

**ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK MENETAPKAN
HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING PADA
PODINASI PASTRY**

TUGAS AKHIR

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

DISUSUN OLEH :

IFNU PRASETYO

1711087

**KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN RI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INDUSTRI
JAKARTA**

2015

Daftar Isi

| | |
|---|----|
| Daftar Isi | i |
| Daftar Tabel | iv |
| Daftar Gambar | vi |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 1 |
| 1.3 Batasan Masalah | 2 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 2 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 2 |
| 1.7 Sistematika Penulisan | 3 |
| BAB II | 5 |
| LANDASAN TEORI..... | 5 |
| 2.1 Harga Pokok Produksi | 5 |
| 2.1.1. Pengertian Harga Pokok Produksi | 5 |
| 2.1.2. Tujuan Harga Pokok Produksi | 7 |
| 2.1.3. Metode Penentuan Biaya Produksi | 8 |
| 2.1.4. Perbedaan Metode <i>Full Costing</i> dan Metode <i>Variabel Costing</i> | 9 |
| 2.1.5. Kelebihan dan Kelemahan Metode <i>Full Costing</i> dan Metode <i>Variabel Costing</i> | 11 |
| 2.2 Pengertian Harga..... | 13 |
| 2.3 Penetapan Harga Jual..... | 14 |
| 2.3.1. Pengertian Harga Jual | 14 |
| 2.3.2. Faktor-Faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Penentuan Harga | 14 |
| Jual..... | 14 |
| 2.3.3. Metode Penentuan Harga Jual Produk..... | 15 |

| | |
|---|----|
| 2.4 Pengertian Laporan Keuangan..... | 18 |
| 2.4.1. Jenis Laporan Keuangan..... | 18 |
| 2.5 Pengertian Analisis Laporan Keuangan..... | 20 |
| BAB III | 23 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 23 |
| 3.1 Jenis Data Yang Dibutuhkan | 23 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data..... | 23 |
| 3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data | 25 |
| 3.4 Teknik Analisis | 26 |
| BAB IV | 27 |
| PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA | 27 |
| 4.1 Profil Perusahaan | 27 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan | 28 |
| 4.1.2. Lokasi Perusahaan | 29 |
| 4.1.3. Struktur Organisasi | 29 |
| 4.2 Aspek Pemasaran..... | 34 |
| 4.2.1. Fungsi Pemasaran | 35 |
| 4.3 Aspek Produksi..... | 39 |
| 4.3.2. Proses Produksi..... | 42 |
| 4.3.3. Layout | 43 |
| 4.4 Aspek Personalia..... | 44 |
| 4.4.1 Perekrutan dan Penempatan Karyawan | 44 |
| 4.4.2. Penilaian Kinerja (Evaluasi) | 46 |
| 4.4.3. Kompensasi Karyawan | 46 |
| 4.4.4. Pemutusan Hubungan Kerja | 47 |
| 4.5 Aspek Keuangan..... | 48 |
| BAB V | 67 |
| ANALISA PEMBAHASAN | 67 |
| 5.1. Perbandingan Harga Pokok Produk per unit menurut Perusahaan dan menurut Prinsip Akuntansi..... | 67 |
| 5.2. Perbandingan Harga Jual Produk menurut Perusahaan dan menurut Perhitungan <i>Cost Plus Pricing</i> | 67 |

| | |
|---|----|
| 5.3. Selisih Harga Jual Perusahaan dengan Harga Jual <i>Cost Plus Pricing</i> | 68 |
| 5.4. Perbandingan Harga Jual PO. DINASA PASTRY dengan Produk Pesaing | 68 |
| 5.5. Perbandingan Laba menurut Perusahaan dan menurut Perhitungan..... | 69 |
| BAB VI..... | 72 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 72 |
| 6.1 Kesimpulan | 72 |
| 6.2 Saran | 73 |
| Daftar Pustaka..... | 74 |
| LAMPIRAN | 75 |

Daftar Tabel

| | |
|--|----|
| Tabel 2.4.1 Contoh Neraca (<i>Balance Sheet</i>) | 18 |
| Tabel 2.4.2 Contoh Laporan Laba Rugi | 20 |
| Tabel 4.2.1 Biaya Pemasaran | 38 |
| Tabel 4.2.2 Penjualan dengan Harga Perusahaan | 39 |
| Tabel 4.3.2 Daftar Mesin | 40 |
| Tabel 4.4.1 Daftar Tenaga Kerja | 45 |
| Tabel 4.4.2 Tenaga Kerja Bag. Produksi | 45 |
| Tabel 4.4.3 Upah Tenaga Kerja Produksi | 47 |
| Tabel 4.5.1 Jumlah Produksi | 48 |
| Tabel 4.5.2 Pembelianan Bahan Baku | 49 |
| Tabel 4.5.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung | 52 |
| Tabel 4.5.4 Penyusutan Aktiva Tetap | 56 |
| Tabel 4.5.5 Biaya Overhead Pabrik Tetap | 57 |
| Tabel 4.5.6 Biaya Overhead Pabrik Variabel | 58 |
| Tabel 4.5.7 Harga Pokok Produksi menurut Perusahaan | 59 |
| Tabel 4.5.8 Harga Jual Perusahaan | 61 |
| Tabel 4.5.9 Harga Pokok Produksi menurut Prinsip Akuntansi | 62 |

| | |
|--|----|
| Tabel 5.1.1 HPP per unit menurut Perusahaan dan menurut Prinsip Akuntansi..... | 67 |
| Tabel 5.1.2 Harga Jual menurut Perusahaan dan menurut Prinsip Akuntansi..... | 68 |
| Tabel 5.1.3 Selisih Harga Jual | 68 |
| Tabel 5.1.4 Perbandingan Harga Jual dengan Produk pesaing..... | 68 |
| Tabel 5.1.5 Laba/Rugi Perusahaan..... | 69 |
| Tabel 5.1.6 Laba/Rugi Perhitungan..... | 69 |

Daftar Gambar

| | |
|---|----|
| Gambar 3.2.1 Proses Penelitian | 25 |
| Gambar 4.1.1. S.O PO.DINASA PASTRY | 30 |
| Gambar 4.3.1 Produk PO. DINASA PASTRY | 39 |
| Gambar 4.3.2 Proses Produksi | 42 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PO. DINASA PASTRY merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan kue pia dengan nama produk PapaPia. PO. DINASA PASTRY berdiri pada tahun 2008 yang didirikan oleh Bayu Reza Laksana bersama istrinya Silmi. Perusahaan ini beralamat di Jalan KH. Abdullah Bin Nuh No.27/E Ruko Segitiga Emas Semplak, Bogor.

Salah satu permasalahan yang dihadapi PO. DINASA PASTRY adalah perusahaan belum tepat harga pokok produksinya sehingga harga jualnya belum sesuai dengan target laba yang diharapkan. Dengan menganalisis harga pokok produksi yang tepat, maka perusahaan dapat mengetahui berapa harga jual yang harus ditetapkan pada setiap produk yang akan dihasilkan dengan menyesuaikan keuntungan yang diharapkan. Oleh karena itu, PO. DINASA PASTRY memerlukan tinjauan terhadap analisis perhitungan harga pokok produksi. Karena analisis ini dapat memberikan informasi yang diperlukan manajemen untuk menentukan harga jual yang akan ditetapkan sesuai dengan keuntungan yang diharapkan perusahaan.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan di atas dalam sebuah penulisan ilmiah dengan judul **“ANALISIS HARGA POKOK PRODUKSI UNTUK MENETAPKAN HARGA JUAL DENGAN METODE COST PLUS PRICING PADA PO. DINASA PASTRY”**

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan menambahkan persentase tertentu terhadap harga pokok produksi dalam menetapkan harga jual. Namun, belum diketahui apakah harga pokok produksi dan harga jual produk sudah sesuai dengan target laba yang diharapkan. Dengan demikian, masalah dalam penelitian ini akan dirumuskan sebagai berikut:

- Apakah perhitungan harga pokok produksi yang dilakukan perusahaan sudah tepat sehingga harga jual yang ditetapkan juga sudah sesuai dengan target laba yang diharapkan bila dihitung dengan metode *cost plus pricing*?

1.3 Batasan Masalah

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

1. Perhitungan harga pokok produksi dan perhitungan penetapan harga jual produk PO.Dinasa Pastry.
2. Aspek Produksi, Pemasaran, dan Personalia akan dibahas penulis namun tidak secara mendalam.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- Mengetahui apakah harga pokok produksi yang dihitung oleh perusahaan sudah tepat sehingga harga jual yang ditetapkan pun sudah sesuai dengan target laba yang diharapkan

1.5 Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi penulis adalah menambah wawasan dan pengetahuan tentang analisis perhitungan harga pokok produksi secara keseluruhan.

b. Bagi Perusahaan

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi perusahaan adalah sebagai bahan referensi dan informasi dalam perhitungan harga pokok produksi dan menentukan harga jual.

c. **Bagi Pembaca**

Manfaat diadakannya penelitian ini bagi pembaca adalah sebagai sumber informasi tambahan dan bahan referensi dalam penelitian yang sejenis.

1.7 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 masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat tugas akhir, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

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

BAB III METODOLOGI 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 analisa serta pembahasan terhadap hasil yang diperoleh dari data pengolahan data melalui metode yang diterapkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

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

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Harga Pokok Produksi

2.1.1. Pengertian Harga Pokok Produksi

Harga Pokok Produksi merupakan kumpulan dari semua biaya produksi yang terjadi untuk memproduksi barang jadi yang siap jual. Sedangkan, biaya produksi itu sendiri adalah jumlah dari tiga unsur biaya yaitu bahan baku, tenaga kerja langsung, dan *overhead* pabrik (Matz&Usry,1992).

Harga pokok produksi sama dengan biaya produksi pada saat persediaan barang dalam proses awal dan akhir tahun tidak ada. Artinya seluruh bahan baku yang diproduksi habis menjadi barang jadi yang siap dijual, contohnya perusahaan makanan dan minuman. Adapun rumus harga pokok produksi sebagai berikut:

1. Bahan Langsung

| | |
|-------------------------------|--------------|
| - Persediaan awal bahan baku | xxx |
| - Pembelian bahan baku | <u>xxx</u> + |
| - Persediaan total bahan baku | xxx |
| - Persediaan bahan baku akhir | <u>xxx</u> - |
| - Biaya bahan baku | xxx |

2. Biaya tenaga kerja langsung xxx+

3. Biaya overhead

| | |
|-----------------------------|-------------|
| - Bahan tidak langsung | xxx |
| - Tenaga kerja tdk langsung | xxx |
| - Pajak Penghasilan | xxx |
| - Penyusutan | xxx |
| - Asuransi | xxx |
| - Overhead pabrik umum | <u>xxx+</u> |
| - Biaya Produksi | xxx |

4. Ditambah persediaan barang dlm proses awal xxx

Dikurangi persediaan barang dlm proses akhir xxx

Harga Pokok Produksi **xxx**

a. Bahan Langsung

Bahan langsung adalah semua bahan yang membentuk bagian integral dari barang jadi dan yang dapat dimasukkan langsung dalam kalkulasi biaya produk.

Contoh bahan baku langsung adalah kayu untuk pembuatan meubel dan minyak tanah untuk membuat bensin. Pertimbangan utama dalam mengelompokkan bahan ke dalam bahan baku langsung adalah kemudahan penelusuran proses perubahan bahan tersebut sampai menjadi barang jadi. Sebagai contoh, paku untuk membuat peralatan meubel merupakan bagian dari barang jadi, namun agar perhitungan biaya meubel tersebut bisa dilakukan secara cepat, bahan ini dapat diklasifikasikan sebagai bahan baku tidak langsung.

b. Tenaga Kerja Langsung

Tenaga kerja langsung adalah tenaga kerja yang dikerahkan untuk mengubah bahan langsung menjadi barang jadi. Biaya untuk ini meliputi gaji para karyawan yang dapat dibebankan kepada produk tertentu.

c. Overhead Pabrik

Biaya overhead pabrik disebut juga biaya produk tidak langsung, yaitu kumpulan dari semua biaya untuk membuat suatu produk selain biaya bahan baku langsung dan tidak langsung. Overhead pabrik pada umumnya didefinisikan sebagai bahan tidak langsung, pekerja tidak langsung, dan bahan pabrik lainnya yang tidak secara mudah diidentifikasi atau dibebankan langsung ke pekerjaan produk atau tujuan akhir biaya. Biaya overhead pabrik (FOH) terdiri dari biaya FOH tetap dan biaya FOH variabel. Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap untuk tingkat volume kegiatan tertentu, biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan. Ada juga yang dinamakan biaya semi variabel adalah biaya yang berubah tak sebanding

dengan perubahan volume kegiatan. Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya overhead pabrik :

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

2.1.2. Tujuan Harga Pokok Produksi

Perusahaan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang memproses masukan untuk menghasilkan keluaran. Perusahaan mengolah masukan berupa sumber ekonomi untuk menghasilkan keluaran berupa sumber ekonomi lain yang nilainya harus lebih tinggi daripada nilai masukaannya. Oleh karena itu manajemen harus selalu berusaha agar nilai keluaran lebih tinggi daripada nilai masukan yang dikorbankan untuk menghasilkan keluaran tersebut, sehingga kegiatan organisasi dapat menghasilkan laba.

Dengan laba perusahaan akan memiliki kemampuan untuk berkembang dan tetap mampu mempertahankan eksistensinya sebagai suatu sistem dimasa yang akan datang. Perusahaan yang berhasil dalam mencapai tujuannya dapat diukur dari seberapa besar laba yang diperoleh. Perhitungan harga pokok produksi bertujuan untuk menentukan besarnya harga pokok yang dikeluarkan untuk produksi perusahaan. Informasi perhitungan akan menyajikan secara total maupun perunit harga pokok produksi.

