = \frac{363.190.310 + 334.844.885}{1.311.034.115} \times 100\%$$

$$= 53,24 \%$$

2. Menghitung Harga Jual dengan metode *Cost Plus Pricing*

Setelah mengetahui persentase *mark up*, maka dapat dihitung harga jual dengan metode *cost plus pricing* dengan cara total biaya produksi ditambah dengan % *mark up* lalu dibagi dengan unit produksi. Berikut ini adalah perhitungan harga jual menggunakan metode *cost plus pricing* dapat dilihat pada tabel V.45

$$\text{Harga Jual per Unit} = \frac{\text{Total Biaya Produksi} + \% \text{ Mark up}}{\text{Unit Produksi}}$$

Tabel V.45 Perhitungan Harga Jual dengan metode *cost plus pricing* pada tahun 2014 – 2017

Tahun	Total Biaya Produksi (Rp) (A)	% Mark Up (B)	Harga Mark Up (AxB) (Rp)	Unit Produksi	Harga Jual per Unit (Rp)
2014	1.105.138.730	56,82 %	627.939.826	423.700	4.090
2015	1.129.103.240	58,07%	655.670.251	431.600	4.135
2016	1.266.068.710	54,24 %	686.715.668	437.300	4.466
2017	1.311.034.115	53,24 %	697.994.563	449.600	4.468

(Sumber : Data Diolah, 2018)

BAB V

ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Penentuan Harga Jual dan Laba/ Rugi Menurut PT Nusa Indah Jaya Utama Dengan Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing*

5.1.1 Harga Jual Menurut Perusahaan

Penentuan harga jual produk pada perusahaan sangatlah penting karena metode penentuan harga jual sangat menentukan laba yang akan diperoleh perusahaan. Perolehan laba yang maksimal merupakan target perusahaan. Dimana antara biaya produksi dan harga jual memiliki hubungan signifikan dalam menentukan laba yang diinginkan atau diharapkan perusahaan. PT Nusa Indah Jaya Utama dalam menentukan harga jual produknya yaitu dengan melakukan estimasi biaya yang akan dikeluarkan perusahaan dalam memproduksi *Plate Rear Axle Housing*. Semua biaya yang dianggap berpengaruh dalam proses produksi akan diperhitungkan oleh perusahaan. Setelah semua biaya dihitung barulah perusahaan menambahkan laba yang diinginkan dalam menentukan harga jual.

Dalam menentukan harga jual, perusahaan tidak memiliki metode yang khusus namun memiliki target laba 20% dari harga jual. Bisa dikatakan bahwa perusahaan menggunakan *neive cost plus method*, yaitu penetapan harga yang apa adanya. Artinya dalam menetapkan harga, perusahaan mengharapkan laba yang maksimal. Jadi dapat disimpulkan bahwa penetapan harga jual produk dengan cara menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan kemudian menambah persentase laba yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Berikut ini adalah harga menurut perusahaan dari tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat pada tabel V.1 sebagai berikut :

Tabel V.1 Harga Jual *Plate Rear Axle Housing* Menurut Perusahaan Tahun 2014 - 2017

Tahun	<i>Plate Rear Axle Housing</i> Menurut Perusahaan (Rp)	Unit Produksi	Total Penjualan (Rp)
2014	3.500	423.700	1.482.950.000
2015	3.500	431.600	1.510.600.000
2016	4.000	437.300	1.749.200.000
2017	4.000	449.600	1.798.400.000

(sumber : Data Diolah, 2018)

5.1.2 Laporan Laba/ Rugi Menurut Perusahaan

Laporan laba/ rugi adalah laporan yang disusun sistematis, yang berisi penghasilan yang diperoleh perusahaan dikurangi dengan beban – beban yang terjadi dalam perusahaan selama periode tertentu. Dalam perhitungan laba/ rugi, PT Nusa Indah Jaya Utama masih menggunakan perhitungan sederhana yaitu total penjualan dikurangi dengan biaya-biaya yang dianggap berpengaruh terhadap proses produksi *Plate Rear Axle Housing*. Hasil perhitungan laba rugi ini nantinya akan digunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Berikut ini adalah perhitungan laba rugi perusahaan pada tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat dalam tabel V.2 sebagai berikut :

Tabel V.2 Laporan Laba/ Rugi Perusahaan Tahun 2014 - 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
1. Penjualan	1.482.950.000	1.510.600.000	1.749.200.000	1.798.400.000
2. Harga Pokok Penjualan :				
Persediaan awal bahan baku	0	41.537.000	65.138.000	52.536.000
Pembelian bahan baku	367.775.000	365.916.500	435.356.800	476.314.800
Bahan baku tersedia utk produksi	367.775.000	407.453.500	500.494.800	528.850.800
Persediaan bahan baku akhir	41.537.000	65.138.000	52.536.000	48.273.000
Pemakaian bahan baku	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800
Biaya TKL	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Biaya Overhead Pabrik	124.975.730	126.022.740	126.984.910	127.931.315
Total Biaya Produksi	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115
Persediaan awal barang jadi	0	0	0	0
Barang Jadi siap dijual	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115
Persediaan akhir barang jadi	0	0	0	0
Total Harga Pokok Penjualan	922.813.730	946.778.240	1.083.743.710	1.128.709.115

A. Laba Kotor (1 - 2)	560.136.270	563.821.760	665.456.290	669.690.885
Biaya usaha :				
1. Biaya Pemasaran	26.467.000	27.775.000	29.803.000	30.761.000
2. Biaya Adm dan Umum	297.912.460	315.747.250	316.767.210	317.737.310
B. Total Biaya Usaha (1+2)	324.379.460	343.522.250	364.570.210	384.498.310
C. Laba bersih sebelum Pajak	235.756.810	220.299.510	318.886.080	321.192.575
1. Pajak pendapatan (10%)	23.575.681	22.029.951	31.888.608	32.119.258
Laba Bersih Setelah Pajak	212.181.129	198.269.559	286.997.472	289.073.318

(Sumber : Data Diolah, 2018)

5.1.3 Harga Jual Menurut Metode *Cost Plus Pricing* Pendekatan *Full Costing*

Penentuan harga jual *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*, merupakan metode penentuan harga jual dimana biaya yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual adalah semua biaya yang terjadi ditambah non produksi. Dalam perhitungan harga jual yang dilakukan perusahaan, perusahaan hanya memperhitungkan unsur biaya produksi langsung saja, sedangkan biaya depresiasi tidak diperhitungkan. Dalam penentuan harga jual *cost plus pricing*, semua unsur biaya dihitung dalam menentukan harga jual, baik itu biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik) maupun biaya non produksi (biaya pemasaran dan administrasi dan umum) untuk menentukan total biaya atau total harga pokok produksi. Berikut ini adalah harga berdasarkan metode *cost plus pricing* pada tahun 2014 hingga 2017 dapat dilihat pada tabel V.3 sebagai berikut :

Tabel V.3 Nilai Penjualan Dengan Harga *Cost Plus Pricing*

Tahun	PLATE REAR AXLE HOUSING		
	Harga Jual (Rp)	Unit Produk	Total Penjualan
2014	4.090	423.700	1.732.933.000
2015	4.135	431.600	1.784.666.000
2016	4.466	437.300	1.952.981.800
2017	4.468	449.600	2.008.812.800

(Sumber : Data Diolah, 2018)

5.1.4 Laporan Laba/ Rugi (*Full Costing*)

Perhitungan laba rugi dengan menggunakan metode *full costing* berbeda dengan metode yang digunakan perusahaan. Dengan metode *full costing*

semua biaya yang digunakan dalam proses produksi akan diklasifikasikan sebagai biaya produksi, baik yang bersifat variabel maupun yang bersifat tetap. Dalam perhitungan biaya produksi dengan menggunakan metode *full costing*, ada beberapa biaya yang tidak diperhitungkan oleh perusahaan seperti biaya depresiasi. Laporan laba/ rugi yang dihitung dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan angka yang lebih tinggi. Berikut ini adalah perhitungan laporan laba/ rugi menggunakan metode *full costing* dapat dilihat dalam tabel V.4 sebagai berikut :

Tabel V.4 Laporan Laba Rugi Menurut Metode *Full Costing* Tahun 2014 - 2017

Keterangan	Tahun (Rp)			
	2014	2015	2016	2017
1. Penjualan	1.732.933.000	1.784.666.000	1.952.981.800	2.008.812.800
2. Harga Pokok Penjualan :				
Persediaan awal bahan baku	0	41.537.000	65.138.000	52.536.000
Pembelian bahan baku	367.775.000	365.916.500	435.356.800	476.314.800
Bahan baku tersedia utk produksi	367.775.000	407.453.500	500.494.800	528.850.800
Persediaan bahan baku akhir	41.537.000	65.138.000	52.536.000	48.273.000
Pemakaian bahan baku	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800
Biaya TKL	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	76.975.730	78.022.740	78.984.910	79.931.315
Biaya Overhead Pabrik Tetap	230.325.000	230.325.000	230.325.000	230.325.000
Total Biaya Overhead Pabrik	307.300.730	308.347.740	309.309.910	310.256.315
Harga Pokok Produksi	1.105.138.730	1.129.103.240	1.266.068.710	1.311.034.115
Persediaan awal barang jadi	0	0	0	0
Barang Jadi siap dijual	1.105.138.730	1.129.103.240	1.266.068.710	1.311.034.115
Persediaan akhir barang jadi	0	0	0	0
Total Harga Pokok Penjualan	1.105.138.730	1.129.103.240	1.266.068.710	1.311.034.115
A. Laba Kotor (1 - 2)	627.794.270	655.562.760	686.913.090	697.778.685
Biaya usaha :				
1. Biaya Pemasaran	26.467.000	27.775.000	29.803.000	30.761.000
2. Biaya Adm dan Umum				
Biaya Adm dan Umum Variabel	17.621.260	18.656.050	19.676.010	20.646.110
Biaya Adm dan Umum Tetap	294.983.200	311.783.200	311.783.200	311.783.200
Total Biaya Adm dan Umum	312.604.460	330.439.250	331.459.210	332.429.310
B. Total Biaya Usaha (1+2)	339.071.460	358.214.250	361.262.210	363.190.310
C. Laba bersih sebelum Pajak	288.722.810	297.348.510	325.650.880	334.588.375
1. Pajak pendapatan (10%)	28.872.281	29.734.851	32.565.088	33.458.838
Laba Bersih Setelah Pajak	259.850.529	267.613.659	293.085.792	301.129.538