Tujuan harga pokok produksi (Mulyadi:2005) adalah sebagai berikut :

- a. Biaya produksi merupakan salah satu data yang dipertimbangkan selain data non produksi dalam penentuan harga jual produk yang dipasarkan
- b. Untuk memantau realisasi biaya produksi
- c. Menghitung laba rugi bruto perusahaan pada periode tertentu
- d. Menentukan harga pokok produk dalam proses dan produk selesai yang disajikan dalam neraca.

2.1.3. Metode Penentuan Biaya Produksi

Metode penentuan biaya produksi (Mulyadi:2005) adalah cara memperhitungkan unsur-unsur biaya kedalam kos produksi. Berikut adalah metode penentuan harga pokok produksi :

a. Metode *Full Costing*

Full costing merupakan metode penentuan kos produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam kos produksi yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik, baik yang bersifat tetap maupun variable kepada produk. Kos produksi menurut metode *full costing* terdiri dari (Mulyadi,2005) :

| | |
|--------------------------------|--------------|
| Biaya bahan baku | xxx |
| Biaya tenaga kerja langsung | xxx |
| Biaya overhead pabrik tetap | xxx |
| Biaya overhead pabrik variabel | <u>xxx</u> + |
| Kos Produksi | xxx |

b. Metode *Variable Costing*

Variable costing merupakan metode penentuan kos produksi yang hanya memperhitungkan biaya produksi yang berperilaku variabel ke dalam kos produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel

Kos produksi menurut metode *variable costing* terdiri dari ;

| | |
|--------------------------------|--------------|
| Biaya bahan baku variabel | xxx |
| Biaya tenaga kerja variabel | xxx |
| Biaya overhead pabrik variabel | <u>xxx</u> + |
| Kos Produksi | xxx |

2.1.4. Perbedaan Metode *Full Costing* dan Metode *Variabel Costing*

Perbedaan pokok antara metode *full costing* dan *variabel costing* sebetulnya terletak pada perlakuan biaya tetap produksi tidak langsung. Dalam metode *full costing* dimasukkan unsur biaya produksi karena masih berhubungan dengan pembuatan produk berdasar tarif (*budget*), sehingga apabila produksi sesungguhnya berbeda dengan budgetnya maka akan timbul kekurangan atau kelebihan pembebanan.

Adapun unsur biaya dalam metode *full costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik baik yang sifatnya tetap maupun variabel. Sedangkan unsur biaya dalam metode *variable costing* terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik yang sifatnya variabel saja dan tidak termasuk biaya overhead pabrik tetap. Akibat perbedaan tersebut mengakibatkan timbulnya perbedaan lain yaitu :

1. Dalam metode *full costing*, perhitungan harga pokok produksi dan penyajian laporan laba rugi didasarkan pendekatan “fungsi”. Sehingga apa yang disebut sebagai biaya produksi adalah seluruh biaya yang berhubungan dengan fungsi produksi, baik langsung maupun tidak langsung, tetap maupun variabel. Dalam metode *variabel costing*, menggunakan pendekatan “tingkah laku”, artinya perhitungan harga pokok dan penyajian dalam laba rugi didasarkan atas tingkah laku biaya. Biaya produksi dibebani biaya variabel saja, dan biaya tetap dianggap bukan biaya produksi.
2. Dalam metode *full costing*, biaya periode diartikan sebagai biaya yang tidak berhubungan dengan biaya produksi, dan biaya ini dikeluarkan dalam rangka mempertahankan kapasitas yang diharapkan akan dicapai perusahaan, dengan kata lain biaya periode adalah biaya operasi. Dalam metode *variabel costing*, yang dimaksud dengan biaya periode adalah biaya yang setiap periode harus tetap dikeluarkan atau dibebankan tanpa dipengaruhi perubahan kapasitas kegiatan. Dengan kata lain biaya periode adalah biaya tetap, baik produksi maupun operasi.

3. Menurut metode *full costing*, biaya overhead tetap diperhitungkan dalam harga pokok, sedangkan dalam variabel costing biaya tersebut diperlakukan sebagai biaya periodik. Oleh karena itu saat produk atau jasa yang bersangkutan terjual, biaya tersebut masih melekat pada persediaan produk atau jasa. Sedangkan dalam variabel costing, biaya tersebut langsung diakui sebagai biaya pada saat terjadinya.
4. Jika biaya overhead pabrik dibebankan kepada produk atau jasa berdasarkan tarif yang ditentukan dimuka dan jumlahnya berbeda dengan biaya overhead pabrik yang sesungguhnya maka selisihnya dapat berupa pembebanan overhead pabrik berlebihan (*over-applied factory overhead*). Menurut metode *full costing*, selisih tersebut dapat diperlakukan sebagai penambah atau pengurang harga pokok yang belum laku dijual (harga pokok persediaan).
5. Dalam metode *full costing*, perhitungan laba rugi menggunakan istilah laba kotor (*gross profit*), yaitu kelebihan penjualan atas harga pokok penjualan.
6. Dalam variabel costing, menggunakan istilah margin kontribusi (*contribution margin*), yaitu kelebihan penjualan dari biaya-biaya variabel.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari perbedaan laba rugi dalam metode *full costing* dengan metode *variable costing* adalah :

1. Dalam metode *full costing*, dapat terjadi penundaan sebagian biaya overhead pabrik tetap pada periode berjalan ke periode berikutnya bila tidak semua produk pada periode yang sama.
2. Dalam metode *variable costing* seluruh biaya tetap overhead pabrik telah diperlakukan sebagai beban pada periode berjalan, sehingga tidak terdapat bagian biaya overhead pada tahun berjalan yang dibebankan kepada tahun berikutnya.
3. Jumlah persediaan akhir dalam metode *variable costing* lebih rendah dibanding metode *full costing*. Alasannya adalah dalam *variable costing*

hanya biaya produksi variabel yang dapat diperhitungkan sebagai biaya produksi.

4. Laporan laba rugi full costing tidak membedakan antara biaya tetap dan biaya variabel, sehingga tidak cukup memadai untuk analisis hubungan biaya volume dan laba dalam rangka perencanaan dan pengendalian.

2.1.5. Kelebihan dan Kelemahan Metode Full Costing dan Metode Variabel Costing

Penerapan metode *full costing* mempunyai manfaat atau kelebihan yaitu metode ini lebih mudah untuk dilaksanakan karena tidak memerlukan rincian pabrikasi menjadi komponen tetap dan variabel. Sedangkan kelemahan metode *full costing* ini adalah tidak dapat menghilangkan dampak perubahan persediaan dari pengukuran laba, metode ini dapat meningkatkan laba yang dilaporkan dengan kenaikan persediaan atau menurunkan persediaan. Metode *full costing* ini lebih dapat diterima secara umum karena sesuai dengan prinsip akuntansi yang lazim.

Adapun kelebihan dari metode *variabel costing* adalah :

1. Perencanaan laba jangka pendek

Untuk perencanaan jangka pendek, manajemen memerlukan informasi biaya yang dipisahkan menurut perilaku biaya dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan dalam jangka pendek, biaya tetap tidak berubah dengan adanya perubahan volume kegiatan, sehingga hanya biaya variabel yang dipertimbangkan oleh manajemen dalam mengambil keputusan.

2. Pengendalian biaya

Dengan menggunakan metode *variabel costing*, manajemen dapat mengendalikan biaya (*periods cost*). *Periods cost* yang terdiri dari yang berperilaku tetap dikumpulkan dan disajikan secara terpisah dalam laporan laba rugi sebagai pengurang terhadap laba kontribusi. Biaya Tetap dapat digolongkan menjadi :

- a. Biaya yang berprilaku tetap karena kebijakan manajemen (*Discretionary fixed cost.*) Biaya ini dalam jangka pendek dapat dikendalikan, contoh: biaya iklan
- b. Biaya yang timbul dari kepemilikan pabrik (*Committed fixed cost*) .Perilaku biaya ini ditentukan secara jelas dengan cara mengamati biaya yang tetap jika kegiatan perusahaan dihentikan sama sekali. Biaya ini merupakan biaya yang dikeluarkan yang tidak dapat dikurangi guna mempertahankan kemampuan perusahaan dalam memenuhi tujuan jangka panjang perusahaan. Contoh : biaya depresiasi , biaya sewa , biaya karyawan inti.

3. Pengambilan Keputusan

Metode variabel costing menunjukkan data yang bermanfaat untuk pembuatan keputusan jangka pendek .Dalam membuat keputusan jangka pendek yang menyangkut mengenai perubahan volume kegiatan, *periods cost* tidak relevan karena tidak berubah dengan perubahan volume kegiatan . Metode ini khusus bermanfaat untuk penentuan harga jual jangka pendek. Disamping manfaat yang diberikan *variabel costing* , ada kelemahan dari metode ini ,yaitu :

1. Pemisahan biaya-biaya kedalam biaya variabel dan tetap sulit untuk dilaksanakan.
2. Metode ini dianggap tidak sesuai dengan prinsip akuntansi yang lazim.
3. Dalam metode ini , naik turunnya laba dihubungkan dengan perubahan – perubahan dalam penjualannya .Untuk perusahaan yang kegiatan usahanya bersifat musiman ,metode ini akan menyajikan kerugian yang berlebihan dalam periode tertentu, sedangkan dalam periode lainnya akan menyajikan laba yang tidak normal.
4. Tidak diperhitungkannya biaya overhead pabrik tetap dalam persediaan dan harga pokok persediaan akan mengakibatkan

nilai – nilai persediaan lebih rendah, sehingga akan mengurangi modal kerja yang dilaporkan untuk tujuan analisis keuangan.

2.2 Pengertian Harga

Masalah kebijaksanaan penetapan harga merupakan hal yang kompleks dan rumit. Untuk itu dibutuhkan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga yang tepat. Karenanya akan dibahas terlebih dahulu pengertian mengenai harga.

Menurut Kotler (2006), dalam arti yang sempit, **harga** adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sepanjang sejarahnya, harga telah menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Dalam beberapa decade terakhir beberapa faktor di luar harga menjadi semakin penting. Namun, harga tetap menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan.

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

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

6. Perusahaan memilih harga akhir.

2.3 Penetapan Harga Jual

2.3.1. Pengertian Harga Jual

Pada prinsipnya harga jual (Mulyadi:2005) harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah Mark-up.

Selain itu menurut (Hansen & Mowen:2006) mengemukakan bahwa harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga jual yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai akhir barang yang merupakan penjumlahan dari biaya-biaya produksi dan biaya lain untuk memproduksi suatu barang ditambah dengan sejumlah keuntungan yang diinginkan.

2.3.2. Faktor-Faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Penentuan Harga Jual

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

1. Faktor Internal Perusahaan

- a. Tujuan Pemasaran Perusahaan Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga jual adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab social dan lain-lain.
- b. Strategi Bauran Pemasaran Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu, harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.

- c. Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu, setiap perusahaan pasti menaruh perhatian pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya.
- d. Organisasi Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

a. Sifat Pasar dan Permintaan

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

b. Persaingan

Kekuatan pokok yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri ada lima, yaitu persaingan dalam industri yang bersangkutan, produk substitusi, pemasok, pelanggan dan ancaman pendatang baru. Informasi-informasi yang dibutuhkan untuk menganalisis karakteristik persaingan yang dihadapi antara lain:

- 1) Jumlah perusahaan dalam industri
- 2) Ukuran relatif setiap anggota dalam industry
- 3) Diferensiasi produk
- 4) Kemudahan untuk memasuki industri tersebut.

c. Unsur-Unsur Lingkungan Eksternal lainnya.

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

2.3.3. Metode Penentuan Harga Jual Produk

1. Penentuan Harga Jual Normal (Normal Pricing)

- *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 akandatang 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

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

- Perhitungan Harga Jual per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* 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 :

$$\text{Harga Jual per unit} = \text{Total Biaya yang berhubungan} + \text{persentase mark up langsung}$$

Sumber: Mulyadi, 2001

Presentase markup dihitung dengan rumus :

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

2. Harga yang Berdasarkan pada Keseimbangan antara Permintaan dan Penawaran

Metode ini paling cocok bagi perusahaan yang tujuan penetapan harga – harganya memaksimalkan laba. Dalam menentukan harga perlu dipertimbangkan tentang biaya biaya:

- a. Total Biaya Tetap (*Total Fixed cost*)
- b. Biaya Variable (*Variable cost*)
- c. Biaya total (*Total cost*)

3. Penetapan Harga yang Ditetapkan atas Dasar Kekuatan Pasar

Penetapan harga yang didasarkan pada kekuatan pasar adalah metode penetapan harga yang berorientasi pada kekuatan pasar , dimana harga jual dapat ditetapkan sama dengan harga jual pesaing , diatas harga pesaing atau dibawah harga pesaing.

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 memasuk 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 diatas tingkat harga pasar. Penetapan harga demikian memang digunakan oleh perusahaan yang sudah memiliki reputasi atau perusahaan yang memiliki barang – barang prestise . Hal ini dilator belakangi suatu pertimbangan bahwa seringkali konsumen kurang memperhatikan harga dalam pembeliannya , tetapi konsumen lebih mengutamakan kualitas / *factor prestise* yang akan diperoleh dari barang tersebut.

2.4 Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Kasmir, S.E., M.M. (2008) dalam bukunya “*Analisis Laporan Keuangan*”, dalam pengertian yang sederhana, laporan keuangan adalah laporan yang menunjukkan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu.