(Sumber : Data Diolah, 2018)

5.2 Perbandingan Harga Jual dan Laporan Laba/ Rugi Menurut Perusahaan Dengan Metode *Full Costing*

5.2.1 Perbandingan Harga Jual Menurut Perusahaan dengan Metode *Cost Plus Pricing*

Setelah menghitung harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut metode *cost plus pricing* maka penulis akan membandingkan hasil perhitungan kedua metode tersebut. Perbandingan harga jual antara metode menurut perusahaan dengan metode menurut *cost plus pricing* dapat dilihat pada tabel V.5 sebagai berikut :

Tabel V.5 Perbandingan Harga Jual menurut perusahaan dengan metode *Cost Plus Pricing* pada tahun 2014 – 2017

Tahun	PLATE REAR AXLE HOUSING			
	Menurut Perusahaan (Rp)	Metode <i>Cost Plus Pricing</i> (Rp)	Selisih (Rp)	Keterangan
2014	3.500	4.090	590	Over Cost
2015	3.500	4.135	635	Over Cost
2016	4.000	4.466	466	Over Cost
2017	4.000	4.468	468	Over Cost

(Sumber : Data Diolah, 2018)

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa perhitungan harga jual dengan menurut perusahaan yang selama ini digunakan oleh PT Nusa Indah Jaya Utama untuk produk *Plate Rear Axle Housing* menghasilkan biaya yang lebih rendah (*under cost*) dibandingkan dengan menggunakan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing*. Hal ini terjadi karena PT Nusa Indah Jaya Utama dalam menghitung harga jual tidak menghitung seluruh biaya variabel dan biaya tetap sehingga adanya selisih perhitungan antara biaya *overhead* pabrik dan biaya administrasi & umum menurut perusahaan dengan metode *full costing*. Terlebih perusahaan dalam menghitung harga jual hanya menjumlahkan biaya produksi dan non produksi lalu ditambah dengan laba yang diharapkan dan bukan berdasarkan *mark up*. Hal tersebut mengakibatkan munculnya selisih harga antara perhitungan perusahaan dengan metode *cost plus pricing*.

5.2.2 Perbandingan Laporan Laba/ Rugi Menurut Perusahaan dengan Metode *Full Costing*

Setelah mengetahui harga jual maka penulis akan membandingkan laporan laba/ rugi menurut perusahaan dengan laporan laba/ rugi menurut metode *full costing*. Dalam perhitungan *full costing* seluruh biaya yang berhubungan dengan proses produksi akan diklasifikasikan dan dihitung antara seluruh biaya variabel dan seluruh biaya tetapnya. Dalam hal ini perusahaan dalam menghitung laporan laba/ ruginya tidak memasukan biaya depresiasi. Perbandingan laporan laba/ rugi antara metode menurut perusahaan dengan metode menurut *full costing* dapat dilihat pada tabel V.6 sebagai berikut :

Tabel V.6 Laporan Laba/ Rugi Menurut perusahaan dengan metode *Full Costing* pada tahun 2014 - 2017

Tahun	Laporan Laba/ Rugi			
	Menurut Perusahaan (Rp)	Metode <i>Full Costing</i> (Rp)	Selisih (Rp)	Keterangan
2014	212.181.129	259.850.529	47.669.400	Over Cost
2015	198.269.559	267.613.659	69.344.100	Over Cost
2016	286.997.472	293.085.792	6.088.320	Over Cost
2017	289.073.318	301.129.538	12.056.220	Over Cost

(Sumber : Data Diolah, 2018)

Dapat diketahui dari perhitungan laba diatas, bahwa perhitungan laporan laba/ rugi antara menurut perusahaan dengan metode *full costing* memiliki perbedaan pendapatan laba yang menyebabkan adanya selisih pada laba perusahaan. Dalam perhitungan laba/ rugi, pendapatan laba menurut *full costing* lebih besar dibanding dengan perhitungan menurut perusahaan. hal ini dikarenakan pada perhitungan perusahaan tidak menghitung biaya depresiasi pada aset jangka panjangnya dan dalam penetapan harga hanya menambahkan dengan laba yang diharapkan, bukan berdasarkan persentase *mark up*. Dari perhitungan tersebut terdapat selisih sebesar Rp 47.669.400 (2014), Rp 69.344.100 (2015), Rp 6.088.320 (2016), Rp 12.056.220 (2017).