2.4.1. Jenis Laporan Keuangan

Terdapat dua jenis laporan keuangan utama yang biasanya dipergunakan untuk menyatakan keadaan keuangan suatu korporasi, yaitu seperti diuraikan berikut ini.

- **Neraca (*Balance Sheets*)**

Neraca merupakan laporan tentang posisi keuangan suatu korporasi pada suatu tanggal tertentu yang meliputi; aktiva, utang, dan modal. Aktiva merupakan sumber daya yang dimiliki korporasi, sedangkan utang dan modal untuk menunjukkan bagaimana sumber daya ini dibelanjai oleh korporasi. Berikut adalah contoh tabel neraca :

Tabel 2.4.1 Contoh Neraca(*Balance Sheet*)

| Keterangan | Tahun | |
|------------|-------|------|
| | 2001 | 2002 |

| Aktiva Lancar | (dalam Rp .000) | (dalam Rp .000) |
|------------------------------|------------------------|------------------------|
| Kas | 2.550 | 2.380 |
| Surat berharga | 500 | 500 |
| Piutang | 14.450 | 17.000 |
| Persediaan barang | 19.210 | 20.400 |
| Total Aktiva Lancar | 36.210,5 | 39.780,5 |
| Aktiva Tetap | | |
| Tanah | 3.400 | 3.400 |
| Gedung dan mesin | 19.040 | 20.910 |
| Penyusutan gedung dan mesin | (11.560) | (12.410) |
| Total Aktiva Tetap | 7.480 | 8.500 |
| Total Aktiva | 43.690,5 | 48.280,5 |
| Utang Lancar | | |
| Utang dagang | 5.440 | 5.100 |
| Wesel | 1.530 | 5.780 |
| Gaji yang akan dibayar | 6.460 | 5.270 |
| Utang lain - lain | 0.850 | 0.850 |
| Total Utang Lancar | 13.430,85 | 16.150,85 |
| Modal | | |
| Modal saham | 15.828,8 | 16.064,65 |
| Laba ditahan | 14.430,85 | 16.065 |
| Total Modal | 30.259,65 | 32.129,65 |
| Total Utang dan Modal | 43.690,5 | 48.280,5 |

Sumber : Manahan, 2005

- Laporan Laba Rugi

Laporan laba/rugi menunjukkan kondisi usaha dalam suatu periode tertentu. Artinya laporan laba rugi harus dibuat dalam suatu siklus operasi atau periode tertentu guna mengetahui jumlah perolehan pendapatan dan biaya yang telah dikeluarkan sehingga dapat diketahui apakah perusahaan dalam keadaan laba atau rugi. Berikut adalah contoh tabel laporan laba rugi :

Tabel 2.4.2 Contoh Laporan Laba Rugi

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

Sumber : Manahan, 2005

2.5 Pengertian Analisis Laporan Keuangan

Agar Laporan Keuangan menjadi berarti sehingga dapat dipahami dan dimengerti oleh berbagai pihak, perlu dilakukan Analisis Laporan Keuangan. Bagi pihak pemilik dan manajemen, tujuan utama Analisis Laporan Keuangan adalah agar dapat mengetahui posisi keuangan perusahaan saat ini.

Dengan mengetahui posisi keuangan, setelah dilakukan Analisis Laporan Keuangan secara mendalam akan terlihat apakah perusahaan dapat mencapai target yang telah direncanakan sebelumnya atau tidak. Hasil Analisis Laporan Keuangan juga akan memberikan informasi tentang kelemahan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan. Dengan mengetahui kelemahan ini, manajemen akan dapat memperbaiki atau menutupi kelemahan tersebut. Kemudian, kekuatan yang dimiliki perusahaan harus dipertahankan atau bahkan ditingkatkan. Kekuatan ini

dapat dijadikan modal selanjutnya kedepan. Dengan adanya kelemahan dan kekuatan yang dimiliki, akan tergambar kinerja manajemen selama ini.

Pada akhirnya bagi pihak pemilik dan manajemen, dengan mengetahui posisi keuangan dapat merencanakan dan mengambil keputusan yang tepat tentang apa yang harus dilakukan ke depan. Perencanaan kedepan dengan cara menutupi kelemahan yang ada, mempertahankan posisi yang sudah sesuai dengan yang diinginkan dan berupaya meningkatkan lagi kekuatan yang sudah diperolehnya selama ini.

Analisis Laporan Keuangan perlu dilakukan secara cermat dengan menggunakan metode dan teknik analisis yang tepat sehingga hasil yang diharapkan benar-benar tepat pula. Kesalahan dalam memasukkan angka atau rumus akan berakibat pada tidak akuratnya hasil yang hendak dicapai. Kemudian, hasil perhitungan tersebut dianalisis dan diinterpretasikan sehingga mengetahui posisi keuangan yang sesungguhnya.

a. Tujuan dan Manfaat Analisis Laporan Keuangan

Ada beberapa tujuan dan manfaat bagi berbagai pihak dengan adanya Analisis Laporan Keuangan. Secara umum dikatakan bahwa tujuan dan manfaat Analisis Laporan Keuangan adalah :

1. Untuk mengetahui posisi keuangan perusahaan dalam satu periode tertentu, baik harta, kewajiban, modal , maupun hasil usaha yang telah dicapai untuk beberapa periode.
2. Untuk mengetahui kelemahan-kelemahan apa saja yang menjadi kekurangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui kekuatan-kekuatan yang dimiliki.
4. Untuk mengetahui langkah-langkah perbaikan apa saja yang perlu dilakukan kedepan yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan saat ini.
5. Untuk melakukan penilaian kinerja manajemen ke depan apakah perlu penyegaran atau tidak karena sudah dianggap berhasil atau gagal.

6. Dapat juga digunakan sebagai pembandingan dengan perusahaan sejenis tentang hasil yang mereka capai.

b. Teknik Analisis Laporan Keuangan

Sebelum melakukan Analisis Laporan Keuangan, diperlukan langkah-langkah atau prosedur tertentu. Langkah atau prosedur ini diperlukan agar urutan proses analisis mudah untuk dilakukan. Adapun langkah atau prosedur yang dilakukan dalam analisis keuangan adalah :

1. Mengumpulkan data keuangan dan data pendukung yang diperlukan selengkap mungkin, baik untuk satu periode maupun beberapa periode.
2. Melakukan pengukuran-pengukuran atau perhitungan-perhitungan dengan rumus-rumus tertentu, sesuai standar yang biasa digunakan secara cermat dan teliti sehingga hasil yang diperoleh benar-benar tepat.
3. Melakukan perhitungan dengan memasukkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan secara cermat.
4. Memberikan interpretasi terhadap hasil perhitungan dan pengukuran yang telah dibuat.
5. Membuat laporan tentang posisi keuangan perusahaan.
6. Memberikan rekomendasi yang dibutuhkan sehubungan dengan hasil analisis tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Data Yang Dibutuhkan

Untuk menghitung Harga Pokok Produksi pada perusahaan PO. DINASA PASTRY penulis memerlukan data laporan keuangan yang terdiri dari pembelian bahan baku , biaya untuk tenaga kerja langsung dan laporan laba rugi.

3.2 Metode Pengumpulan Data

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

1. Objek Penelitian

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

2. Data Variabel

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan keuangan PO. DINASA PASTRY.

3. Teknik Pengumpulan Data/Variabel

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif analitis yang merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan yang lain (Sugiyono : 2003)

Langkah- langkah yang dilakukan yaitu :

a. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Pengumpulan data diambil dari hasil buku-buku bahan kuliah yang memuat teori-teori yang berhubungan dengan teknik dan metode pengendalian kualitas, serta

penerapannya dalam perusahaan. Hal ini dilakukan sebagai bekal untuk memperkuat landasan teori dari Tugas Akhir ini.

b. Penelitian lapangan (*field research*)

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

- Wawancara (*Interview*)

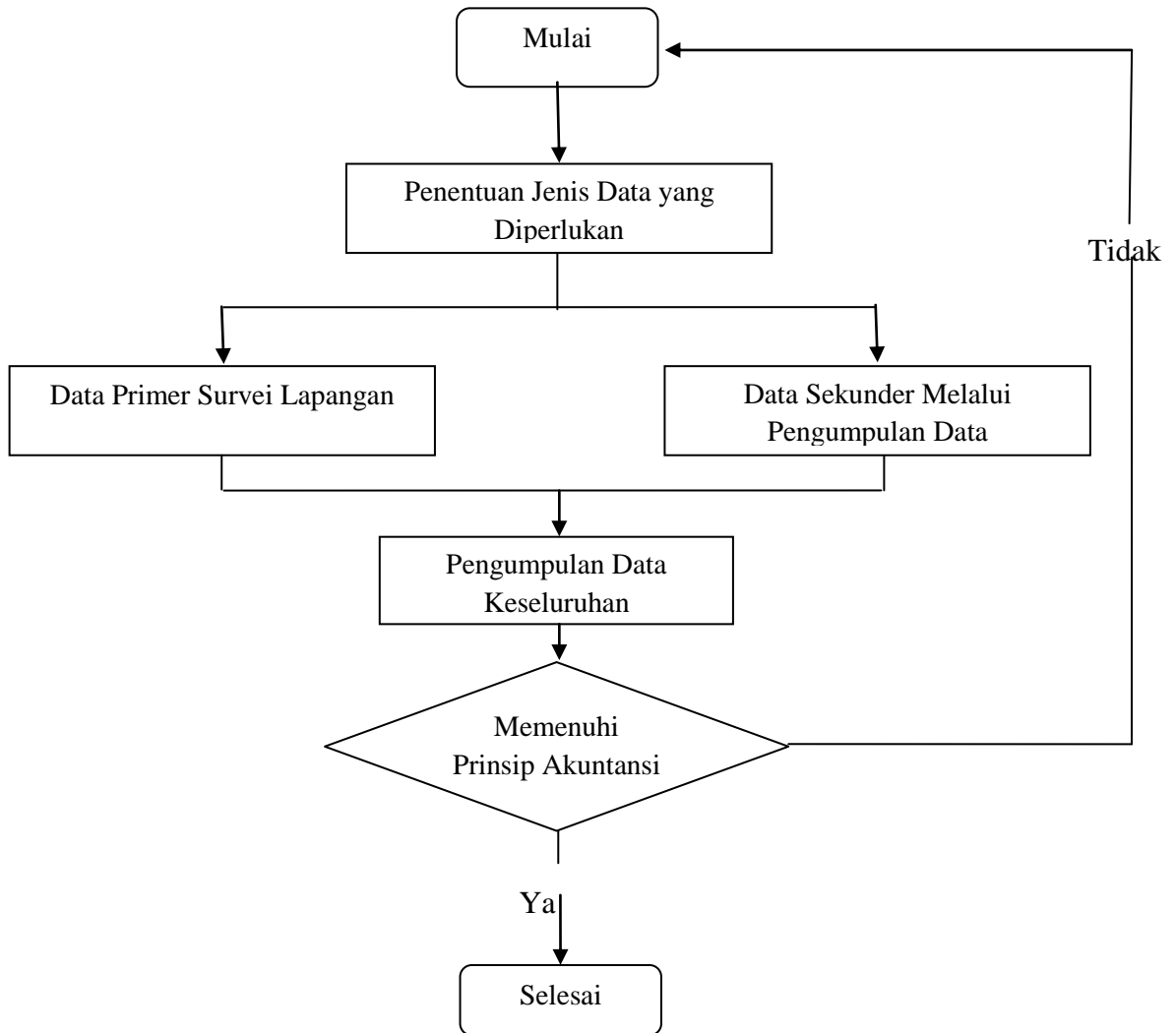
Interview atau wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pimpinan maupun karyawan di PO. DINASA PASTRY

- Observasi (*observation*)

Merupakan kegiatan memperhatikan, mencatat kejadian

- kejadian yang terjadi, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam kejadian tersebut.

Gambar 3.2.1 Proses Penelitian



3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data

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

3.4 Teknik Analisis

Dalam penelitian ini rumus yang digunakan oleh penulis yaitu :

- 1) Mengumpulkan dan menghitung biaya tentang biaya produksi dalam periode penelitian, meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung dan biaya overhead pabrik.
- 2) Menghitung harga pokok produksi selama periode penelitian dengan rumus yaitu:

| | |
|---------------------------------|--------------|
| Biaya bahan langsung | xxx |
| Biaya tenaga kerja langsung | xxx |
| Biaya overhead pabrik | <u>xxx +</u> |
| Biaya produksi | xxx |
| Persediaan brg dlm proses awal | xxx |
| Persediaan brg dlm proses akhir | <u>xxx+</u> |
| Harga Pokok Produksi | xxx |

- 3) Menentukan harga jual per unit , dengan rumus :

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

Sumber : Mulyadi, 1993

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

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Profil Perusahaan

Perusahaan ini merupakan perusahaan yang memproduksi makanan ringan kue pia yang berdiri pada tahun 2008 dan didirikan oleh Bapak Bayu Reza Laksana. Adapun profile usaha lebih rinci adalah sebagai berikut:

| | |
|---------------------|--|
| Nama Perusahaan | : PO. DINASA PASTRY |
| Nama Produk | : PapaPia |
| Nama Pemilik IKM | : Bayu Reza Laksana |
| Jabatan | : Pimpinan (Pemilik) |
| Jenis Produk | : Makanan ringan (kue pia) |
| Alamat Usaha | : Jalan KH. Abdullah Bin Nuh No.27/E Semplak, Bogor |
| Luas Perusahaan | : 216 m ² |
| Telepon | : 0251-7544579 / 087872086076 |
| Mulai Berdiri | : Tahun 2008 |
| Jumlah Tenaga Kerja | : 21 karyawan |
| NoSIUP | : 517/331/MIKRO/B/BPPTPM/2011 |
| No.TDP | : 10.04.5.10.00278 |
| No.NPWP | : 49.235.759.5-404.000 |
| Website | : www.papapiaid.com |

VISI

“Cita Rasa yang Sehat, Berkualitas dan Inovatif untuk Kepuasan Konsumen”

MISI

1. Menjalankan sistem kerja yang disiplin untuk produktivitas terbaik
2. Menjalin komunikasi dengan tanggung jawab agar terciptanya kerjasama yang baik di dalam tim
3. Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan cita rasa berkualitas dan pelayanan terbaik
4. Menyeleksi supplier dengan bahan baku terbaik yang sesuai standar perusahaan untuk menciptakan produk berkualitas

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Selalu ada hikmah disetiap musibah yang kita hadapi, tergantung bagaimana cara kita menyikapinya. Demikian yang dialami oleh Bayu Reza Laksana, pada awal 2008, ia mengalami kecelakaan hebat sepulang bekerja yang memaksanya untuk istirahat selama hampir setahun. Situasi tersebut otomatis membuat suami dari Silmy Untsa itupun tidak dapat bekerja seperti sebelumnya, padahal kebutuhan hidup keluarga harus terus berjalan.

Hal ini ternyata menumbuhkan semangat Bayu dan sang istri, Silmy untuk belajar kue pia dari sang mertua. Jarak antara Bogor dan Sidoarjo ditembus hanya melalui telepon. Dalam awal proses pembuatannya banyak mengalami kegagalan namun semangat dari Bayu Reza tak pernah luntur. Gagal coba lagi, gagal coba lagi begitu terus sampai pada bulan kesepuluh, Bayu tergerak untuk bangkit mengayuh semangat agar bisa berjalan. Meski dengan bantuan dua tongkat dan hanya dengan modal semangat, Bayu mulai menawarkan kue pia buatan istri ke took-toko kue maupun toko-toko yang menjual oleh-oleh di kota Bogor.

Semula kue pia nya tak memiliki nama, hingga akhirnya memberikan nama PiaPiaKu! karena setiap kali ditanya pihak toko : *“ini pia apa, pak?”* Bayu

selalu menjawab : “*yaa...ini piapiaku..pak..bu..*” dan akhirnya jadilah kue pia nya diberi nama PiaPiaKu!. Semakin hari PiaPiaKu! semakin dikenal banyak orang, semakin hari semakin bertambah pelanggan setia, dan semakin hari semakin membawa berkah serta pelajaran berharga bagi keluarga.

Tahun berganti, hingga perkembangan usaha mereka mulai terasa. Semula berjualan pia yang hanya agar bisa bertahan hidup itu kini ditekuni sebagai bisnis yang menjanjikan, bahkan mereka tak henti untuk selalu belajar segala hal yang berkaitan dengan bidang usaha yang mereka jalankan. Termasuk akhirnya mengganti brand kue pia nya menjadi *PapaPia* dengan tagline yang sangat unik “Jadi Rebutan Anak Istri”.

4.1.2. Lokasi Perusahaan

PO. DINASA PASTRY atau PapaPia berlokasi di Jl. KH Abdullah Bin Nuh Ruko Segitiga No.27/E Semplak, Bogor.

4.1.3. Struktur Organisasi

Menurut Amirullah Haris Budiyono dalam bukunya “*Pengantar Manajemen*”(2004), Struktur Organisasi dapat didefinisikan sebagai suatu sistem atau jaringan kerja terhadap tugas-tugas, sistem pelaporan, dan komunikasi yang menghubungkan secara bersama pekerjaan individual dan kelompok.

Oleh karena itu, sebuah struktur organisasi hendaknya mengalokasikan pekerjaan melalui sebuah divisi pekerjaan dan menyediakan koordinasi dari hasil-hasil kinerja sehingga sasaran organisasi terlaksana dengan baik. Bentuk dari pengalokasian pekerjaan tersebut dapat digambarkan ke dalam suatu struktur organisasi atau bagan organisasi.

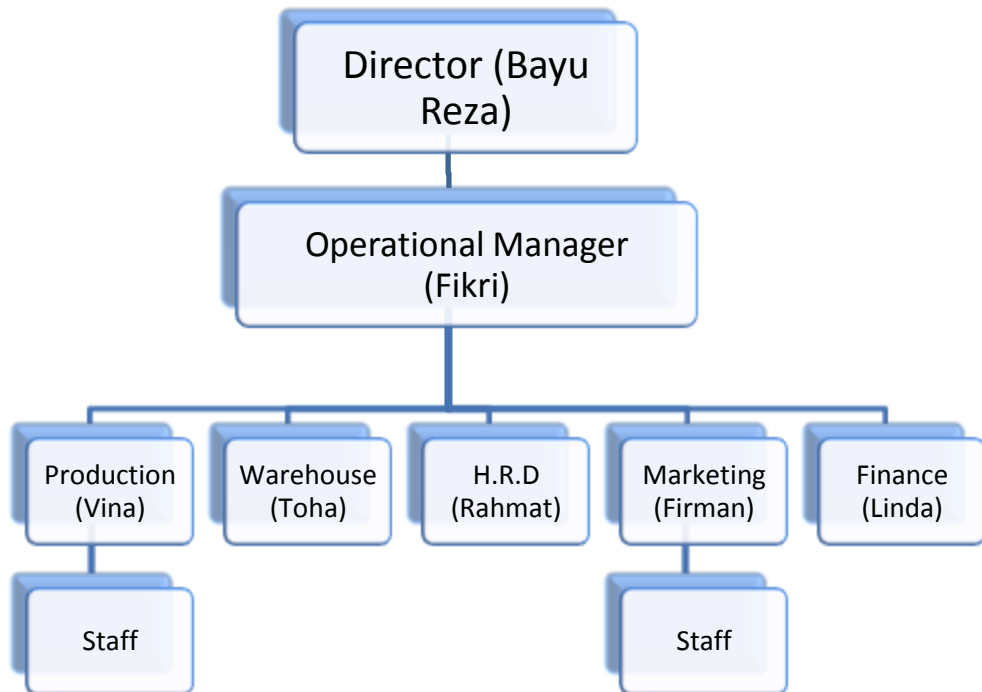
Struktur organisasi yang digunakan dalam perusahaan PO. DINASA PASTRY adalah jenis organisasi garis, yaitu organisasi yang biasanya digunakan pada lembaga atau perusahaan yang sederhana dan kecil. Hal ini dibutuhkan untuk mengambil tindakan dan keputusan yang cepat. Garis dalam hal ini diartikan sebagai garis atau jalur ke atas dan ke bawah, bukan ke samping. Ke atas sebagai

jalur pelaporan tanggung jawab, sedangkan ke bawah adalah sebagai jalur pendelegasian tugas atau wewenang. Jadi fungsi yang dibawah adalah fungsi pertanggung jawaban langsung kepada atasan setingkat lebih tinggi. Ciri – ciri struktur organisasi garis adalah :

- a. Digunakan bagi organisasi yang masih sederhana dan kecil.
- b. Jumlah antar tenaga kerja atau karyawan sudah dapat saling kenal.
- c. Spesialisasi kerja masih belum tinggi .
- d. Digunakan bagi lembaga yang masih membutuhkan keputusan yang cepat.

Gambar 4.1.1. Struktur Organisasi

PO.DINASA PASTRY



Sumber : Diolah

- Deskripsi Pekerjaan

Berikut adalah penjelasan atau gambaran mengenai tugas dan tanggung jawab masing – masing bagian di PapaPia :

1). Direktur

- Monitoring kinerja General Manager atau Operational Manager
- Mengembangkan usaha
- Membaca laporan penjualan
- Membaca laporan keuangan
- Membaca cashflow bank

2). Operational/General Manager

- Merencanakan strategi implementasi atas kebijakan perusahaan secara menyeluruh agar dapat dijalankan optimal
- Memonitor pelaksanaan kebijakan dan strategi perusahaan serta memastikan kelancaran pelaksanaan agar dapat berjalan secara maksimal dan tepat
- Mengambil dan mengevaluasi implementasi strategi agar memperoleh masukan strategis sebagai usulan untuk kebijakan tahun berikutnya
- Mengevaluasi dan menganalisa hasil implementasi strategi perusahaan serta mencari usulan atas pemecahan masalah yang timbul
- Mengarahkan fungsi setiap departemen dalam menjalankan strategi perusahaan

3). Manajer Personalia/H.R.D

- Melakukan pelaksanaan kegiatan recruitment dan seleksi untuk memastikan tersedia tenaga kerja yang dibutuhkan sesuai dengan permintaan
- Melakukan penilaian kinerja karyawan secara konsisten
- Merencanakan, melakukan, mengevaluasi kebutuhan pelatihan
- Menyusun strategi dan pengelolaan SDM

- Memonitor dan menjalankan proses dan praktek terkait SDM telah berjalan sesuai SOP
- Memastikan terciptanya hubungan komunikasi yang harmonis dengan manajemen dan karyawan
- Melakukan peninjauan secara berkala sesuai dengan perkembangan terkini
- Melakukan tugas-tugas tambahan dari atasan langsung dalam batas kompetensi yang relevan
- Memonitor payroll seperti jam lembur, intensif, pinjaman, bonus, struktur gaji dll.
- Melakukan kegiatan administrasi seperti surat menyurat, kontrak kerja, mutasi, promosi, turun jabatan, cuti, dll
- Menyelesaikan masalah ketenagakerjaan yang berhubungan dengan pemberhentian karyawan dengan pemberhentian karyawan karena pelanggaran

4). Manajer Produksi/Production

- Memastikan target produksi tercapai
- Memastikan kebersihan di semua area ruangan produksi
- Memastikan kebersihan semua alat produksi
- Memastikan team memakai seragam lengkap sesuai SOP
- Menjaga disiplin kerja & melakukan penilaian kerja team secara berkelanjutan
- Berkoordinasi dgn Ka.Produksi dalam pemeliharaan semua peralatan Produksi.
- Membuat report : reject kemasan dan jumlah produksi
- Berkoordinasi bersama leader team untuk mempertahankan kualitas
- Berkoordinasi dengan team untuk selalu melakukan efisiensi dalam produksi
- Menjaga disiplin kerja & melakukan penilaian kerja team secara berkelanjutan

- Melakukan tugas dari atasan secara langsung yang sesuai dan relevan dengan pekerjaannya

5). Manajer Warehouse/Logistik

- Melakukan penyimpanan stok dengan standar FIFO
- Menyiapkan pesanan dari sales dan mitra
- Membuat surat jalan
- Membuat rencana distribusi
- Mencatat laporan distribusi
- Mengisi data stok produk
- Mencatat laporan retur (pengembalian produk dari reseller)
- Melakukan tugas dari atasan secara langsung yang sesuai bidang pekerjaannya

6). Manajer Pemasaran

- Membuka jalur distribusi dalam dan luar kota
- Melakukan Promosi produk secara berkelanjutan
- Membuat rencana penjualan
- Memeriksa report penjualan dari seluruh tim sales
- Mengevaluasi penjualan secara berkala bersama tim dan memberikan solusi bagi tim untuk mencapai target yang telah di tentukan perusahaan
- Memperluas networking untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan jumlah pelanggan
- Memastikan seluruh tim sales melakukan rencana aktifitas nya untuk mencapai target penjualan

7). Manajer Keuangan

- Menginput data jumlah produksi harian, distribusi, penjualan
- Menginput pengiriman produk ke mitra-mitra atau reseller

- Menginput pemasukan dan pengeluaran kas harian
- Melakukan penagihan ke Mitra
- Membayar operasional (listrik, air, internet)
- Membayar tagihan supplier bahan baku
- Mentransfer gaji karyawan
- Mengecekan stok bahan baku akhir bulan

4.2 Aspek Pemasaran

Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2006) dalam bukunya *“Manajemen Pemasaran Edisi 13”* mengatakan inti dari **Pemasaran** adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

a). Produk yang Dipasarkan

Produk dari PapaPia berupa kue pia kering. Dengan tujuh varian rasa sehingga konsumen atau pembeli memiliki kebebasan untuk memilih rasa yang mereka suka.

b). Wilayah Pemasaran

Wilayah pemasaran yang dilakukan oleh PapaPia ini masih di daerah Bogor dan sekitarnya. PO. DINASA PASTRY juga menjual produknya di beberapa toko oleh-oleh yang ada di kota Bogor sebagai reseller atau outlet yang sekaligus pabriknya secara langsung.

c). Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah pengelompokan pasar menjadi kelompok – kelompok konsumen yang homogen, dimana setiap kelompok dapat dipilih sebagai pasar yang dituju atau ditargetkan untuk pemasaran suatu produk.

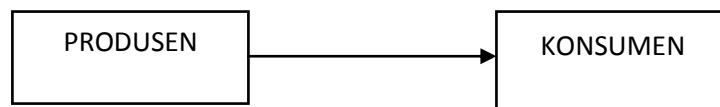
Untuk segmentasi pasar dari PapaPia adalah semua kalangan baik itu dari segi usia maupun jenis kelamin. Namun, utamanya adalah kalangan keluarga yang sudah memiliki anak karena sesuai dengan tagline atau slogan yang diusung yaitu *“Jadi Rebutan Anak Istri”*

d). Saluran Distribusi

Untuk menyampaikan produk yang dihasilkan kepada konsumen dibutuhkan strategi distribusi yang tepat. Saluran yang akan dipilih menentukan saluran keputusan pemasaran yang lainnya. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat bahkan memacetkan usaha menyalurkan barang tersebut.

PapaPia menggunakan 2 macam saluran distribusi, yaitu :

- 1) Saluran langsung dari Produsen kepada Konsumen, tanpa menggunakan prantara.