5.3 Perbandingan Pajak Menurut Perusahaan, Metode *Full Costing* dan Metode *Cost Plus Pricing*

Setelah melakukan perhitungan laporan laba rugi pada tabel V.2 dan V.4, diketahui perbedaan antara pajak antara perusahaan dengan metode *full costing*. Berikut ini adalah perbandingan laporan laba/ rugi antara metode menurut perusahaan dengan metode menurut *full costing* dan *cost plus pricing* dapat dilihat pada tabel V.7 sebagai berikut :

Tabel V.7 Perbandingan Pajak Antara Perusahaan dengan Metode *Full Costing*

Keterangan	Tahun 2017 (Rp)		
	Menurut Perusahaan	Metode <i>Full Costing</i>	Metode <i>Cost Plus Pricing</i> Pendekatan <i>Full Costing</i>
1. Penjualan	1.798.400.000	1.798.400.000	2.008.812.800
Persediaan awal bahan baku	52.536.000	52.536.000	52.536.000
Pembelian bahan baku	476.314.800	476.314.800	476.314.800
Bahan baku tersedia utk produksi	528.850.800	528.850.800	528.850.800
Persediaan bahan baku akhir	48.273.000	48.273.000	48.273.000
Pemakaian bahan baku	480.577.800	480.577.800	480.577.800
Biaya TKL	520.200.000	520.200.000	520.200.000
Biaya Overhead Pabrik Variabel	-	79.931.315	79.931.315
Biaya Overhead Pabrik Tetap	-	230.325.000	230.325.000
Total Biaya Overhead Pabrik	127.931.315	310.256.315	310.256.315
2. Harga Pokok Produksi	1.128.709.115	1.311.034.115	1.311.034.115
Persediaan awal barang jadi	0	0	0
Barang Jadi siap dijual	1.128.709.115	1.311.034.115	1.311.034.115
Persediaan akhir barang jadi	0	0	0
Total Harga Pokok Penjualan	1.128.709.115	1.311.034.115	1.311.034.115
A. Laba Kotor (1 - 2)	669.690.885	487.365.885	697.778.685
Biaya usaha :			
1. Biaya Pemasaran	30.761.000	30.761.000	30.761.000
Biaya Adm dan Umum Variabel	-	20.646.110	20.646.110
Biaya Adm dan Umum Tetap	-	311.783.200	311.783.200
2. Total Biaya Adm dan Umum	317.737.310	332.429.310	332.429.310
B. Total Biaya Usaha (1+2)	384.498.310	363.190.310	363.190.310
C. Laba bersih sebelum Pajak	321.192.575	124.175.575	334.588.375
1. Pajak pendapatan (10%)	32.119.258	12.417.558	33.458.838
Laba Bersih Setelah Pajak	289.073.318	111.758.018	301.129.538

(Sumber : Data Diolah, 2018)

Dapat diketahui dari perhitungan diatas, bahwa perhitungan laporan laba/ rugi antara menurut perusahaan dengan metode *full costing* memiliki perbedaan pengeluaran pajak yang lebih rendah sehingga adanya selisih pada pengenaan pajak. Dalam perhitungan laba/ rugi, pengeluaran pajak menurut *full costing* lebih rendah dibanding dengan perhitungan menurut perusahaan. hal ini dikarenakan pada perhitungan perusahaan tidak menghitung biaya depresiasi pada aset jangka panjangnya sehingga menghasilkan total harga pokok penjualan lebih rendah dibandingkan dengan *full costing*. Dari perhitungan tersebut terdapat selisih pajak menurut perusahaan dengan metode *full costing* pada tahun 2017 sebesar Rp 19.701.700 dimana pajak perusahaan lebih besar dibandingkan dengan metode *full costing*.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan perhitungan analisis pada bab V, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Selama ini, PT Nusa Indah Jaya Utama tidak memperhatikan faktor-faktor biaya secara terperinci sehingga perusahaan belum memasukkan semua unsur biaya yang dikeluarkan ke dalam proses produksi. Selain itu perusahaan ini juga belum menghitung penyusutan aktiva tetapnya sehingga dalam penyusunan laporan laba/ rugi, laba yang di dapat perusahaan tidak maksimal. Adapun laba yang diperoleh perusahaan dapat dilihat pada tabel VI.1 sebagai berikut :