- 2) Saluran Distribusi Tradisional yaitu dari Produsen kemudian Reseler baru ke tangan konsumen.



4.2.1. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk proses pemasaran. Fungsi – fungsi pemasaran yang diterapkan dalam perusahaan ini adalah :

a). Penjualan

PapaPia dalam penjualannya kepada konsumen dilakukan dengan menjual produknya kepada reseller yang ada di daerah Bogor dan sekitarnya. Juga memiliki outlet milik sendiri di daerah Yasmin dan Pandu yang merupakan lokasi

yang sangat strategis yang dapat terjangkau agar konsumen dapat dengan mudah mendapatkan produk dari PapaPia.

b). Periklanan/Promosi

Promosi sering digunakan salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan produk akan produk yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan laba yang diperoleh perusahaan. Berikut adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh PapaPia :

1. Promosi dari mulut ke mulut

Promosi dengan cara ini merupakan yang paling sederhana dan efisien. Biasa dilakukan pemilik perusahaan atau karyawan bagian pemasaran kepada rekan atau kerabat yang mempunyai bisnis penjualan pia, karena konsumen baru percaya akan kualitas pia yang baik setelah mendengar informasi dari teman atau keluarganya dan setelahnya berani untuk mulai mengkonsumsi pia.

2. Melalui internet

Salah satu cara promosi yang paling mudah dan tidak banyak mengeluarkan banyak biaya adalah melalui internet. Dimana saja dan kapan saja dapat mengakses internet karena zaman sekarang sudah banyak tersedia telepon genggam yang dilengkapi fitur-fitur yang memudahkan untuk mengakses internet. Oleh karena itu, PapaPia memilih promosi lewat internet.

Website resmi dari PapaPia adalah www.PapaPiaID.com. Dalam website tersebut, perusahaan ini memberikan informasi mengenai produk yang dijualnya, disertai gambar produk, juga contact person yang dapat dihubungi jika ingin membeli produk PapaPia.

3. Mengikuti Pameran

PapaPia juga rutin untuk mengikuti pameran-pameran UKM yang diadakan oleh instansi. Dengan cara demikian, PapaPia dapat memperkenalkan produknya lebih lagi terhadap masyarakat.

4. Brosur dan kartu nama

Dengan rutinnnya PapaPia mengikuti pameran-pameran UKM untuk memperkenalkan produknya, maka diperlukan brosur berisi informasi produk dengan kartu nama yang dapat dibagikan pada saat pameran berlangsung. Oleh karena itu, PapaPia memesan brosur dan kartu namapada perusahaan percetakan.

c). Pengiriman Produk

PapaPia melakukan pengiriman secara langsung yang dilakukan oleh karyawan bagian pemasaran (driver) dengan menggunakan Mobil Grand Max atau sepeda motor. Pengiriman ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang maksimal sehingga menciptakan loyalitas pelanggan (konsumen) terhadap produk dari PapaPia.

Pengiriman ini dilakukan secara langsung dan cepat, dimana setiap ada pesanan untuk dikirim atau pembelian, PapaPia langsung melakukan pengiriman sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang berlaku diperusahaan serta kesepakatan antaraperusahaan dengan pembeli (konsumen) mengenai pembayaran maupun pengiriman itu sendiri.

d). Penyimpanan

Penyimpanan produk diterapkan pada gudang penyimpanan. Dimana gudang penyimpanan barang tersebut terdapat pada lantai 1 dari tempat produksi. Layout tersebut diharapkan dapat memudahkan dalam pengangkutan dari tempat produksi ke gudang maupun dari gudang ke dalam mobil Grand Max lebih efisien dan cepat, sehingga aliran distribusi dari pabrik ke reseler bisa lebih cepat dan efektif. Dan penyimpanan produk disimpan dengan sistem FIFO (First In First

Out) yang mana pembuatan atau produksinya pertama lebih dahulu dikeluarkan dan begitu seterusnya dan penyimpanannya pun berdasarkan varian rasanya masing-masing.

e). Pembungkusan

PapaPia dalam melakukan pengemasan atau packaging dilakukan dengan menggunakan plastik yang berukuran 5 x 3 cm dan kemudian di press dengan menggunakan mesin sealer dan selanjutnya dimasukkan ke dalam box, dimana dalam satu box terdapat delapan pcs kue pia.

4.2.2. Biaya Pemasaran

Berikut ini merupakan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh PapaPia dalam lima (3) tahun terakhir adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2.1 Biaya Pemasaran

| No. | Keterangan | Tahun | | |
|-----|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | | 2012 (Rp) | 2013 (Rp) | 2014 (Rp) |
| 1. | Akses Internet | 3.000.000,00 | 3.000.000,00 | 3.000.000,00 |
| 2. | Brosur | 420.000,00 | 500.000,00 | 500.000,00 |
| 3. | Kartu Nama | 500.000,00 | 500.000,00 | 500.000,00 |
| 4. | Pameran | 1.900.000,00 | 2.200.000,00 | 2.700.000,00 |
| 5. | Banner | 1.000.000,00 | 1.700.000,00 | 1.600.000,00 |
| | Total | 6.820.000,00 | 7.900.000,00 | 8.300.000,00 |

Sumber : Diolah

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

Tabel 4.2.2 Penjualan dengan Harga Perusahaan

| No. | Tahun | Jumlah Produk | Harga Produk | Jumlah Penjualan |
|-----|-------|---------------|--------------|-------------------|
| 1 | 2012 | 11.123 box | Rp 25.000,00 | Rp 278.075.000,00 |
| 2 | 2013 | 10.332 box | Rp 28.000,00 | Rp 289.296.000,00 |
| 3 | 2014 | 10.216 box | Rp 30.000,00 | Rp 306.480.000,00 |

Sumber : Wawancara,diolah

4.3 Aspek Produksi

Menurut Daryanto dalam bukunya yang berjudul “*Sari Kuliah Manajemen Produksi*” (2012), mengatakan Produksi adalah pengubahan bahan-bahan dari sumber-sumber menjadi hasil yang diinginkan oleh konsumen. Hasil itu dapat berupa barang ataupun jasa.

Dengan demikian produksi merupakan konsep yang lebih luas daripada manufaktur (pengolahan), karena pengolahan hanyalah sebagai “*bentuk khusus*” dari produksi. Jadi dengan demikian pedagang besar, pengecer dan lembaga-lembaga yang menyediakan jasa, juga berkepentingan dengan produksi.

4.3.1. Produk Yang dihasilkan

Produk yang dihasilkan PapaPia adalah kue pia dengan rasa kacang hijau, yang dimana berbeda dengan pia-pia yang lainnya. PapaPia memiliki kue pia dengan ukuran besar dan teksturnya kering.

Gambar 3.1 Produk PapaPia



a) Bahan Baku PapaPia

- Tepung terigu
- Minyak sayur
- Gula pasir
- Mentega
- Telur
- Kacang hijau kupas

b) Mesin dan Peralatan

• **Mesin Mixer**

Mesin Mixer (Pengaduk) adalah Mesin yang digunakan untuk mencampur bahan baku (terigu, telur, gula, minyak sayur, dan mentega) dengan bahan baku tambahan (kacang hijau).

• **Mesin Oven**

Mesin oven (pemanggang) adalah adalah Mesin yang digunakan untuk memanggang kue pia.

• **Mesin Pengocek**

Mesin Pengocek adalah Mesin yang digunakan untuk mengaduk dan menghaluskan adonan isi pia kacang hijau.

• **Mesin Continious Sealer**

Mesin Continious Sealer adalah mesin yang digunakan untuk mengelem atau mengepress pia dengan plastic kemasan sebelum dilakukan pengemasan.

Tabel 4.3.2 **Data Mesin**

| No. | Nama Mesin | Jumlah |
|-----|-------------------------|--------|
| 1. | Mesin Mixer | 1 |
| 2. | Mesin Oven | 1 |
| 3. | Mesin Pengocek | 1 |
| 4. | Mesin Continious Sealer | 1 |

Sumber: Wawancara

Peralatan yang digunakan untuk mendukung proses produksi antara lain :

1. Sendok : Untuk Mengambil bahan.
2. Timbangan Digital: Untuk menimbang bahan baku yang digunakan
3. Roliing Pin: Untuk menggiling adonan pia.
4. Pisau: Memotong atau Mengecilkan ukuran adonan pia.
5. Serbet: Untuk membersihkan meja.
6. Kuas Nylon: Untuk mengoles pia sebelum dioven.
7. Marker Permant: Untuk menandai varian rasa dan best before pada kotak kemasan pia.
8. Timer Hand: Untuk menandai pia sudah masak.
9. Capitan Kue: Untuk mengambil pia dari Loyang.
10. Sarung Tangan: Untuk mengangkat Loyang dari oven.
11. Panci: Sebagai wadah untuk memasak air.
12. Parutan: Untuk memarut bahan.
13. Kompor: Untuk memasak bahan.
14. Gunting: Untuk Menggunting plastik bahan baku.
15. Scapers Stainless: Digunakan untuk wadah bahan.

4.3.2. Proses Produksi

Gambar 4.3.2 Proses Produksi



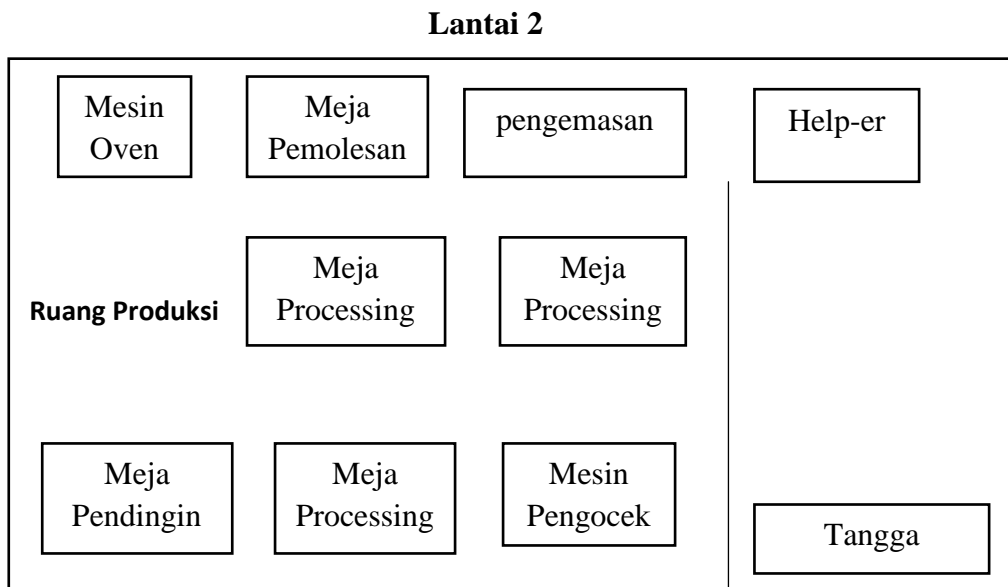
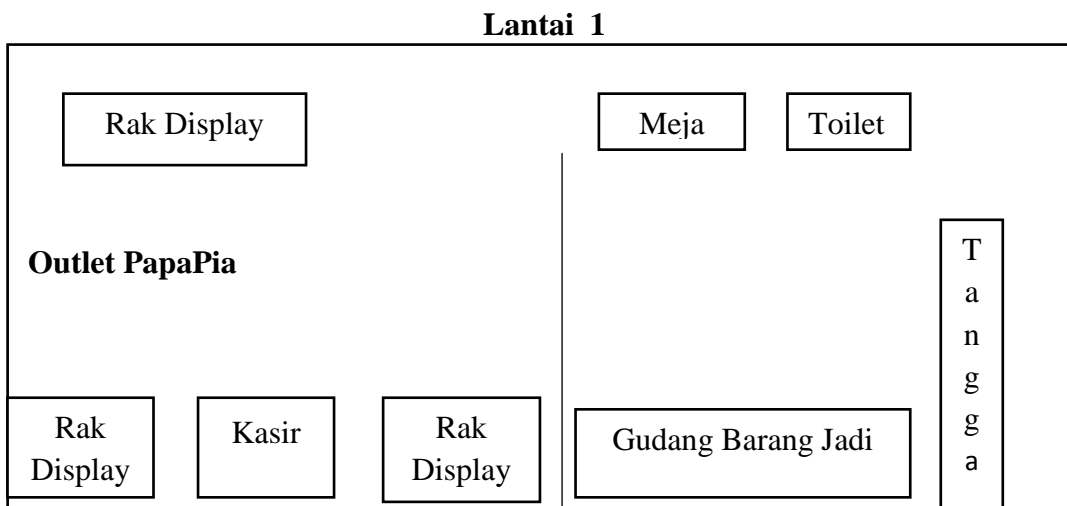
Sumber : Wawancara

1. **Pencampuran bahan kulit pia**
Bahan baku untuk pembuatan kulit yaitu, tepung terigu, gula, minyak sayur dan mentega. Bahan-bahan tersebut dimasukan kedalam mixer sesuai kapasitas mixer tersebut.
2. **Mengolah kulit pia**
Adonan kulit pia yang sudah tercampur kemudian digiling agar lebih pipih. Tidak hanya adonan isi pia saja yang ditimbang, namun adonan kulit pia pun ditimbang sesuai ukuran untuk satu buah PapaPia kacang hijau. Ketika adonan telah menjadi pipih, adonan tersebut digiling kembali untuk memudahkan proses penggabungan dengan adonan isi pia.
3. **Mencetak pia**
Setelah menimbang adonan isi dari pia, kemudian dimasukkan kedalam kulit pia yang dibentuk bulat. Setelah itu, diletakan diatas meja untuk kemudian pia tersebut dicetak dengan sebuah cetakan yang berbentuk bulat pipih.
4. **Finishing**
Pada proses finishing pia diolesi telur secukupnya sebelum dipanggang beberapa menit dalam oven. Sebelum dikemas, pia tersebut harus didinginkan dahulu dengan menggunakan kipas angin. Sementara pia yang

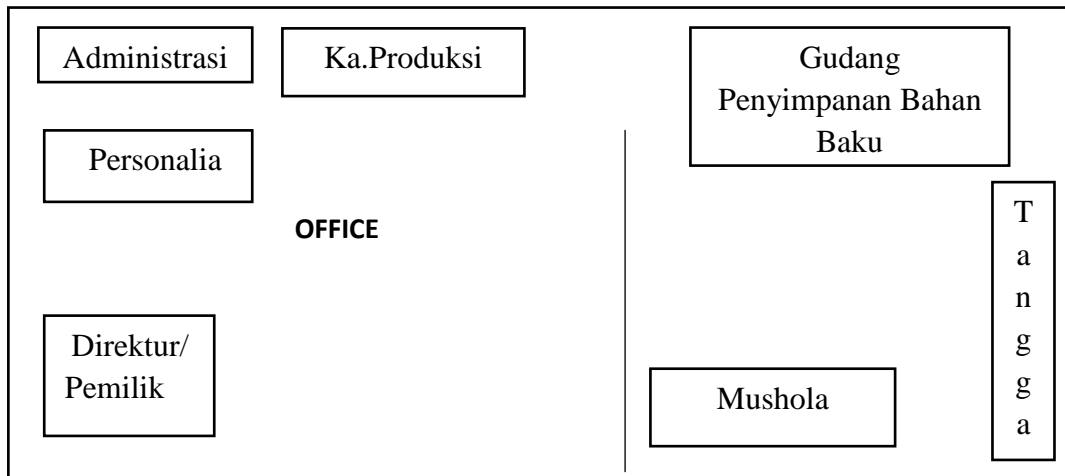
sudah dingin dimasukkan kedalam kemasan, produsen melakukan inspeksi untuk ukuran dan kelayakan pia tersebut.

4.3.3. Layout

Gambar 4.3.3 Layout PapaPia



Lantai 3



Sumber : Diolah

4.4 Aspek Personalia

T. Hani Handoko dalam bukunya “*Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*” (2008), menyimpulkan bahwa **manajemen personalia** adalah “pengakuan” terhadap pentingnya satuan tenaga kerja organisasi sebagai sumber daya manusia yang vital bagi pencapaian tujuan-tujuan organisasi, dan pemanfaatan berbagai fungsi dan kegiatan personalia untuk menjamin bahwa mereka digunakan secara efektif dan bijak agar bermanfaat bagi individu, organisasi dan masyarakat. Dalam pelaksanaannya dilakukan oleh karyawan bagian personalia yang selanjutnya di seleksi langsung oleh pemilik perusahaan. Dalam hal ini pemilik mampu melakukan proses analisis jabatan, perekrutan karyawan, penempatan posisi, pemberian kompensasi untuk memotivasi karyawan, hingga pemutusan hubungan kerja.

4.4.1 Perekrutan dan Penempatan Karyawan

Perekrutan karyawan biasanya dilakukan oleh pimpinan (pemilik). Dalam melakukan perekrutan, biasanya pemilik PapaPia melakukan percobaan dalam masa kerja dengan waktu 3 bulan, dan berdasarkan pengalaman yang telah

dimiliki oleh calon karyawan tersebut. Adapun rincian tenaga kerja yang terdapat dalam PapaPia dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.4.1 Daftar Tenaga Kerja

| No. | Bagian | Jenis Kelamin | | Jumlah Karyawan |
|----------------|--------------------|---------------|-----------|-----------------|
| | | Laki – Laki | Perempuan | |
| 1. | Direktur | 1 | - | 1 Karyawan |
| 2. | Bidang Operasional | 1 | - | 1 Karyawan |
| 2. | Bidang Keuangan | - | 1 | 1 Karyawan |
| 3. | Bidang Produksi | 7 | 5 | 12 Karyawan |
| 4. | Bidang Warehouse | 1 | - | 1 Karyawan |
| 5. | Bidang Personalia | 1 | - | 1 Karyawan |
| 6. | Bidang Pemasaran | 2 | 1 | 3 Karyawan |
| Total Karyawan | | | | 21 Karyawan |

Sumber : Data PapaPia

Karyawan dalam bidang produksi merupakan jumlah karyawan yang paling banyak. Ini dikarenakan dalam bidang produksi membutuhkan lebih banyak tenaga kerja untuk menyelesaikan target produksi yang ditentukan. Berikut adalah rincian jumlah karyawan dalam bidang produksi :

Tabel 4.4.2 Tenaga Kerja Bag. Produksi

| NO. | Bagian | Jenis Kelamin | | Jumlah Karyawan |
|-----|-----------------------|---------------|-----------|-----------------|
| | | Laki-Laki | Perempuan | |
| 1. | Ka. Produksi | - | 1 | 1 Karyawan |
| 2. | Preparing | 2 | - | 2 Karyawan |
| 3. | Processing | 2 | 2 | 4 Karyawan |
| 4. | Finishing and Packing | 2 | 2 | 4 Karyawan |

| | | | | |
|-----------------------|--------|---|---|-------------|
| 5. | Helper | 1 | - | 1 Karyawan |
| Total Karyawan | | | | 12 Karyawan |

Sumber : Data PapaPia

4.4.2. Penilaian Kinerja (Evaluasi)

Penilaian prestasi kerja adalah proses melalui dimana organisasi-organisasi mengevaluasi atau menilai prestasi kerja karyawan. Kegiatan ini dapat memperbaiki keputusan-keputusan personalia dan memberikan umpan balik kepada para karyawan tentang pelaksanaan kerja mereka. Dalam melakukan penilaian prestasi kerja terhadap karyawannya, PapaPia menggunakan cara evaluasi kinerja setiap satu bulan sekali yang pelaksanaannya dilakukan pada akhir bulan.

4.4.3. Kompensasi Karyawan

Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Kompensasi penting bagi karyawan sebagai individu karena besarnya kompensasi mencerminkan ukuran nilai karya mereka diantara para karyawan itu sendiri, keluarga dan masyarakat. Program-program kompensasi juga penting bagi perusahaan, karena mencerminkan upaya organisasi untuk mempertahankan sumberdaya manusianya. Berikut program-program kompensasi yang dilakukan oleh perusahaan PapaPia :

a) Gaji Karyawan

Gaji karyawan yang ditentukan di PapaPia sesuai dari masing-masing bagian dan ditambah dengan uang pencapaian target produksi. PapaPia biasanya melakukan pemberian gaji pada karyawan setiap bulan.

Untuk karyawan yang bekerja pada bagian manajemen gaji yang diberikan PapaPia kisaran Rp. 2,500,000 – Rp. 3,500,000 per bulan yang disesuaikan dengan posisinya. Sedangkan untuk karyawan produksi disesuaikan dengan bagian pekerjaannya, berikut rinciannya :

Tabel 4.4.3. Upah Tenaga Kerja Produksi

| No. | Nama Bagian | Upah per bulan |
|-----|-----------------------|----------------|
| 1. | Preparing | Rp 1.800.000,- |
| 2. | Processing | Rp 2.000.000,- |
| 3. | Finishing and Packing | Rp 1.500.000,- |
| 4. | Helper | Rp 1.600.000,- |

b). Tunjangan Diluar Gaji

Tunjangan diluar gaji yang dimaksud PapaPia adalah Tunjangan yang diberikan pada karyawan diluar hasil produksi yang dihasilkan setiap harinya apabila mencapai target dari produksi .Tunjangan lainnya yang diberikan PapaPia adalah tunjangan pada karyawan menjelang hari raya seperti sejumlah uang dan sembako pada setiap karyawan.

c). Pemberian Pinjaman

Selain memberikan upah dan insentif kepada karyawannya, untuk meningkatkan kesejahteraan karyawannya PapaPia juga memberikan pinjaman bagi karyawannya tanpa dikenai bunga pinjaman, yang waktu pengembaliannya berdasarkan kesepakatan antara karyawan yang meminjam dengan pemilik yang memberikan pinjaman.

4.4.4. Pemutusan Hubungan Kerja

Pemutusan Hubungan Kerja adalah pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antara pekerja dan pengusaha. Pemutusan hubungan kerja mengakibatkan dampak negatif bagi perusahaan karena dengan adanya pemutusan kerja, maka perusahaan wajib membayar uang pesangon sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dan harus sesuai dengan masa kerja karyawan tersebut.

Dalam hal ini, pemutusan hubungan kerja yang diterapkan oleh PapaPia adalah bila ada karyawan yang melakukan kesalahan seperti malas, melalaikan tugas dan sering melanggar perjanjian yang telah disepakati antara karyawan dengan pemilik selama masa kerja berlangsung. Pemutusan hubungan kerja dilakukan dengan cara baik-baik yaitu dengan membicarakannya secara tertutup antara karyawan dengan pemilik, agar kedua belah pihak sama-sama menemukan titik terang dan tidak saling merugikan satu sama lain.

4.5 Aspek Keuangan

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

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

Tabel 4.5.1 Jumlah Produksi

| No. | Tahun | Jumlah Produk |
|----------------|--------------|----------------------|
| 1 | 2012 | 11.123box |
| 2 | 2013 | 10.332 box |
| 3 | 2014 | 10.216 box |
| Total Produksi | | 31.671 box |

Tabel 4.5.2 Pembelian Bahan Baku

| Pembelian Bahan Baku 2012 | | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| No. | Bahan Baku | Pemakaian Bahan Baku | Harga Bahan Baku (satuan) | Total Biaya Bahan Baku |
| 1 | Terigu | 20 ball | Rp 116.000,00 | Rp 2.320.000,00 |
| 2 | Gula Pasir | 8 ball | Rp 495.000,00 | Rp 3.960.000,00 |
| 3 | Mentega | 80 Karton | Rp 294.500,00 | Rp 23.560.000,00 |
| 4 | Minyak Sayur | 11 Karton | Rp 185.000,00 | Rp 2.035.000,00 |
| 5 | Telur | 100 Tray | Rp 243.270,00 | Rp 24.327.000,00 |
| 6 | Kacang Hijau | 6 Ball | Rp 717.500,00 | Rp 4.305.000,00 |
| 7 | Susu | 36 bal | Rp 400.000,00 | Rp 14.400.000,00 |
| 8 | Garam | 12 bal | Rp 26.500,00 | Rp 318.000,00 |
| | Total Biaya Bahan Baku | | | Rp 75.225.000,00 |

Sumber : Diolah

| Pembelian Bahan Baku 2013 | | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| No. | Bahan Baku Utama | Pemakaian Bahan Baku (satuan) | Harga Bahan Baku (per satuan) | Total Biaya Bahan Baku |
| 1 | Terigu | 14 ball | Rp 147.500,00 | Rp 2.065.000,00 |
| 2 | Gula Pasir | 8 ball | Rp 562.500,00 | Rp 4.500.000,00 |
| 3 | Mentega | 90 Karton | Rp 297.000,00 | Rp 26.730.000,00 |
| 4 | Minyak Sayur | 10 Karton | Rp 226.800,00 | Rp 2.268.000,00 |
| 5 | Telur | 80 Tray | Rp 325.175,00 | Rp 26.014.000,00 |
| 6 | Kacang Hijau | 5 Ball | Rp 861.000,00 | Rp 4.305.000,00 |
| 7 | Susu | 39 bal | Rp 400.000,00 | Rp 15.600.000,00 |
| 8 | Garam | 14 bal | Rp 26.500,00 | Rp 371.000,00 |
| | Total Biaya Bahan Baku | | | Rp 81.853.000,00 |

| Pembelian Bahan Baku 2014 | | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|-------------------------------|
| No. | Bahan Baku Utama | Pemakaian Bahan Baku | Harga Bahan Baku (satuan) | Total Biaya Bahan Baku |
| 1 | Terigu | 14 ball | Rp 220.000,00 | Rp 3.080.000,00 |
| 2 | Gula Pasir | 8 ball | Rp 562.500,00 | Rp 4.500.000,00 |
| 3 | Mentega | 80 Karton | Rp 348.625,00 | Rp 27.890.000,00 |
| 4 | Minyak Sayur | 10 Karton | Rp 291.000,00 | Rp 2.910.000,00 |
| 5 | Telur | 75 Tray | Rp 360.240,00 | Rp 27.018.000,00 |
| 6 | Kacang Hijau | 5 Ball | Rp 861.000,00 | Rp 4.305.000,00 |
| 7 | Susu | 41 bal | Rp 400.000,00 | Rp 16.400.000,00 |
| 8 | Garam | 15 bal | Rp 26.500,00 | Rp 397.500,00 |
| | Total Biaya Bahan Baku | | | Rp 86.500.000,00 |