Tabel VI.1 Pendapatan Laba *Plate Rear Axle Housing* Menurut Perusahaan
Tahun 2014 - 2017

Tahun	<i>Plate Rear Axle Housing</i> Menurut Perusahaan (Rp)	Unit Produksi	Pendapatan Laba (Rp)
2014	3.500	423.700	212.181.129
2015	3.500	431.600	198.269.559
2016	4.000	437.300	286.997.472
2017	4.000	449.600	289.073.318

(sumber : Data Diolah, 2018)

2. Setelah dilakukan analisis pada bab V, diketahui bahwa terdapat beberapa biaya variabel dan biaya tetap. Berikut ini adalah biaya variabel dan biaya tetap yang sudah diklasifikasikan dapat dilihat dalam tabel VI.2 sebagai berikut :

Tabel VI.2 Evaluasi Pengklasifikasian Biaya PT Nusa Indah Jaya Utama
Tahun 2014 - 2017

Keterangan	2014	2015	2016	2017
A. Biaya Tetap				
Biaya Penyusutan Bangunan	31.250.000	31.250.000	31.250.000	31.250.000
Biaya Penyusutan Mesin	98.100.000	98.100.000	98.100.000	98.100.000
Biaya Penyusutan Kendaraan	28.620.000	28.620.000	28.620.000	28.620.000

Biaya Penyusutan Peralatan	4.140.000	4.140.000	4.140.000	4.140.000
Biaya Penyusutan Inv Kantor	14.292.000	14.292.000	14.292.000	14.292.000
Biaya Penyusutan Perizinan	400.000	400.000	400.000	400.000
Biaya Gaji	276.000.000	292.800.000	292.800.000	292.800.000
Biaya Listrik	48.000.000	48.000.000	48.000.000	48.000.000
Biaya Telepon dan Wifi	4.291.200	4.291.200	4.291.200	4.291.200
Total Biaya Tetap	505.093.200	521.893.200	521.893.200	521.893.200
B. Biaya Variabel				
Biaya Pembelian Bahan Baku	326.238.000	342.315.500	447.958.800	480.577.800
Biaya Bahan Penolong	10.044.000	10.055.000	10.060.000	10.070.000
Biaya Pemasaran	19.728.000	20.258.000	21.035.000	21.599.000
Biaya Tenaga Kerja Langsung	471.600.000	478.440.000	508.800.000	520.200.000
Biaya Perlengkapan Kantor	14.300.000	15.300.000	16.200.000	17.100.000
Biaya Pemeliharaan Mesin	13.648.000	13.829.000	14.187.000	14.234.000
Biaya Listrik	53.283.730	54.138.740	54.737.910	55.627.315
Biaya Telepon dan Wifi	3.321.260	3.356.050	3.476.010	3.546.110
Total Biaya Variabel	912.162.990	937.692.290	1.076.454.720	1.122.954.225

(Sumber: Data diolah, 2018)

- Setelah dilakukan analisis pada bab V, diketahui bahwa terdapat perbedaan antara unsur – unsur biaya sebelum dan sesudah dilakukannya analisis metode *full costing* pada laporan laba/ rugi. Sebelum dilakukan analisis metode *full costing* pada biaya *overhead* pabrik dan biaya administrasi umum tidak ada biaya biaya depresiasi sedangkan setelah dilakukan analisis metode *full costing* terdapat biaya depresiasi pada biaya *overhead* pabrik dan biaya administrasi umum baik bersifat variabel maupun bersifat tetap.
- Setelah dilakukan analisis pada bab V, diketahui bahwa terdapat perbedaan antara harga jual menurut perusahaan dengan harga jual menurut *Cost Plus Pricing* yang dapat dilihat dalam tabel VI.3 sebagai berikut : Berikut ini adalah harga jual menurut perusahaan dengan metode *cost plus pricing* dapat dilihat dalam tabel VI.3 sebagai berikut :

Tabel VI.3 Perbandingan Harga Jual menurut perusahaan dengan metode *Cost Plus Pricing* pada tahun 2014 – 2017

Tahun	PLATE REAR AXLE HOUSING			
	Menurut Perusahaan (Rp)	Metode <i>Cost Plus Pricing</i> (Rp)	Selisih (Rp)	Keterangan
2014	3.500	4.090	590	Over Cost
2015	3.500	4.135	635	Over Cost
2016	4.000	4.466	466	Over Cost
2017	4.000	4.468	468	Over Cost

(Sumber : Data Diolah, 2018)

Terdapat selisih harga jual antara perusahaan dengan metode *Cost Plus Pricing* dikarenakan harga jual perusahaan tidak menghitung biaya penyusutan dan hanya menerapkan penetapan laba sebesar 20% sedangkan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing* menghitung biaya penyusutan dan perhitungan presentase *mark up*.

- Setelah dilakukan analisis pada bab V, diketahui bahwa terdapat perbedaan antara laba yang didapat perusahaan dengan laba menurut metode *Full Costing* yang dapat dilihat dalam tabel VI.4 sebagai berikut :

Tabel VI.4 Laporan Laba/ Rugi Menurut perusahaan dengan metode *Full Costing* pada tahun 2014 - 2017

Tahun	Laporan Laba/ Rugi			
	Menurut Perusahaan (Rp)	Metode <i>Full Costing</i> (Rp)	Selisih (Rp)	Keterangan
2014	212.181.129	259.850.529	47.669.400	Over Cost
2015	198.269.559	267.613.659	69.344.100	Over Cost
2016	286.997.472	293.085.792	6.088.320	Over Cost
2017	289.073.318	301.129.538	12.056.220	Over Cost

(Sumber : Data Diolah, 2018)

Dapat disimpulkan laba yang diperoleh menurut metode *Full Costing* lebih besar dibandingkan perhitungan perusahaan, dikarenakan dalam perhitungan metode *Full Costing* seluruh biaya variabel dan seluruh biaya tetap dijumlahkan sehingga mendapatkan biaya yang lebih besar dibandingkan perhitungan perusahaan.

6.2 Saran

Dari hasil analisis data yang diperoleh, penulis mencoba untuk memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan sebagai berikut :

Melihat perkembangan yang dicapai oleh perusahaan maka langkah-langkah besarnya harga jual *Plate Rear Axle Housing* yang telah ada dapat ditingkatkan. Sebaiknya perusahaan dapat mempertimbangkan metode *Cost Plus Pricing* pendekatan *Full Costing* yang digunakan oleh peneliti dalam menentukan harga jual *Plate Rear Axle Housing* dapat dilihat tabel VI.4 berikut ini :

Tabel VI.5 Pendapatan Laba *Plate Rear Axle Housing* Menurut Perusahaan Tahun 2014 - 2017

Tahun	<i>Plate Rear Axle Housing</i> Menurut Cost Plus Pricing (Rp)	Unit Produksi	Pendapatan Laba (Rp)
2014	4.090	423.700	259.850.529
2015	4.135	431.600	267.613.659
2016	4.466	437.300	293.085.792
2017	4.468	449.600	301.129.538

(Sumber : Data Diolah, 2018)

Karena pertimbangan terhadap biaya yang berkaitan dengan penentuan harga jual produk penting dalam rangka untuk mengetahui apakah harga yang ditetapkan oleh perusahaan terlalu rendah atau terlalu tinggi. Jika dikaitkan dengan laba yang diharapkan pihak PT Nusa Indah Jaya Utama (20% dari biaya penuh) maka harga yang telah ditetapkan adalah terlalu rendah sedangkan dari segi pembebanan pajak, pajak yang dikeluarkan dari metode *full costing* lebih rendah dibanding dengan metode perusahaan. Seharusnya harga jual bisa lebih tinggi dari harga yang telah ditetapkan oleh PT Nusa Indah Jaya Utama. Apabila harga tersebut bisa lebih tinggi, kemungkinan laba yang di dapat perusahaan lebih meningkat di banding dengan laba yang didapatkan oleh perusahaan saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dunia, Firdaus Ahmad dan Wasilah Abdullah. *Akuntansi Biaya*. 2011. Jakarta: Salemba Empat.
- Hanafi. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Harahap. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Muawanah, Umi, dkk. 2008. *Konsep Dasar Akuntansi dan Pelaporan Keuangan*. Klaten: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Mulyadi, 2001. *Akutansi Manajemen*, Cetakan Ketiga, Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, Hendrawan Santosa dan Wahyu Agus Winarno. “Perancangan Aplikasi Penentuan Harga Pokok Produksi Produk Turunan Tape Singkong dalam Usaha Mencapai Harga Kompetitif”. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, Vol. 12, No. 2, (2014): h. 17-31.
- Shinta M.P, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama. Malang: UB Press.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyono. *Akuntansi Biaya: Pengumpulan Biaya dan Penentuan Harga Pokok*, Edisi 2. Yogyakarta: BPFE, 1999.
- Widilestariningtyas, Ony. Sonny W.F dan Sri Dewi A. 2012. *Akuntansi Biaya*, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.

L

A

M

P

I

R

A

N

Teks Kuesioner Terbuka :

Narasumber : Bapak Sutarman (*Manager Operational*)

1. Produk apa saja yang dihasilkan oleh PT Nusa Indah Jaya Utama dalam proses manufaktur ?

Jawaban : “PT Nusa Indah Jaya Utama memproduksi subparts komponen otomotif baik kendaraan roda dua maupun roda empat. Total produk yang dihasilkan oleh PT Nusa Indah Jaya Utama berjumlah 72 produk yang terbagi 33 subpart komponen roda dua merk TVS dan 39 subpart komponen roda empat.”