Sumber : Diolah

Tabel 4.5.3 Biaya Tenaga Kerja Langsung

| Biaya Tenaga Kerja Langsung 2012 | | | | |
|--|------------------------|------------------------|---|-------------------------------------|
| No. | Bagian Produksi | Jumlah Karyawan | Biaya Gaji per Bulan / Orang | Total Biaya Gaji / Tahun |
| 1 | Preparing | 2 | Rp 1.100.000,00 | Rp 26.400.000,00 |
| 2 | Processing | 2 | Rp 1.300.000,00 | Rp 31.200.000,00 |
| 3 | Finishing | 1 | Rp 1.000.000,00 | Rp 12.000.000,00 |
| 4 | Helper | 1 | Rp 1.000.000,00 | Rp 12.000.000,00 |
| Total Biaya Tenaga Kerja Langsung | | | | Rp 81.600.000,00 |

| Biaya Tenaga Kerja Langsung 2013 | | | | |
|---|------------------------|------------------------|---|-------------------------------------|
| No. | Bagian Produksi | Jumlah Karyawan | Biaya Gaji per Bulan / Orang | Total Biaya Gaji / Tahun |
| 1 | Preparing | 2 | Rp 1.100.000,00 | Rp 26.400.000,00 |
| 2 | Processing | 2 | Rp 1.300.000,00 | Rp 31.200.000,00 |
| 3 | Finishing | 1 | Rp 1.000.000,00 | Rp 12.000.000,00 |
| 4 | Helper | 1 | Rp 1.000.000,00 | Rp 12.000.000,00 |

| | |
|--|-------------------------|
| Total Biaya Tenaga Kerja Langsung | Rp 81.600.000,00 |
|--|-------------------------|

| Biaya Tenaga Kerja Langsung 2014 | | | | |
|--|------------------------|------------------------|---|-------------------------------------|
| No. | Bagian Produksi | Jumlah Karyawan | Biaya Gaji per Bulan / Orang | Total Biaya Gaji / Tahun |
| 1 | Preparing | 2 | Rp 1.200.000,00 | Rp 28.800.000,00 |
| 2 | Processing | 2 | Rp 1.400.000,00 | Rp 33.600.000,00 |
| 3 | Finishing | 1 | Rp 1.100.000,00 | Rp 13.200.000,00 |
| 4 | Helper | 1 | Rp 1.100.000,00 | Rp 13.200.000,00 |
| Total Biaya Tenaga Kerja Langsung | | | | Rp 88.800.000,00 |

Sumber : Diolah

➤ Penyusutan

Tahun 2012

a) Mesin

- Nilai Beli = Rp 101,500,000.00
- Nilai Sisa = Rp 89,218,500.00
- Umur Ekonomis = 10 Tahun
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Nilai beli} - \text{Nilai sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$
= $\frac{\text{Rp } 101,500,000.00 - \text{Rp } 89,218,500.00}{10 \text{ Tahun}}$
= Rp 1,228,150.00

b) Kendaraan

- Nilai Beli = Rp 109,000,000.00
- Nilai Sisa = Rp 95,811,000.00
- Umur Ekonomis = 10 Tahun
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Nilai beli} - \text{Nilai sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$
= $\frac{\text{Rp } 109,000,000.00 - \text{Rp } 95,811,000.00}{10 \text{ Tahun}}$
= Rp 1,318,900.00

c) Inventaris Kantor

- Nilai Beli = Rp 14,720,000.00
- Nilai Sisa = Rp 12,600,320.00
- Umur Ekonomis = 5 Tahun
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Nilai beli} - \text{Nilai sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$

$$= \frac{\text{Rp } 14,720,000.00 - \text{Rp } 12,600,320.00}{5 \text{ Tahun}}$$

$$= \text{Rp } 423,936.00$$

d) Peralatan

- Nilai Beli = Rp 2,585,000.00
- Nilai Sisa = Rp 2,212,760.00
- Umur Ekonomis = 5 Tahun
- Penyusutan / Tahun = $\frac{\text{Nilai beli} - \text{Nilai sisa}}{\text{Umur Ekonomis}}$

$$= \frac{\text{Rp } 2,585,000.00 - \text{Rp } 2,212,760.00}{5 \text{ Tahun}}$$

$$= \text{Rp } 74,448.00$$

Dan untuk tahun-tahun berikutnya cara menghitungnya sama dengan yang diatas, sehingga hasil perhitungannya ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5.4 Penyusutan Aktiva Tetap

| Biaya Penyusutan | | | | | |
|------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------------------|
| No. | Aktiva | Harga Beli | Nilai Sisa | Nilai Ekonomis | Jumlah Penyusutan |
| 1 | Mesin | Rp 101,500,000.00 | Rp 89,218,500.00 | 10 Tahun | Rp 1,228,150.00 |
| 2 | Inventaris | Rp 14,720,000.00 | Rp 12,600,320.00 | 5 Tahun | Rp 423,936.00 |
| 3 | Kendaraan | Rp 109,000,000.00 | Rp 95,811,000.00 | 10 Tahun | Rp 1,318,900.00 |
| 4 | Bangunan | Rp 900,000,000.00 | Rp 682,200,000.00 | 10 Tahun | Rp 21,780,000.00 |
| 5 | Peralatan | Rp 2,585,000.00 | Rp 2,212,760.00 | 5 Tahun | Rp 74,448.00 |
| Total Penyusutan 2012 | | | | | Rp 24,825,434.00 |

| Tahun 2013 | | | | | |
|------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------------------|
| No. | Aktiva | Harga Beli | Nilai Sisa | Nilai Ekonomis | Jumlah Penyusutan |
| 1 | Mesin | Rp 101,500,000.00 | Rp 87,990,350.00 | 10 Tahun | Rp 1,350,965.00 |
| 2 | Inventaris | Rp 14,720,000.00 | Rp 12,176,384.00 | 5 Tahun | Rp 508,723.00 |
| 3 | Kendaraan | Rp 109,000,000.00 | Rp 94,492,100.00 | 10 Tahun | Rp 1,450,790.00 |
| 4 | Bangunan | Rp 900,000,000.00 | Rp 660,420,000.00 | 10 Tahun | Rp 23,958,000.00 |
| 5 | Peralatan | Rp 2,585,000.00 | Rp 2,138,312.00 | 5 Tahun | Rp 89,337.00 |
| Total Penyusutan 2013 | | | | | Rp 27,357,815.00 |

| Tahun 2014 | | | | | |
|------------------------------|---------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------------------|
| No. | Aktiva | Harga Beli | Nilai Sisa | Nilai Ekonomis | Jumlah Penyusutan |
| 1 | Mesin | Rp 101,500,000.00 | Rp 86,639,385.00 | 10 Tahun | Rp 1,486,061.00 |
| 2 | Inventaris | Rp 14,720,000.00 | Rp 11,667,661.00 | 5 Tahun | Rp 610,467.00 |
| 3 | Kendaraan | Rp 109,000,000.00 | Rp 93,041,310.00 | 10 Tahun | Rp 1,595,869.00 |
| 4 | Bangunan | Rp 900,000,000.00 | Rp 636,462,000.00 | 10 Tahun | Rp 26,353,800.00 |
| 5 | Peralatan | Rp 2,585,000.00 | Rp 2,048,975.00 | 5 Tahun | Rp 107,205.00 |
| Total Penyusutan 2014 | | | | | Rp 30,153,402.00 |

Sumber : Diolah

- **BOP Tetap**

Tabel 4.5.5 Biaya Overhead Pabrik Tetap

| No | Keterangan | Tahun | | |
|------------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | | 2012 | 2013 | 2014 |
| 1 | Biaya Listrik Tetap | Rp 13,800,000.00 | Rp 13,800,000.00 | Rp 13,800,000.00 |
| 2 | Gaji Ka. Produksi | Rp 27.600.000,00 | Rp 27.600.000,00 | Rp 27.600.000,00 |
| 3 | Biaya Penyusutan | Rp 24.825.434,00 | Rp 27.357.815,00 | Rp 30.153.402,00 |
| Total BOP Tetap | | Rp 66.225.434,00 | Rp 68.757.815,00 | Rp 71.553.402,00 |

Sumber : Diolah

- **BOP Variabel**

Tabel 4.5.6 Biaya Overhead Pabrik Variabel

| No | Keterangan | Tahun | | |
|----|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | | 2012 | 2013 | 2014 |
| 1 | Biaya Bahan Bakar Kendaraan | Rp 14.400.000,00 | Rp 15.000.000,00 | Rp 15.600.000,00 |
| 2 | Biaya Bahan Bakar Gas | Rp 3.680.000,00 | Rp 4.160.000,00 | Rp 4.640.000,00 |
| 3 | Biaya Listrik Variabel | Rp 13.800.000,00 | Rp 14.400.000,00 | Rp 15.000.000,00 |
| | Total BOP Variabel | Rp 31.880.000,00 | Rp 33.560.000,00 | Rp 35.240.000,00 |

Sumber : Diolah

1. Laporan Keuangan Perusahaan

Tabel 4.5.7 Laporan Harga Pokok Produksi menurut Perusahaan

| Jenis Biaya Produksi | Tahun | | |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 |
| Biaya Bahan Baku | Rp 75.225.000,00 | Rp 81.853.000,00 | Rp 86.500.000,00 |
| Biaya Tenaga Kerja Langsung | Rp 81.600.000,00 | Rp 81.600.000,00 | Rp 88.800.000,00 |
| Biaya Gas | Rp 3.680.000,00 | Rp 4.160.000,00 | Rp 4.640.000,00 |
| Box Pembungkus | Rp 6.000.000,00 | Rp 6.800.000,00 | Rp 6.800.000,00 |
| Plastik Pembungkus | Rp 4.000.000,00 | Rp 4.200.000,00 | Rp 4.200.000,00 |
| Biaya Bensin | Rp 14.400.000,00 | Rp 15.000.000,00 | Rp 15.600.000,00 |
| Biaya Listrik | Rp 27.600.000,00 | Rp 28.200.000,00 | Rp 28.800.000,00 |
| Harga Pokok Produksi | Rp 212.505.000,00 | Rp 221.813.000,00 | Rp 235.340.000,00 |

Dari data diatas maka dapat diketahui :

- Perhitungan harga pokok produksi per unit, dengan rumus :

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

- Harga Pokok Produk per unit Tahun 2012 = Rp 212.505.000,00

11.123 box

$$= \text{Rp } 19.105,00$$

dibulatkan = **Rp 19.105**

- Harga Pokok Produk per unit Tahun 2013 = Rp.221.813.000,00

10.332 box

$$= \text{Rp } 21.468,54$$

dibulatkan = **Rp 21.468**

Tabel 4.5.8 Harga Jual Perusahaan

| No. | Tahun | Jumlah Produksi | Harga yang Ditetapkan Perusahaan |
|------------|--------------|----------------------------|---|
| 1 | 2012 | 11.123 box | Rp 25.000 |
| 2 | 2013 | 10.332 box | Rp 28.000 |
| 3 | 2014 | 10.216 box | Rp 30.000 |

Sumber : Diolah

2. Laporan Keuangan Hasil Perhitungan

Tabel 4.5.9 Harga Pokok Produksi
menurut Prinsip Akuntansi

| | Keterangan | Tahun | | |
|-----------|-------------------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | | 2012 | 2013 | 2014 |
| 1. | Pemakaian Bahan Baku | | | |
| | - Persd. Bahan Baku Awal Tahun | Rp 2.500.000,00 | Rp 1.350.000,00 | Rp 2,000,000.00 |
| | - Pembelian Bahan Baku | Rp 75.225.000,00 | Rp 81.853.000,00 | Rp 86.500.000,00 |
| | - Persd. Bahan Baku Siap Produksi | Rp 77.725.000,00 | Rp 83.203.000,00 | Rp 88.500,000.00 |
| | - Persd. Bahan Baku Akhir Tahun | Rp 1.350.000,00 | Rp 2.000.000,00 | Rp 1,518,000.00 |
| | Total Pemakaian Bahan Baku | Rp 76.375.000,00 | Rp 81.203.000,00 | Rp 86.982,000.00 |
| 2. | Biaya Tenaga Kerja Langsung | Rp 54.000.000,00 | Rp 54.000.000,00 | Rp 61.200.000,00 |
| 3. | Biaya <i>Overhead</i> Pabrik | | | |
| | – BOP Tetap | | | |
| | Biaya Listrik Tetap | Rp 13,800,000.00 | Rp 13,800,000.00 | Rp 13,800,000.00 |

| | | | | |
|-----------|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Gaji Ka. Produksi | Rp 27.600.000,00 | Rp 27.600.000,00 | Rp 27.600.000,00 |
| | Biaya Penyusutan | Rp 24.825.434,00 | Rp 27.357.815,00 | Rp 30.153.402,00 |
| | Total BOP Tetap | Rp 66.225.434,00 | Rp 68.757.815,00 | Rp 71.553.402,00 |
| | - BOP Variabel | | | |
| | Biaya Bahan Bakar Kendaraan | Rp 14.400.000,00 | Rp 15.000.000,00 | Rp 15.600.000,00 |
| | Biaya Bahan Bakar Gas | Rp 3.680.000,00 | Rp 4.160.000,00 | Rp 4.640.000,00 |
| | Biaya Listrik Variabel | Rp 13.800.000,00 | Rp 14.400.000,00 | Rp 15.000.000,00 |
| | Total BOP Variabel | Rp 31.880.000,00 | Rp 33.560.000,00 | Rp 35.240.000,00 |
| | Total BOP | Rp 98.105.434,00 | Rp 102.317.815,00 | Rp 106.793.402,00 |
| 4. | Total Biaya Produksi | Rp 228.480.434,00 | Rp 237.520.815,00 | Rp 254.975.402,00 |
| 5. | Persediaan Barang dlm Proses Awal tahun (+) | Rp. - | Rp. - | Rp. - |
| | Persediaan Barang dlm Proses Akhir tahun (-) | Rp. - | Rp. - | Rp. - |
| 6. | Total Harga Pokok Produksi | Rp 228.480.434,00 | Rp 237.520.815,00 | Rp 254.975.402,00 |

Sumber : Diolah

- Adapun harga pokok produk per unit yang sesuai prinsip akuntansi:

- Tahun 2012

$$\begin{aligned} \text{Harga pokok produk per unit} &= \frac{\text{Rp } 228.480.434,00}{11.123 \text{ box}} \\ &= \text{Rp } 20.541,25 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 20.541} \end{aligned}$$

- Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Harga pokok produk per unit} &= \frac{\text{Rp } 237.520.815,00}{10.332 \text{ box}} \\ &= \text{Rp } 22.988,85 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 22.990} \end{aligned}$$

- Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Harga pokok produk per unit} &= \frac{\text{Rp } 254.975.402,00}{10.216 \text{ box}} \\ &= \text{Rp } 24.958,43 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 24.958} \end{aligned}$$

- Menurut metode *cost plus pricing*, dimana dalam menentukan harga jual perusahaan menambahkan laba yang diharapkan di atas biaya penuh yang terdiri dari biaya produksi dan biaya non produksi (biaya pemasaran dan administrasi umum). Atau dijelaskan dalam rumus berikut:

Biaya Penuh = Total Harga Pokok Produksi + Biaya Non Produksi (Beban Pemasaran + Administrasi Umum)

- Tahun 2012

$$\begin{aligned} \text{Biaya Penuh} &= \text{Rp } 228.480.434,00 + \text{Rp } 22.850.000,00 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 251.330.434,00} \end{aligned}$$

- Tahun 2013

$$\begin{aligned} \text{Biaya Penuh} &= \text{Rp } 237.520.815,00 + \text{Rp } 22.800.000,00 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 260.320.815,00} \end{aligned}$$

- Tahun 2014

$$\begin{aligned} \text{Biaya Penuh} &= \text{Rp } 254.975.402,00 + \text{Rp } 25.350.000,00 \\ &= \mathbf{\text{Rp } 280.325.402,00} \end{aligned}$$

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

a) Tahun 2012

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 251.330.434,00 + (30\% \times \text{Rp } 251.330.434,00)}{11.123 \text{ box}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 326.729.564,20}{11.123 \text{ box}} \\
 &= \text{Rp } 29.374 \\
 &= \mathbf{\underline{\text{Rp } 29.400}}
 \end{aligned}$$

b) Tahun 2013

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 260.320.815,00 + (30\% \times \text{Rp } 260.320.815,00)}{10.332 \text{ box}} \\
 &= \frac{\text{Rp } 338.417.059,50}{10.332 \text{ box}} \\
 &= \text{Rp } 32.754,26 \\
 &= \mathbf{\underline{\text{Rp } 32.800}}
 \end{aligned}$$

c) Tahun 2014

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \frac{\text{Total biaya penuh} + (\% \text{ laba} \times \text{total biaya penuh})}{\text{Jumlah unit produksi}}
 \end{aligned}$$

$$= \frac{\text{Rp } 280.325.402,00 + (30\% \times \text{Rp } 280.325.402,00)}{10.216 \text{ box}}$$

$$= \frac{\text{Rp } 364.423.022,6}{10.216 \text{ box}}$$

$$= \text{Rp } 35.671,79$$

$$= \underline{\underline{\text{Rp } 35.700}}$$

BAB V
ANALISA PEMBAHASAN

5.1. Perbandingan Harga Pokok Produk per unit menurut Perusahaan dan menurut Prinsip Akuntansi

Berdasarkan hasil perhitungan pada bab IV didepan, pada bagian ini yang diperbandingkan adalah perhitungan harga pokok produksi menurut perusahaan dan harga pokok produksi menurut prinsip akuntansi yaitu:

Tabel 5.1.1 HPP per unit dari Perusahaan dan menurut Prinsip Akuntansi

| | HPP Perusahaan | HPP Prinsip Akuntansi |
|-------------------|---------------------------|----------------------------------|
| Tahun 2012 | Rp 19.105 | Rp 20.541 |
| Tahun 2013 | Rp 21.468 | Rp 22.950 |
| Tahun 2014 | Rp 23.036 | Rp 24.958 |

Hal ini menunjukkan adanya perbedaan harga pokok produksi (HPP) per unit antara hasil perhitungan oleh perusahaan dengan hasil perhitungan menggunakan prinsip akuntansi. Perbedaan tersebut terjadi karena dalam menghitung harga pokok produksi, perusahaan tidak merinci biaya overhead pabrik dan juga tidak memperhitungkan biaya penyusutan.

5.2. Perbandingan Harga Jual Produk menurut Perusahaan dan menurut Perhitungan *Cost Plus Pricing*

Berdasarkan hasil perhitungan pada bab IV didepan, pada bagian ini yang diperbandingkan adalah harga jual produk per unit menurut perusahaan dan harga jual produk perunit menurut metode *cost plus pricing* terdapat dalam tabel 5.1.2 yaitu :

Tabel 5.1.2 Harga Jual menurut Perusahaan dan Perhitungan *Cost Plus Pricing*

| No | Tahun | Menurut Perusahaan | Perhitungan <i>Cost Plus Pricing</i> |
|----|-------|--------------------|--------------------------------------|
| 1 | 2012 | Rp 25.000 | Rp 29.400 |
| 2 | 2013 | Rp 28.000 | Rp 32.800 |
| 3 | 2014 | Rp 30.000 | Rp 35.700 |

Sumber : Diolah

5.3. Selisih Harga Jual Perusahaan dengan Harga Jual *Cost Plus Pricing*

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

Tabel 5.1.3 Selisih Harga Jual

| No. | Tahun | Harga Jual Perusahaan | Harga Jual <i>Cost plus pricing</i> | Selisih Harga Jual |
|-----|-------|-----------------------|-------------------------------------|--------------------|
| 1 | 2012 | Rp 25.000 | Rp 29.400 | Rp 4.400 |
| 2 | 2013 | Rp 28.000 | Rp 32.800 | Rp 4.800 |
| 3 | 2014 | Rp 30.000 | Rp 35.700 | Rp 5.700 |

Sumber : Diolah

5.4. Perbandingan Harga PapaPia di PO. DINASA PASTRY dengan Produk Pesaing

Tabel 5.1.4 Perbandingan Harga

| Produk PO. DINASA PASTRY | Produk Pesaing | Harga Pesaing | Keterangan |
|--------------------------|----------------|---------------|-------------|
| PAPAPIA (Rp 28.000) | Pia "LEGONG" | Rp 80.000 | Lebih Mahal |
| | Pia "SARENDO" | Rp 20.000 | Lebih Murah |

Tabel 5.1.4 Perbandingan Harga 1

Sumber : Hasil wawancara karyawan perusahaan pesaing

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jika PO. DINASA PASTRY menetapkan harga jual sesuai dengan hasil perhitungan harga pokok produksi maka PO. DINASA PASTRY dapat bersaing dengan perusahaan pesaing dengan produk yang sejenis.

5.5. Perbandingan Laba menurut Perusahaan dan menurut Prinsip Akuntansi

Tabel 5.1.5 Laba/Rugi Perusahaan

| Keterangan | Tahun | | |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 |
| Penjualan | Rp 278.075.000,00 | Rp 289.296.000,00 | Rp 306.480.000,00 |
| HPP (-) | Rp 212.505.000,00 | Rp 221.813.000,00 | Rp 235.340.000,00 |
| Lab Kotor | Rp 65.570.000,00 | Rp 67.483.000,00 | Rp 71.140.000,00 |
| Biaya Operasi (-) | | | |
| 1.Beban Pemasaran | Rp 6.820.000,00 | Rp 7.900.000,00 | Rp 8.300.000,00 |
| 2.Administrasi Umum: | | | |
| -Biaya ATK | Rp. 600.000,00 | Rp 500.000,00 | Rp 550.000,00 |
| -Gaji Ka. Adm | Rp 21.600.000,00 | Rp 21.600.000,00 | Rp 24.000.000,00 |
| -Biaya Telepon | Rp 650.000,00 | Rp 700.000,00 | Rp 800.000,00 |
| Lab Bersih Operasi | Rp 42.720.000,00 | Rp 44.683.000,00 | Rp 45.790.000,00 |
| Biaya Bunga (-) | - | - | - |
| Lab sbllm Pajak | Rp 42.720.000,00 | Rp 44.683.000,00 | Rp 45.790.000,00 |
| Pajak Pendapatan (-) | Rp 4.272.000,00 | Rp 4.468.300,00 | Rp 4.579.000,00 |
| Lab Bersih | Rp 38.448.000,00 | Rp 40.394.700,00 | Rp 41.211.000,00 |

Sumber : Diolah

Tabel 5.1.6 Laba/Rugi menurut Perhitungan

| Keterangan | Tahun | | |
|----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | 2012 | 2013 | 2014 |
| Penjualan | Rp 327.016.200,00 | Rp 338.889.600,00 | Rp 364.711.200,00 |
| HPP (-) | Rp 228.480.434,00 | Rp 237.520.815,00 | Rp 254.975.402,00 |
| Laba Kotor | Rp 98.535.766,00 | Rp101.368.785,00 | Rp109.735.798,00 |
| Biaya Operasi (-) | | | |
| 1.Beban Pemasaran | Rp 6.820.000,00 | Rp 7.900.000,00 | Rp 8.300.000,00 |
| 2.Administrasi Umum | | | |
| -Biaya ATK | Rp 600.000,00 | Rp 500.000,00 | Rp 550.000,00 |
| -Gaji Ka. Adm | Rp 24.000.000,00 | Rp 24.000.000,00 | Rp 24.000.000,00 |
| -Biaya Telepon | Rp 650.000,00 | Rp 700.000,00 | Rp 800.000,00 |
| Laba Bersih Operasi | Rp 75.685.766,00 | Rp 78.568.785,00 | Rp 84.385.798,00 |
| Biaya Bunga (-) | - | - | - |
| Laba sblm Pajak | Rp 75.685.766,00 | Rp 78.568.785,00 | Rp 84.385.798,00 |
| Pajak Pendapatan (-) | Rp 7.568.576,60 | Rp 7.856.878,50 | Rp 8.438.579,80 |
| Laba Bersih | Rp 68.117.189,40 | Rp 70.711.906,50 | Rp 75.947.218,20 |

Sumber : Diolah

Dari tabel laba/rugi diatas, apabila perusahaan tetap menggunakan harga yang selama ini dibuat menurut perhitungan perusahaan (Rp 25.000), maka laba yang diharapkan sebesar 30% oleh perusahaan tidak tercapai. Sebaliknya bila perusahaan menggunakan harga menurut metode cost plus pricing maka laba yang diharapkan dapat tercapai. Hal itu dibuktikan dengan perhitungan berikut:

Persentase laba yang diharapkan = laba bersih / harga pokok produksi

misal : Tahun 2012

menurut perusahaan: % laba yang diharapkan = Rp 38.448.000,00

Rp 212.505.000,0

= 0,1809

= **18,1 % (tidak tercapai)**

menurut *cost plus pricing*: % laba yang diharapkan = Rp 68.117.189,40

Rp 228.480.434,00

= 0,2983

= **30 % (tercapai)**

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan perhitungan harga pokok produksi yang sesuai prinsip akuntansi dan menghitung harga jual dengan menggunakan metode *cost plus pricing* maka dapat disimpulkan bahwa harga jual yang ditetapkan perusahaan lebih rendah dibandingkan dengan harga jual hasil perhitungan. Berikut adalah rinciannya :

- Harga Jual Tahun 2012 sebelum *cost plus pricing* sebesar Rp 25.000,00 sedangkan harga jual sesudah *cost plus pricing* Rp 29.400,00, dengan selisih harga Rp 4.400,00 per unit
- Harga Jual Tahun 2013 sebelum *cost plus pricing* sebesarRp 28.000,00, sedangkan harga jual sesudah *cost plus pricing* Rp 32.800,00, dengan selisih harga Rp 4.800,00 per unit
- Harga Jual Tahun 2014 sebelum *cost plus pricing* sebesar Rp 30.000,00 , sedangkan harga jual sesudah *cost plus pricing* Rp 35.700,00, dengan selisih harga Rp 5.700,00.per unit

Dengan demikian, perhitungan harga pokok produksi yang dibuat PO. Dinasa Pastry belum tepat karena belum sesuai dengan prinsip akuntansi sehingga harga jualnya pun belum tepat.

Dan apabila perusahaan tetap mempertahankan kebijakan harga yang dibuatnya, maka laba yang diperoleh perusahaan lebih kecil dari laba hasil perhitungan sehingga laba yang diharapkan perusahaan sebesar 30% tidak dapat tercapai.

6.2 Saran

Dengan melihat kesimpulan yang ada, penulis menyarankan sebaiknya PO. Dinasa Pastry dapat melakukan perhitungan harga pokok produksi dengan tepat sehingga harga jual yang ditetapkan pun tepat. Karena keuntungan/laba perusahaan akan tercapai dan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan. Dengan demikian, secara tidak langsung PO. Dinasa Pastry harus mempunyai karyawan yang ahli dalam bidang keuangan, sehingga dapat dengan mudah membaca keadaan keuangan perusahaan, serta dapat membuat perhitungan harga pokok produksi yang sesuai prinsip akuntansi.

Daftar Pustaka

- Daryanto. 2012, *Sari Kuliah Manajemen Produksi*, Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dewi Lestari. 2007, *Manajemen Keuangan*: Indografika.
- Kasmir, S.E., M.M.. 2009. *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Milton F. Usry, Phd. & Adolph Matz, Phd., 1992. *Akuntansi Biaya Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. 2005. *Akuntansi Biaya*.edisi ke-5, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mulyadi. 2001. *Akuntansi Manajemen edisi 3*, Yogyakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* edisi 13, Erlangga.
- Philip Kotler & Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi 12, Erlangga.
- Soemarso S.R. 2009, *Akuntansi Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga.
- T. Hani Handoko. 2008, *Manajemen Personalia & Sumber Daya Manusia*, edisi 2, BPFE-Yogyakarta.
- Tampubolon, Manahan P. 2005. *Manajemen Keuangan*. Bogor: Ghalia Indonesia

LAMPIRAN