2. Berapa unit yang dihasilkan perusahaan dalam memproduksi Plate Rear Axle Housing dalam satu bulan ?

Jawaban : “Dalam satu bulan biasanya bagian produksi memproduksi Plate Rear Axle Housing sekitar kurang lebih 40 ribu unit.”

3. Apakah perusahaan setiap bulannya akan melakukan proses produksi ?

Jawaban : “Tentu saja, karena setiap bulannya PT Gemala Kempa Daya melakukan pemesanan secara rutin tiap bulan meskipun jumlah unit yang dipesan setiap bulannya berubah – ubah.”

4. Apakah perusahaan menggunakan metode berdasarkan pesanan atau metode berdasarkan proses dalam melakukan proses produksinya?

Jawaban : “Proses produksi kami biasanya berdasarkan pesanan, hal ini karena kami memproduksi produk untuk konsumen berdasarkan permintaan tiap bulannya. Jika konsumen tidak meminta produk tersebut, kami tidak akan memproduksi produk tersebut.”

5. Bagaimana cara atau metode perusahaan menghitung harga pokok produksi?

Jawaban : “Perhitungan harga pokok produksi pada perusahaan kami yaitu menghitung semua biaya-biaya produksi yang terlibat dalam proses produksi

seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya listrik, biaya bahan penolong dan biaya pemeliharaan mesin.

6. Metode apa atau bagaimana cara perusahaan menentukan harga jual produk?

Jawaban : “Metode penentuan harga jual kami yaitu dengan menghitung biaya biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan penjualan produk kemudian harga tersebut ditambahkan dengan laba yang diharapkan perusahaan sebesar 20%.”

7. Bagaimana proses penjualan yang dilakukan perusahaan ?

Jawaban : “karena metode yang diterapkan oleh perusahaan adalah metode pesanan, maka setelah produk yang diminta oleh konsumen sudah selesai di produksi bagian PPC akan melakukan pendataan yang selanjutnya produk akan di antar ke tempat konsumen.”

8. Apakah ada biaya yang dikeluarkan dalam proses penjualan yang dilakukan perusahaan ?

Jawaban : “Perusahaan biasanya melakukan promosi secara langsung kepada perusahaan – perusahaan otomotif di sekitaran JaBoDeTaBek. Promosi yang dilakukan adalah ketua produksi dan tim pemasaran akan datang ke tempat perusahaan tersebut untuk menjelaskan kemampuan dan kapasitas perusahaan dalam produksi. Biaya yang dikeluarkan berupa uang transportasi sekitar Rp 1.000.000 setiap bulannya.

9. Berapa tingkat keuntungan atau persentase keuntungan yang diharapkan perusahaan per produk yang akan dijual?

Jawaban : “tingkat keuntungan untuk setiap unit *Plate Rear Axle Housing* sebesar 20%. Dengan presentase laba tersebut perusahaan akan mendapatkan laba sesuai dengan harapan perusahaan.

Uraian Produk

PT Nusa Indah Jaya Utama memproduksi komponen *subparts* berjenis logam untuk kendaraan roda 2 (dua) dan roda 4 (empat). Produk yang dihasilkan berupa *subparts* dari komponen seperti Transmisi, Suspensi, Rem, Radiator, Fuel Injection dan rangka kendaraan roda 2 merk TVS. Total keseluruhan produk yang di hasilkan oleh perusahaan berjumlah 72 jenis produk. Berikut ini adalah daftar produk yang dihasilkan oleh PT Nusa Indah Jaya Utama :

Tabel : Daftar Produk PT Nusa Indah Jaya Utama

No	Nama Produk	Customer
1	Retainer Rear Bearing Outer	PT Gemala Kempa Daya
2	Gusset C/ Mbr No. 4 Upper	PT Gemala Kempa Daya
3	Gusset C/ Mbr No. 4 Lower	PT Gemala Kempa Daya
4	Stiffener Frame Side Rail RR	PT Gemala Kempa Daya
5	Deflector Dust 366 L	PT Gemala Kempa Daya
6	Cover Plug CJ	PT Gemala Kempa Daya
7	L300 Cover Plug SLD	PT Gemala Kempa Daya
8	L 300 Cover Dust SLD	PT Gemala Kempa Daya
9	SL Plate Buffle LH	PT Gemala Kempa Daya
10	SL Plate Buffle RH	PT Gemala Kempa Daya
11	GKD – 10 Reinf Side Rail No.1 RH	PT Gemala Kempa Daya
12	GKD – 11 Reinf Side rail No. 1 LH	PT Gemala Kempa Daya
13	Reinf Side rail No. 1 LHD LH Export Vietnam	PT Gemala Kempa Daya
14	Reinf Side rail No. 1 LHD RH ExportVietnam	PT Gemala Kempa Daya
15	GKD – 11 Reinf Side rail No. 1 LH Export Malaysia	PT Gemala Kempa Daya
16	Plate rear Axle Housing	PT Gemala Kempa Daya
17	Seat Rear Spring	PT Gemala Kempa Daya
18	FE Plate LH	PT Gemala Kempa Daya
19	FE Plate RH	PT Gemala Kempa Daya
20	D01N BSCB Cup A DO1N	PT Gemala Kempa Daya
21	D01N BSCB Cup B DO1N	PT Gemala Kempa Daya
22	D17 BSCB Cup A D17	PT Gemala Kempa Daya
23	D17 BSCB Cup B D17	PT Gemala Kempa Daya
24	FE – TD Reinforcement B LH MK551571	PT Gemala Kempa Daya
25	FE – TD Reinforcement B RH MK551572	PT Gemala Kempa Daya
26	Plate Seat Spring By 42154 – 25030	PT Gemala Kempa Daya
27	Bkt Fender Mtg Rear	PT. Setia Guna Selaras
28	Reinf Pivot Tube Bottom	PT. Setia Guna Selaras
29	Bracket Engine Mtg L	PT. Setia Guna Selaras
30	Bracket Engine Mtg R	PT. Setia Guna Selaras
31	Bracket Engine Mtg Front L	PT. Setia Guna Selaras
32	Bracket Engine Mtg Front R	PT. Setia Guna Selaras
33	Stopper Steering	PT. Setia Guna Selaras
34	Bracket Stop Switch Mtg	PT. Setia Guna Selaras
35	Lock Plate	PT. Setia Guna Selaras
36	Bracket Ignition Coil Mtg	PT. Setia Guna Selaras
37	Bkt Support Engine MtgSpot	PT. Setia Guna Selaras
38	Bkt Support Kag / Mtg Bottom	PT. Setia Guna Selaras

39	Plate Seat Rear Hook	PT. Setia Guna Selaras
40	Rear Bracket Bottom	PT. Setia Guna Selaras
41	Bracket Shock Mtg R	PT. Setia Guna Selaras
42	Bracket Shock Mtg L	PT. Setia Guna Selaras
43	Utility Mtg Bracket Front	PT. Setia Guna Selaras
44	Bridge Tube Upper Middle	PT. Setia Guna Selaras
45	Gusset plate	PT. Setia Guna Selaras
46	Bracket Fuel tank Front	PT. Setia Guna Selaras
47	Bracket Fuel Cock Mtg	PT. Setia Guna Selaras
48	Bkt Rear Fender Mtg Front	PT. Setia Guna Selaras
49	Rear Fender Mtg Side	PT. Setia Guna Selaras
50	Bracket Chassis Numbering	PT. Setia Guna Selaras
51	Bracket Steering Lock Mtg	PT. Setia Guna Selaras
52	Bkt Cover Main Tube Side Mtg	PT. Setia Guna Selaras
53	Bracket Cover Frame Mtg	PT. Setia Guna Selaras
54	Bkt Cover Main Tube Mtg	PT. Setia Guna Selaras
55	Bracket Steering Lock Mtg (N)	PT. Setia Guna Selaras
56	Bkt Cover Frame Head Mtg	PT. Setia Guna Selaras
57	Sec Air Induction Mtg Bkt	PT. Setia Guna Selaras
58	Bracket Cover Main Pipe Fr	PT. Setia Guna Selaras
59	Bracket Cover Main Pipe Rr	PT. Setia Guna Selaras
60	Reinf Cover Frame Head U157	PT. Setia Guna Selaras
61	Reinf Cover Frame Head U157	PT. Setia Guna Selaras
62	Sealing Cowl Ventilator	PT Fuji Technica Indonesia
63	Bracket Brake Pedal	PT Fuji Technica Indonesia
64	Bracket Cluch Pedal	PT Fuji Technica Indonesia
65	Reinf Fr Susp RH/LH	PT Fuji Technica Indonesia
66	Bracket Fr Susp Mtg RR R/L	PT Fuji Technica Indonesia
67	Pan Frame Rear Back RH	PT. Posmi Steel Indonesia
68	Pan Frame Rear Back LH	PT. Posmi Steel Indonesia
69	Klip <i>Hardness</i> 25	PT.Mitsubishi Krama Yudha Motor
70	Klip <i>Hardness</i> 40	PT.Mitsubishi Krama Yudha Motor
71	Klip <i>Hardness</i> 60	PT.Mitsubishi Krama Yudha Motor
72	Klip <i>Hardness</i> 80	PT.Mitsubishi Krama Yudha Motor

(Sumber : PT Nusa Indah Jaya Utama)